

ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON HERRAMIENTAS SEO. COBERTURA INFORMATIVA DE LOS PREMIOS OSCAR 2017

CARLOS LOPEZOSA Y LLUÍS CODINA



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Departament
de Comunicació
Grup DigiDoc

El profesional de la
información

INFORME DIGIDOC - EPI
NS PCI02/2017

Este informe forma parte de la colección Proyecto Comunicación Interactiva: "Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos". CSO2015-64955-C4-2-R (MINECO/FEDER), Ministerio de Economía y Competitividad, España. NS PCI02/2017



Contacto:

Grupo de investigación DigiDoc

Universitat Pompeu Fabra

Roc Boronat, 138, desp. 53.802

08018 Barcelona

rafael.pedraza@upf.edu

lopezosac@gmail.com

<http://www.upf.edu/digidoc>

<https://portal.upf.edu/web/digidoc/editorial-digidoc>

<http://gci.upf.edu>

Forma recomendada de citación:

Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís (2017). *Análisis de posicionamiento en medios de comunicación con herramientas SEO. Cobertura informativa de los premios OSCAR 2017*. Serie DigiDoc-EPI, n. 2. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación; Ediciones Profesionales de la Información SL. ISBN: 978 84 697 8798 4

Este documento está sujeto a una licencia Reconocimiento 4.0 Internacional Creative Commons.



Sobre los autores

Carlos Lopezosa es investigador del Programa de Doctorado del *Departamento de Comunicación* de la *Universitat Pompeu Fabra (UPF)* y colaborador del *Grupo de Investigación DigiDoc*. Su tesis doctoral está centrada en el estudio de los factores de posicionamiento de sitios intensivos en contenidos, y en especial de cibermedios, así como en la evaluación de herramientas de análisis SEO. Es especialista en sistemas de monetización basados en estrategias de contenidos de calidad. Profesor del *Máster Online en Buscadores y SEO/SEM* de la *Barcelona School of Management* de la *UPF*.
<http://orcid.org/0000-0001-8619-2194>
<https://www.directorioexit.info/ficha4659lopezosac@gmail.com>

Lluís Codina es profesor de Documentación Periodística y Audiovisual en la *Facultad de Comunicación* de la *Universitat Pompeu Fabra (UPF)*. Coordina el Seminario de Investigación del *Grupo de Investigación DigiDoc* y forma parte del equipo de dirección, como segundo IP, del proyecto de investigación del Plan Nacional de I+D+I sobre Comunicación Interactiva dentro del que se inscribe este entregable. Es coordinador del *Máster Universitario en Comunicación Social (MUCS)* de la *UPF*.

<https://orcid.org/0000-0001-7020-1631>

<http://www.lluiscodina.com>

lluis.codina@upf.edu

Análisis de posicionamiento en medios de comunicación con herramientas SEO. Cobertura informativa de los premios *Oscar* 2017

Title

Analysis of positioning in communication media with SEO tools. Information coverage of *Oscar* awards 2017

Resumen

Características generales del SEO (search engine optimization) aplicado a medios de comunicación. Análisis comparativo de dos cybermedios vinculados con la información periodística de cine y televisión: *Fotogramas* y *Cinemanía*. Análisis de datos globales de posicionamiento. Análisis comparativo de posicionamiento por palabras clave relacionadas con la cobertura de los premios Oscar de 2017.

Palabras clave

Posicionamiento web; SEO; Periodismo cultural; Cine y televisión; Documentación audiovisual; Análisis comparativos; *SEMRush*; Herramientas de análisis; Análisis de palabras clave.

Abstract

General characteristics of SEO applied to media. Comparative analysis of two cybermedia linked to film and television journalistic information: *Fotogramas* and *Cinemanía*. Analysis of global positioning data. Comparative analysis of positioning by keywords related to the coverage of the 2017 *Oscars*.

Keywords

Web positioning; SEO; Cultural journalism; Film and television; Audiovisual documentation; Comparative analyzes; *SEMRush*; Analysis tools; Keyword analysis.

Índice

PRIMERA PARTE: FUNDAMENTOS Y ASPECTOS CONCEPTUALES

1. Introducción	7
1.1. Hipótesis de partida	7
1.2. Preguntas de investigación	8
2. Sitios intensivos en contenidos	9
3. SEO y medios de comunicación	10
3.1. El periodismo del sector audiovisual: <i>Fotogramas</i> y <i>Cinemanía</i>	12
3.1.1. <i>Fotogramas</i>	13
3.1.2. <i>Cinemanía</i>	14
3.2. <i>SEMRush</i>	15
3.3. Terminología	16

SEGUNDA PARTE: RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS GLOBALES

4. Resultados	17
---------------	----

TERCERA PARTE: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PALABRAS CLAVE EN LA INFORMACIÓN SOBRE LOS OSCAR

5. Conclusiones	42
6. Bibliografía citada y consultada	44

PRIMERA PARTE: FUNDAMENTOS Y ASPECTOS CONCEPTUALES

1. Introducción

Los medios de comunicación digitales, a veces denominados cibermedios (particularmente en el contexto académico), presentan un amplio número de dimensiones de análisis en base, precisamente, a esta naturaleza digital, siendo una de ellas la de su visibilidad en el ecosistema de Internet.

El objeto de estudio de este trabajo es la visibilidad de dos cibermedios vinculados con la información del sector audiovisual, o dicho de otro modo, vinculados con el periodismo sobre cine y la televisión. Concretamente, se trata de dos de los cibermedios españoles más importantes por su calidad y su influencia general: *Fotogramas* y *Cinemanía*.

Para este estudio, hemos elegido la información sobre los premios Oscar de 2017 de los medios mencionados y su visibilidad respectiva en la página de resultados de *Google*.

El estudio se llevó a cabo analizando primero: las características principales de visibilidad de dos cibermedios, *Fotogramas* y *Cinemanía* en la tercera semana de febrero de 2017, y después: resultados de búsqueda de palabras clave desde el día 1 hasta el día 5 de marzo de 2017.

El objetivo de este trabajo era doble: por un lado, llevar a cabo un análisis comparativo

de la visibilidad en la Web, incluyendo aspectos de posicionamiento web o SEO (search engine optimization) de ambos medios. En segundo lugar, explorar las posibilidades de análisis de una de las herramientas más utilizadas por los profesionales del SEO, *SEMRush*.

1.1. Hipótesis de partida

La primera hipótesis general de esta clase de trabajos es que las herramientas de análisis SEO como la indicada, utilizadas de forma preferente en el ámbito del comercio electrónico, pueden ser de utilidad en el estudio de los cibermedios, y en particular en el estudio de su visibilidad y encaje en el contexto digital.

La segunda hipótesis es que, dadas las características de Internet y los hábitos de búsqueda y consumo de información de los internautas, tal vez, nos guste o no, no siempre el mejor periodismo proporciona una mejor visibilidad.

Otra forma de enfocar esta hipótesis de partida es que el mejor periodismo también necesita el mejor SEO. La simple razón es que la oferta de información en Internet es realmente inmensa.

Por lo tanto, no solamente es necesario producir contenidos de calidad, algo que se supone a los mejores cibermedios, sino adoptar además políticas de visibilidad y posicionamiento, o sea, de SEO/SEM.

1.2. Preguntas de investigación

Para poder guiar nuestro análisis, las preguntas de investigación fueron las siguientes:

1. ¿Hasta qué punto es factible utilizar un sistema de análisis SEO para llevar a cabo un análisis comparativo de posicionamiento de dos cibermedios relacionados con el periodismo sobre cine y televisión?
2. En caso que la respuesta anterior fuera afirmativa, la pregunta entonces, es ¿qué clase de información podemos obtener de estas herramientas y hasta qué punto se trata de una información articulada o rica en dimensiones y aspectos de análisis?
3. ¿Existe la posibilidad de discernir, en su caso, entre sitios que llevan a cabo un buen periodismo y sitios que llevan a cabo un buen SEO? Dicho de otro modo: para obtener la mejor visibilidad, ¿basta un buen periodismo o es necesario además el mejor SEO posible?

Como se puede apreciar, las tres preguntas anteriores son una forma articulada de expresar nuestras dos hipótesis iniciales en el caso de un análisis llevado a cabo con una herramienta SEO.

En lo que sigue, primero haremos algunas consideraciones sobre los medios intensivos en contenidos, los cibermedios y el SEO aplicado a la comunicación, para pasar después a mostrar los resultados, y finalizaremos con su discusión y unas conclusiones.

2. Sitios intensivos en contenidos

Los sitios intensivos en contenidos (SIC), de acuerdo con la caracterización que se lleva a cabo de ellos en **Pérez-Montoro y Codina (2017)** son una clase de sitios web que se caracterizan, por los siguientes rasgos:

- Proporcionan grandes volúmenes de información, como de forma transparente indica su nombre.
- Tal información se caracteriza, a su vez, por una elevada calidad general, de lo contrario no tendrían ninguna relevancia social, ni interés para su consideración.
- Con frecuencia esta información incluye componentes multimedia, en especial fotografías, pero también audio y vídeo.

Entre los SIC destacan de forma especial los siguientes tres tipos de sitios:

Museos

Universidades

Medios de comunicación

Para nuestro grupo de investigación *DigiDoc*, al que están vinculados los autores, son de gran interés estos tres tipos de sitios, pero de forma especial los medios de comunicación, también llamados cibermedios, motivo por el cual los hemos elegido como objeto de estudio tal como hemos justificado en la Introducción.

3. SEO y medios de comunicación¹

La pregunta que nos podemos hacer, en este contexto, es: ¿existe un SEO diferenciado para informaciones periodísticas o para medios de comunicación? La respuesta corta es que sí. La larga exige algunas apreciaciones que presentamos a continuación:

Lo primero que cabe señalar es que existe un **marco general** que es común para (casi) cualquier clase de SEO, y esto incluye a los medios de comunicación.

Este marco común está formado, por una parte, por (1) los algoritmos del buscador **Google** y de las **redes sociales**, y (2) por el así llamado **SEO técnico**.

Los algoritmos de *Google* son los que establecen uno de los marcos principales, dado que el objetivo de las acciones SEO es que la mayor cantidad posible de páginas de un sitio queden posicionadas entre los primeros resultados de *Google* para el mayor número posible de palabras clave.

A grandes rasgos, estos algoritmos se aplican a los contenidos de cada página web, o **SEO on page**, y a los hiperenlaces de entrada de la página considerada, o **SEO off page**.

Por su parte, el **SEO técnico** está relacionado

con el uso de metadatos adecuados, el uso de lenguajes como HTML y CSS, la adaptación a la web móvil, el uso de protocolos de seguridad y la velocidad de carga entre otros aspectos.

Los dos conjuntos de elementos señalados (los algoritmos de *Google* y el SEO técnico) afectan por igual, o sensiblemente por igual, a todos los sitios web, sean del género o contenido que sean.

Sin embargo, en algunas cuestiones importantes hay diferencias también importantes. Por ejemplo, en el SEO técnico los medios de comunicación deben utilizar de forma imperiosa formatos especiales para las redes sociales (*Instant Articles*, p.e.) y para los buscadores (AMP, accelerated mobile pages). También les afectan diferencias en los llamados sitemaps y en los metadatos.

Pero lo cierto es que también hay diferencias importantes en el SEO de contenidos, como intentaremos argumentar más adelante. Las diferencias consisten en muy diversos factores o dimensiones que afectan de forma especial a los medios de comunicación (y no a otras clases de sitios web).

1. Para este apartado nos hemos basado ampliamente en Codina, Gonzalo-Penela, Pedraza-Jiménez y Rovira, 2017

No de todos ellos nos podemos ocupar aquí, pero los mencionamos para dar una idea de las diferencias de contexto y naturaleza que afectan a los cybermedios en su relación con el SEO y la visibilidad en Internet. De acuerdo con nuestros análisis, los más característicos son los siguientes:

- **Sitios intensivos en contenidos (SIC).** En primer lugar, los medios de comunicación forman parte de los así llamados sitios intensivos en contenidos, como dijimos antes. Lo que esto significa, entre otras cosas, es que buena parte del SEO de contenidos y de la investigación de palabras clave tiene un significado distinto del de, por ejemplo, el SEO de una tienda online o de una tienda física, así como del SEO de la mayor parte de las empresas de bienes y servicios. Por supuesto, se diferencia también, y aún más, del SEO orientado únicamente a la monetización de sitios web.
 - En los SIC, la producción de contenidos no surge como una parte del SEO, sino como una parte fundamental de la misión del sitio. Dicho de otro modo, aún sin aplicar ninguna clase de medida SEO, los SIC deben producir contenidos como parte de su misión. En este contexto, el SEO debe ajustarse a las necesidades de producción de tales contenidos, y no al revés. Afecta también a cuestiones como la llamada canibalización de palabra clave, pero también en aspectos de *internal linking*, etc.
 - **Rol central de las taxonomías.** Como consecuencia de lo anterior, las taxonomías juegan un rol especialmente importante en los SIC en general, y en los medios de comunicación o cybermedios en especial.
- Un sistema taxonómico especialmente bien mantenido y gestionado proporciona una navegación clara, pero también un potente impacto en el SEO. Aquello que en sitios de comercio electrónico es un claro problema: la existencia de diversas páginas sobre el mismo contenido (canibalización de palabras clave) en los medios de comunicación es una virtud gracias a las taxonomías.
- **Doble condicionante.** En los medios de comunicación hay un doble marco condicionante para los contenidos:
 - Los principios periodísticos, que incluyen el respeto al libro de estilo de cada medio y a los principios generales de ética periodística.
 - Los principios SEO
 - **Prevalencia de los principios periodísticos.** Lo que esto significa es que, en condiciones ideales, ambos principios, periodísticos y SEO, pueden confluír y alinearse para favorecer la visibilidad del sitio, pero si entran en contradicción los que deben prevalecer son los periodísticos.
 - **Formatos especiales.** Los medios de comunicación deben utilizar formatos especiales para que sus noticias reciban un trato adecuado en las redes sociales, en particular en *Facebook* y en la página de resultados de *Google*. Para el caso de *Facebook* deben utilizar el llamado *Instant Articles* y en el de *Google*, el AMP. Los CMS o gestores de contenidos utilizados por los medios de comunicación, en tal caso, deben estar en condiciones de servir las noticias en esos formatos, sin necesidad de que los redactores hagan noticias distintas para cada plataforma.

