

Jornadas

posicionamiento



*Internet invisible*

Alicante 2004

Instituto Cervantes



**Evolución de un modelo distribuido de gestión de contenidos.  
Integración con bases de datos y cambio cultural de usuarios.**

**Pablo San Prudencio - Responsable Unidad de Desarrollo  
INSTITUTO CERVANTES**



Gestor de contenidos personalizado: El primer paso es simplificar el trabajo a los usuarios.

- Interfaz de introducción de información sencillo.
- Diseño y navegación consensuado por todos los centros.
- Información específica (actividades culturales, cursos de español, fondo bibliotecario) directamente desde base de datos.
- Hosting centralizado en la sede del Instituto Cervantes en Madrid.



Seguimiento en la introducción de información: Una vez creado el entorno se procede al volcado de contenidos.

- Se asigna un responsable de contenidos para cada centros. Es el interlocutor.
- Un perfil monitoriza el avance en la implantación de los sitios de los centros y controla la puesta en producción.
- Se crea un entorno para que los propios centros controlen las estadísticas de acceso.



## Problemas

- Baja presencia en Internet.
- Mal posicionamiento en los buscadores (Google).
- Muchos contenidos ocultos en bases de datos.

## Soluciones

- Incluir meta-datos en todas las páginas. (Title, keywords, description)
- Generar contenidos estáticos a partir de gestores de contenidos dinámicos.
- Lograr hacer visibles las bases de datos. Generar e indexar HTML con procesos automáticos.



- Se intenta acotar el problema eligiendo el centro de ROMA como laboratorio.
- Se identifican los problemas y las causas:
  - La página es totalmente dinámica. Toda la información se extrae de bases de datos y se muestra en páginas asp.
  - No se han incluido meta-datos con las palabras claves y la descripción del sitio.
  - Las actividades culturales, fondo bibliotecario, cursos de español, etc, están en BBDD que dificultan la indexación de los robots de los grandes buscadores.
  - No se indexan las revistas publicadas, están en formato pdf.
- Se crea un cuadro con los datos de posicionamiento e indexación, tomando como referencia Alexa y Google.



- FASE I – Se convierten todas las páginas dinámicas en estáticas (HTML).

Resultado: Indexación del primer (página de inicio) y segundo nivel (página de portada).

- FASE II – Se introducen metadatos en todas las páginas estáticas. (Title, Keywords, Description, index).

Resultado: No todos los buscadores indexan de igual forma y en algunos casos se logran mayores ratios de indexación al introducir metadatos (Altavista, Alltheweb, Yahoo).

- FASE III - Se introducen directivas para que los robots puedan direccionarse por todo el sitio.

