

WIKIPEDIA

La enciclopedia libre

Portada

Portal de la comunidad

Actualidad

Cambios recientes

Páginas nuevas

Página aleatoria

Ayuda

Donaciones

Notificar un error

Imprimir/exportar

Crear un libro

Descargar como PDF

Versión para imprimir

Herramientas

Lo que enlaza aquí

Cambios en enlazadas

Subir archivo

Páginas especiales

Enlace permanente

Información de la página

Elemento de Wikidata

Citar esta página

Idiomas

Añadir enlaces

WIKIMEDIA ARGENTINA

¡Participa del concurso de edición La Mujer que nunca conociste!

Crea y edita biografías de mujeres.

## Rich snippets

Este artículo o sección necesita **referencias** que aparezcan en una **publicación acreditada**, como revistas especializadas, monografías, prensa diaria o páginas de Internet **fidedignas**. Este aviso fue puesto el 1 de junio de 2014.

Puedes **añadirlas** o avisar al **autor principal del artículo** en su página de discusión pegando: {{subst:Aviso referencias|Rich snippets}} ~~~~

Los ***rich snippets*** o **fragmentos enriquecidos** hacen referencia a los que es extraído de algo, específicamente de las **páginas de resultados de búsqueda**. Los fragmentos enriquecidos aparecieron en mayo del 2009 debido a la necesidad del **buscador**, (**Google**, **Yahoo!**, **Bing**, etc.) de mostrar más datos al usuario y de enriquecer las páginas de resultados de búsqueda.

<b>Índice</b> <span>[ocultar]</span>
1 Tipos de formatos
2 Implementaciones más frecuentes
3 Objetivo de los fragmentos enriquecidos
4 Desventajas
5 Véase también
6 Referencias
7 Enlaces externos

### Tipos de formatos  [ editar ]

Para la utilización e implementación de los fragmentos enriquecidos, Google aconseja el uso de microdatos, sin embargo puede utilizarse cualquiera de los siguientes:

- Microdatos
- Microformatos
- RDFa

### Implementaciones más frecuentes  [ editar ]

Los microformatos, microdatos o rdfa más frecuentes que suelen encontrarse en las páginas de resultados del buscador SERP, son:

- Foto de autor

Para realizar esta implementación, es necesario crear una cuenta en la red social **Google+** y enlazarla hacia el sitio web deseado con el código HTML:

```
<a href="url de google +" rel="author">Nombre del autor</a>
```

- Páginas web con recetas
- Páginas web con productos
- Valoraciones y opiniones de los lectores
- Lista de descargas: por ejemplo canciones o libros

### Objetivo de los fragmentos enriquecidos  [ editar ]

El principal objetivo de los fragmentos enriquecidos consiste, en lograr una **Web semántica**. Para ello, los buscadores crearon estos fragmentos, con el fin de mostrar algo más que solo texto plano en sus páginas de resultados.

Es importante destacar, que los buscadores se reservan el derecho de mostrar o no los fragmentos enriquecidos en las páginas de su buscador. Por otro lado, tampoco se muestran todos los fragmentos que el *webmaster* realice. Por ejemplo, si añadió fragmentos para la foto de autor y valoraciones, el buscador puede decidir solo mostrar la foto del autor o las opiniones de los usuarios sobre su sitio.

Google, por su parte posee la herramienta online *Prueba de marcado de datos* para comprobar cómo se visualizaría la página indicada en el buscador, con los fragmentos enriquecidos agregados.

### Desventajas  [ editar ]

Aunque los fragmentos enriquecidos sean una buena forma de mostrar contenido más especializado y de interés para el usuario, existen las propias desventajas del producto final creado por **Google**, **Microsoft** y **Yahoo!**, «**Schema.org**».

- Los «***scrapers***», al tener la información provista por los formatos de *schema.org*, tienen facilidad para copiar y obtener el contenido de un sitio web en su totalidad.
- Spam** en los fragmentos enriquecidos. Estos formatos son manipulables, por ejemplo no es necesario esperar que un usuario valore un producto, un servicio o un artículo para que este aparezca en las páginas del buscador. El *webmaster* puede manipular la cantidad de opiniones, el *ranking* y demás sobre los productos o servicios que desee.
- Disputas con Google, debido a que el robot de Google puede leer estos fragmentos enriquecidos y mostrarlos al usuario sin necesidad de que este último salga del buscador para obtener lo que necesita.

### Véase también  [ editar ]

- Página de resultados del buscador
- Metatag*
- HTML

### Referencias  [ editar ]

- «Acerca de los microdatos»<sup>ⓘ</sup>. Consultado el 1 de junio de 2014.
- «Acerca de los microformatos»<sup>ⓘ</sup>. Consultado el 1 de junio de 2014.
- «Acerca de los RDFa»<sup>ⓘ</sup>. Consultado el 1 de junio de 2014.

### Enlaces externos  [ editar ]

- Schema.org<sup>ⓘ</sup>
- Rich Snippets<sup>ⓘ</sup>
- Acerca de los fragmentos enriquecidos<sup>ⓘ</sup>
- Descripciones y los *Rich Snippets*<sup>ⓘ</sup>

Esta página fue modificada por última vez el 12 oct 2015 a las 19:57.

El texto está disponible bajo la **Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0**; podrían ser aplicables cláusulas adicionales. Léanse los **términos de uso** para más información. Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc., una organización sin ánimo de lucro.

Contacto

Política de privacidad   Acerca de Wikipedia   Limitación de responsabilidad   Desarrolladores   Declaración de cookies   Versión para móviles