- **Adaptación a la web móvil.** La adaptación a las pantallas de la web móvil es cada vez más importante para cualquier clase de sitio web, pero en el caso de los medios de comunicación es un imperativo categórico.
- **White hat y black hat SEO.** Si nunca es recomendable aplicar medidas de las llamadas black hat SEO en ninguna circunstancia, en el caso de los cibermedios sería suicida (además de antiético) para el medio. Los medios de comunicación necesitan una buena reputación para tener audiencia, y las formas rápidas de conseguir enlaces o visibilidad no le sirven para nada; al revés, puede significar su ruina porque los medios de comunicación tardan en labrar su reputación y en construirse como marca de confianza, de modo que no pueden arriesgarse a tirar por la borda un trabajo de meses y años y tener que empezar desde cero con otro dominio.

3.1. El periodismo del sector audiovisual: *Fotogramas* y *Cinemanía*

El audiovisual en su conjunto es uno de los sectores más importantes en la mayor parte

de los países avanzados. Tiene dimensiones e implicaciones muy diversas: en primer lugar, en algunos países, como es el caso de España, es un sector económico de primer orden.

Por supuesto, también es uno de los principales sectores culturales, no solamente por la importancia intrínseca de toda manifestación artístico-cultural, sino también por su enorme impacto social y popular.

Por último, pero no menos importante para nosotros, da pie a uno de los sectores más importantes del periodismo cultural. Tal importancia se manifiesta en la existencia de diversos medios de comunicación cuyo tema central son el cine y la televisión.

La mayoría de estos medios dispone de versiones digitales, concretamente, en forma de sitios web. Por este motivo, para nosotros los cibermedios vinculados a la información periodística sobre el cine y la televisión son un objeto de estudio de primer orden para la Documentación Audiovisual.

En el caso de este trabajo hemos seleccionado dos cibermedios. El primero, *Fotogramas*, por ser uno de los medios más antiguos de nuestro país (probablemente, el más antiguo) y a la vez de mayor prestigio periodístico. El segundo, *Cinemanía* por ser un medio que estuvo vinculado con uno de los grupos de prensa más importantes de nuestro país, *Prisa*, así como su calidad periodística intrínseca, como es el caso también del primer medio.

3.1.1. Fotogramas



Fotogramas, tal como informa *Wikipedia* en su artículo correspondiente (echamos en falta una información propia en la página de créditos de la revista), fue fundada en Barcelona por Antonio Nadal-Rodó en 1946. Por este motivo creemos que de las revistas actuales dedicadas a cine y televisión es la más antigua.

Después de diversas etapas y formatos (incluyendo el paso por diversas periodicidades) pasó a ser una revista mensual. En su momento, hace ya varios años, apareció también en forma de cibermedio con el sitio web www.fotogramas.es. Actualmente es propiedad de la empresa *Hearst España*, y su director es Toni Ulled Nadal.

3.1.2. Cinemanía



En el caso de *Cinemanía*, la información corporativa, salvo datos técnicos, brilla por su ausencia, una carencia que no dejamos de lamentar, en especial en el caso de sitios web de empresas periodísticas.

Wikipedia, en su artículo correspondiente informa que fue fundada en 1995, y desde su inicio como parte del *Grupo Prisa*. A mediados de 2015 el Grupo vendió la revista.

3.2. SEMRush



SEMRush, la herramienta con la que hemos llevado a cabo los análisis, es una de las más utilizadas por los profesionales del sector SEO/SEM, y una de las mejor reputadas, contando con un destacado panel de usuarios de diversos sectores económicos.

Los especialistas suelen destacar al menos dos cosas de la misma: su amplio conjunto de herramientas y su facilidad de uso. Su página de créditos indica lo siguiente:

SEMRush started out in 2008 as a small group of SEO and IT specialists united by

one mission — to make online competition fair and transparent, with equal opportunities for everyone. After seven years of trailblazing experiments and constant progress, we've grown into the world's leading competitive research service for online marketing. Having traveled the path from a small startup to a big international company, we at *SEMRush* are still loyal to the fundamental values that got us to where we are now — adapting to change over following a strict plan and always placing individuals over processes.

3.3. Terminología

En nuestrostrabajos sobre el SEO y la visibilidad de la información periodística solemos invocar el siguiente conjunto de términos, que en este

caso basamos (con diferencias cosméticas) en las que se ofrecieron en **Codina, Gonzalo-Penela, Pedraza-Jiménez y Rovira, 2017**:

Término	Aclaración
Cibermedio	Un sitio web dedicado a publicar noticias de actualidad con utilización de criterios periódicos y que dispone de un equipo de redactores profesionales. Sinónimos: Publicación periódica digital, prensa electrónica, medio de comunicación online, etc.
Posicionamiento web	Posicionar alguna cosa es darle un lugar óptimo. En el caso de Internet, el término posicionamiento web consiste en la capacidad de un medio para aparecer en las primeras posiciones de un buscador. Este posicionamiento es siempre para determinadas palabras clave, así como su visibilidad en redes sociales.
SEO= <i>search engine optimization</i>	El SEO como <i>search engine optimization</i> es el que se centra en la visibilidad en las páginas de resultados de los buscadores. Es, por cierto, el que dio origen al término, y por eso sigue usándose incluso cuando el SEO se refiere a otras clases de visibilidad, como la que proporcionan las redes sociales.
SEO= <i>search experience optimization</i>	El SEO entendido como optimización de la <i>experiencia</i> de búsqueda incluye la visibilidad en redes sociales, así como aspectos de optimización basados en la arquitectura de la información y el uso de taxonomías, sin dejar de lado el aspecto de los buscadores, pero en este caso como un componente más, y no como el centro exclusivo del SEO. En este trabajo, si no se indica lo contrario, SEO siempre lo usamos en este sentido.
SEM	Son las siglas de <i>search engine marketing</i> , o sea, optimización del marketing en motores de búsqueda
Redes sociales	Entendemos por tales a plataformas online como <i>Twitter</i> y <i>Facebook</i> . Su importancia para el SEO, el SEM, la buscabilidad y la visibilidad derivan de su utilización creciente como sistemas de filtrado y agregación de noticias de actualidad.
Anchor (anclaje) Anchor text (texto de anclaje)	Porción de texto o imagen que cuando el usuario hace clic en ellos activa un hiperenlace. Por ejemplo, el texto siguiente es el anclaje o anchor que, si hace clic en el mismo, nos lleva al sitio de la PBS . En este hiperenlace, el <i>anchor text</i> es PBS. En SEO el anchor text es de importancia vital porque Google considera que este texto forma parte de la identidad de la página enlazada.
Enlaces <i>dofollow</i> y <i>nofollow</i>	Los enlaces que parten de un sitio pueden tener un atributo <i>dofollow</i> o <i>nofollow</i> . En el segundo caso implica que <i>Google</i> no seguirá el enlace y por tanto, no servirá para añadir autoridad a la página que enlaza. Los enlaces que no son <i>nofollow</i> se denominan enlaces <i>dofollow</i> (o simplemente <i>follow</i>) y son los enlaces que <i>Google</i> sigue y utiliza para añadir autoridad a una página.
Backlinks (enlaces de entrada)	Enlaces que recibe una página procedentes de otras páginas. Si la página A enlaza a la página B, se dice que la página B tiene un <i>backlink</i> (de A). También se denominan enlaces de entrada. La autoridad de un sitio se consigue por el número y la calidad de los enlaces de entrada o <i>backlinks</i> que consigue. A partir de esa autoridad, será más probable que tenga visibilidad en los buscadores.
Referrals (referencias)	Los referrals son los sitios que envían enlaces a otro sitio. Por tanto, <i>referrals</i> y <i>backlinks</i> se refieren al mismo fenómeno, aunque desde diferentes puntos de vista.

SEGUNDA PARTE: RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS GLOBALES

El estudio se llevó a cabo analizando primero las características principales de visibilidad de dos cybermedios, *Fotogramas* y *Cinemanía* en la tercera semana de febrero de 2017; y después se analizaron resultados de búsqueda de palabras clave desde el día 1 hasta el día 5 de marzo de 2017.

Fotogramas

Datos previos a los Oscar del dominio *Fotogramas.es*, 26 de febrero 2017. Auditoría SEO general en la web: descripción de los principales resultados, keywords posicionadas, *linkbuilding*, etc.



Imagen 1. Visión general de *Fotogramas*. 473.000 puntos de búsqueda a nivel general. 369.000 enlaces de entrada. No estaban haciendo campañas de *AdSense* ni *Adwords*.



Imagen 2. Tráfico de palabras clave. La mitad aproximadamente proviene de España. El tráfico orgánico tiene una subida muy alta que cae para luego subir. Este dibujo en M es muy habitual cuando se publica más contenido del habitual ¿puede deberse a los Oscar? Posee 140.322 palabras clave. Destacan: Películas (posición 5), estrenos de cine (posición 4), *Outlander* (posición 2), mejores películas de la historia (posición 1), *Juego de tronos* (posición 12)



Imagen 3. Destacan sus principales competidores según el análisis automático de esta herramienta. En orden: *Filmaffinity*, *Sensacine*, *Decine*.

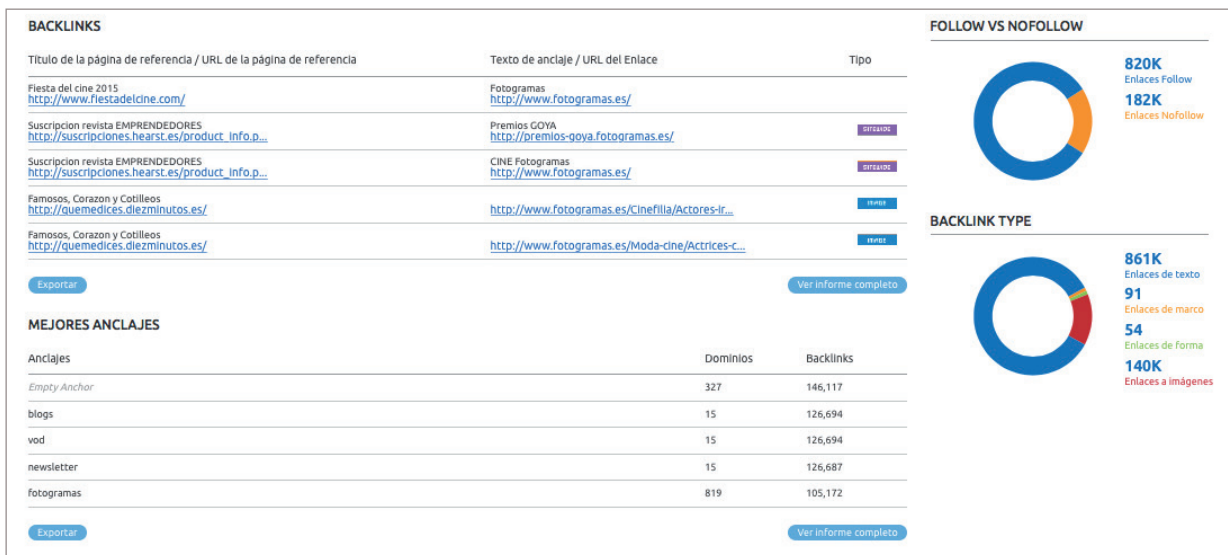



Imagen 4. El porcentaje de enlaces *follow* y *nofollow* es bastante coherente: 820.000 enlaces *follow*, 182.000 enlaces *nofollow*. Los *anchor texts* más importantes se asocian a la marca "Fotogramas" y no a películas, por lo que se deduce que o bien no actúan directamente sobre su *SEO off page* o que gracias a su autoridad reciben enlaces a *Fotogramas* sobre todo como referencia a la revista y a la marca.

DOMINIOS DE REFERENCIA				PÁGINAS INDEXADAS			
Dominio raíz	Backlinks	IP / País		Título y URL	Dominios	Backlinks	
hachette.es	609,560	62.37.234.231		Cine - Estrenos - Películas - Fotogramas http://www.fotogramas.es/	785	152,420	
diezminutos.es	153,375	62.37.234.231		http://blogs.fotogramas.es/	17	97,302	
consejodemallorca.net	28,284	213.201.84.225		Actrices con maquillaje vs sin maquillaje, ¿tanto cambian? - Estilo - Fotogramas http://www.fotogramas.es/Moda-cine/Actrices-con-maquillaje-v-...	10	55,777	
cosmohispano.com	17,279	62.37.234.231		Actores irreconocibles en sus papeles - CineFilia - Fotogramas http://www.fotogramas.es/CineFilia/Actores-irreconocibles-en-...	10	53,083	
plataformaonline.com	13,898	82.165.194.41		'El fugitivo' y otras 49 portadas míticas - TV http://teleprograma.fotogramas.es/programas-tv/2016/abril/tp_...	4	40,824	

LATEST ADVERTISERS (243)				PÁGINAS DE ATERRIZAJE (682)			
Latest Advertisers	Anuncios Texto / Medios			Página de aterrizaje	Veces visto		
facebook.com	138	57%	41%	http://www.facebook.com/campaign/landing.php?&camp...	29		
play.google.com	104	100%	0	https://www.facebook.com/campaign/landing.php?&cam...	27		
seasonepisode.watch	11	0	100%	http://www.facebook.com/campaign/landing.php?&camp...	18		
clickserve.dartsearch.net	17	47%	53%	http://www.facebook.com/campaign/landing.php?&camp...	17		
lawverclistings.avvo.com	19	100%	0	http://www.facebook.com/campaign/landing.php?&camp...	13		

Imagen 5. Un total de 682 páginas de aterrizaje, muchas de ellas asociadas a Facebook, lo que constata que se han llevado a cabo campañas de la comunidad en esta red social, con landing pages a la web.


ANUNCIOS DE TEXTO DE MUESTRA (387)

[Regístrate en Facebook®](#)
 **Facebook.com**
 ¡Únete gratis a la mayor comunidad online del mundo y disfruta!

[Regístrate en Facebook®](#)
 La mayor comunidad mundial en línea ¡Únete gratis y disfrútalo!


