

Practica 02-04 atributos enlaces y dofollow y nofollow

Nombre		Curso	
Apellidos		Fecha	

¿Cuál es la importancia de los links y las configuraciones Dofollow y nofollow?

Desde el principio de Google, el acto de recibir enlaces de otros sitios hacia el tuyo (principalmente sitios relevantes y con autoridad en la web) es uno de los principales factores de posicionamiento.

Además de recibir enlaces de otros sitios, es fundamental incluir en tus contenidos enlaces internos (para tu propia web) y enlaces externos (hacia otros sitios web).

Los enlaces internos ayudan en el link juice, generando conexión entre las páginas y los robots de Google y transmitiendo autoridad entre ellas. Pero google también considera los enlaces externos, que demuestran que el sitio forma parte de la comunidad online y alimenta el link building de calidad.

¿Qué es un link dofollow?

Los links dofollow son como votos de credibilidad. Las páginas que reciben este tipo de enlace, también reciben parte de la autoridad de la web que ha apuntado hacia ellas. Cuanto más links dofollow una página recibe, más importante se muestra para los motores de búsqueda y, por eso, mayor es la posibilidad de que aparezca en buenas posiciones en los resultados.

El dofollow funciona tanto para los enlaces internos como para los externos, al final, los enlaces que apuntas hacia tu propio sitio también te ayudan a mejorar tu posicionamiento en los resultados de búsquedas.

Por defecto, todos los links son dofollow, es decir, no es necesario añadir un atributo rel = "dofollow". Si tuvieras que editar su HTML, sería:

```
<a href="https://blog.example.com">Tu blog</a>
```

¿Cuándo debes usar link dofollow?

Utiliza el "dofollow" cuando vayas a indicar sitios relevantes, que realmente quieras guiar tu lector porque crees que pueden agregar contenido de valor a él.

Los motores de búsqueda aprecian que aportes información útil, así que haz lo posible para vincular webs interesantes. Recuerda que el algoritmo de Google, por ejemplo, no le da importancia a la cantidad, sino a la calidad de tus enlaces.



Diseño de Interfaces Web

Ciclo de Grado Superior Desarrollo de Aplicaciones Web
IES Playamar

Si enlazas un artículo relevante, tu artículo gana relevancia. Si ayudas al usuario, tu página estará bien posicionada. Así de simple.

Para dejar claro, Google prohíbe expresamente el uso del "dofollow" en posts pagos.

¿Qué es un link nofollow?

La diferencia entre links dofollow y nofollow, es que los enlaces que reciben el atributo nofollow indican a los buscadores todo lo contrario. Es básicamente una manera sencilla de decir a Google u otros buscadores que no sigan un determinado enlace.

El nofollow sirve como una forma de controlar la manipulación y posicionamiento indebido en los resultados de búsquedas. Google ha creado el atributo para evitar spam, debido a la existencia de muchos enlaces no confiables, y de ese modo facilitar la optimización de sitios seguros.

Cuando agregas el nofollow a tu enlace, lo que haces es no transmitir PageRank (autoridad) al destino, aunque los usuarios puedan accederlo.

Los enlaces nofollow tienen la siguiente estructura:

```
<a href="https://blog.example.com" rel="no follow" >Tu blog</a>
```

¿Cuándo debes usar link nofollow?

Usa nofollow en enlaces pagos, esta es una recomendación de Google.

Supongamos que inicias una campaña de publicidad pagada en sitios, portales y blogs, con todos los banners que enlazan a tu página. Esto es considerado Spam o Black Hat, una vez que no son backlinks conquistados a través de la calidad de tu sitio sino porque has invertido dinero.

De esta manera puedes perjudicar el posicionamiento de tu sitio en los motores de búsqueda. Por lo tanto, utiliza siempre el nofollow en el caso de enlaces pagos y evita la penalización.

Si no confías en el contenido, utiliza el nofollow. Si no puedes o no deseas valorar el contenido de las páginas para las que has creado vínculos en tu sitio (por ejemplo, comentarios de usuarios o información en el libro de visitas), debes utilizar nofollow en los enlaces. Esto también sirve para desalentar a los autores de spam que ataquen a tu sitio y ayudará a evitar que tu página pase PageRank a "vecinos sospechosos" en la web.

Otros ejemplos para el uso de nofollow:

- Contenido duplicado.
- Enlaces patrocinados.
- Enlaces de afiliación.
- Links de login o registro.
- Comentarios en foros.
- Links de downloads.

Links dofollow y nofollow: ¿cuál es el mejor?

Aunque después de leer todo esto, puedes estar imaginando que el link dofollow es más favorable, la respuesta es no — en realidad, ambos ayudan a tu sitio.

No podrás disfrutar del tráfico orgánico de Google si no usas estos tipos de enlaces: los dos son esenciales para el éxito a largo plazo de tu web.