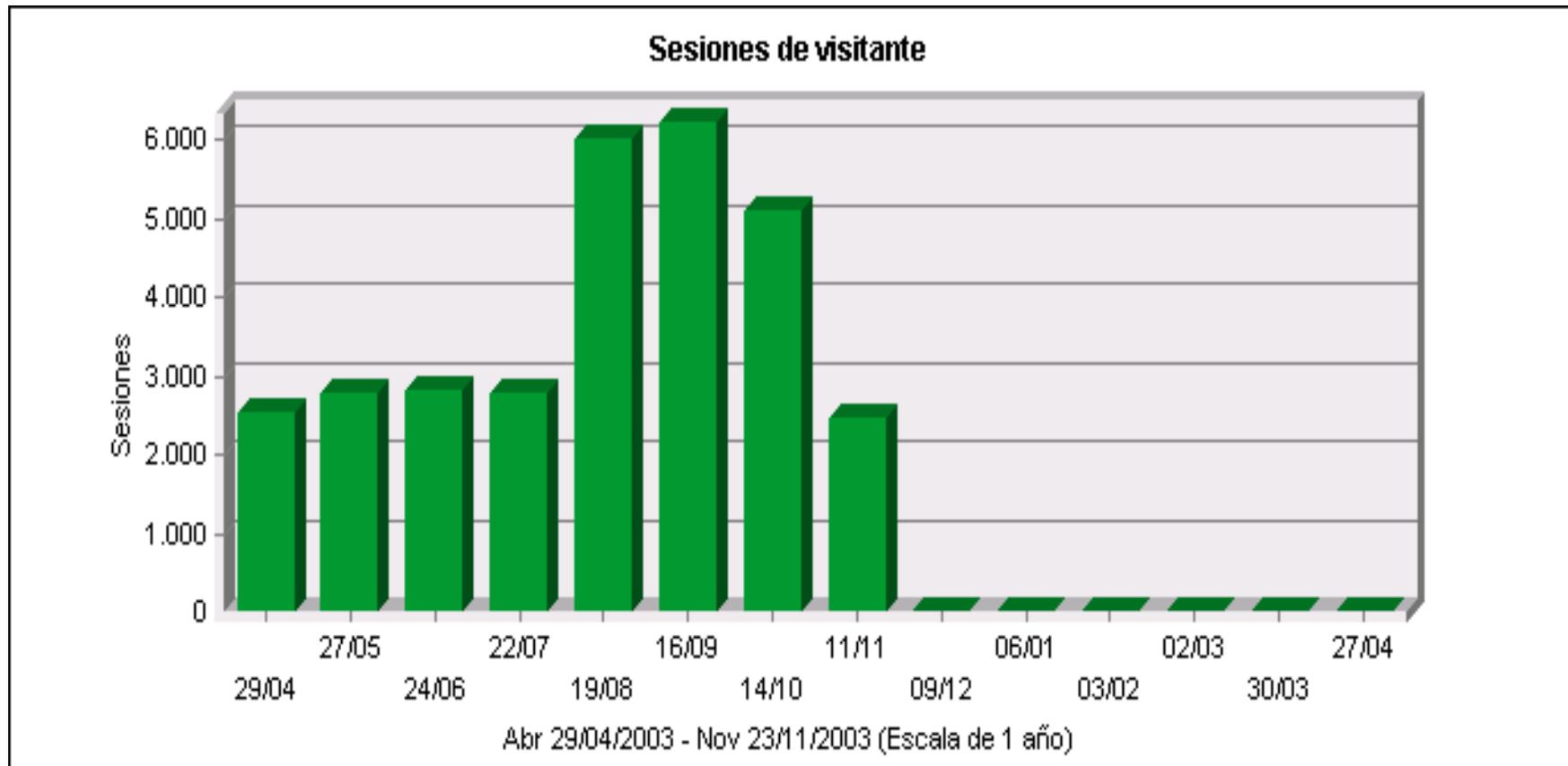
Resultado: El número de páginas indexadas se disparó, pasando de 20/30 páginas a 280.

- FASE IV – Lograr indexar formatos estándar (PDF). Se generan los pdf's con el Adobe Acrobat Writter Distiller.

- FASE V – Hacer visibles las distintas Bases de Datos.



- Se logra un incremento notable en el acceso a las páginas del Instituto Cervantes de ROMA.