[Regístrate en Facebook®](#)
 ¡Únete gratis a la mayor comunidad online del mundo y disfruta!

ANUNCIOS DE MEDIOS DE MUESTRA (273)




Conéctate con tus amigos y tu familia hoy

facebook ¡Crea un Perfil Hoy!




Conéctate con tus amigos y tu familia hoy

facebook



Conéctate con tus amigos y tu familia hoy

facebook ¡Crea un Perfil Hoy!



facebook Exprésate [Regístrate](#)

Imagen 6. Anuncios de texto (imagen no representativa)



Imagen 7. Posición de *Fotogramas* en resumen. Datos principales: 141.000 palabras clave posicionadas entre top 1y top 100. 473.000 puntos de *SEMrush*. 128.000 euros de coste estimado de tráfico. Interesante tener en cuenta la curva de la gráfica en forma de M con pico alto que después baja para después volver a subir de nuevo. Es posible que sea por un aumento en la publicación motivado por más contenido del habitual en relación a la fecha de los *Oscar*.

<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↓	Volumen ↓	KD ↓	CPC (USD) ↓	URL	Tráfico, % ↓	Costes % ↓	Com. ↓	Resultados ↓	Tendencia
<input type="checkbox"/>	sorpresa sorpresa mermelada	1	30	83.83	0.00	www.fotogramas.es/melada	< 0.01	0.00	0.00	222,000	
<input type="checkbox"/>	lucas internado	1	40	85.60	0.00	www.fotogramas.es/emado	< 0.01	0.00	0.10	452,000	
<input type="checkbox"/>	estrenos peliculas de terror	1	40	78.47	0.00	www.fotogramas.es/n-2017	< 0.01	0.00	0.01	-	
<input type="checkbox"/>	peliculas porno reales	1	50	74.23	0.00	www.fotogramas.es/o-real	< 0.01	0.00	0.00	1,640,000	
<input type="checkbox"/>	actores de csi las vegas	1	210	92.38	0.00	www.fotogramas.es/Vegas	0.02	0.00	0.01	-	
<input type="checkbox"/>	ricky martin sorpresa sorpresa mermelada	1	30	80.98	0.00	www.fotogramas.es/melada	< 0.01	0.00	0.00	5,000	
<input type="checkbox"/>	doblajes de voces	1	0	-	0.00	www.fotogramas.es/spanol	< 0.01	0.00	0.00	160,000	
<input type="checkbox"/>	jaima foxworth	1	90	84.76	0.00	www.fotogramas.es/inslow	0.01	0.00	0.00	398,000	
<input type="checkbox"/>	imagenes eroticas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.es/etv20	< 0.01	0.00	0.00	689,000	
<input type="checkbox"/>	prison break quinta temporada	1	30	86.21	0.00	www.fotogramas.es/Break	< 0.01	0.00	0.04	132,000	
<input type="checkbox"/>	que cobra un colaborador de salvame	1	20	80.23	0.00	www.fotogramas.es/alvame	< 0.01	0.00	0.00	41,000	
<input type="checkbox"/>	sexo real en peliculas no porno	1	20	74.30	0.00	www.fotogramas.es/o-real	< 0.01	0.00	0.00	4,940,000	
<input type="checkbox"/>	protagonistas friends	1	70	86.31	0.00	www.fotogramas.es/ctores	< 0.01	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	sorpresa sorpresa ricky martin video	1	30	78.70	0.00	www.fotogramas.es/melada	< 0.01	0.00	0.00	121,000	
<input type="checkbox"/>	lo mejor del cine porno	1	20	85.72	0.00	www.fotogramas.es/o-real	< 0.01	0.00	0.00	817,000	
<input type="checkbox"/>	kallinda the good wife	1	140	83.21	0.00	www.fotogramas.es/pedida	0.01	0.00	0.00	172,000	
<input type="checkbox"/>	5 temporada prison break	1	50	85.35	0.05	www.fotogramas.es/Break	< 0.01	0.00	0.03	561,000	
<input type="checkbox"/>	curiosidades de los simpson	1	260	82.27	0.00	www.fotogramas.es/nocias	0.03	0.00	0.00	660,000	
<input type="checkbox"/>	el mejor cine porno	1	50	77.69	0.00	www.fotogramas.es/o-real	< 0.01	0.00	0.00	660,000	

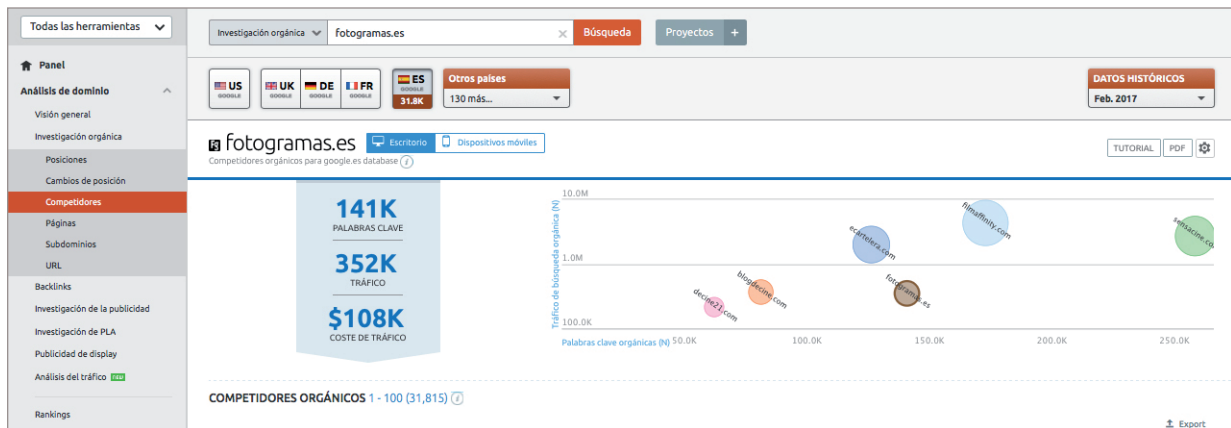
<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↕	Volumen ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	URL	Tráfico, % ↕	Costes % ↕	Com. ↕	Resultados ↕	Tendencia
<input type="checkbox"/>	doblador de películas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...spanol	< 0.01	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	el internado lucas	1	70	86.03	0.00	www.fotogramas.e...ernado	< 0.01	0.00	0.00	530,000	
<input type="checkbox"/>	las mejores series de terror	1	90	78.65	0.00	www.fotogramas.e...terror	0.01	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	imagenes de erotico	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...etj/20	< 0.01	0.00	0.00	1,090,000	
<input type="checkbox"/>	los cuquis	1	170	87.48	0.00	www.fotogramas.e...vecina	0.02	0.00	0.01	3,930,000	
<input type="checkbox"/>	fotos mas eroticas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...etj/20	< 0.01	0.00	0.00	721,000	
<input type="checkbox"/>	imagenes eroticas	1	50	84.92	0.00	www.fotogramas.e...etj/20	< 0.01	0.00	0.01	68,000	
<input type="checkbox"/>	que ganan los colaboradores de salvame	1	20	81.38	0.00	www.fotogramas.e...alvame	< 0.01	0.00	0.02	15,000	
<input type="checkbox"/>	las mejores peliculas pornograficas	1	40	86.48	0.00	www.fotogramas.e...o-real	< 0.01	0.00	0.00	170,000	
<input type="checkbox"/>	el mejor western de la historia	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...a-cine	< 0.01	0.00	0.00	434,000	
<input type="checkbox"/>	cine gay sex	1	0	-	0.00	cine-invisible.b...icito/	< 0.01	0.00	0.00	705,000	
<input type="checkbox"/>	dibujos animados de mujeres	1	20	87.69	0.00	www.fotogramas.e...-la-TV	< 0.01	0.00	0.07	573,000	
<input type="checkbox"/>	filmoteca porno	1	20	77.15	0.00	www.fotogramas.e...o-real	< 0.01	0.00	0.02	46,000	
<input type="checkbox"/>	six blossom	1	20	79.51	0.00	www.fotogramas.e...lossom	< 0.01	0.00	0.00	64,600,000	
<input type="checkbox"/>	curiosidades los simpsons	1	70	87.96	0.00	www.fotogramas.e...nocias	< 0.01	0.00	0.00	625,000	
<input type="checkbox"/>	ricky martin en sorpresa sorpresa	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...melada	< 0.01	0.00	0.00	178,000	
<input type="checkbox"/>	orgsmos femeninos	1	10	84.29	0.00	www.fotogramas.e...licula	< 0.01	0.00	0.00	545,000	
<input type="checkbox"/>	lucas del internado	1	70	87.76	0.00	www.fotogramas.e...ernado	< 0.01	0.00	0.01	478,000	
<input type="checkbox"/>	lupus house	1	40	71.57	0.00	www.fotogramas.e...-lupus	< 0.01	0.00	0.00	34,900,000	
<input type="checkbox"/>	las mejores parejas de series	1	50	79.66	0.00	www.fotogramas.e...-de-TV	< 0.01	0.00	0.00	618,000	

<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↕	Volumen ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	URL	Tráfico, % ↕	Costes % ↕	Com. ↕	Resultados ↕	Tendencia
<input type="checkbox"/>	imagenes eróticas	1	110	75.26	0.00	www.fotogramas.e...liente	0.01	0.00	0.01	543,000	
<input type="checkbox"/>	mejores series usa	1	40	91.90	0.00	www.fotogramas.e...on-USA	< 0.01	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	actrices famosa	1	20	85.63	0.00	www.fotogramas.e...lo-XXI	< 0.01	0.00	0.05	-	
<input type="checkbox"/>	cartelera cine criticas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.es/Criticas	< 0.01	0.00	0.00	319,000	
<input type="checkbox"/>	últimas películas de terror	1	30	81.74	0.00	www.fotogramas.e...f-2016	< 0.01	0.00	0.05	-	
<input type="checkbox"/>	fotos actrices hollywood desnudas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...-guion	< 0.01	0.00	0.00	145,000	
<input type="checkbox"/>	cine desnudas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...-guion	< 0.01	0.00	0.00	537,000	
<input type="checkbox"/>	dibujos mujer	1	70	88.02	0.00	www.fotogramas.e...-la-TV	< 0.01	0.00	0.06	986,000	
<input type="checkbox"/>	mejores películas 2010 fotogramas	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...e-2010	< 0.01	0.00	0.00	171,000	
<input type="checkbox"/>	friends actores	1	210	87.43	0.00	www.fotogramas.e...ctores	0.02	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	actores csi	1	170	87.61	0.00	www.fotogramas.e...-Vegas	0.02	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	ruben ramirez	1	110	87.57	0.00	www.fotogramas.e...-la-TV	0.01	0.00	0.00	8,080,000	
<input type="checkbox"/>	fotogramas eroticos	1	20	84.30	0.00	www.fotogramas.e...liente	< 0.01	0.00	0.05	140,000	
<input type="checkbox"/>	bones ultima temporada	1	90	88.60	0.00	www.fotogramas.e...-final	0.01	0.00	0.02	207,000	
<input type="checkbox"/>	sorpresa sorpresa ricky martin memelada	1	70	81.00	0.00	www.fotogramas.e...melada	< 0.01	0.00	0.00	5,000	
<input type="checkbox"/>	programación sábado	1	0	-	0.00	teleprograma.fot...sabado	< 0.01	0.00	0.00	20,400,000	
<input type="checkbox"/>	nueva película española	1	70	86.96	0.00	www.fotogramas.e...n-2017	< 0.01	0.00	0.01	-	
<input type="checkbox"/>	actrices desnudas totalmente	1	0	-	0.00	www.fotogramas.e...-guion	< 0.01	0.00	0.00	199,000	
<input type="checkbox"/>	actrices sexsy	1	260	86.41	0.00	www.fotogramas.e...lo-XXI	0.03	0.00	0.00	644,000	
<input type="checkbox"/>	csi las vegas actores	1	210	92.19	0.00	www.fotogramas.e...-Vegas	0.02	0.00	0.00	-	

Imágenes 8, 9, 10. Del estudio realizado el día 26 se muestra que en el top 1 del top de *Semrush* encontramos 12 palabras clave en top 1 que están totalmente fijas y no cambian teniendo en cuenta su resultado anterior; 2 palabras en posición 2 que también se mantienen igual que en la última actualización; 4 palabras clave en top 3, todas menos una se mantienen desde la última actualización en top 3 menos una que pasa de top 4 a top 3. 17 palabras entre top 4 y top 12. Destacan algunas bajadas importantes como la palabra clave "Juego de tronos" que desciende de la 4 a la 12 y "actores españoles" que pasa de top 11 a top 4. En las imágenes se muestran el top 1 más representativo de todo el mes de febrero para comprar la muestra con todo el mes.



Imagen 11. Los niveles de palabras clave nuevas adquiridas son mucho mayores que las palabras clave perdidas. De hecho las perdidas no parecen un número importante teniendo en cuenta el número de ganadas.



