



UCASAL
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

Universidad Católica de Salta

Facultad de Artes y Ciencias

Departamento de Comunicaciones Sociales

Autor: Francisco Oropeza

Licenciatura en Publicidad

Año 2019

Agradecer a mis padres por haberme ayudado a terminar una etapa. Una madre comprensiva y un papá alentador.

A mi abuela Asunción por estar presente en todos los momentos académicos de mi vida.

A mis hermanos, que a la distancia siempre estamos juntos.

A Jazmín, la mejor compañera que el universo me entregó.

Gracias a las estrellas.

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

Autoridades:

Rector

Ing. Rodolfo Gallo Comejo

Vicerrectora Académica

Mg. Constanza Diedrich

Secretaria General

Lic. Silvia Álvarez

Decano de la Facultad de Artes y Ciencias

Lic. Susana del Carmen Arzelan Allué

Secretaria Académica

Dra. Adriana Iburguren

Jefe del Departamento de Comunicaciones Sociales

Lic. Laura Beatriz Copa Torres

Jefe de las Licenciaturas en Comunicaciones Sociales y Publicidad

Lic. Mauricio Javier Tolaba

ÍNDICE

PARTE I

<i>Resumen</i>	11
<i>Abstract</i>	11
<i>Introducción</i>	12
<i>Proyecto</i>	13
<i>Objetivos</i>	13
<i>Estado del Arte</i>	14
<i>Anticipación de Sentidos</i>	19
<i>Marco Metodológico</i>	20

PARTE II

<i>Marco Teórico</i>	29
----------------------	----

PARTE III

<i>Resultados de la Investigación</i>	55
<i>Análisis de la competencia</i>	61

PARTE IV

<i>On Gaming</i>	71
<i>Resultados del Posicionamiento</i>	73
<i>Conclusiones</i>	79
Anexos	83
Bibliografía	171
Hoja de Evaluación	177

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

PARTE I

Introducción / Tema / Proyecto / Marco Metodológico

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

Resumen

La siguiente investigación trata sobre los aspectos que son necesarios para posicionar un sitio web, en este caso, un diario digital temático sobre Gaming y eSports. Este posicionamiento busca ser orgánico o natural, es decir que sea posicionado de forma tal que no haya sido necesario invertir dinero en la promoción del sitio web.

Se realiza durante el año 2019 en la Ciudad de Salta, Argentina. Contexto social local y a nivel país donde es reciente el surgimiento de equipos deportivos semiprofesionales o profesionales que compiten en competencias nacionales e internacionales de videojuegos. Por lo tanto es un tema actual que necesita ser cubierto por los medios de comunicación.

La estructura de la investigación se divide en dos partes fundamentales, primero la recolección de datos necesarios para crear un diario digital, plataforma sobre donde crearla en conjunto con un análisis de la competencia. Una segunda parte donde se aplican esos datos y se mide el nivel del posicionamiento logrado después de un periodo de 2 meses.

Palabras claves: Posicionamiento Orgánico / Publicidad / SEO / Diario digital / Gaming / Esports/

Abstract

The following research deals with the aspects that are necessary to position a website, in this case, a thematic digital newspaper on Gaming and Esports. This positioning seeks to be organic or natural, meaning that it is positioned in such a way that it has not been necessary to invest money in advertising itself.

It takes place during the year 2018 in the City of Salta, Argentina. Local social context and country level where the emergence of semi professional or professional sport teams competing in national and international competitions is recent.

The structure of the research is divided into two fundamental parts, first the data collection necessary to create a digital newspaper and a second part where those data are applied and the level of positioning achieved after a period of 3 months is measured.

Keywords: Engine Optimization / Advertising / SEO / Digital Journal / Gaming / Esports

Introducción

Los videojuegos electrónicos son actualmente una de las industrias del entretenimiento líderes en la generación de ingresos monetarios. A nivel global se produce el fenómeno de profesionalizar a los jugadores de estos videojuegos para competir en eventos deportivos.

A nivel local son muchos los intentos de generar equipos competitivos, ligas y campeonatos nacionales. Allí es donde será necesario tener un medio de comunicación que se encargue de cubrir los posibles futuros torneos.

La creación de On Gaming se presentó en su momento como la necesidad de cubrir eventos locales que apoyaran movimientos culturales muy difundidos entre los jóvenes. Por nombrar algunos como los son los K-Popers (Seguidores de la Música y cultura sudcoreana) y los Cosplayers (Seguidores de las animaciones y mangas japonesas); peleas de Soft-combat (Combate con armas que simulan sus análogas reales), Juegos de Mesa Independientes, Comics, Frikis, Otakus y por supuesto los Gamers.

En este contexto y con el objetivo de enfocarse en el gaming y los eSports, On Gaming será transformado como un diario digital y los medios de comunicación históricamente han sido sostenidos a base de publicidad, así como evolucionaron los propios medios también tuvo la misma necesidad la publicidad.

A través de redes de anuncios y softwares de gestión de anuncios digitales, los diarios y blogs con presencia en internet lograron obtener ingresos necesarios para sostener el medio. La red de anuncio más grande y más extendida entre los usuarios es AdSense de Google.

Esta red de anuncio o AdNetwork ofrece muchas facilidades y requisitos para que los editores de diarios y medios digitales puedan ofrecer sus espacios para que toda la red de anunciantes o empresas inserten sus gráficas y creatividades.

Al ser la más extendida y usada por los usuarios, y siguiendo una simple regla de oferta y demanda, AdSense tiene un porcentaje muy bajo en la devolución de dinero. Otras redes de anuncios sí que ofrecen mejores regalías, pero sus requisitos son más exigentes.

El propósito de posicionar On Gaming es entonces no solo conseguir visitas y satisfacer una necesidad de comunicar los videojuegos y la cultura del gaming, si no que logre ser un medio sostenible en el tiempo. Las visitas y el tráfico de usuarios se traducen entonces como la forma de alcanzar los requisitos que redes de anuncios con mayores réditos económicos exigen.

Proyecto

En el diseño de este trabajo de investigación se planteó la realización de un proyecto con el fin de que se concretará la realización de un producto final. En este caso la creación de On Gaming como diario digital, donde primero se necesitó una investigación necesaria para la realización del posicionamiento de la web en el buscador de Google. Esto fue el análisis de los mejores posicionados al buscar palabras claves como “esports” y “gaming”

Por lo tanto, el nombre del proyecto fue *“Posicionamiento en Google de un nuevo diario digital de gaming, esports y videojuegos a través de herramientas SEO.”*

Los resultados encontrados en la investigación fueron necesarios para aplicar en On Gaming y tras un trabajo constante de 2 meses, medir su posicionamiento.

Objetivos

Objetivo General I: Crear un diario digital temático de esports, videojuegos, gaming y eventos culturales locales en una plataforma que permita subir noticias y ser optimizada en los resultados de búsqueda de Google.

Objetivos Específicos:

- Identificar los alcances y limitaciones de las plataformas existentes que permitan crear diarios digitales.
- Determinar la plataforma que se utilizara para el diario digital que permita ser optimizada en los resultados de búsqueda de Google.

Objetivo General II: Optimizar el diario digital en las búsquedas de Google relacionadas con la temática de esports, videojuegos, gaming y eventos para obtener mejor posicionamiento.

Objetivos Específicos:

- Evaluar que herramientas serán efectivas para posicionar el diario digital en las primeras páginas de resultados en el buscador de Google.
- Analizar tres diarios digitales de la competencia que aparece mejor posicionada al buscar “gaming” e “esports” en el buscador de Google para conseguir datos que puedan ser aplicados en On Gaming.
- Aplicar en el diario digital creado las herramientas y datos encontrados en el análisis de la competencia que mejoren su posicionamiento.

El diario digital On Gaming determinara si es factible posicionar de forma orgánica en los resultados de búsqueda de Google solo utilizando herramientas SEO.

El diario digital deberá mantenerse a base de publicidad de un Ad Network.

Estado del Arte

1. Gonzalo, C., Codina, L., y Rovira, C. (2015). Recuperación de Información centrada en el usuario y SEO: categorización y determinación de las intenciones de búsqueda en la Web. *index.comunicación*, 5(3), 19-27. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/197/175> el 24 de mayo de 2017

En este artículo se investiga cuáles son las últimas tendencias en los factores de posicionamiento centrados en las características provenientes de los usuarios. Los autores intentan hacer una investigación valiosa para los responsables de SEO en los medios de comunicación.

Aclaran que en un primer momento los buscadores no podían discriminar entre páginas con valor significativo en información y los que se basaban en solo hacer spam (páginas fraudulentas o de baja calidad) ya que su negocio solo era obtener dinero de la publicidad.

