

### 1) En un projecte web quins professionals poden intervindre?

- Dissenyadors gràfics
- Maquetadors web
- Programadors
- Arquitectes d'informació
- Consultors d'accessibilitat
- Responsables de continguts
- Experts en analítica web, en SEO, en SEM, o en màrqueting online, etc.

### 2) Què vol dir SEO i per a què s'usa?

‘Search Engine Optimization’ o Posicionament Orgànic en Buscadors.

És el conjunt de tècniques per a millorar la visibilitat d'un lloc web en els diferents motors de cerca com Google, Yahoo! o Bing.

El seu objectiu es aparèixer en les primeres posicions de les pàgines de resultats dels buscadors (SERP) per a determinats termes de cerca rellevants segons la temàtica del lloc.

### 3) Què vol dir SEM i per a què s'usa?

‘Search Engine Marketing’ o Màrqueting en Buscadors.

Es la disciplina que s'encarrega de la contractació, gestió i anàlisi dels enllaços patrocinats en els buscadors.

### 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"**

Falsa, ja que les limitacions personals no impliquen sempre una discapacitat (visual, auditiva, motriu, neurològiques, cognitiva o de llenguatge).

Poden ser derivades de l'edat, d'inexperiència tecnològica o d'una incapacitat transitòria; tanmateix poden dependre de l'idioma i cultura de l'usuari, localització geogràfica i capacitats dels usuaris.

Les limitacions tecnològiques o les derivades del seu entorn poden ser molt diferents:

- Connexió lenta d'accés a Internet.
- Contaminació acústica.
- Escasses condicions de visibilitat.
- Navegació sense imatges o sense JavaScript.
- Navegació sense ratolí.
- Accés des de diferents dispositius, navegadors (i versions) o resolucions.

### 5) Què és el Googlebot?

El robot de cerca de Google, rastreja contingut en Internet de forma 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. En aquest índex on realment realitzem les nostres cerques.

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

Per què al ser un robot, no veu les imatges, ni els vídeos, ni veu les animacions que creem, es sord també per què navega sense tindre pluggins instal·lats, sense applets i sense javascript actiu, per tant, es impossible seguir els enllaços que depenen de javascript.

Per què hem que pensar que es un usuari més, un usuari amb discapacitat, per què els problemes que solen tindre per accedir, interpretar i indexar el contingut no siga diferent al que es tracta en l'accessibilitat 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?**

El **white hat SEO** és l'ús de les bones pràctiques, que gasten els veritables professionals SEO i que son similars en molts casos a les tècniques d'accessibilitat web.

**No** deuriem d'utilitzar la tècnica de **black hat SEO** ja que son les males pràctiques, que intenten aconseguir un posicionament poc lícit de les pàgines, aquestes son penalitzades per Google i son les responsables de la desconfiança que molts consultors d'accessibilitat tenen a les tècniques SEO.

### **8) Quants factors defineixen l'algorisme de Google?**

- El nombre de pàgines.
- Autoritat o temàtica de les pàgines que enllacen amb la nostra.
- La velocitat de càrrega del lloc o que li donen prioritat a les pàgines amb contingut propi, actualitzat i d'interès pels visitants.

### **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**

Les imatges han de tindre un text alternatiu per tal que done la informació de la imatge

#### **Des de el punt de vista d'accessibilitat**

- Persones amb ceguera, llegint la pantalla mitjançant un lector de pantalla.
- Persones sordes, sols podran llegir la informació textual alternativa, ja siga llenguatge de signes o subtítols.

#### **Des del punt de vista SEO**

Els cercadors al sols entendre text, podran interpretar i classificar els continguts textuais

#### **Títol i idioma de les pàgines**

<html lang='es'> → Espanyol en la pàgina

<html lang='ca'> → Català en la pàgina

#### **Des del punt de vista d'accessibilitat**

Indicar l'idioma de la web i els canvis d'idiome, els lectors de pantalla han de llegir en el idioma correcte sempre.

#### **Des del punt de vista de SEO**

Títol de la pàgina que done per sabut el que tracta la pàgina, especificant l'idioma també.

#### **Encapçalament i marcat semàntic**

S'ha de separar el contingut de la presentació de manera adequada sempre, gastant les etiquetes adequades per a cada part.

#### **Des del punt de vista d'accessibilitat**

Marcar les pàgines correctament, tenint en compte l'estructura del contingut independentment dels estils . Títols clars i descriptius

### **Des de el punt de vista de SEO**

Si la pàgina es pot llegir bé sense CSS els usuaris podran identificar si la pagina es correcta o no, per tant els robots de motor de cerca.

### **Estàndards i separació entre contingut i presentació**

Ús del llenguatge de marcat utilitzat d'acord a la seva especificació:

- Les imatges decoratives s'han d'incloure en el css.
- No es aconsellable fer ús de taules per a maquetar.
- S'ha d'utilitzar text en comptes d'imatges de text.

### **Des del punt de vista d'accessibilitat**

Separar el contingut de la presentació, utilitzar el text en comptes de les imatges va a assegurar que tots els usuaris que visiten la nostra pàgina puguin modificar el text per adequar-lo a les seves necessitats.

### **Des de el punt de vista de SEO**

Al separar el contingut de la presentació, la càrrega de les pàgines va a ser més ràpida, es a dir que serà millor valorada.

### **Mapa web i navegabilitat**

S'ha d'emprar més d'un camí per a la localització d'una pàgina web en el conjunt del lloc, es a dir, que hem fer ús de enllaços a totes les pàgines, les taules o un mapa web.

### **Des del punt de vista d'accessibilitat**

Al pensar en les persones que no tinguen totes les capacitats, hem de complir tots els requisits.

### **Des de el punt de vista de SEO**

Els robots de motors de cerques han de ser capaços d'arribar a totes les pàgines de la nostra web.

### **Llegibilitat**

Adequar les nostres pàgines per tal de que el nivell de lectura del text i la llegibilitat dels usuaris siga correcta. Es deu de clarificar el significat de les paraules que no son comunes.

S'ha d'explicar el significat dels acrònims o abreviatures per exemple amb el altre text, mitjançant l'atribut **TITLE** o **<abbr>** **<acronym>**

### **Des del punt de vista d'accessibilitat**

Beneficiar a tots els usuaris, fent especial èmfasi a les persones amb una discapacitat cognitiva o del llenguatge, amb problemes de memòria o que visquen en altres llocs del món.

### **Des de el punt de vista de SEO**

Si la pàgina conté el llenguatge més apropiat, clar i simple per al contingut del lloc, serà més probable de tindre les millors posicions en la pàgina de cerca dels navegadors.

Utilitzant paraules clau per a la pàgina, fent ús o prioritzant les coses més importants i quant més relevància de Google.