COMPETIDORES ORGÁNICOS 1 - 100 (31,815)

Export

Dominio	Nivel de competencia	Palabras clave comunes	Palabras clave del buscador	Tráfico del buscador	Precio del tráfico del buscador (USD)	Palabras clave de pago
filmaffinity.com	<div style="width: 80%;"></div>	15.6k	172.8k	4.3m	1.4m	0
sensacine.com	<div style="width: 75%;"></div>	21.6k	258.3k	2.7m	1.0m	0
decine21.com	<div style="width: 70%;"></div>	6.4k	62.1k	215.5k	80.0k	0
blogdecine.com	<div style="width: 65%;"></div>	7.7k	81.2k	368.8k	160.1k	0
ecartelera.com	<div style="width: 60%;"></div>	9.4k	126.2k	2.0m	739.1k	0
labutaca.net	<div style="width: 55%;"></div>	4.7k	47.9k	129.0k	41.3k	0
formulatv.com	<div style="width: 50%;"></div>	6.2k	95.4k	1.3m	675.7k	0
vertele.com	<div style="width: 45%;"></div>	3.9k	25.5k	16.9k	29.3k	0
elmulticine.com	<div style="width: 40%;"></div>	3.7k	58.8k	163.3k	78.8k	0
estamosrodando.com	<div style="width: 35%;"></div>	3.6k	54.4k	216.8k	60.5k	0
tvguia.es	<div style="width: 30%;"></div>	2.6k	18.0k	2.6m	2.7m	0
teletexto.com	<div style="width: 25%;"></div>	2.4k	14.4k	1.3m	636.7k	0
lahiguera.net	<div style="width: 20%;"></div>	2.7k	53.9k	134.5k	18.6k	0
programacion-tv.es	<div style="width: 15%;"></div>	2.1k	19.1k	274.2k	213.1k	0
cines.com	<div style="width: 10%;"></div>	2.6k	35.9k	56.4k	21.3k	10
cinemania.es	<div style="width: 5%;"></div>	1.9k	40.5k	70.1k	9.7k	0
antena3.com	<div style="width: 0%;"></div>	4.4k	334.3k	3.6m	1.0m	0

Dominio	Nivel de competencia	Palabras clave comunes	Palabras clave del buscador	Tráfico del buscador	Precio del tráfico del buscador (USD)	Palabras clave de pago
repelis.tv		3.0k	56.0k	1.4m	1.3m	0
alohacriticon.com		2.1k	36.2k	365.6k	67.2k	0
imdb.com		6.4k	0	0	0	1
cinerama.es		2.2k	32.6k	101.9k	49.1k	0
vayatele.com		1.9k	56.0k	87.1k	21.6k	0
pelis24.com		2.5k	14.6k	61.9k	124.0k	0
20minutos.es		12.8k	1.2m	6.9m	1.7m	0
quidelocio.com		3.7k	188.6k	814.0k	337.5k	0
atresplayer.com		1.8k	36.7k	1.1m	230.0k	0
cinedor.es		1.5k	21.1k	96.5k	22.9k	0
elseptimoarte.net		1.4k	37.4k	159.5k	78.3k	0
movistarplus.es		1.7k	68.8k	1.9m	1.7m	0
melty.es		1.5k	78.2k	106.8k	16.2k	0
mizonatv.com		1.1k	12.9k	106.2k	17.4k	0
peliculas21.com		1.3k	21.3k	61.0k	26.2k	0
ign.com		1.9k	106.1k	197.6k	23.5k	0
revistaprivilege.net		1.1k	6.9k	62.0k	29.9k	0
publicine.net		1.4k	27.9k	322.5k	134.6k	0
elmundo.es		12.0k	1.8m	24.1m	8.8m	572

Dominio	Nivel de competencia	Palabras clave comunes	Palabras clave del buscador	Tráfico del buscador	Precio del tráfico del buscador (USD)	Palabras clave de pago
elperiodico.com		4.1k	608.3k	4.0m	2.5m	0
gnula.nu		1.4k	33.5k	197.3k	46.1k	0
diezminutos.es		1.6k	126.3k	1.7m	433.0k	0
diarioinformacion.com		1.9k	0	0	0	2
telecinco.es		2.8k	257.9k	12.3m	4.1m	0
estrenosdecine.eu		1.0k	7.9k	173.4k	104.1k	0
velmocines.es		1.1k	16.9k	781.4k	244.2k	493
revistavanitfair.es		1.1k	59.2k	182.9k	20.1k	0
zeleb.es		1.0k	52.2k	122.0k	42.7k	0
abc.es		10.6k	0	0	0	75
revistagq.com		1.1k	57.8k	137.7k	31.6k	0
programacion-tdi.com		887	7.7k	261.4k	128.1k	0
estrenosdecine.net		880	8.0k	81.3k	61.0k	0
entradas.com		1.3k	57.5k	492.8k	157.5k	1.3k
salir.com		2.3k	156.9k	341.6k	127.3k	0
pelisplus.tv		1.2k	33.3k	216.5k	91.4k	0
cinepremiere.com.mx		888	29.7k	15.9k	2.3k	0
elpais.com		10.5k	0	0	0	1.1k
lavanguardia.com		5.0k	960.9k	6.5m	1.5m	138

Imágenes 12, 13, 14, 15. Se reitera que *Filmaffinity*, *Sensacine* y *eCartelera* dominan el top de palabras clave en las SERP (search engine results page). *Filmaffinity* compite con *Fotogramas* en 15.600 keywords, *Sensacine* compite con *Fotogramas* en 21.600 keywords, *eCartelera* compite con *Fotogramas* en 9.400 keywords. Importante destacar que, el otro cibermedio que analizaremos, *Cinemanía* compite con *Fotogramas* en un total de 1.900 keywords.

Todas las herramientas

Investigación orgánica **fotogramas.es** Búsqueda Proyectos +

US UK DE FR ES Otros países 130 más...

Panel

Análisis de dominio

- Visión general
- Investigación orgánica
- Posiciones
- Cambios de posición
- Competidores
- Páginas**
- Subdominios
- URL
- Backlinks
- Investigación de la publicidad
- Investigación de PLA
- Publicidad de display
- Análisis del tráfico
- Rankings
- Dominio vs. Dominio
- Gráficos
- Análisis de palabras clave
- Proyectos
- Análisis de brechas
- Topic Research
- SEO Content Template

fotogramas.es

Páginas para google.es database

PÁGINAS 1 - 100 (27,121)

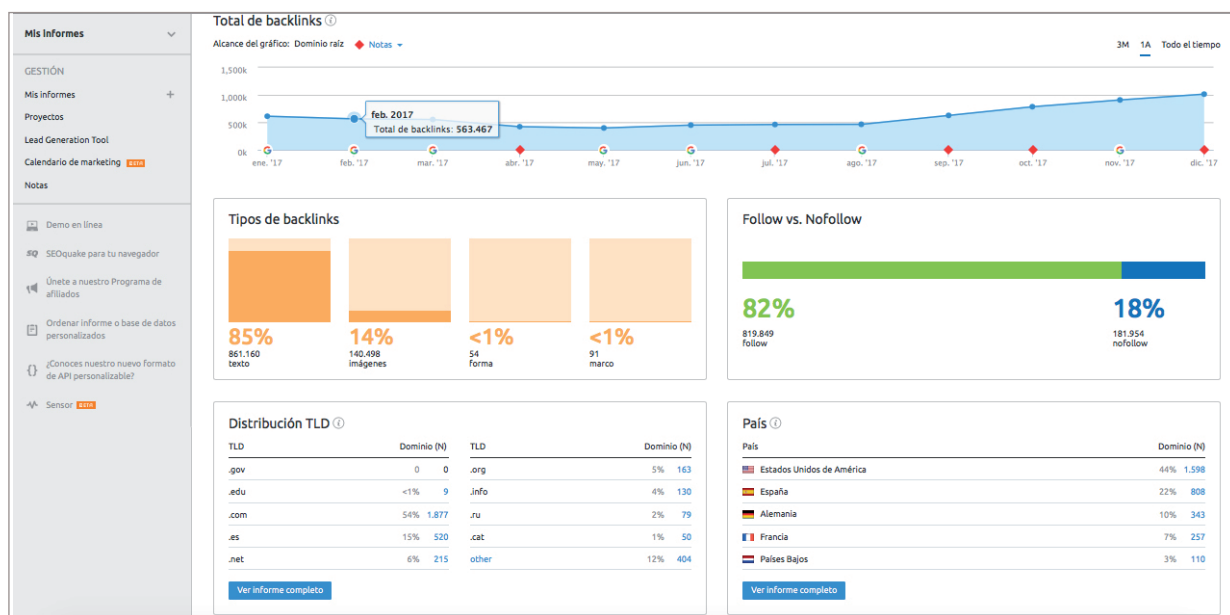
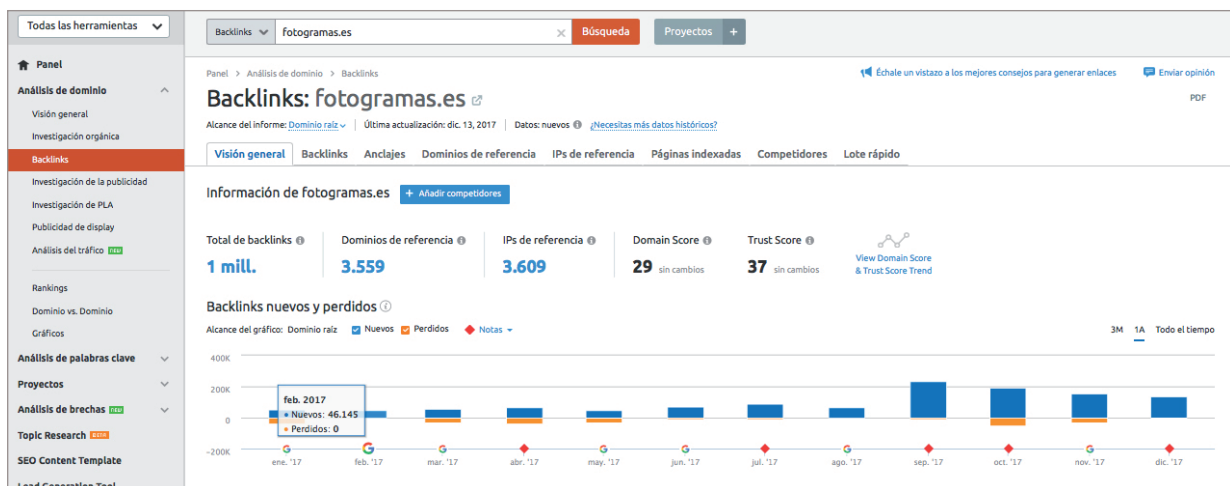
Filter by URL Avanzados Export

URL	Tráfico, %	Palabras clave	Info
www.fotogramas.es/Peliculas	3.74	77	
www.fotogramas.es/Estrenos	2.83	267	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Las-50-mejores-peliculas-de-la-historia-segun-los-usuarios-de-IMDb	2.54	289	
www.fotogramas.es/Cinefilia/15-peliculas-de-terror-recipientes-para-pasar-miedo-en-Halloween	1.84	461	
www.fotogramas.es/series-television/Outlander-temporada-2-final	1.61	28	
www.fotogramas.es/Criticas	1.40	211	
elcondensadordeluzo.blogspot.com/2014/07/08/las-100-mejores-peliculas-de-la-historia-segun-hollywood/	1.34	499	
www.fotogramas.es/series-television/Juego-de-Tronos-temporada-7-detalles	1.22	344	
www.fotogramas.es/peliculas-para-ninos-cine-infantil/Las-30-mejores-frases-del-cine-de-Disney	1.06	786	
www.fotogramas.es/Cinefilia/peliculas-no-porno-con-sexo-real	1.06	596	
www.fotogramas.es/peliculas-para-ninos-cine-infantil/Las-50-mejores-peliculas-de-animacion-segun-los-usuarios-de-IMDb	1.01	704	

URL	Tráfico, %	Palabras clave	Info
www.fotogramas.es/Cinefilia/50-estrellas-desnudas-por-exigencias-del-guion	0.94	751	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Los-47-personajes-clave-de-la-saga-Harry-Potter	0.90	114	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Que-rayos-le-pasa-a-Hollywood-con-Jennifer-Love-Hewitt	0.88	21	
www.fotogramas.es/Cinefilia/60-peliculas-que-te-haran-llorar	0.78	417	
www.fotogramas.es/Zona-caliente	0.77	112	
www.fotogramas.es/trailer-de-peliculas	0.76	34	
www.fotogramas.es/Cinefilia/10-actores-porno-mas-populares	0.73	24	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Que-demonios-ha-ocurrido-con-Jessica-Biel	0.71	34	
www.fotogramas.es/Peliculas/Fast-Furious-7	0.70	16	
www.fotogramas.es/series-television/Alex-O-Loughlin-se-ve-demasiado-mayor-para-Hawaii-Five-0-y-se-plantea-terminar-la-serie	0.70	22	
www.fotogramas.es/series-television/Mayans-MC-spin-off-Sons-of-Anarchy-reparto	0.66	5	
elcondensadordeluzo.blogspot.com/2014/01/23/25-documentales-que-tienes-que-ver-antes-de-morir/	0.65	196	
www.fotogramas.es/series-television/La-rajada-de-Eduardo-Garcia-contra-el-creador-de-Aqui-no-hay-quien-viva-y-La-que-se-avecina	0.64	54	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Las-veinte-comedias-romanticas-mejor-valoradas-segun-IMDb	0.57	264	
www.fotogramas.es/peliculas-para-ninos-cine-infantil/30-clasicos-familiares-que-deberas-ver-de-nuevo-con-tus-hijos	0.55	425	
www.fotogramas.es/series-television/Las-actrices-famosas-mas-sexys-de-la-TV-del-siglo-XXI	0.53	153	
www.fotogramas.es/	0.51	1,788	
www.fotogramas.es/Cinefilia/20-actores-que-no-dan-la-talla	0.51	95	
www.fotogramas.es/Cinefilia/Las-10-mejores-peliculas-de-terror-del-2016	0.51	233	
www.fotogramas.es/Peliculas/Regreso-al-futuro	0.48	11	

URL	Tráfico, %	Palabras clave	Info
www.fotogramas.es/Peliculas/Magic-Mike-XXL	0.47	14	▼
www.fotogramas.es/series-television/The-Vampire-Diaries-final-Nina-Dobrev-despedida	0.46	24	▼
www.fotogramas.es/Cinefilia/Las-13-lecciones-de-El-club-de-los-poetas-muertos	0.44	66	▼
www.fotogramas.es/series-television/Juego-de-tronos-Jon-Snow-padre-confirmado	0.43	17	▼
www.fotogramas.es/series-television/Las-50-series-mas-destacadas-de-HBO	0.42	65	▼
www.fotogramas.es/Peliculas/Elle	0.41	3	▼
www.fotogramas.es/Noticias-cine/jamie-doman-quiere-nuevos-papeles	0.41	2	▼
www.fotogramas.es/Noticias-cine	0.39	69	▼
www.fotogramas.es/Noticias-cine/Cincuenta-sombras-mas-oscuras-hombre-detenido	0.39	5	▼
www.fotogramas.es/DVD-peliculas-y-estrenos	0.38	208	▼
www.fotogramas.es/Peliculas/Ex-Machina	0.37	2	▼
www.fotogramas.es/Peliculas/Del-Reves	0.37	3	▼
www.fotogramas.es/Peliculas/Espias	0.37	3	▼
www.fotogramas.es/Cartelera/Sevilla/Sevilla/Cinesur-Nervion-Plaza	0.36	100	▼
www.fotogramas.es/Cinefilia/Peliculas-para-adolescentes	0.36	373	▼
www.fotogramas.es/series-television/Fargo-temporada-3-detalles	0.36	7	▼
www.fotogramas.es/Noticias-cine/querra-mundial-z-2-retrazo	0.36	19	▼
www.fotogramas.es/series-television/18-cosas-que-no-sabias-de-Modern-Family	0.35	43	▼
elcondensadordefluzo.blogspot.com/2014/11/20/las-21-mejores-peliculas-de-ciencia-ficcion-del-siglo-xxi/	0.34	545	▼
www.fotogramas.es/series-television/31-cosas-que-no-sabias-de-Los-Soprano	0.34	26	▼

Imágenes 16, 17, 18. *Fotogramas* cuenta con 27.121 páginas indexadas de las cuales las más relevantes son /películas y /estrenos. Posee 18 subdominios en forma de blogs de los cuales destacan [elcondensadordefluzo/](http://elcondensadordefluzo.blogspot.com/) y [cineonline.blogspot/](http://cineonline.blogspot.com/)



Imágenes 19, 20. Durante el día 26 se mostraron los siguientes *Backlinks* (enlaces de entrada): 368.961, que corresponden a un total de 2.076 dominios de referencia distintos, los cuales cuentan a su vez con 1.953 IPs distintas. De estos enlaces, un 72% son *follow* y 28% *nofollow*. En ambas imágenes se muestran todo el período 2017 para comprobar la muestra del 26 de febrero respecto al resto de meses del año.