En 2012 y 2015 Google cambió sus algoritmos de búsqueda haciéndolo menos predecible para evitar esta situación. De ese cambio dos fueron centrados en el usuario: uno en su perfil y otro en su intención de búsqueda.

Los investigadores definen que: “Desde el punto de vista del usuario final es indiferente que, para una palabra clave, el buscador presente ya sea unas pocas decenas o varios millones de resultados, ya que solamente examinará los primeros.” (p 21).

Este resultado se debe a la combinación de tres factores: Factores on page y off page de las páginas filtradas por la palabra clave (las palabras que el motor de búsqueda encontró dentro de las páginas, así como también vínculos fuera de la página que sirven de anclaje).

Otro factor es el perfil del usuario medido a través de localización geográfica a través de su dirección IP y en el caso del móvil mediante GPS, analiza también las cookies (archivos con información almacenados en el equipo). El último factor es la intención de búsqueda (user intent) que pueden ser Informativas (información de algún tema), Transaccionales (para adquirir un producto o servicio) y las búsquedas Navegacionales (ir hacia una página específica).

En la investigación concluyen que Google intenta hacer menos predecibles la composición de sus SERP (Página de resultados de búsqueda) para evitar manipulaciones malintencionadas, sin embargo, sobre lo que se debe seguir apostando es por contenido de calidad y planificar estratégicamente los contenidos del medio de comunicación para que sean coincidentes con las palabras claves que buscan los usuarios.

2. Carreras Lario, R. (2012) Como clasifica google los resultados de las búsquedas: factores de posicionamiento orgánico. (Tesis de Doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/17450/> el 24 de mayo de 2017

El autor de la tesis justifica la necesidad de tener presencia online a través de estadísticas sobre el comercio electrónico y la cantidad de usuarios. Al momento de su investigación Google en España tenía la hegemonía sobre los motores de búsqueda, por lo que era importante conocer como posicionarse en este buscador.

Los objetivos de su investigación fueron conocer cuáles son los criterios principales que tiene en cuenta el algoritmo de Google y cuáles son las características de las primeras páginas posicionadas. Para esto se escogieron los 20 factores principales entre los cuales figuran: Presencia de la Palabra Clave en la etiqueta del título, extensión del texto de la página web (número de palabras), número de enlaces entrantes, densidad de la palabra clave en el texto de la página, edad del sitio web, palabra en nombre del dominio, palabras clave en url de la página y el uso de la palabra clave en la primera oración del texto principal, entre otros factores sobre la configuración interna del sitio web a través de etiquetas HTML.

Mediante un estudio empírico se escogió 359 palabras clave, se estudió a las primeras páginas web posicionadas por cada palabra a través de herramientas informáticas. Los resultados arrojaron que es un factor determinante la edad del sitio web y que es importante la presencia de la palabra clave en el título y en la url. Los textos de los sitios en su mayoría tienen al menos 200 palabras de texto. Como recomendación el autor aporta que el sitio debe recibir un gran número de enlaces, y mientras más contenido produzca será positivo ya que indexara más páginas en Google.

Si es un sitio nuevo convendría comprar uno antiguo, de todos modos, se debe escoger con mucho cuidado el nombre del dominio al crearlo.

Esta investigación es de mucha importancia para el tesista ya que otorga una fuente de información completa sobre los requisitos para posicionar un sitio web. Aun con los cambios en los algoritmos en 2015 los factores estudiados siguen teniendo importancia para el buscador.

3. Romero del Pino, C., y Galán Fajardo, E. (2010). Internet y los nuevos consumidores. El nuevo modelo publicitario. *Telos: Cuadernos De Comunicación E Innovación*, (82), 55-64. Recuperado de https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80105/DetalleAnteriores_82TELOS_DOSSIER3/seccion=1268&idioma=es__ES&id=2010020215530001&activo=6.do el 29 de abr. de 2017

Este artículo divulgado a través de una revista científica pretende describir cuáles son los nuevos consumidores en Internet y de que forma la publicidad debe aproximarse a ellos de manera efectiva.

El nuevo paradigma de la comunicación entiende que el consumidor actual es también productor de contenidos y de esta forma los anunciantes ya no pueden enviar un mensaje unidireccional a las masas por los canales de comunicación tradicionales. La autora establece que: el denominador común es crear productos de comunicación para provocar una respuesta activa por parte del consumidor (Romero del Pino, 2010). La publicidad efectiva en este paradigma no será aquella que logre ser interpretada como una molestia o una interrupción, sino la que el consumidor busque intencionalmente.

Sin embargo, en esta investigación se hace notar que los consumidores actuales son más críticos, por lo general son usuarios con conocimientos de los términos publicitarios y de marketing que no se dejarán engañar.

También se definen varios conceptos: el Brand Placement, estrategias de comunicación donde se posiciona a la marca en un contexto de ficción, cortos, películas, juegos, obras de teatro; y el del Advertainment que, en vez de posicionarla dentro de otro contexto, la misma marca produce el entretenimiento a través de la ficción para lograr reflejar su filosofía y la del producto.

En sus conclusiones deja entrever de que la industria publicitaria siempre está en constante cambio y es una característica de esta para no perder su negocio. También afirma que no hay que dejar de lado los medios abiertos como blogs y foros, ya que lo que busca la publicidad en este contexto es la integración y es ahí donde debe dirigirse.

Esta investigación ayuda al tesista para entender cómo se comporta el consumidor en Internet y si esto se ve reflejado en nuestro contexto geográfico-social.

4. Casero-Ripollés, A. (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. *El Profesional De La Información*, 19 (6), 595-601. Recuperado de <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/05.pdf> el 25 de abr. de 2017

En este artículo científico el autor pretende investigar los nuevos modelos económicos de los diarios digitales entendiendo que en el contexto actual el consumidor tiene muchísimas fuentes de información gratuitas para acceder.

El investigador hace un estudio de las fuentes de financiación de la información online: la publicidad y la venta del producto en Red y estudia 4 casos de diarios españoles con diferentes estrategias.

Tradicionalmente la prensa vendía su producto impreso y en él los espacios para los anuncios, en la actualidad según lo encontrado por Casero-Ripollés, la venta de los diarios impresos está en descenso y la próxima generación preferirá ver la información de manera inmediata a través de Internet.

De esta forma los diarios digitales solo dependen de la inversión de los anunciantes en sus medios, ya que incluso los lectores pueden encontrar en otros sitios la misma información que aparece impresa en los periódicos de forma gratuita.

El hecho de que tengan que depender exclusivamente de la publicidad hace que los contenidos se vuelvan triviales, homogenizados y sensacionalistas que solo busquen el impacto en el usuario.

El autor también describe varios modelos económicos de la prensa digital que servirán para el marco teórico. Y estudia los casos de elpais.com que uso el modelo de pago total (pay-wall) con un resultado negativo haciéndolo volver al modelo gratuito; y el caso de elmundo.es que utiliza un modelo freemium, un híbrido entre artículos gratuitos y otros contenidos especiales pagos a través de suscripciones. También supo hacer un negocio a través de la plataforma Orbyt, donde a través de una suscripción se le permite acceder a los diarios y revistas de Unidad Editorial, dueños de El Mundo, en formato digital editorial para ser visualizados en todos los dispositivos móviles con contenido enriquecido.

La conclusión del autor es que los medios digitales están en constante búsqueda de modelos rentables económicos en el escenario de la convergencia digital donde se topan con muchos obstáculos como el predominio de la gratuidad y el aumento de la competencia. En esta situación, concluye, que el modelo híbrido o freemium parece el más alentador.

Esta investigación sirve al tésista para delimitar en qué contexto se encuentran los diarios digitales, cuáles son sus modelos de negocios y si están teniendo la rentabilidad necesaria para mantener las empresas.

5. Martínez Rubio, R. (2010). Estructura de la información y su recuperación en los diarios digitales andaluces: análisis de las vías de comunicación interna. II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC). Málaga. 3-5. Recuperado de <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/443.pdf> el 1 de may. de 2017

En esta ponencia la autora se puso como objetivo analizar las estructuras de 12 diarios digitales andaluces y posteriormente comprobar si tienen herramientas de búsqueda de información correctas.

La autora hace hincapié en que los medios digitales no están sujetos solo a simple texto, sino que también se encuentran en las webs formatos multimediales como imágenes y videos. Además, en el diseño coexisten diferentes lenguajes y scripts que conforman a la página.

De esta manera realiza un análisis de dos pasos, el primero de forma automatizada con el programa XENU, el cual su función principal es la de verificar enlaces: HTML, imágenes, marcos, plug-ins, mapas de imágenes locales, hojas de estilo, scripts y applets de java y detectar todo aquello que no funciona indicando el motivo. (Martínez Rubio, 2010). El segundo paso es a través de un cuestionario de evaluación manual según los criterios de usabilidad en marcados por Nielsen.