Sin embargo, debes recordar que necesitas un equilibrio en los dos. Si todos tus enlaces son únicamente dofollow, Google y otros motores de búsqueda verán esto como manipulador y etiquetarán tus enlaces como spam, incluso si no hiciste nada sospechoso.

Por eso, lo recomendado es que tengas una distribución entre 30 y 40% para los links dofollow y 60 o 70% para los nofollow.

Conclusión

Es de suma importancia el uso correcto de las tags dofollow y nofollow para que Google no penalice tu sitio o blog.

Utiliza nofollow en comentarios, enlaces pagados, links de afiliados, webs no confiables, foros y todos los demás contenidos que no quieras indexar. En contenidos que apunten hacia tu propia página o sitios de calidad para tus lectores, siéntete libre para usar el dofollow.

Si quieres mejorar tu posicionamiento en los buscadores, deberás considerar los links dofollow y nofollow y todos los demás elementos de SEO.

Otros atributos de rel

Es un **atributo que describe la relación entre el recurso enlazado con el documento o ruta de destino**. Se usan diferentes tipos de enlaces en forma de lista no ordenada y espaciada.

Los siguientes son los valores que permite el atributo:

- **alternate**: hipervínculo que entrega una representación alternativa del recurso actual.
- **author**: enlace a una página que detalla el autor de la web o una forma de contactarlo.
- **bookmark**: indica que la página enlazada es un enlace permanente. Se usa generalmente para marcar el artículo o sección más cercano de la página.
- **external**: indica que el enlace se abrirá fuera de la página actual.
- **help**: enlace que lleva a una página con ayuda contextual de un elemento de la página o de la página completa.
- **license**: hipervínculo que lleva a un documento que describe la licencia *copyright* de la página web.
- **next**: enlace que lleva al siguiente recurso de una secuencia de documentos.

- **nofollow:** indica que el autor de la página actual no tiene relación, no respalda o no tiene control sobre el recurso enlazado.
- **noopener:** se usa para los enlaces que se abren en una pestaña nueva. Se creó como mecanismo de defensa para evitar que las nuevas pestañas obtengan información y control sobre la página original.
- **noreferrer:** se usa en conjunto con el atributo *noopener*. Le indica al navegador que no debe compartir la información de la web que enlaza el documento de destino.
- **opener:** al contrario de *noopener*, le indica al navegador que envíe la información de la página que enlaza el documento destino.
- **prev:** enlace que lleva al anterior recurso de una secuencia de documentos.
- **search:** hipervínculo que lleva a una página diseñada para realizar búsquedas sobre la página actual y sus recursos.
- **tag:** indica que el enlace se refiere a un documento que describe una etiqueta que se aplica al documento actual.

hreflang

Este **atributo de lenguaje** le indica al navegador en qué idioma debe mostrar el recurso. Cabe resaltar que este atributo es solo informativo.

//atributos de enlaces HTML

```
<a hreflang="en" href="version-ingles.html">Versión en inglés de Keepcoding</a>
```

type

Este atributo es únicamente informativo y nos indica el tipo de medio del recurso.

//atributos de enlaces HTML

```
<a href="imagen de portada.png" type="image/png">Imagen de portada</a>
```

target

El atributo *target* se usa para indicar dónde se debe abrir el recurso. Este atributo tiene los siguientes valores:

- **_blank:** el recurso se abre en una ventana o pestaña nueva. Depende de la configuración del navegador interpuesta por el usuario.
- **_parent:** abre el enlace en el contexto de navegación *parent*.
- **_self:** el recurso enlazado se abre en la misma pestaña de la página actual. Es decir, abandona la página original.
- **_top:** abre el enlace en el contexto de navegación más alto. Si no hay *parent*, este valor se comporta como *_self*.



Diseño de Interfaces Web

Ciclo de Grado Superior Desarrollo de Aplicaciones Web
IES Playamar

encabezado, una imagen o algún elemento del documento HTML.

Download

Atributo de tipo booleano que le indica al navegador si debe abrir el enlace o si, por el contrario, debe **descargar un archivo en la máquina del usuario**. Adicional a esto, el desarrollador web puede escoger el nombre con el que se guarda el archivo o dejarlo por defecto.

Descárgate la imagen de portada de Keepcoding

//atributos de enlaces HTML

```
<a download href="https://iesplayamar.es/wp-content/uploads/2024/09/inicio-escolar.jpg">Descárgate la imagen</a>
```

Si se quiere especificar un nombre para descargar el archivo, se debe escribir el valor así:

download=»nombre de archivo«

Practica

1. Añade la etiqueta nofollow a los enlaces de la practica anterior que consideres necesario
2. Añade la etiqueta download y type y a los tipo archivo a los enlaces de la practica anterior que consideres necesario