Imagen 21. Los *anchor texts* destacados hacen referencia a la marca *Fotogramas*.

Cinemanía

Datos previos a los Oscar del dominio *Cinemanía.es*, 26 de febrero 2017. Auditoría SEO general en la web: descripción de los principales resultados, *keywords* posicionadas, *linkbuilding*, etc.



Imagen 22. Búsqueda orgánica de 97.700 palabras clave, 108.000 *backlinks*, gráfica de tráfico ascendente. Más de la mitad de las búsquedas se realizan en España.

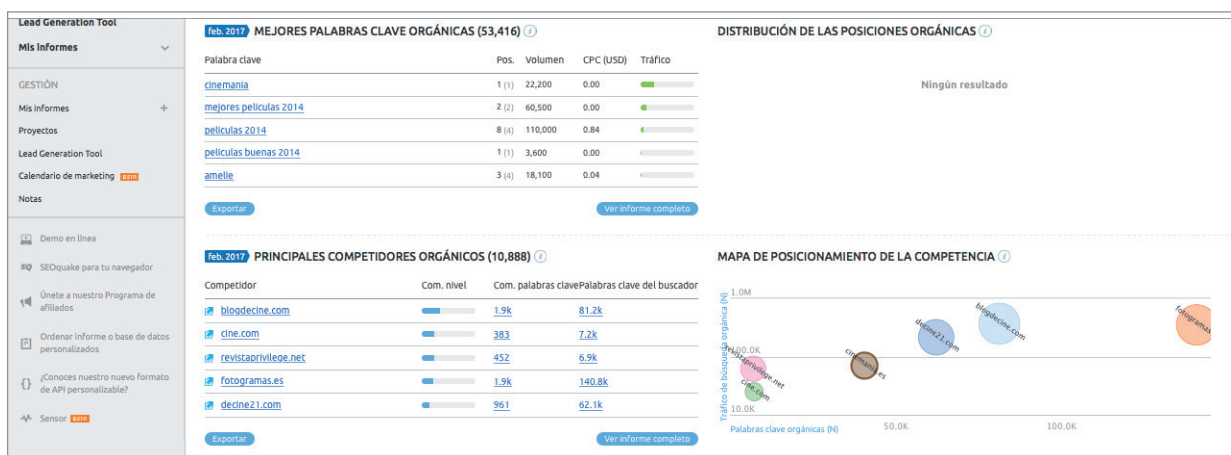


Imagen 23. Mejores palabras clave orgánicas son "cinemania" (posición1), "mejores películas 2014" (posición 2), "películas 2014" (posición 8), "películas nuevas 2014" (posición1), "amelie" (posición 8) Principales competidores según el análisis automático de SEMRush: *blogdecine*, *cine.com*, *revistaprivilege.net* y *Fotogramas.es*

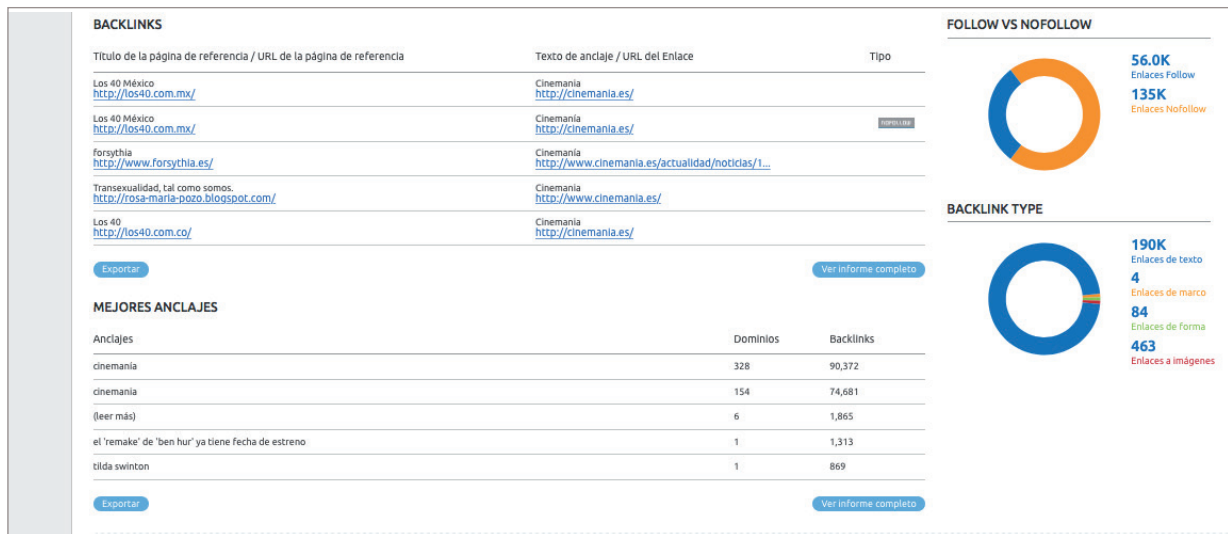
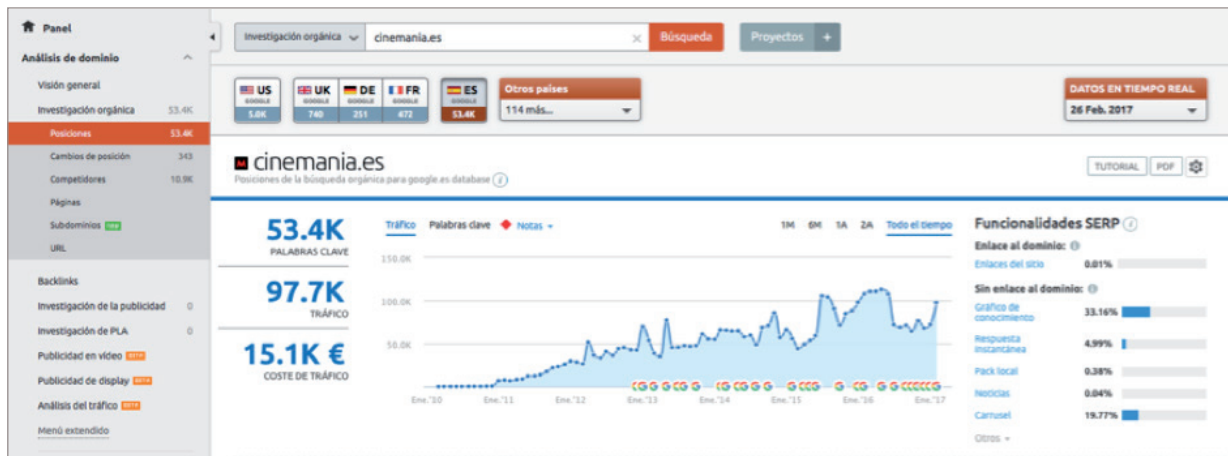


Imagen 24. Búsquedas de marca 18.100, con un porcentaje de 18,55% en marca y 81,45% sin marca. Los backlinks principales provienen de *Filmaffinity*. Enlaces *follow* 56.000, enlaces *nofollow* 135.000. Los mejores anclajes tienen que ver con la marca "cinemanía" lo que se podría deducir que actúan a nivel de SEO y que los enlaces provienen de webs que citan a *Cinemanía* como web de referencia.



<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↕	Volumen ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	URL	Tráfico, % ↕	Costes % ↕	Com. ↕	Resultados ↕	Tendencia
<input type="checkbox"/>	películas de cine arte	1	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/cine/	< 0.01	0.00	0.00	1,380,000	
<input type="checkbox"/>	historia del trailer	1	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/ailer/	< 0.01	0.00	0.00	11,600,000	
<input type="checkbox"/>	is van damme gay	1	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/s-gay/	< 0.01	0.00	0.00	1,900,000	
<input type="checkbox"/>	películas gays con sexo	1	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/icito/	< 0.01	0.00	0.00	1,050,000	
<input type="checkbox"/>	escenas de true blood	1	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/vajes/	< 0.01	0.00	0.00	355,000	
<input type="checkbox"/>	pelirrojas guapas	1	260	79.98	0.00	www.cinemaniamania.es/wood/	0.17	0.00	0.00	507,000	
<input type="checkbox"/>	películas con tias buenas	1 (1)	30	80.02	0.00	www.cinemaniamania.es/2013/	0.01	0.00	0.01	503,000	
<input type="checkbox"/>	escenas violaciones películas	1 (1)	20	89.20	0.00	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.01	0.00	0.05	111,000	
<input type="checkbox"/>	van damme gay	1 (1)	50	71.70	0.00	www.cinemaniamania.es/s-gay/	0.03	0.00	0.09	386,000	
<input type="checkbox"/>	jennifer connelly sexy	1 (1)	70	82.53	0.00	www.cinemaniamania.es/nelly/	0.04	0.00	0.00	491,000	
<input type="checkbox"/>	robots de películas	1 (1)	40	86.72	0.00	www.cinemaniamania.es/cine/	0.02	0.00	0.01	-	
<input type="checkbox"/>	futbol y cine	1 (1)	20	75.21	0.00	www.cinemaniamania.es/ine-2/	0.01	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	películas de tias buenas	1 (1)	40	80.88	0.00	www.cinemaniamania.es/2013/	0.02	0.00	0.03	523,000	
<input type="checkbox"/>	actrices de comedia	1 (1)	20	82.75	0.00	www.cinemaniamania.es/wood/	0.01	0.00	0.00	627,000	
<input type="checkbox"/>	escenas violaciones	1 (1)	40	87.98	0.00	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.02	0.00	0.02	415,000	
<input type="checkbox"/>	espada laser real	1 (1)	260	86.34	0.15	www.cinemaniamania.es/real/	0.17	0.18	0.41	115,000	
<input type="checkbox"/>	todos los trajes de batman	1 (1)	20	87.41	0.00	www.cinemaniamania.es/peor/	0.01	0.00	0.20	645,000	
<input type="checkbox"/>	listado de las mejores películas 2014	1 (1)	20	84.10	0.00	www.cinemaniamania.es/mania/	0.01	0.00	0.06	-	
<input type="checkbox"/>	actrices de accion	1 (1)	20	68.53	0.00	www.cinemaniamania.es/ritas/	0.01	0.00	0.00	977,000	
<input type="checkbox"/>	gemma arterton bikini	1 (1)	30	66.24	0.00	www.cinemaniamania.es/erton/	0.01	0.00	0.00	885,000	

<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↕	Volumen ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	URL	Tráfico, % ↕	Costes % ↕	Com. ↕	Resultados ↕	Tendencia
<input type="checkbox"/>	final de los soprano	1 (1)	480	90.68	0.00	www.cinemaniamania.es/prano/	0.32	0.00	0.00	2,290,000	
<input type="checkbox"/>	violaciones en el cine	1 (1)	140	89.26	0.34	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.09	0.22	0.08	549,000	
<input type="checkbox"/>	lista mejores películas 2014	1 (1)	210	85.26	0.00	www.cinemaniamania.es/mania/	0.13	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	escenas de violaciones	1 (1)	210	86.24	0.00	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.13	0.00	0.01	742,000	
<input type="checkbox"/>	escenas violacion	1 (1)	70	89.99	0.00	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.04	0.00	0.01	215,000	
<input type="checkbox"/>	sombrero loco johnny depp	1 (1)	30	90.79	0.00	www.cinemaniamania.es/yland/	0.01	0.00	0.01	167,000	
<input type="checkbox"/>	cinemaniamania revista	1 (1)	140	78.22	0.00	www.cinemaniamania.es/	0.15	0.00	0.01	264,000	
<input type="checkbox"/>	actrices americanas jóvenes	1 (1)	20	82.31	0.00	www.cinemaniamania.es/wood1/	0.01	0.00	0.00	76,000	
<input type="checkbox"/>	after earth will smith	1 (1)	20	87.83	0.00	www.cinemaniamania.es/earth/	0.01	0.00	0.00	4,920,000	
<input type="checkbox"/>	actrices jóvenes	1 (1)	390	81.13	0.00	www.cinemaniamania.es/wood1/	0.26	0.00	0.00	617,000	
<input type="checkbox"/>	violaciones cine	1 (1)	20	88.59	0.00	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.01	0.00	0.05	602,000	
<input type="checkbox"/>	casas de películas	1 (1)	70	76.22	0.00	www.cinemaniamania.es/vivir/	0.04	0.00	0.06	-	
<input type="checkbox"/>	www.cinemaniamania	1 (1)	40	38.95	0.00	www.cinemaniamania.es/	0.04	0.00	0.00	355,000	
<input type="checkbox"/>	dracula actor	1 (1)	170	86.92	0.00	www.cinemaniamania.es/eblas/	0.11	0.00	0.00	-	
<input type="checkbox"/>	trajes de batman	1 (1)	170	87.66	0.32	www.cinemaniamania.es/peor/	0.11	0.25	0.94	680,000	
<input type="checkbox"/>	escenas de violaciones en el cine	1 (1)	30	88.83	0.05	www.cinemaniamania.es/mirar/	0.01	0.00	0.06	553,000	
<input type="checkbox"/>	películas de eta	1 (1)	90	86.51	0.00	www.cinemaniamania.es/culas/	0.05	0.00	0.01	-	
<input type="checkbox"/>	películas de gigolos	1 (1)	20	92.29	0.00	www.cinemaniamania.es/cine/	0.01	0.00	0.03	-	
<input type="checkbox"/>	eduardo manostijeras 2	1 (1)	20	81.05	0.00	www.cinemaniamania.es/jeras/	0.01	0.00	0.00	345,000	
<input type="checkbox"/>	cinemaniamania	1 (1)	22,200	83.11	0.00	www.cinemaniamania.es/	25.35	0.00	0.00	1,810,000	