En sus resultados pudo notar de que, en primer lugar, los sitios utilizan HTML, debido a que el diseño en este lenguaje es más barato que el XML. Que los formatos gráficos más extendidos son el GIF y el JPG y que los scripts y plug-ins estaban programados en FLASH o Javascript en su mayoría.

Por otro lado, destaca cuales son las rutas de navegación que debe seguir el usuario para acceder a la información, un diseño correcto de los niveles de acceso a la información permite al usuario alcanzar su objetivo de forma rápida y eficaz sin necesidad de un período largo de aprendizaje (Pareja, 2002).

La investigadora por último analiza las herramientas de recuperación de información, entendiéndose por este a los buscadores dentro del sitio (textuales y multimediales), mapa del web, índice general o menú, hemeroteca y difusión de titulares. Los resultados arrojaron de que la mayoría cuenta con buscador textual, menú y mapa web, pero carecen de una hemeroteca o un buscador multimedia.

Esta ponencia le sirve al tésista porque le brinda herramientas para el análisis de los portales web, el uso del programa XENU y las definiciones de Nielsen para la usabilidad en los diseños que servirán más adelante para el marco teórico.

Anticipación de Sentidos

La posibilidad de On Gaming de obtener un mejor posicionamiento en la página de resultados de búsqueda de Google mejoraría si se publica además contenido original de valor para el lector periódicamente.

On Gaming podría acceder a una Ad Network con mayor rédito económico si lograra un caudal de visitas constantes obtenido por el posicionamiento orgánico en tres meses.

Definiciones Conceptuales

Variables	Conceptualizaciones
Posicionamiento orgánico	El posicionamiento orgánico es el resultado de aplicar herramientas SEO en un sitio web con el fin de atraer más usuarios a través de los motores de búsqueda. Es el lugar orgánico o natural que ocupa en los resultados de búsqueda.
Herramientas SEO	SEO (Search Engine Optimization) son herramientas, utilidades y consejos que son aplicados sobre el diseño y la configuración de los sitios web. Además contempla los enlaces entrantes dirigidos desde otros sitios webs y redes sociales.
Search Engine Optimization (Página de resultados del buscador)	La Página de resultados del buscador o SERP, por sus siglas en inglés, es el resultado que aparece al buscar palabras claves en un motor de búsqueda. Los motores basan sus resultados en factores relativos al usuario que realiza la búsqueda y a los algoritmos que recuperan la información ordenándola en el SERP

Diario Digital El diario digital es un medio electrónico que se caracteriza por su inmediatez en la difusión de la información y su posibilidad de integrar archivos multimedia que acompañan la información, como videos, imágenes y audios. Posibilita además la interacción con los usuarios o lectores.

Ad Network Ad Network o Red de anuncios es un sistema que permite a los anunciantes pautar para que los anuncios se vean en todos los sitios web que pertenezcan a dicha red. Los publicadores de contenidos reciben un porcentaje de ganancia en dinero por cada click que se haga sobre el anuncio, también pudiendo ser por cierta cantidad de impresiones (vistas).

Marco Metodológico

El presente trabajo busco complementar la teoría y los conocimientos que se tienen sobre el posicionamiento orgánico en buscadores a través de una aplicación práctica sobre On Gaming

La necesidad de realizar una investigación previa fue para obtener datos concretos sobre la competencia para posicionar el diario digital On Gaming.

Paradigma de Investigación

El proyecto está ubicado dentro de un paradigma cualitativo de la investigación ya que se necesita un esfuerzo de interpretación (Mendicoa, 2003) y los resultados se encuentran dados tal como se vean reflejados en la experiencia.

El comportamiento de los usuarios en internet hace necesario que el investigador se decida por un paradigma cualitativo. “En el entorno Web 2.0 los usuarios actúan de la manera que deseen: en forma tradicional y pasiva, navegando a través de los contenidos; o en forma activa, creando y aportando sus contenidos.” (Kuklinski, 2007, p.29).

Sin embargo los datos de los usuarios son medidos a través de estadísticas o métricas, por lo tanto valores cuantitativos, que permiten ir direccionando las estrategias de los medios para alcanzar a sus públicos metas “donde seleccionamos y desfragmentamos la información de acuerdo a las

necesidades(...)" (Meza, 2017) en este sentido el investigador se guiara a través de la triangulación metodológica.

Morse (citado en Valencia, 2013) define la triangulación metodológica como "(...) el uso de al menos dos métodos usualmente cualitativo y cuantitativo para direccionar el mismo problema de investigación." (p.15). Es necesaria estas aproximaciones para asegurar la solución del problema propuesto en el proyecto.

Tipo de investigación

El trabajo está enmarcado dentro de una investigación aplicada, ya que lo que se busca no es crear teorías sino aplicarlo en un caso concreto. Así lo define Rodríguez (2005) "A la investigación aplicada se le denomina también activa o dinámica. (...) se aplica la investigación a problemas concretos en circunstancias y características concretas" (p.23).

Por otra parte, es de tipo Descriptiva, lo que se busca es identificar si el posicionamiento en buscadores funciona para atraer visitantes en un sitio web. "En tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera." (Bernal, 2006, p.112)

Fuentes

Las fuentes utilizadas fueron de carácter de información primarias obtenida en medios electrónicos como tesis, libros y artículos especializados de investigación que trataban sobre el posicionamiento orgánico o SEO.

También se consultó fuentes secundarias que interpretan las guías al usuario que ofrece Google sobre como posicionarse en su PageRank, definiendo como aplicarlas de manera eficaz. También se consultó un glosario con términos para el emprendedor en Internet.

Universo

En este trabajo se consideró todas las plataformas de gestión de contenidos existentes para la creación de diarios digitales o portales informativos, el investigador pudo contabilizar 33 plataformas que formaron el universo.

- b2evolution
- Movable Type
- Nucleus CMS
- Rapid CMS
- Simple PHP Blog
- Textpattern
- Wordpress
- Blogger
- Apache Lenya
- Kentico CMS
- ASPInvision
- Comitium Suite
- Drupal
- Jaws
- Joomla!
- Envolution
- Mambo
- myphpnuke
- Nukes
- PHP-Nuke
- Plog
- Plone
- PostNuke
- Relevant CMS
- Rubedo CMS
- slash
- SPIP
- Subdreamer
- TYPO3
- Xaraya
- XOOPS
- XWiki
- Walnut CMS

Las competencias de diarios digitales de la misma temática conformaron otro universo, portales informativos que se dediquen a cubrir las mismas categorías que On Gaming, descartando los sitios web de venta de productos o servicios y los diarios digitales de información en general entendido como aquellos que sus principales noticias son otras diferentes a los videojuegos e esports.

Son limitados los diarios digitales que se dediquen a este contenido especializado en idioma español, el investigador pudo encontrar 15 diarios digitales a través del buscador de Google:

- Xataka Game
- Hobby Consolas
- Movistar eSports
- Vandal Sports
- LevelUP
- Zona de Leyendas
- Gaming Sports
- Cultura Geek
- Marca eSports
- Geektopia
- Geeknetic
- Revista Yume
- Meristation
- Juegos ADN
- Alfa Beta Juega

Muestra

El muestro fue no probabilístico para las posibles plataformas a utilizar para la creación de On Gaming. Se obtiene por casos de conveniencia, según Sampieri, Collado y Lucio (2003) este tipo de muestreo se da cuando los casos a estudiar son los que están disponibles para el investigador. El investigador seleccionara 5 plataformas gratuitas de gestión de contenidos.

Por lo tanto la muestra se compone de las siguiente plataformas CMS: Blogger, Wordpress.org, Joomla.org, Joomla.org y Textpattern.

En el caso del muestreo de diarios digitales también fue del tipo no probabilístico por conveniencia. En este caso el tesista seleccionó tres diarios digitales que aparecieron mejor posicionados al buscar las palabras claves “gaming” y tres diarios digitales que aparezcan mejor posicionados al buscar “esports” en el buscador de google aplicando el filtro Noticias para obtener más precisión en la búsqueda descartando otros sitios web que no pertenezcan a la categoría pretendida para el proyecto.

Los 3 mejores posicionados al buscar la palabra “gaming” en Google.com.ar usando la pestaña de Modo Incógnito (con el fin de que no interfiera las cookies en la búsqueda) con el filtro Noticias fueron: Alfa Beta Juega, Juegos ADN y Hobby Consolas

Los 3 mejores posicionados al buscar la palabra “esports” en Google.com.ar usando la pestaña de Modo Incógnito (con el fin de que no interfieran las cookies en la búsqueda) con el filtro Noticias fueron: eSports – AS.com, eSports Xataka, eSports

Unidad de Observación

On Gaming es la unidad de observación y pieza importante del proyecto, como diario digital se establecerá sobre un gestor de contenidos o CMS (Content Management System) gratuito que permita ser optimizado para un mejor posicionamiento en la página de resultados de Google.

