

UDA7ACT3

1- En un projecte web quins professionals poden intervindre?

Hui en dia, és habitual que un projecte compte amb un equip amb diferents rols professionals com: dissenyadors gràfics, maquetadors web, programadors, arquitectes d'informació, consultors d'accessibilitat, responsables de contenidors, experts en analítica web, en SEO, en SEM o en màrqueting online.

2- Que vol dir SEO i per a què s'usa?

SEO (Posicionament Orgànic en Cercadors) és el conjunt de tècniques per millorar la visibilitat d'un lloc web en els diferents motors de cerca com Google, Yahoo! o Bing.

L'objectiu és aparèixer en les primeres posicions de les pàgines de resultats dels buscadors. L'optimització en cercadors afecta únicament als resultats de busca orgànics, no als resultats pagats o patrocinats com en el cas de Google.

Millorar el posicionament orgànic d'una pàgina web per a una busca determinada augmenta les probabilitats que siga visitada per l'usuari que està realitzat eixa busca concreta.

3- Què vol dir SEM i per a què s'usa?

SEM (Màrqueting en Buscadors) és la disciplina que s'encarrega de la contractació, gestió i anàlisi dels enllaços patrocinats en els cercadors (com per exemple Google AdWords).

4- Indica si aquesta afirmació és verdadera o falsa i argumenta la resposta: "L'accessibilitat web fa referència a l'accés a la web de persones amb discapacitat"

Aquesta afirmació es falsa, ja que l'accessibilitat a la web és l'art per garantir que un lloc siga visitat pel major número de persones independentment de les limitacions personals que tinguen o per les limitacions derivades del seu entorn.

A més, les limitacions personals no sols es refereixen a una discapacitat, també poden derivar-se de l'edat, de la inexperiència tecnològica o de una incapacitat transitòria, també poden dependre del idioma i cultura de l'usuari, del nivell educatiu o de la localització geogràfica.

5) Què és el Googlebot?

Googlebot és el robot de Google que rastreja el contingut en Internet de manera continua i automàtica per a l'índex de Google, seguint els enllaços de les pàgines i indexant d'aquesta manera milers de milions de pàgines. És en d'aquest índex on realment realitzem les nostres busques.

6) Per què diguem que Googlebot és com un usuari que pateix ceguera?

Ja que és com un usuari més, amb problemes per accedir, interpretar e indexar el contingut, per això les tècniques que s'utilitzen per fer que la nostra web siga més accessible repercuteixen també en el posicionament de la nostra pàgina web.

7) Quina tècnica hauríem de seguir pel SEO el black hat SEO o el white hat SEO? Per què hauríem d'usar eixa i l'altra no?

Hauríem de seguir el white hat SEO, ja que aquestes són les bones pràctiques que utilitzen els professionals SEO i que són similars a les tècniques d'accessibilitat a la web. Al contrari, black hat SEO estan penalitzades per Google i són les responsables de la desconfiança de molts consultors tenen cap a les tècniques SEO.

8) Quants factors defineixen l'algorisme de Google?

Més de 200 factors defineixen l'algorisme de Google.

9) Enumera les tècniques més comunes que comparteixen l'accessibilitat web i el SEO explicant per a què són útils en cada cas per SEO o accessibilitat (no val copiar text s'haurà de comentar amb les vostres paraules).

- **Alternatives textuais per a elements no textuais:** per exemple per a les imatges, per a que proporcionen la informació o la funcionalitat que transmeten les imatges que inserim en el nostre lloc web.

Des de el punt de vista d'accessibilitat les persones amb qualsevol discapacitat les podran interpretar.

Des de el punt de vista de SEO, els buscadors sols poden interpretar text aleshores aquesta tècnica fa que els buscadors les puguin interpretar.

Es realitza inserint l'etiqueta **alt** en les imatges.

- **Títol i idioma de les pàgines:** totes les pàgines deurien de tindre un títol (etiqueta **title**) que descriga clarament la seua temàtica. A més ha de especificar-se la llengua de la pàgina (etiqueta **lang**)

Des de el punt de vista d'accessibilitat, els títols fan que els usuaris puguin identificar i saber clarament de que va la pàgina web, i diferenciar unes en altres.

Des de el punt de vista de SEO, els títols indiquen als buscadors de que va la pàgina, cosa que es important a l'hora de indexar-se. A més és el que es sol mostrar en els resultats de cerca, aleshores és el que fa que un usuari entre o no.

- **Enllaços:** el text dels enllaços deurien descriure el propòsit del enllaç, per saber on porta. Per diferenciar uns enllaços d'altres, s'afegix una descripció addicional amb l'etiqueta **title** de l'enllaç.

Des de el punt de vista d'accessibilitat, els usuaris saben on porta l'enllaç i ja és decisió seua entrar o no.

Des de el punt de vista de SEO, cuan més clars siguen els enllaços, més sabrà el buscador de que va la pàgina i posicionar-la per les claus que la defineixen.

- **Encapçalaments i marcat semàntic:** s'ha d'estructurar el contingut utilitzant un marcat semàntic adequat per a cada element (<p><h1>). I molt important no utilitzar etiquetes que tenen una finalitat per a elements que tenen una altra, com per exemple a un text normal posar un <h1> sols per a que siga més gran.

Tant des de el punt de vista d'accessibilitat i de SEO, els usuaris trobaran més fàcilment la informació dins de la pàgina.

- **Estàndards i separació entre contingut i presentació:** un criteri és la separació del contingut i presentació, les imatges decoratives deurien de posar-se per a separar el contingut de la presentació, desaconsellen les taules i es deu utilitzar text en compte de imatges de text.

Des de el punt de vista d'accessibilitat, els usuaris poden interpretar millor la nostra web.

Des de el punt de vista de SEO, fa que les pàgines es carreguen més ràpidament, que és un factor important per al posicionament.

- **Mapa web i navegabilitat:** proporcionar més d'un camí per localitzar la pàgina web per exemple amb un mapa web, incloure una barra de navegació semàntica.

Des de el punt de vista d'accessibilitat, milloren la navegabilitat als usuaris.

Des de el punt de vista de SEO, el robot de cerca ha de ser capaç d'arribar a totes les pàgines del nostre lloc web.

- **Llegibilitat:** que tot el text de la pàgina web s'entenga ajudant-se de imatges, definint abreviatures o acrònims.

Des de el punt de vista d'accessibilitat, beneficia a tots els usuaris sobretot als de discapacitat cognitiva o llenguatge.

Des de el punt de vista de SEO, quant més apropiat, clar i simple siga el nostre contingut, , més prop estarem en els resultats de cerca dels nostres visitants.