Palabra clave	Pos.	Volumen	KD	CPC (USD)	URL	Tráfico, %	Costes %	Com.	Resultados	Tendencia
gillian anderson and david duchovny	1 (1)	30	84.42	0.00	www.cinemaniamania.es...hovy/	0.01	0.00	0.00	543,000	
peliculas prehistoria	1 (1)	50	80.24	0.00	www.cinemaniamania.es...ricas/	0.03	0.00	0.00	-	
peliculas buenas 2014	1 (1)	3,600	84.42	0.00	www.cinemaniamania.es...mania/	2.41	0.00	0.00	-	
violaciones de cine	1 (1)	30	88.88	0.00	www.cinemaniamania.es...mirar/	0.01	0.00	0.03	617,000	
el resplandor final	1 (1)	70	84.74	0.00	www.cinemaniamania.es...andor/	0.04	0.00	0.00	504,000	
actores dracula	1 (1)	70	81.71	0.00	www.cinemaniamania.es...eblas/	0.04	0.00	0.00	-	
gwyneth paltrow iron man	1 (1)	50	82.52	0.00	www.cinemaniamania.es...l-war/	0.03	0.00	0.00	458,000	
paginas sobre cine	1 (1)	20	83.89	0.00	www.cinemaniamania.es...cine/	0.01	0.00	0.04	10,200,000	
princesa leia desnuda	1 (1)	90	84.58	0.00	www.cinemaniamania.es...leia/	0.05	0.00	0.01	165,000	
como ir a un casting	1 (1)	20	64.64	0.00	www.cinemaniamania.es...sting/	0.01	0.00	0.00	13,900,000	
david duchovny and gillian anderson	1 (1)	170	88.30	0.00	www.cinemaniamania.es...hovy/	0.11	0.00	0.00	548,000	
espadas laser de verdad	1 (1)	20	80.94	0.12	www.cinemaniamania.es...real/	0.01	0.01	0.45	159,000	
peliculas tias buenas	1 (1)	30	80.31	0.00	www.cinemaniamania.es...2013/	0.01	0.00	0.03	527,000	
escenas de violacion en peliculas	1 (1)	30	87.47	0.00	www.cinemaniamania.es...mirar/	0.01	0.00	0.03	107,000	
transformers actrices	1 (1)	20	83.81	0.00	www.cinemaniamania.es...mers/	0.01	0.00	0.00	404,000	
actores drogadictos	1 (1)	110	68.50	0.00	www.cinemaniamania.es...rogas/	0.07	0.00	0.03	121,000	
documental maltrato animal	1 (1)	20	78.61	2.35	www.cinemaniamania.es...tados/	0.01	0.22	0.03	274,000	
escenas violacion peliculas	1 (1)	30	86.43	0.00	www.cinemaniamania.es...mirar/	0.01	0.00	0.00	103,000	
robots famosos	1 (1)	70	70.02	0.00	www.cinemaniamania.es...cine/	0.04	0.00	0.00	500,000	
programas de cine en tv	1 (1)	20	89.67	0.00	www.cinemaniamania.es...ision/	0.01	0.00	0.12	7,090,000	

Palabra clave	Pos.	Volumen	KD	CPC (USD)	URL	Tráfico, %	Costes %	Com.	Resultados	Tendencia
wilson rodriguez fotografo	1 (1)	140	74.09	0.00	www.cinemaniamania.es...dios/	0.09	0.00	0.00	720,000	
imagenes batman vs superman	1 (1)	40	83.49	0.00	www.cinemaniamania.es...erman/	0.02	0.00	0.00	897,000	
www cinemania	1 (1)	0	-	0.00	www.cinemaniamania.es/	< 0.01	0.00	0.00	372,000	
james franco porno	1 (1)	140	78.27	0.00	www.cinemaniamania.es...ranco/	0.09	0.00	0.01	419,000	
peliculas de prehistoria	1 (1)	20	74.76	0.00	www.cinemaniamania.es...ricas/	0.01	0.00	0.02	-	
escenas violacion cine	1 (1)	20	81.74	0.00	www.cinemaniamania.es...mirar/	0.01	0.00	0.00	75,000	
estrenos pixar	1 (1)	70	86.29	0.00	www.cinemaniamania.es...2019/	0.04	0.00	0.04	464,000	
dracula actores	1 (1)	70	76.98	0.00	www.cinemaniamania.es...eblas/	0.04	0.00	0.00	-	
final de el resplandor	1 (1)	30	87.25	0.00	www.cinemaniamania.es...andor/	0.01	0.00	0.00	504,000	
peliculas de autoayuda	1 (1)	170	66.45	0.00	www.cinemaniamania.es...ayuda/	0.11	0.00	0.04	464,000	
red social peliculas	1 (1)	20	79.76	0.00	www.cinemaniamania.es...filos/	0.01	0.00	0.02	675,000	
escenas de violacion en el cine	1 (1)	30	84.39	0.02	www.cinemaniamania.es...mirar/	0.01	0.00	0.07	533,000	
peliculas formula 1	1 (1)	30	77.63	0.00	www.cinemaniamania.es...e-ver/	0.01	0.00	0.00	-	
espadas laser reales	1 (1)	50	85.75	0.21	www.cinemaniamania.es...real/	0.03	0.04	0.36	94,000	
peliculas antiguas famosas	1 (1)	40	85.16	1.36	www.cinemaniamania.es...cine/	0.02	0.25	0.10	450,000	
johnny depp sombrero loco	1 (1)	30	92.42	0.00	www.cinemaniamania.es...yland/	0.01	0.00	0.00	164,000	
jean claude van damme gay	1 (1)	40	72.97	0.00	www.cinemaniamania.es...s-gay/	0.02	0.00	0.07	457,000	
el resplandor explicacion	1 (1)	140	79.94	0.00	www.cinemaniamania.es...andor/	0.09	0.00	0.00	101,000	
steve buscemi pulp fiction	1 (1)	140	73.60	0.00	www.cinemaniamania.es...ction/	0.09	0.00	0.00	229,000	
burt lancaster homosexual	1 (1)	20	63.43	0.00	www.cinemaniamania.es...creto/	0.01	0.00	0.10	120,000	

Imágenes 25,26,27,28,29. Del estudio realizado el día 26 encontramos en el top 1 del ranking de *Semrush* un total de 10 palabras clave en top 1 estables desde la última actualización, 13 en top 2 con mantenimiento de posiciones, alguna keyword mejora pasando de top 3 a top 2. 4 palabras clave en top 3, se mantienen desde la última actualización. 28 palabras clave de top 4 a top 32 algunas se mantienen otras mejoran y otras empeoran. Destacan "escenas eróticas" (posición 8 antes posición 15) y "Guerra Mundial Z" (posición 13 antes 17). En las imágenes se muestra el top 1 más representativo de todo el mes de febrero para comparar la muestra con todo el mes.



Imagen 30. Mayor porcentaje de palabras clave nuevas conseguidas que perdidas. Las perdidas no son significativas ya que son mucho menores en volumen respecto a las nuevas ganadas.

TERCERA PARTE: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PALABRAS CLAVE EN LA INFORMACIÓN SOBRE LOS OSCAR

Las palabras clave (pc) utilizadas son las siguientes tras cubrir los *Oscar* de 2017:

- Oscar 2017
- Oscars 2017
- Ganadores oscar 2017
- Ganadores oscars 2017
- La llegada
- La La Land
- Hasta el último hombre
- Figuras ocultas
- Lion
- Moonlight
- Comancheria
- Fences
- Manchester frente al mar.

La siguiente batería de capturas persigue detectar cuál de los medios se ha posicionado mejor, así como tratar de deducir porqué. Se han cubierto las fechas de una semana después de los premios *Oscar* (día 26 de febrero) desde el miércoles 1 hasta el domingo 5 de marzo de 2017.

Fotogramas

Miércoles 1

- pc > **Oscar 2017**: Ni la palabra clave (pc) ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: Se mantiene en el top 3, última actualización de febrero.
- pc > **La La Land**: No está en el top 100, sin embargo posiciona la pc «letra la la land» que se mantiene en el top 21 hasta la última actualización de febrero.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Pasa de la 18 a la 9 con una actualización el 1 de marzo.
- pc > **Moonlight**: Pasa de la 27 a la 10 con una actualización el 2 de marzo.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Se mantiene en la posición 17 con una actualización del 5 de marzo.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Jueves 2

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: Se produce una oscilación de posición, bajando una posición respecto a la última actualización de febrero sobre esta pc.
- pc > **La La Land**: No está en el top 100, sin embargo posiciona la pc «letra la la land» que se mantiene en el top 21 hasta la última actualización de febrero.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Pasa a la posición 7, previsto en una actualización el 3 de marzo.
- pc > **Moonlight**: Se mantiene en el top 10 en una actualización el 2 de marzo.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Se mantiene en la posición 17 con una actualización del 1 de marzo.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Viernes 3

pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **La llegada**: Se lleva a cabo la actualización sobre esta pc, que la posiciona en el top 4 bajando un puesto.

pc > **La La Land**: No está en el top 100, sin embargo posiciona la pc «letra la la land» que se mantiene en el top 21 hasta la última actualización de febrero.

pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Lion**: Pasa de la 7 a la 9 con una actualización para el 4 de marzo.

pc > **Moonlight**: Pasa de la 10 a la 8 con una actualización el 3 de marzo.

pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Fences**: Pasa de la posición 17 a la posición 16 con una actualización del 4 de marzo.

pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Sábado 4

pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **La llegada**: Se mantiene en posición 4 en la última actualización de esta pc que se registró el 3 de marzo.

pc > **La La Land**: No está en el top 100, sin embargo posiciona la pc «letra la la land» que se mantiene en el top 21 hasta la última actualización de febrero.

pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Lion**: Se mantiene en el top 9 con una actualización para el 5 de marzo.

pc > **Moonlight**: Se mantiene en el top 8 con una actualización el 4 de marzo.

pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Fences**: Pasa de la posición 16 a la posición 17 con una actualización del 6 de marzo.

pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Domingo 5

pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **La llegada:** Se mantiene en posición 4 en la última actualización de esta pc que se registró el 3 de marzo.

pc > **La La Land:** Se produce una actualización de la pc "letra la la land" pasa de top 21 a top 66. La pc "la la land" sigue sin aparecer en el top 100.

pc > **Hasta el último hombre:** Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Figuras ocultas:** Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Lion:** Se mantiene en el top 9 con una actualización para el 5 de marzo de la pc.

pc > **Moonlight:** Pasa del top 8 al top 7 con una actualización el 6 de marzo.

pc > **Comancheria:** Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Fences:** Se mantiene en la posición 17 con una actualización del 5 de marzo.

pc > **Manchester frente al mar:** Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

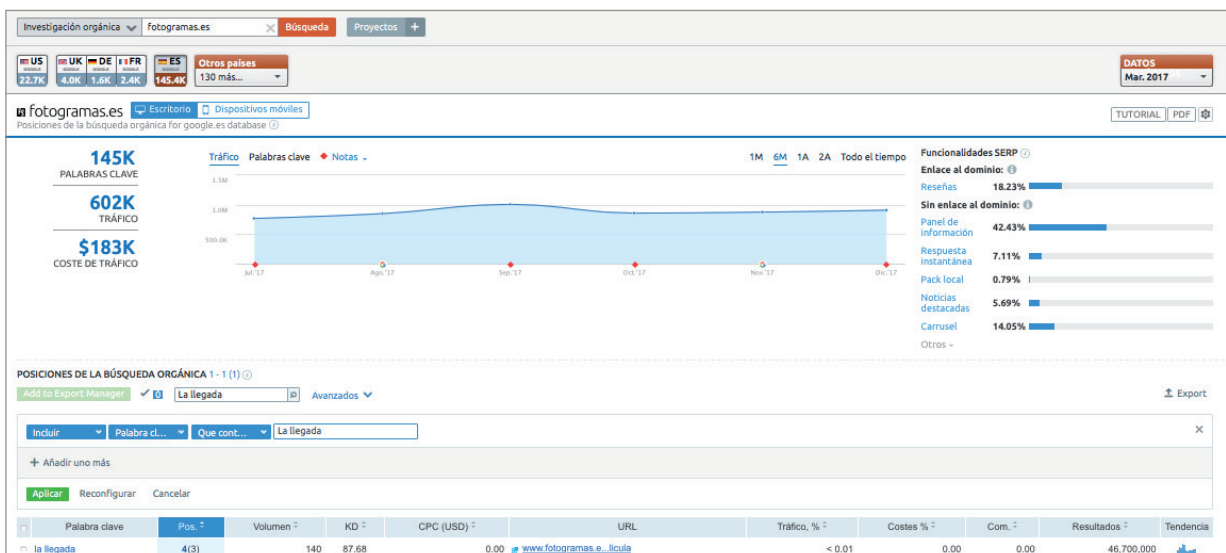


Imagen 31. Se muestra el resultado global de La llegada (posición 3) para todo el período de marzo.