Las plataformas de gestión de contenidos permiten la creación de portales informativos, diarios digitales, blogs personales o paginas institucionales y empresariales que requieran la actualización del contenido frecuentemente.

Técnicas para la recolección de datos

La principal técnica fue la observación directa estructurada para conocer cuál fue el gestor de contenidos más apropiado para ser utilizado en On Gaming. La observación estructurada “es aquella que además de realizarse en correspondencia con unos objetivos, utiliza una guía diseñada previamente, en la que especifican los elementos que serán observados” (Arias, 2012, p.71)

La observación indirecta se utilizó para analizar a los diarios digitales de la competencia ya que se realizará a través de instrumentos electrónicos: extensiones de análisis de webs para Google Chrome y su Consola para Desarrolladores. Estas extensiones fueron SEO Quake, MOZbar y WordCounter. También se utilizó las herramientas de Seo Profiler y ChekPageRank.net.

Instrumentos

Para conocer cuál será el gestor de contenidos que se utilizará para On Gaming se realizó una grilla de observación (Anexo) donde se indica si los gestores cumplen con los siguientes requisitos:

- Documentación en español (de fuentes primarias y secundarias)
- Temas disponibles para aplicar sobre el sitio
- Panel de control
- Plugins o extensiones
- Etiquetado de noticias

Métodos para el análisis de datos

Los datos se recopilaron a través de medios electrónicos y se los representó a través de distribución de frecuencias y representaciones gráficas esto “indica el número de veces que ocurre cada valor o dato en una tabla de resultados de un trabajo de campo” (Bernal, 2006, p.182).

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

PARTE II

Marco Teórico

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

Marco Teórico

1. Internet

Es necesario presentar a este medio, pieza central de la investigación donde aparece el objeto de estudio. Para eso se realizará una breve reseña histórica y las funciones que cumple este medio en la actualidad.

1.1 Orígenes de Internet

El origen se remonta a la Guerra Fría desarrollada por Estados Unidos. El objetivo era desarrollar redes de comunicación que fueran capaces de funcionar incluso si un desastre destruía partes considerables de la propia red. (Chatfield, 2011). Los principios de esta red de comunicación formarían la denominada ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) conectando en un principio cuatro universidades. Desde allí se establecerían los protocolos para utilizar la red, una hoja de ruta por donde debía navegar la información o dirección IP. Los siguientes años se seguirían produciendo innovaciones que seguirían conectando instituciones y personas, pero no sería hasta fines de los 80' que estaría disponible a todo el mundo. Chatfield (2011, p.6) afirma que: A lo largo de la década de 1990, el número de personas conectadas por Internet se iba doblando cada año de promedio, un ritmo de crecimiento que durante la siguiente década solo se atenuó ligeramente.

1.2 World Wide Web

La World Wide Web (en adelante WWW) es un conjunto de normas que permiten que la navegación por Internet sea mucho más sencilla. Fue gracias a su aparición que Internet estuvo al alcance de todos, su inventor fue Tim Berners-Lee junto a su colega Rober Cailliau (Chatfield, 2011). La WWW se sustenta en cuatro elementos fundamentales según Adell (1995):

Un protocolo de comunicación (HTTP o HyperText Transfer Protocol); Un lenguaje para escribir documentos hipermedia (HTML o Hypertext Markuo Language); Un sistema notacional para designar objetos en Internet y las operaciones a realizar sobre ellos (URL o Uniform Resource Locator); Y finalmente un conjunto de aplicaciones (clientes, navegadores o browsers WWW y los servidores) que se dividen el trabajo de servir y presentar la información al usuario. (p.1)

El proceso de comunicación en internet se compone de un cliente (un sistema o proceso que solicita a otro sistema o proceso que le preste un servicio), y de un servidor (un sistema que proporciona recursos a los clientes de la red) conocido

como el modelo cliente-servidor (ANETCOM, 2007).

En la WWW el cliente es el navegador o browser es el que permite la navegación a través de los servidores. El Glosario para emprendedores de Internet de la asociación sin ánimo de lucro para el fomento del comercio electrónico empresarial y de las Nuevas Tecnologías en la Comunidad Valenciana, ANETCOM (2007) define a los navegadores de esta forma:

Aplicación para visualizar todo tipo de información y navegar por el espacio Internet. En su forma más básica son aplicaciones hipertexto que facilitan la navegación por los servidores de información Internet; cuentan con funcionalidades plenamente multimedia y permiten indistintamente la navegación por servidores WWW (...). (p.19)

1.3 Caché y Cookies

Son dos términos que son necesarios tener en cuenta para la navegación a través de la World Wide Web y para el día a día en el uso de Internet. Por esto se procede a definirlos para su posterior uso en el proyecto.

Según ANETCOM (2007) en su Glosario Caché es “la copia mantenida por un navegador de las páginas web visitadas últimamente”. (p.21) El Caché es almacenado en el disco duro local por lo tanto al volver a visitar un mismo sitio parte de la información es cargada del disco duro local lo que agiliza la carga del sitio web.

Por otro lado, las Cookies también se almacenan en el disco duro o en una memoria temporal del usuario. Mientras que el Cache guarda información sobre la página web para facilitar la navegación, las cookies guardan la información del usuario, por lo general dirección IP, que permite conocer la ubicación aproximada desde donde se accede, navegador o cliente utilizado para acceder y otros datos que puedan ser obtenidos con facilidad en su permanencia en la memoria local del usuario.

1.4 Publicidad en Internet

Primero comenzaremos por definir a la publicidad. Tiene muchas acepciones, hay tantas definiciones como publicitarios, cada uno tiene el derecho de reinventarla por la propia evolución de sus ideas y sus necesidades (Bassat, 1993). De este modo, será más preciso guiarse según su definición legal del Ente Nacional de Comunicaciones:

Toda forma de mensaje que se emite en un servicio de comunicación audiovisual a cambio de una remuneración o contraprestación similar, o bien

con fines de autopromoción, por parte de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con una actividad comercial industrial, artesanal o profesional con objeto de promocionar, a cambio de una remuneración, el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes, inmuebles, derechos y obligaciones. (ENACOM, 2009, p.14)

Internet facilita a los anunciantes herramientas para publicitar por su cuenta, no es necesario contratar a una agencia si se tienen los conocimientos necesarios. En realidad, existen muchos cursos y capacitaciones online gratuitas. Google se encarga de crear certificaciones para capacitar a los que quieran usar sus herramientas de AdWords, sistema para anunciar en los resultados de búsqueda (GOOGLE). Y sitios como HubSpot que enseñan conceptos de Marketing a las empresas que quieran convertir las visitas de los usuarios en ventas, así como también soluciones de seguimiento de actividad en los sitios web de los clientes. (HUBSPOT)

Como medio publicitario, entonces, permite la integración de diferentes actores que antes no podrían haber pensado competir a la misma altura que grandes empresas. Internet no hace diferencia de quien anuncia ni de qué lugar geográfico proviene. Es lo que se llama la democratización de la publicidad. (Molina, 2008).

De este modo es preciso afirmar que la Publicidad está presente en todos los ámbitos de la web. Las plataformas 2.0 sumaron más posibilidades a este soporte, cada vez surgen nuevas formas de llegar a los consumidores y, en el contexto actual, el centro de toda comunicación es el consumidor. El anunciante pretende lograr conversión, fidelidad y recomendación. Generar espacios donde el cliente forme parte de la comunidad de la marca. (Martínez, 2013)

1.5 Usuario en Internet

Los usuarios en internet siguen creciendo debido a las facilidades para acceder a la conexión a esta y por la creciente adquisición de dispositivos con conexión a la red. Según la última Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (INDEC, 2015) el %61,8 de los hogares tiene acceso a internet y según la misma encuesta en términos generales, muestran que en Argentina casi 7 de cada 10 personas utilizan computadora o Internet y casi 8 de cada 10 emplean celular.

1.6 Redes y Servidores de anuncios publicitarios

Las redes de anuncios y servidores de anuncios tienen un funcionamiento similar. El concepto básico es el de un usuario al que se recopila toda su información utilizando cookies para crear un perfil, en donde se tiene en cuenta los datos de “intereses” como que productos y servicios le gusta y

“demográficos” como edad, género y procedencia de esta forma se le “sirve” al usuario la creatividad o anuncio que coincida con su perfil.