## **FASE V – Hacer visibles las distintas Bases de Datos.**

### Bases de datos ORACLE: (Actividades Culturales, Cursos de Español)

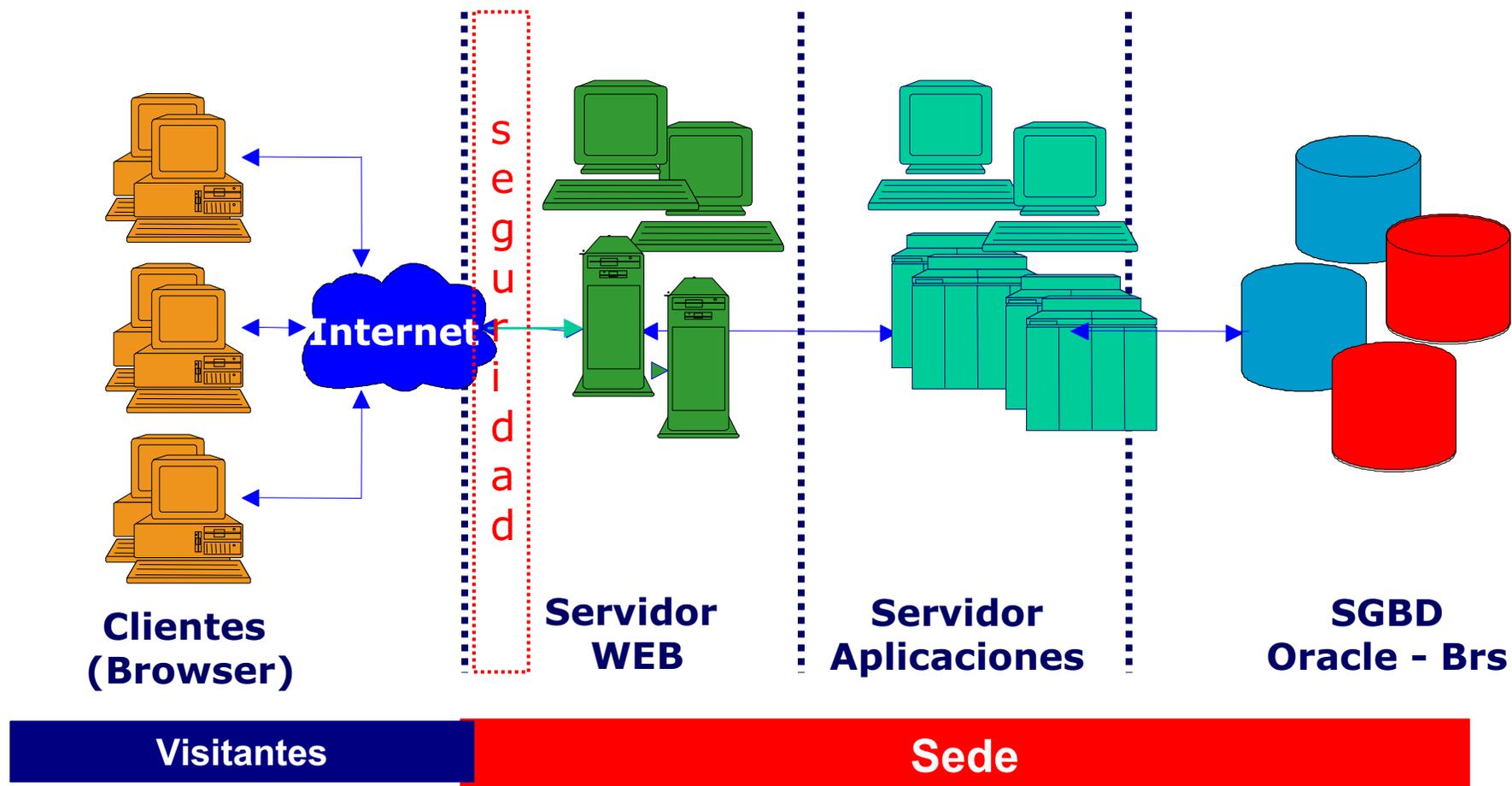
- 1.- Se identifican todas las páginas dinámicas que tiene el sitio.
- 2.- Se realiza un entorno de gestión para los metadatos.
- 3.- Utilizando asp´s se extraen los contenidos de las páginas dinámicas y se genera código HTML estático, se incrustan los metadatos en todas las páginas generadas.
- 4.- Se gestionan y introducen los enlaces ocultos (hidden).

### Bases de datos BRS: (Catálogo Bibliotecario)

- 1.- Se define un fichero de intercambio con la información que se quiere mostrar en las fichas.
- 2.- Se lanza un proceso en modo NATIVE de BRS para volcar toda la información existente en la base de datos al fichero de intercambio.
- 3.- Utilizando asp´s se extraen los datos del fichero de intercambio y se generan tantas páginas HTML como registros hay en la base de datos. El proceso es automático, y se generan un total de 37.000 páginas.
- 4.- Se crea un índice alfabético para lograr gestionar todas las páginas.
- 5.- Se introducen directivas HTML para lograr la indexación.



### Infraestructuras.





### RESULTADOS :

- Mayor presencia en los buscadores.
- Incremento en el número de accesos.
- Mayor rendimiento de los servidores.
- Menor número de peticiones a las bases de datos.
- Incremento en la seguridad.



## Cambio Cultural:

- Los usuarios de los centros reconocen Internet como un medio válido de comunicación.
- Se orienta la oferta a la demanda.
- Se crean entornos personalizados para alumnos.
- Contenidos multimedia (video, audio, retransmisión en directo)
- La estrategia de marketing se plantea desde el propio centro.
- Los centros crean sus propios contenidos. (Exposiciones virtuales, congresos, fondo fotográfico).