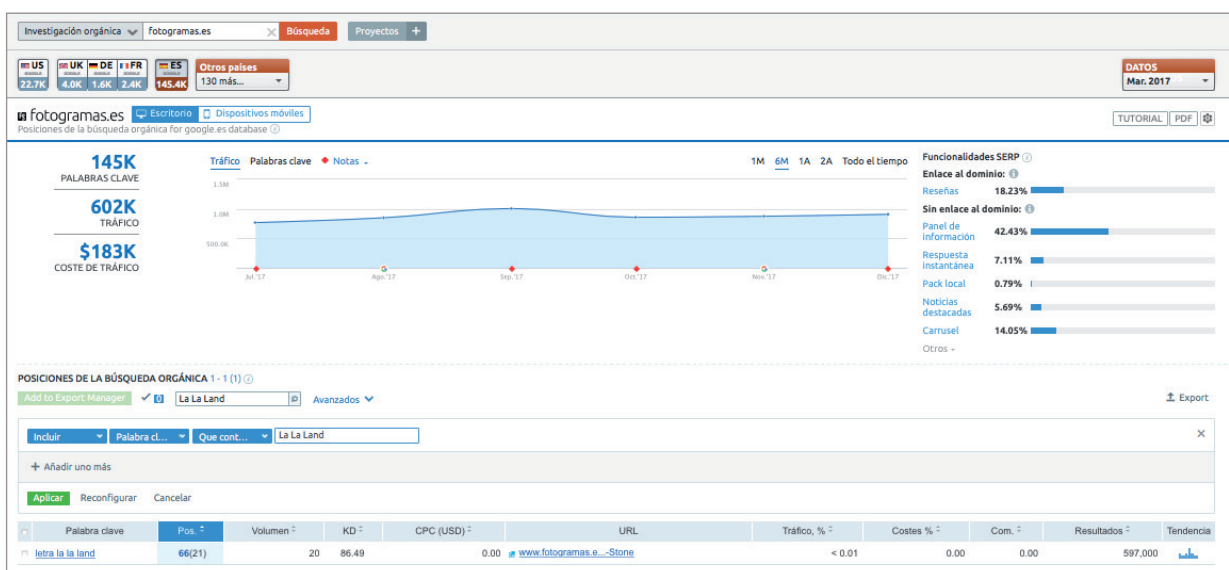


Imagen 32. Se muestra el resultado global Letra la la land (posición 66) para todo el período de marzo. No aparece en el Top 100 palabra clave exacta.

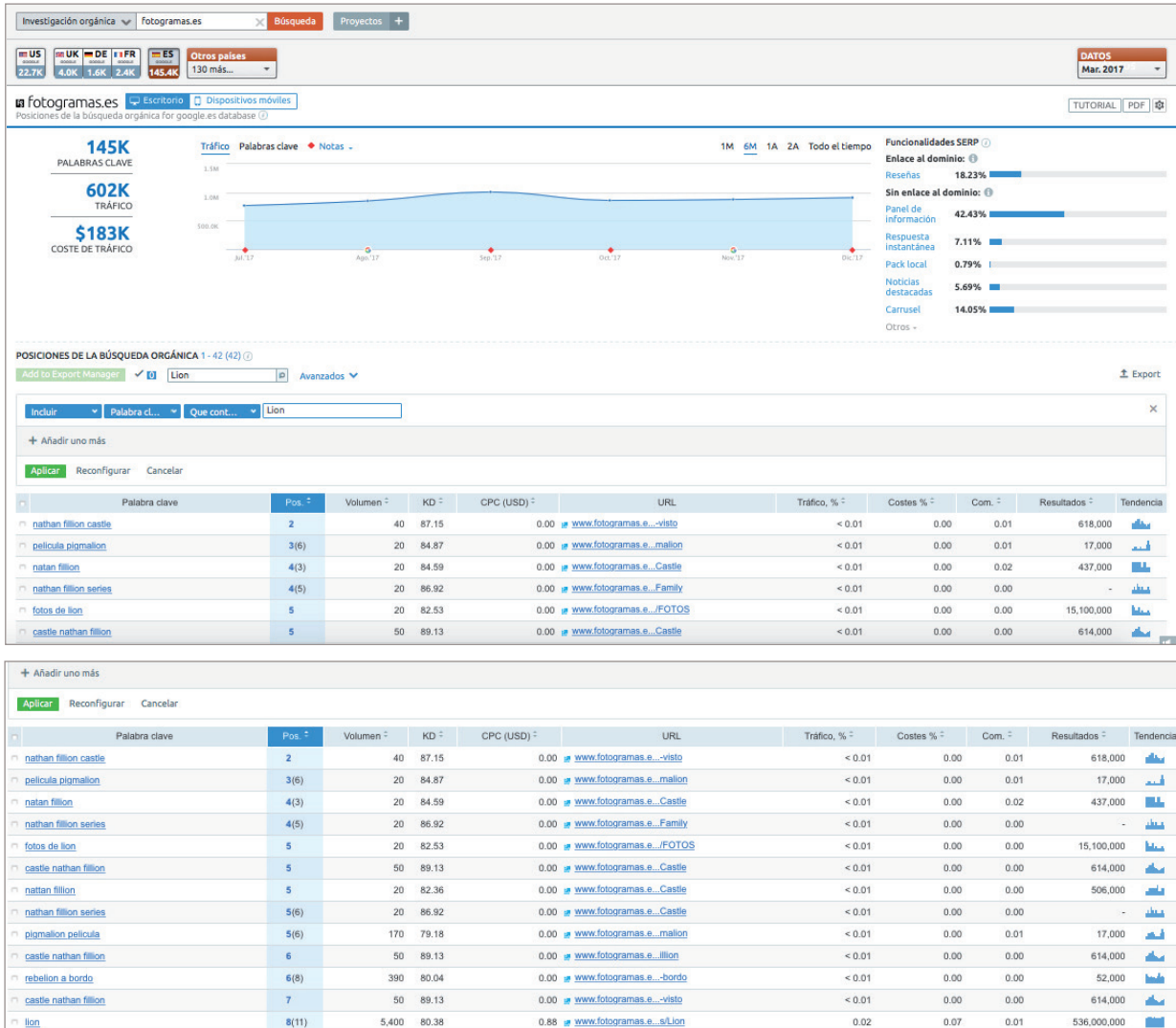


Imagen 33, 34. Se muestra el resultado global Lion (posición 8) para todo el período de marzo.

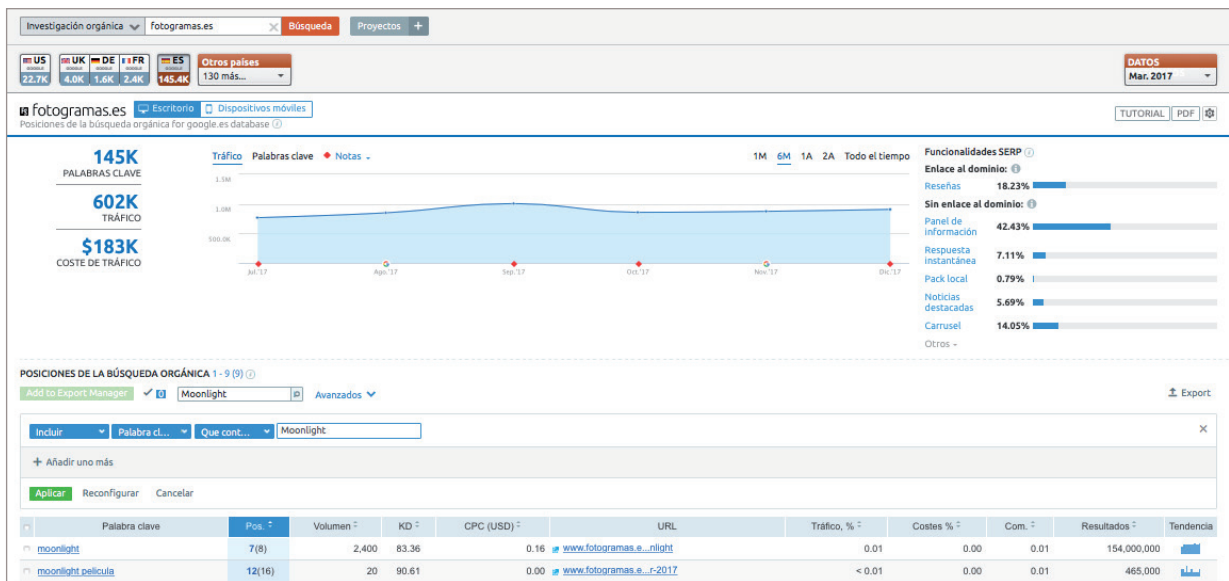


Imagen 35. Se muestra el resultado global Moonlight (posición 7) y Moonlight película (posición 12) para todo el período de marzo.

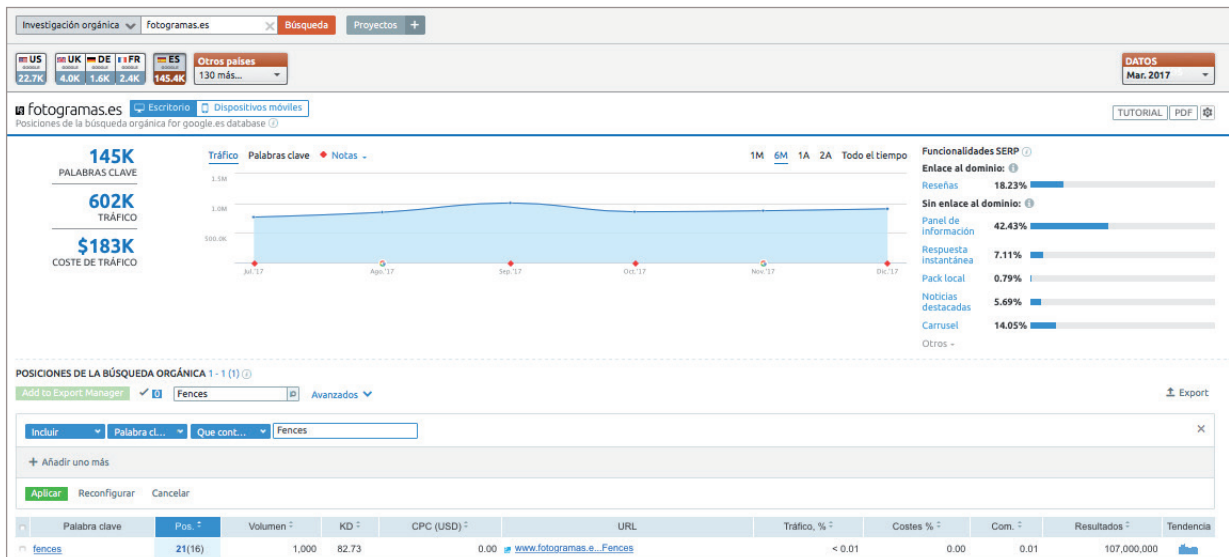


Imagen 36. Se muestra el resultado global Fences (posición 21) para todo el período de marzo.

Cinemanía

Miércoles 1

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: Se coloca en el top 65 con una actualización de febrero de 2017.
- pc > **La La Land**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Moonlight**: La pc que posiciona es Moonlight película en la posición 73.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Jueves 2

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: pasa del 65 al top 44 con una actualización del 3 de marzo.
- pc > **La La Land**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Moonlight**: La pc que posiciona es Moonlight película y se mantiene en la posición 73. Aparece la pc moonlight serie pero no tiene que ver con la película nominada.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Viernes 3

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: Pasa del 65 al top 44 con una actualización del 3 de marzo.
- pc > **La La Land**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Moonlight**: Aparece en top 93 la pc «Moonlight» también se mantiene la pc «Moonlight película» en el puesto 73.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Sábado 4

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: se mantiene en top 44 con una actualización del 3 de marzo.
- pc > **La La Land**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Lion**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Moonlight**: Mejora en top 91 la pc «Moonlight» también se mantiene la pc «Moonlight película» en el puesto 73.
- pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Fences**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

Domingo 5

- pc > **Oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscar 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **Ganadores oscars 2017**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.
- pc > **La llegada**: Se mantiene en top 44 con una actualización del 3 de marzo.
- pc > **La La Land**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Hasta el último hombre**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Figuras ocultas**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Lion**: Ni la pc ni pcs relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Moonlight**: Mejora en top 73 la pc «Moonlight» también se mantiene la pc «Moonlight película» en el puesto 73.

pc > **Comancheria**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Fences**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

pc > **Manchester frente al mar**: Ni la pc ni pc relacionadas aparecen en el top 100 de esta web.

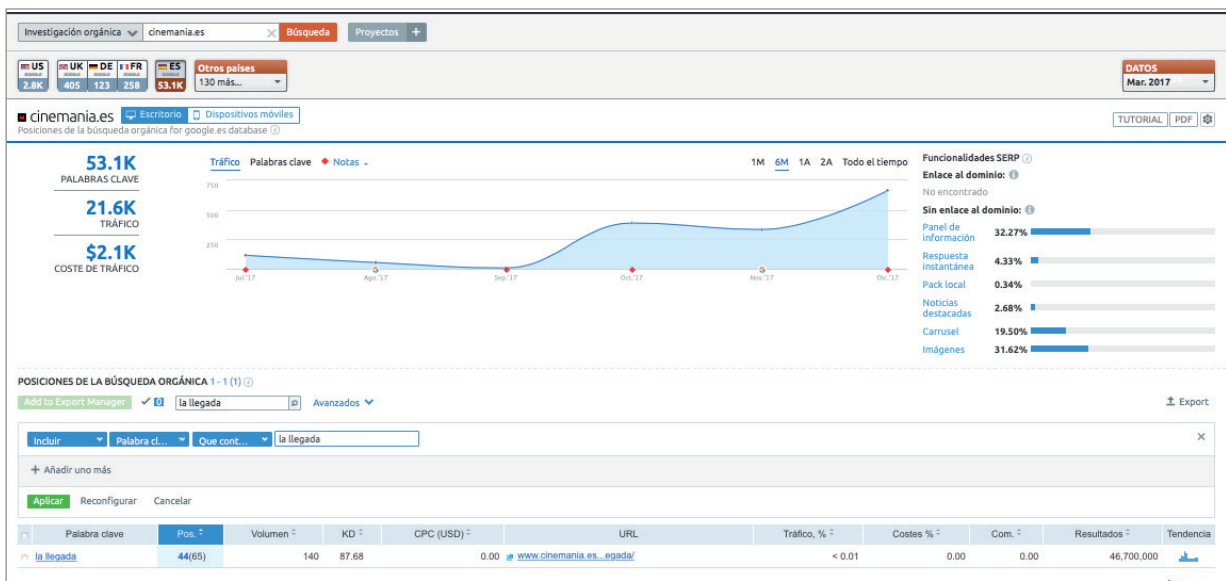


Imagen 37. Se muestra el resultado global La llegada (posición 44) para todo el período de marzo.