A partir de allí recae la diferencia, un ad network o Red de anuncio es controlado por un sistema ajeno a la web donde se verá el anuncio. Es decir que el espacio que el administrador otorgue dentro de un sitio web para un anuncio no será controlado por él; los usuarios que visiten el sitio verán una publicidad que fue puesta ahí gracias a su perfil de usuario que fue compuesto con el tiempo recopilando datos de forma anónima (Saikat, Bin, y Paul, 2011). El mayor ejemplo de Ad Networks Google AdSense. Los anunciantes que quieran usar la red de anuncios de Google deben utilizar AdWords.

Los sitios web pueden ceder sus espacios a diferentes Ad Networks los cuales cada uno ofrece un valor único, como servidores de video con publicidades, recomendaciones pagas de artículos relacionados en otros sitios web, anuncios a nivel página que obligan al usuario a realizar una acción para cerrarlas y seguir con el contenido de la web y hasta anuncios en las cajas de comentarios de los blogs y diarios digitales (SOLVEMEDIA).

El Ad server o Servidor de anuncios en cambio es una plataforma en la que el administrador del sitio web vende los espacios hacia los anunciantes, así como también los datos de sus visitantes prometiéndoles una x cantidad de impresiones (veces que el anuncio es visto por un usuario), de esta forma los usuarios verán publicidades de acuerdo a su perfil. Los servidores de anuncios en algunos casos permiten ver a los anunciantes el progreso de su campaña a través de un usuario y contraseña para acceder a la plataforma dentro del servidor de la web principal.

1.7 Términos sobre la contratación de publicidad en internet

La contratación de pauta publicitaria está regida principalmente por la cantidad de usuarios o visitantes que tiene el medio electrónico. Estos son contabilizados por su dirección IP, su principal desventaja es que, aunque el número es exacto, las direcciones IP pueden cambiar para el mismo usuario si son de naturaleza dinámica, contabilizándolo como más de una visita.

Según “La guía de Pauta Digital” publicado por el diario El Tribuno (2017) otros factores importantes en la negociación son las impresiones y los clics:

Impresión: Acto de visualización de un banner por parte de un usuario. Se utilizan las impresiones como una unidad de medida para estadísticas y también para vender pautas por CPM. Por ejemplo, si una misma página contiene 3 banners, genera en las estadísticas: una página vista, y 3 impresiones (una por cada banner).

Clic: Acción de presionar sobre un anuncio, ingresando en acto seguido al sitio web del anunciante. (p.2)

Los CPM (Costo Por Mil), es un sistema de pago publicitario por el cual se paga una cantidad fija por conseguir 1.000 impresiones.

2. Los Medios de comunicación en Internet

Desde la aparición de la WWW, cuando se posibilitó que cualquier usuario pueda generar su propio sitio web, fue cuando la prensa decidió sumarse a la web. Desde ese momento hasta hoy los medios se han consolidado y tienen una importancia igual, o mayor, a los medios tradicionales. (Salaverría, 2005, p. 11) y estos medios, en constante cambio, seguirán su proceso de evolución tecnológica, económica y editorial.

A diferencia de los tradicionales que son considerados medios de comunicación de masas, no es aplicable a Internet el término, Miguel (2000) define que existen todo tipo de situaciones comunicacionales, con comunicaciones de 1 a 1 (e-mail), de 1 a múltiples receptores (prensa o radio en Internet) y de varios emisores a varios receptores (grupos de discusión, comunidades de internautas).

2.1 Los medios tradicionales y su adaptación a la web

Dado el flujo de las audiencias en Internet las empresas periodísticas vieron una oportunidad para llegar a este medio digital, tras algunas experiencias privadas 1994 marcó el punto de partida para los cibermedios en la web pública (Costales, 2013). Costales entiende que los medios digitales tienen la posibilidad de transmitir información en diversos formatos: audio, video, texto y fotografía, esto deriva de su forma matricial que son la radio, el periódico o la televisión. Pero como afirman Mas, Mas y Fernández Diez (2011): Las investigaciones realizadas durante la última década se debaten entre sostener que Internet está sustituyendo a los medios clásicos o defender que únicamente los está desplazando, es decir, que está reconfigurando el uso que de ellos se hace (p 14). En el caso de la prensa tradicional se plantean si el consumo de la versión impresa se complementa con la versión digital, o si en cambio, entre ellas se genera una competencia.

Mientras los medios tradicionales en muchos países ven un recorte en su personal debido a la reducción de su volumen de ventas, los medios digitales tienen el futuro más despejado (Salaverría y Negro, 2008).

2.2 Los portales de noticias digitales

Debido a su facilidad de acceso desde distintos dispositivos McNair afirma

(como se citó en Feenstra y Casero-Ripollés, 2012) que internet ha incrementado extraordinariamente la rapidez de circulación de las noticias. Es así que la cobertura informativa se produce en tiempo real y los medios digitales deben actualizarse constantemente y debe transportarse a todas las plataformas de comunicación. (Feenstra y Casero-Ripollés, 2012). Al ser lanzado en internet, cualquier información es susceptible de ser recibida y reprocesado de formas imprevistas con independencia de la intención del autor (Castells, 2009). Esto permite que el usuario se convierta en autor, en lo que denominan periodismo participativo, sin embargo, el estado de los comentarios que se ven en los diarios de prestigio distan de tener una gran calidad de debate (Díaz-Noci, 2010).

2.3 Modelos económicos de los medios digitales

El primer problema que presentan los medios a la hora de llegar a la web es como sostenerse económicamente, por norma general todo el contenido en Internet se ha caracterizado por la gratuidad debido a que en un principio los usuarios eran profesores e investigadores universitarios (Miguel, 2000). Tradicionalmente Sonmac (como se citó en Casero-Ripollés, 2010) habla de que la prensa basó su obtención de ingreso en dos recursos: la venta del producto (impreso) y el recurso de publicidad a los anunciantes. Sin embargo, los lectores pueden acceder a grandes cantidades de información de forma gratuita, así como los mismos contenidos que ofrecería la opción impresa.

Es por esto que Casero-Ripollés (2010) habla de los diversos modelos de negocio para la prensa en internet:

- **Gratuidad:**(...) la publicidad como el único recurso de financiación.
- **Pago total (pay-wall):** se basa en el cobro por el consumo de información (...).
- **Metered model:** permite el acceso gratuito a un ilimitado de artículos (...).
- **Freemium:** combina el consumo en abierto a las noticias de última hora con el cobro por el acceso a informaciones dotadas de alto valor añadido.
- **Donaciones:** es un método aplicado que sitúa a la prensa fuera del mercado y basa sus ingresos en contribuciones voluntarias. (p598)

Basado en los modelos de negocio, On Gaming se encuentra en un modelo de **Gratuidad**, modelo por el que se rigen mayoritariamente los medios digitales y por el cual se rige esta investigación.

3. Gestores de contenidos

Los gestores de contenidos o CMS (por sus siglas en inglés, Content Management System) permiten la creación, mantenimiento, modificación, recuperación y presentación de la información en forma de datos o multimedia.

Jiménez y Moreo (citado en León, 2011) definen al CMS:

Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido por una parte y el diseño por otra. Así, es posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto al sitio sin tener que darle formato al contenido de nuevo, además de permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores. Un ejemplo clásico es el de editores que cargan el contenido al sistema y otro de nivel superior que permite que estos contenidos sean visibles a todo público. (p.5)

Según Bramscher y Butler (2006) definen al CMS desde la explicación del siguiente esquema (fig.1). El CMS se define a partir de la relación implícita entre las estructuras contenido (información), gestión (organización) y sistema (la tecnología). Es un conjunto coordinado de las tecnologías y los procesos con la posibilidad de personalizar el material digital u objetos (contenido) por personal no técnico; socializar las decisiones relativas a la arquitectura del sitio y la distribución de la autoría y funciones de edición (gestión y administración) y proporcionar los mecanismos para realizar esto (el sistema), son todas las funciones críticas para la éxito de un CMS como una tecnología que permite a una organización satisfacer las necesidades de su usuarios. (León, 2011)

Con esta solución técnica no es necesario conocer la disposición, el diseño o el lenguaje de programación de los sitios web, basta con seguir una plantilla preestablecida facilitando el trabajo para los profesionales de la comunicación. (Franquet y Villa-Montoya, 2010)

4. Motores de Búsqueda

Los motores de búsqueda son herramientas de recuperación de información. Epifanio y Medeot (2007) define que es la disciplina encargada de la representación, almacenamiento, y la organización de la información, y su posterior acceso y recuperación de información que responde a las necesidades de un usuario (p.1). Mari-Carmen (1998) lo define así:

Un buscador se compone de un robot que rastrea las páginas de la red en busca de novedades y las indiza, una base de datos donde se almacena una breve referencia de la información indizada y

su dirección electrónica, y una interfaz que permite al usuario interrogar al sistema y recibir los resultados obtenidos. (p.2)

En cambio, existen también directorios, anteriores a los buscadores, en los directorios existe una selección, una clasificación y una indización de páginas web realizadas por personas. (Mari-Carmen, 1998).

Entonces el componente que hace único al motor de búsqueda es que se trata de un robot o algoritmo que rastrea en la web el contenido o información que se adapte al pedido de búsqueda del usuario a través de palabras claves.

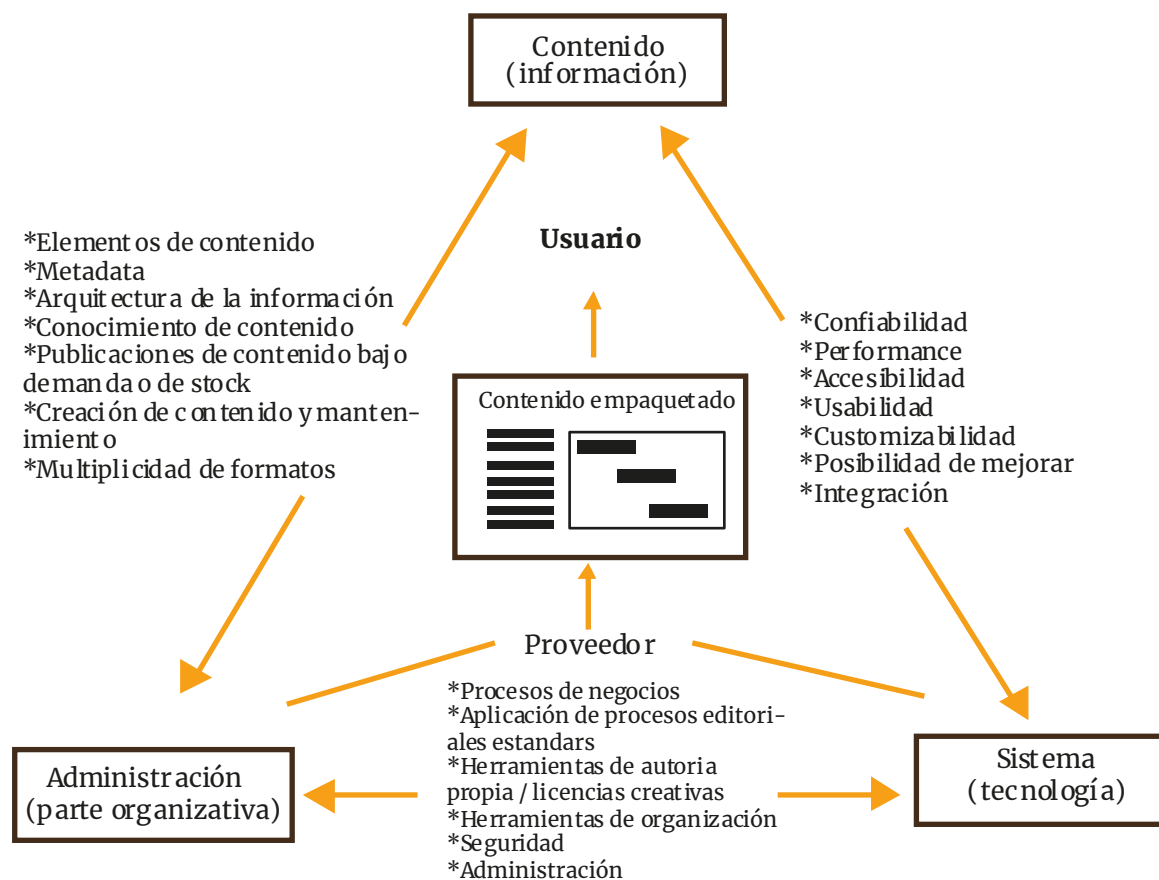


Figura 1: Estructura de funcionamiento según Bramscher y Butler (2006)

4.1 Historia de los buscadores

Teniendo en cuenta la definición de recuperación de información, sería imposible hoy en día acceder a la gran cantidad de datos que existen en la red sin que estos existieran, la indización que realizan los buscadores como Google hacen que la web sea un depósito de información útil. La Web y los buscadores forman en la práctica una pareja imposible de separar y es la forma por la cual los usuarios experimentan la web, lo que les da una dimensión social a estas herramientas (Codina y Abadal, 2013).

El primer motor de búsqueda de Internet fue creado ocho años antes de que existiera Google, en 1990 y se llamaba Archie, fue el primer programa capaz de hacer una función sencilla: descargaba automáticamente una lista de todos los archivos disponibles de los sitios de Internet públicos que podía encontrar, entonces los usuarios podían buscar su palabra clave a través de esta lista. (Chatfield, 2011, p.36).

En 1994 dos estudiantes graduados de la Universidad de Standford se les ocurrió la idea de organizar lo que encontraban por Internet a través del navegador Mosaic. La llamaron “Vía rápida de Jerry a Mosaic”. El nombre por el que se lo conoce hoy en día es Yahoo! (Rosales, 2004). En su momento aparecieron directorios como Lycos, Infoseek, Archtext, WebCrawler, Altavista, pero ninguno alcanzó la cantidad de seguidores de Yahoo!.

4.2 Google

Google se fundó en 1998 por dos alumnos de la Universidad de Santofrd a través de un proyecto de investigación que dio lugar a un algoritmo al que llamaron PageRank (Chatfield, 2011) el cual siempre está en constante mejora, la finalidad es la obtención de un vector que da la importancia relativa de las paginas, para clasificar las páginas web según su importancia (Pedroche, 2007). De esta forma Rosales (2004) amplia:

Su sistema de algoritmos le permite presentar al usuario los resultados en orden de importancia según las citas (ligas que apuntan hacia los sitios presentados).

Entonces Google hace una revisión de cuál es la página web con el mayor número de ligas que le apuntan (dentro de Google), de esta manera muy ingeniosa les va asignando un puesto en el ranking, al que tiene el mayor número de ligas ocupará la primera posición y así sucesivamente. (p.31)

Google como empresa no solamente ofrece su buscador si no múltiples servicios digitales, tales como el explorador de Internet Chrome, correo electrónico Gmail, sistema operativo para computadoras Chrome OS, sistema operativo para smartphones Android, plataforma de videos YouTube, su propia Red Social Google+, explorador de mapas Google Maps, por nombrar a algunos de ellos en los que hay soluciones empresariales y educativas, alojamiento en la nube de documentos y fotos, calendario y hasta dispositivos propios de Google (GOOGLE) todas marcas pertenecientes a su conglomerado Alphabet INC.

4.3 Posicionamiento en buscadores

El posicionamiento en buscadores es fundamental para el sitio web que busca

obtener visitas y en segundo término generar ganancias, clientes o promoción de los productos y servicios que vende.

El termino adoptado para esta práctica se denomina Search Engine Optimization o SEO. Arbildi Larreina (2005) lo define así:

Las técnicas que pretenden mejorar la calidad de un sitio web (mediante la mejora de su código y sus contenidos) se llaman Optimización para buscadores —Search engine optimization (SEO)—. Estas prácticas persiguen la mejora de la posición de un sitio o recurso web para una consulta determinada, y por corrupción de la filosofía inicial hay quien a la optimización la llama “posicionamiento”. (p.109)

El fin de las técnicas SEO es posicionar en los primeros lugares un sitio web en la página de resultados de búsqueda. Este posicionamiento trata de coincidir con las posibles palabras claves del usuario. Mari-Carmen (2006) amplía:

El eje central está en preguntarse cuáles serán las palabras que previsiblemente utilizarán los potenciales usuarios en sus búsquedas; una vez determinado esto, podrá hacerse uso “lícito” de las técnicas de optimización para que un determinado sitio web aparezca en una buena posición cuando los usuarios busquen información relacionada con los contenidos de dicho sitio web.

El sitio que se vea beneficiado por los motores de búsqueda (que seleccionan los enlaces más relevantes que coincida con la búsqueda del usuario) recibirá a cambio un gran caudal de visitas con todo lo que eso conlleva. (Penela, 2015)

4.4 Factores de posicionamiento

Carreras Lario (2012, p.35-61) en su tesis doctoral escoge 20 factores principales, en base a opinión de los expertos de los 200 que tiene en cuenta el algoritmo de Google, los cuales son:

Criterio 1: Presencia de la Palabra Clave en la etiqueta titulo

Es una etiqueta de título <title>...</title> que está dentro del código HTML de una página Web. (Ver imagen 1)

Criterio 2: Extensión del texto de la página web (número de palabras).