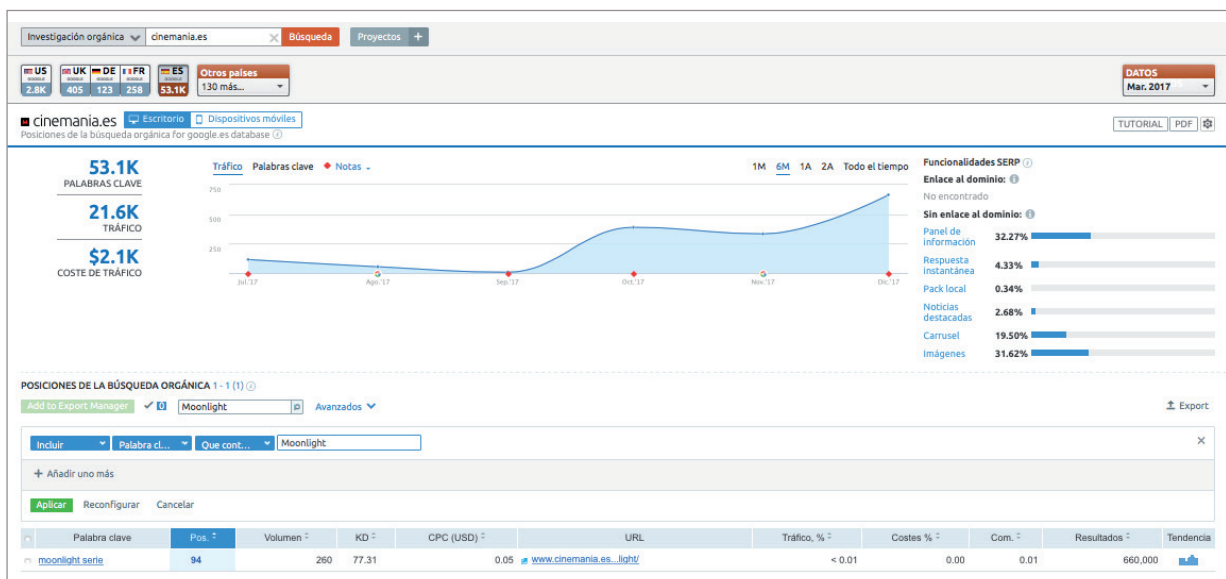


Imagen 38. Se muestra el resultado global Moonlight serie (posición 94) para todo el período de marzo.

5. Conclusiones

1. Utilidad de los sistemas de análisis SEO

Es factible usar un sistema seo para llevar a cabo un análisis comparativo de posicionamiento de dos (como en este caso) o más cibermedios. En este caso, hemos elegido dos casos comparables, en el aspecto periodístico, aunque cada uno de ellos con características singulares, para reforzar la significación de los resultados. La destacada calidad periodística de ambos medios era precisamente el punto de unión que hemos buscado en la selección de los dos casos.

2. Buena visibilidad de marca (branding) no implica buena visibilidad en todas las ocasiones sin acciones específicas

Los análisis previos (Segunda parte) nos han mostrado dos cibermedios con una buena visibilidad de base y por tanto con un buen SEO potencial que, sin embargo, con una ocasión tan especial para ganar tráfico como los Premios *Oscar* parece no del todo aprovechada (Tercera Parte), como han puesto de manifiesto las posiciones de las palabras clave utilizadas.

3. Ausencia de estrategia de seo on page y de uso del keyword research

Los dos sitios estudiados desarrollan su contenido en base a una labor periodística en la que prima el valor del contenido. Está escrito por redactores especialistas en cine, series, etc. sin embargo no desarrollan sus reportajes teniendo en cuenta una palabra clave a posicionar y un seo on page estratégico en el que se incluyan todas las

palabras clave Long tails asociadas a la palabra clave principal.

4. Ausencia de estrategia de link building

Ninguno de los dos sitios analizadas lleva a cabo una labor de construcción de enlaces y seo *off page*. Los enlaces de ambas SIC muestran en su gran mayoría un anchor text en donde la palabra clave es el nombre de la revista, en este caso "Fotogramas" y "Cinemanía". No hay variedad de anchor text que por ejemplo contengan palabras clave de alto rendimiento con muchas búsquedas que pudiera propiciar más visitas orgánicas. Se demuestra que los enlaces provienen de webs de terceros que enlazan a las dos SIC por su autoridad como SIC de referencia en el sector periodístico cultural.

5. En ambos medios se consigue una gráfica en eme ascendente

Está constatado que cuando se publica un gran número de entradas en un período corto de tiempo, se suele dar la gráfica en eme. Ésta consiste en que *Google* entiende que hemos creado mucho contenido, lo analiza, le asocia palabras clave que sube en las SERP, luego las vuelve a bajar de las SERP y finalmente si el contenido es bueno y la SIC tiene autoridad, las vuelve a subir ligeramente. Esta gráfica se ve representada desde los días previos a los *Oscar*, al día 26 de febrero (día de los *Oscar*), y días posteriores por cobertura de la gala. En ambos SIC se cubre la gala y se publica más contenido del habitual fomentado esa eme ascendente.

6. El buen periodismo necesita también el mejor SEO posible

Como última conclusión, podemos recordar que *Fotogramas* y *Cinemanía* están considerados (y nosotros creemos que con razón) como los medios de referencia a nivel de periodismo sobre cine y televisión, sin embargo, sitios con menos contenidos de redacción periodística, aunque también de calidad, como *Filmaffinity* y *Sensacine* superan a las dos primeras tanto en palabras clave posicionadas, como tráfico orgánico. Dicho de otro modo, se da la circunstancia en nuestro análisis que el ranking de palabras clave posicionadas y usuarios no la dominan los dos cibermedios que hemos seleccionado, sino *Filmaffinity* y *Sensacine*. Ambas utilizan las redes sociales y las aportaciones de los usuarios. *Filmaffinity*, concretamente, utiliza sobre todo contenido de usuarios que realizan sus propias reseñas y puntúan películas. Tanto *Sensacine* como *Filmaffinity* realizan estrategias SEO y ocupan las mejores posiciones de Google por palabras clave relacionadas con cine y serie pensadas para ello. Esto confirma que

no solo sirve la calidad de los contenidos y el perfil profesional de los redactores para posicionarse en *Google*, hace falta además llevar a cabo estrategias de SEO específicas tanto *On page* como *Off page*.

Futuras investigaciones

En futuras investigaciones podrían compararse medios heterogéneos, en lugar de lo que hemos hecho en este caso. Es decir, podrían compararse cibermedios con dinámicas SEO y de posicionamiento distintas, por ejemplo, medios que publiquen informaciones sobre el mismo ámbito, p.e. cine y televisión como en este caso, pero que unos pongan más énfasis en acciones SEO aunque con contenidos de usuarios, y otros en producir contenidos periodísticos, aunque tal vez con menos énfasis en SEO, etc.

Creemos que en tal caso la información obtenida se puede volver más articulada y rica en dimensiones y en aspectos de análisis. Ahora bien, nunca insistiremos lo suficiente en que nosotros creemos que la situación ideal se produce cuando el buen periodismo se acompaña del mejor SEO posible.

6. Bibliografía citada y consultada

Codina, Lluís; Marcos, Mari-Carmen (2005). "Posicionamiento web: conceptos y herramientas". *El profesional de la información*, v. 14, n. 2, pp. 84-99.

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2005/marzo/1.pdf>

Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael (2011). "Tesauros y ontologías en sistemas de información documental". *El profesional de la información*, v. 20, n. 5, pp. 555-63.

<https://doi.org/10.3145/epi.2011.sep.10>

Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael; Díaz-Noci, Javier; Rodríguez-Martínez, Ruth; Pérez-Montoro, Mario; Cavaller-Reyes, Víctor (2014). "Sistema Articulado de Análisis de Cibermedios (SAAC): Una propuesta sobre el qué y el cómo para estudiar medios de comunicación digitales". *Hipertext.net*, n. 12.

<https://www.upf.edu/web/com-social/digidoc/-/ppc/vistaAmpliada/ARE46761/CAT/purEjDjyY9sg>

Codina, Lluís; Iglesias-García, Mar; Pedraza-Jiménez, Rafael; García-Carretero, Lucía (2016). *Search engine optimization and online journalism: The SEO-WCP framework*. Barcelona: UPF. Departamento de Comunicación. Serie Editorial DigiDoc.

https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26098/codina_search_2016.pdf

Enge, Eric; Spencer, Stephan; Fishkin, Rand; Stricchiola, Jessie (2012). *The Art of SEO*. Sebastopol: O'Reilly. ISBN: 978 0 596518868

Figuroa-Encina, Patricio (2016). "Oportunidades y desafíos para cibermedios en el ecosistema móvil. Instant Articles de Facebook y los nuevos formatos móviles". *Hipertext.net: Anuario académico sobre documentación digital y comunicación interactiva*, n. 14.

<http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/310534>

Fleischner, Michael H. (2011). *SEO made simple: Strategies for dominating the world's largest search engine*. MarketingScoop. ISBN: 978 0 615178639

Freixa, Pere; Soler-Adillon, Joan; Sora, Carles; Ribas, J. Ignasi (2014). "Aportaciones del découpage interactivo en la lectura y análisis de audiovisuales interactivos de los cibermedios". *Hipertext.net*, n. 12.

<http://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274410/364574>

García-Carretero, Lucía; Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael (2016). *Indicadores para el estudio de la visibilidad y del impacto de los cibermedios en el ecosistema digital*. Barcelona: UPF. Departamento de Comunicación. Serie Editorial DigiDoc.

https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27455/garciac_digidoc_indi.pdf

Gonzalo-Penela, Carlos (2015). *Posicionamiento web y dinámicas de información en motores de búsqueda: propuestas de análisis y estudio comparativo de visibilidad de contenidos digitales en el caso de procesos electorales*. [Tesis doctoral] Barcelona: UPF.

<http://hdl.handle.net/10230/23621>

Gonzalo-Penela, Carlos; Codina, Lluís; Rovira, Cristòfol (2015). "Recuperación de información centrada en el usuario y seo: categorización y determinación de las intenciones de búsqueda en la web". *Index.comunicación*, v. 5, n. 3.

<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/197>

Grappone, Jennifer; Couzin, Gradiva (2006). "Your one-month prep: Baseline and keywords". *Search engine optimization: an hour a day*. Indianapolis: Sibex, 2006.

Google (2016). *Search Quality Rating Guidelines*.

<https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/es//insidesearch/howsearchworks/assets/searchqualityevaluatorguidelines.pdf>

Kent, Peter (2006). "Building search-engine-friendly sites". *Search engine optimization for dummies*. Indianapolis: Wiley.

<http://ixn.es/Search%20Engine%20Optimization%20for%20Dummies.pdf>

Maciá-Domene, Fernando (2011). *Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores*. Anaya Multimedia. ISBN: 978 84 41529632

Iglesias-García, Mar; Fernández-Poyatos, María-Dolores (2011). "Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología". Bilbao: *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*.

Iglesias-García, Mar; Codina, Lluís (2016). "Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO)". *Opción*, v. 32, n. 9, pp. 929-944.

<http://www.redalyc.org/pdf/310/31048482052.pdf>

Pedraza-Jiménez, Rafael; Codina, Lluís; Guallar, Javier (coords.) (2016). *Calidad en sitios web. Método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo*. Colección EPI Scholar. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978 84 9064 487 4

Pedraza-Jiménez, Rafael; Blanco, Saúl; Codina, Lluís; Cavaller, Víctor (2013). "Diseño conceptual y especificación de requerimientos para el desarrollo y rediseño de sitios web". *El profesional de la información*, v. 22, n. 1, pp. 74-79.

<https://doi.org/10.3145/epi.2013.ene.10>

Pérez-Montoro, Mario; Codina, Lluís (2017). *Navigation design and SEO for content-intensive websites: A guide for an efficient digital communication*. Oxford: Chandos Publishing-Elsevier. ISBN: 978 0 081006764

Rodríguez-Martínez, Ruth; Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael (2010). "Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación". *El profesional de la información*, v. 19, n. 1, pp. 35-44.

<https://doi.org/10.3145/epi.2010.ene.05>

Rovira, Cristòfol; Fernández-Cavia, José; Pedraza-Jiménez, Rafael; Huertas, Assumpció (2010). "Posicionamiento en buscadores de las webs oficiales de capitales de provincia españolas". *El profesional de la información*, v. 19, n. 3, pp. 277-283.

<https://doi.org/10.3145/epi.2010.may.08>

Rovira, Cristòfol; Codina, Lluís; Marcos, Mari-Carmen (2009). "Cómo contratar un servicio de posicionamiento Web". *El profesional de la información*, v. 18, n. 2, pp. 229-236.

<https://doi.org/10.3145/epi.2009.mar.14>

Vàllez, Mari; Rovira, Cristòfol; Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael (2010). "Procedures for extracting keywords from web pages, based on search engine optimization". *Hipertext.net*, n. 8.

https://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-8/keywords_extraction.html

Vàllez, Mari (2011). "Keyword research: métodos y herramientas para identificar palabras clave". *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, n. 27.

<http://bid.ub.edu/27/vallez2.htm>

Vàllez, Mari; Pedraza-Jiménez, Rafael; Codina, Lluís; Blanco, Saúl; Rovira, Cristòfol (2015). "Updating controlled vocabularies by analysing query logs". *Online information review*, v. 39, n. 7, pp. 870-884.

<https://doi.org/10.1108/OIR-06-2015-0180>