Al menos 200 palabras de texto.

Criterio 3: Numero de enlaces en trantes



Imagen 1: Etiqueta Title en el HTML de ongaming.com.ar, se puede apreciar que es visible en la pestaña de navegador.

Enlaces, vínculos o hipertextos de otras páginas B que llevan a la página A.

Criterio 4: PageRank

Criterio 5: Densidad de la palabra clave en texto de la página

El resultado de dividir las veces que aparece una palabra clave concreta entre el total del texto de la página web.

Criterio 6: Edad del Sitio Web

Google premia a las páginas más antiguas, debido a que las páginas recientes suelen ser de dudosa credibilidad

Criterio 7: Número de enlaces en trantes a todo el sitio web

Entendiendo que el sitio web es el conjunto de páginas web, un mejor posicionamiento se dará cuando otras páginas antiguas enlacen más páginas del sitio web.

Criterio 8: Número de páginas del sitio web indexadas en Google

Se obtiene escribiendo en Google: `site:X` (nombre de dominio). (Ver Imagen 2)

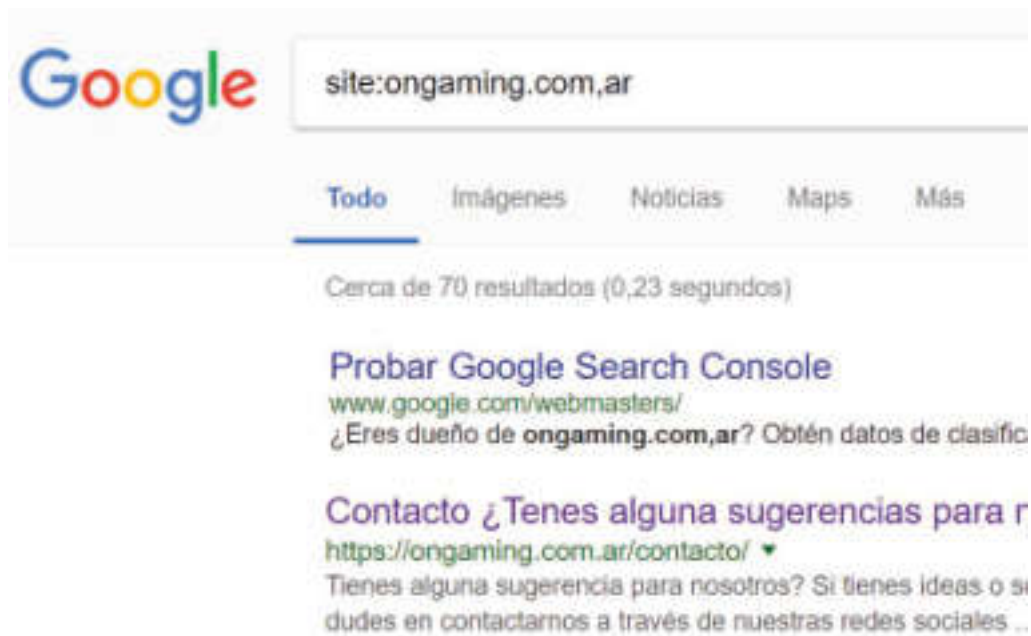


Imagen 2: Resultados del buscador de Google al escribir 'site:ongaming.com.ar' con un resultado de 70 páginas indexadas al día 7 de Junio de 2018

Criterio 9: Palabra en nombre del dominio

El nombre del dominio es por ejemplo "ucasal.edu.ar", si buscara "ucasal" en google un factor importante es la presencia de mi palabra clave su dominio.

Criterio 10: Palabra clave en encabezados o etiquetas de jerarquía (H1 a H6)

El código HTML permite seis tipos distintos de jerarquía, que son los encabezados de las publicaciones. (Ver Imagen 3)

Criterio 11: Palabra clave en URL de la página

URL (Uniform Resource Locator) o localizador uniforme de recursos, es la dirección de una página web. Por ejemplo si mi palabra clave es "Windows 10" y la dirección es `https://ongaming.com.ar/qualcomm-procesador-arm-para-windows-10/` Significa

que mi palabra clave si está presente en su URL. (Ver imagen 4)

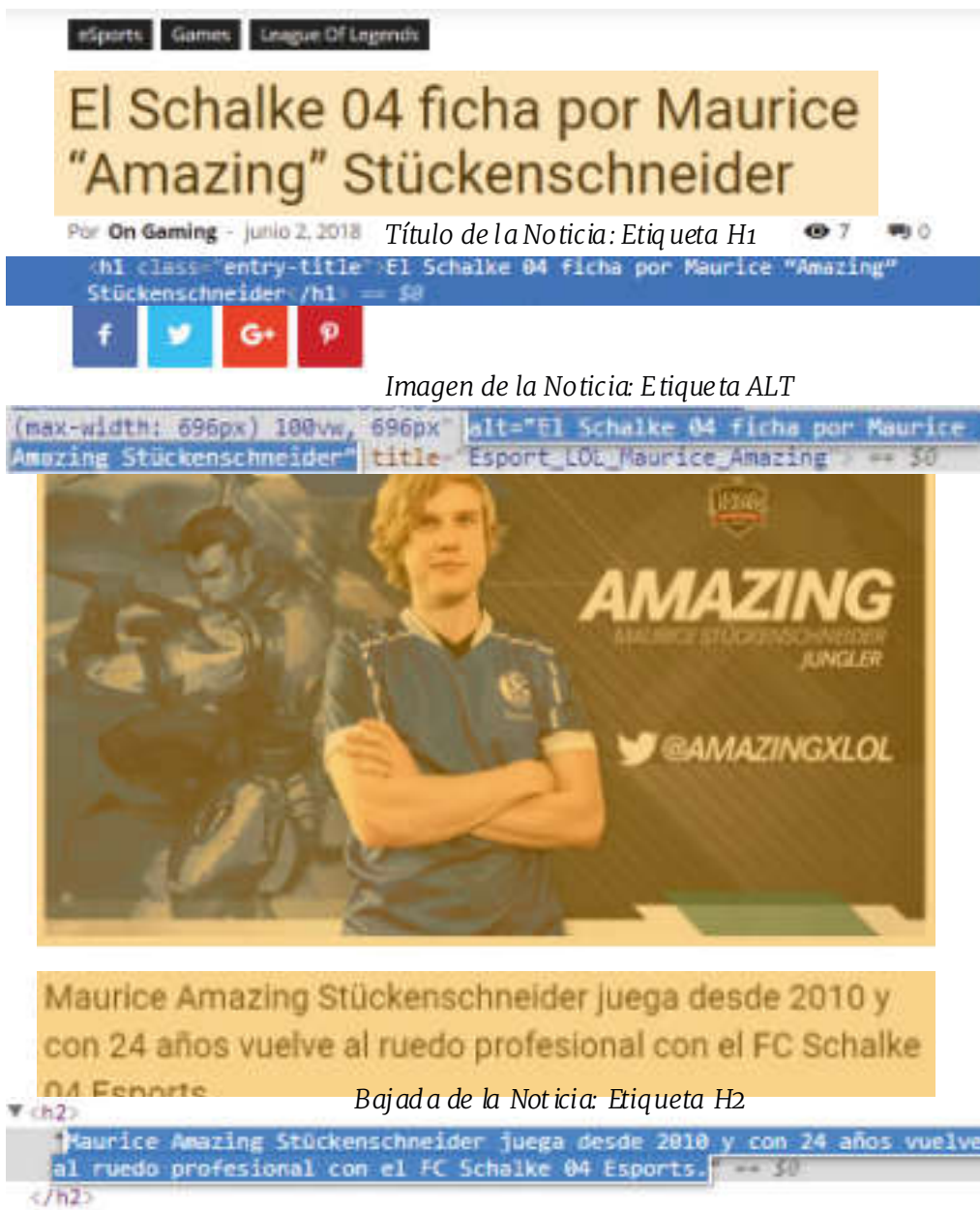


Imagen de la Noticia: Etiqueta ALT

Bajada de la Noticia: Etiqueta H2

Imagen3: Etiquetas H1, ALT y H2 en un artículo de On Gaming

Criterio 12: Uso de palabra clave en etiqueta META “descripción”

Esta dentro del código de la página web y no es visible al usuario, sin embargo, si lo es cuando el buscador da con la página y ofrece una pequeña descripción. (Ver imagen 4)

Criterio 13: Palabra clave en etiquetas alt

Es una etiqueta que se atribuye a una imagen con el código . Sirve para describir una imagen y es vista por los navegadores. (Ver Imagen 3)

Criterio 14: Densidad de palabra clave en textos anclas de enlaces internos

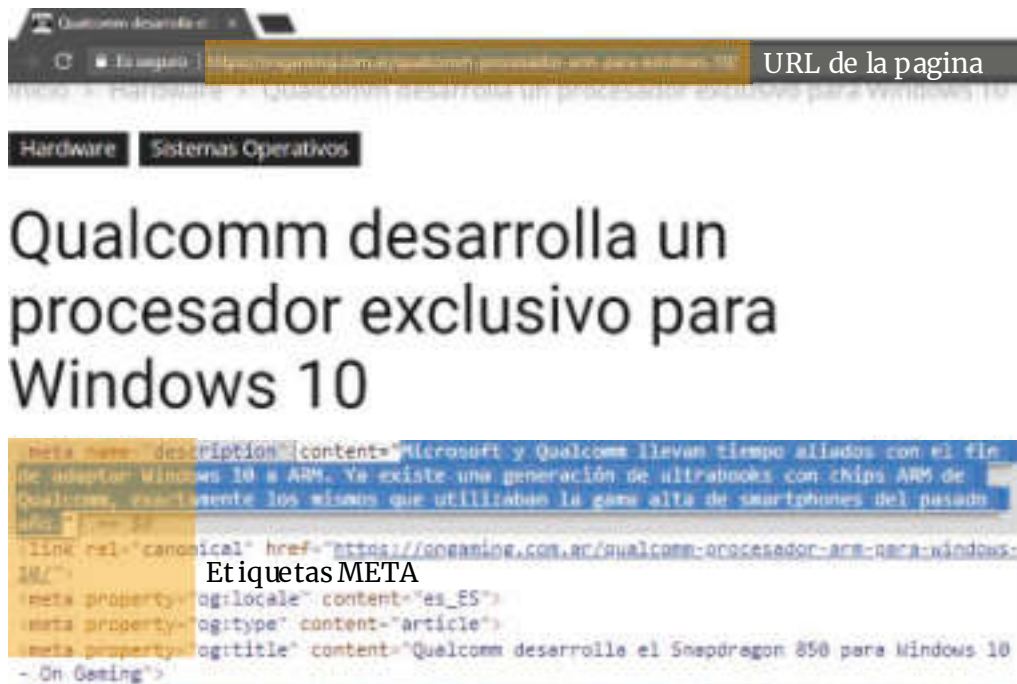


Imagen 4: URL de la página. Etiquetas META sobre el HTML del sitio On Gaming que son visibles para el navegador. El número de barras presentes (/) en la URL es de 1

Enlaces internos dentro de una página que llevan a otras páginas del mismo sitio web. (Ver imagen 5)

Criterio 15: Densidad de palabra clave en textos ancla de enlaces salientes.

Son enlaces, con su respectivo texto ancla, pero que llevan hacia páginas web de sitios externos. (Ver imagen 5)

Criterio 16: Densidad de palabra clave en urls de enlaces internos

Frecuencia con que aparece la palabra clave en las direcciones urls de los enlaces internos que van a otras páginas del mismo sitio web. (Ver imagen 5)

Criterio 17: Densidad de palabra clave en urls de enlaces salientes

Frecuencia con la que aparece la palabra clave en las direcciones de los enlaces que van de la página a otras páginas de distintos sitios web. (Ver imagen 5)

Bethesda ¹[ha publicado](https://bethesda.net/en/article/3safL3QYgG6e0SAiocMmq/wolfenstein-ii-the-new-colossus-pc-specs-and-features) los requisitos mínimos y recomendados en PC de su nuevo shooter, **Wolfenstein II: The New Colossus**. Así, los usuarios de compatibles podrán comprobar si cumplen a nivel de hardware para mover con garantías lo nuevo de **Machine Games**.

Requisitos mínimos

²[sistema operativo](https://ongaming.com.ar/category/sistema-operativo/) ³[Windows](https://ongaming.com.ar/qualcomm-procesador-arm-para-windows-10/) 7 / 8.1 / 10 (64-bits)

Procesador: Intel Core i7-3770 / AMD FX-8350

Tarjeta gráfica: NVIDIA GTX 770 4 GB / AMD Radeon R9 290 4 GB

Memoria: 8 GB RAM

1: Texto ancla con URL a web oficial de Bethesda.

(<https://bethesda.net/en/article/3safL3QYgG6e0SAiocMmq/wolfenstein-ii-the-new-colossus-pc-specs-and-features>)

2 y 3 Texto ancla con URL's a otras páginas de On Gaming

(<https://ongaming.com.ar/category/sistema-operativo/>)

(<https://ongaming.com.ar/qualcomm-procesador-arm-para-windows-10/>)

Imagen 5: Textos anclas en el cuerpo de una noticia en On Gaming. Las palabras claves pueden estar presentes como textos anclas y contener URL's hacia otros sitios externos o hacia páginas internas del mismo sitio.

Criterio 18: Número de barras en la url (/)

Las barras en la url indican la distancia del documento a la raíz. Significa que mientras más barras tenga la dirección url mas lejos de la página principal esta.

Criterio 19: Uso de la palabra clave en la primera oración del texto principal

Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto

4.5 Redacción relativa al posicionamiento.

En la redacción de contenidos para Internet lo que se busca es la inclusión de la palabra clave a lo largo del cuerpo de la noticia (artículo o entrada, indistintamente según el objetivo del sitio web).

Basándose en las recomendaciones que ofrece la extensión de Yoast SEO para Wordpress donde indica factores de Legibilidad.

El mínimo recomendado para la extensión de la noticia es de 300 palabras o en todo caso que por cada subtítulo (texto marcado con la etiqueta H2 de HTML) no se superior a las 300 palabras.

Los párrafos recomendados en la escritura por lo general deben ser cortos, hasta un 25% del cuerpo del artículo puede contener párrafos de más de 20 palabras.

Se puede utilizar en la redacción hasta un máximo del 10% de voz pasiva. La voz pasiva es cuando el sujeto sufre la acción ejecutada por otro (Ejemplo: voz activa “los niños escalaron los árboles”; voz pasiva “los árboles fueron escalados por niños”).

Existe un mínimo de 30% recomendado para utilizar palabras de transición. Según ACCESO (Proyecto para el español digital colaborativo de la Universidad de Kansas) las transiciones suelen ser:

(...) expresiones, palabras o frases que conectan las ideas y los argumentos del escritor y son de fundamental importancia tanto para lograr mantener la lógica del ensayo (pues dan fluidez a lo que escritor quiere comunicar y hacen más clara la organización del ensayo), como para orientar al lector.

Algunos ejemplos:

Para introducir ideas

- Para empezar
- Primeramente
- Primero
- En primer lugar

Para agregar información y para apoyar un argumento

- además
- también
- como consecuencia
- como resultado

- de hecho
- en realidad
- hoy en día
- actualmente
- por ejemplo
- con respecto a
- en cuanto a

Para presentar un punto contrario

- sin embargo
- pero
- a pesar de
- aunque
- según
- por lo general
- cada vez más
- cada vez menos

Para conectar ideas similares

- así que
- por eso
- por lo tanto
- por consiguiente
- aun así
- por otra parte
- no obstante
- por otro lado

Para concluir

- en conclusión
- en resumen
- finalmente
- de lo anterior, se puede concluir que
- después de todo
- en todo caso
- a fin de cuentas
- entonces
- por ese motivo
- por esa razón
- de esta manera

Para evaluar

- por suerte
- por desgracia

Se plantea que dentro del cuerpo de la noticia existan enlaces internos (por lo general a través de textos anclas, es decir palabras que llevan a otras páginas

dentro del sitio web) y enlaces que lleven a sitios externos.

Establecer una palabra clave por la cual se tratará de que este repetida en la mayor cantidad que sea posible en la página. La elección de la palabra clave en la redacción de noticias tiene que ver con el sujeto u objeto por el cual se escribe.

En la redacción de sitios que son relacionados a servicios o productos se trata de repetir, por ejemplo, la marca o la palabra clave que este siendo buscada con mayor frecuencia por los usuarios.

Para buscar esa palabra clave adecuada existen buscadores especializados como Keywordtool.io o la herramienta Planificador de Palabras clave de Google

Al buscar la palabra “gaming” en Keywordtool.io arroja 686 resultados únicos de los cuales los primeros 5 son:

- gaming
- gaming ultra roblox
- gaming ultra
- gaming wallpaper
- gamingultra.com pavos

Se plantea que dentro del cuerpo de la noticia existan enlaces internos (por lo general a través de textos anclas, es decir palabras que llevan a otras páginas dentro del sitio web) y enlaces que lleven a sitios externos.

Establecer una palabra clave por la cual se tratará de que este repetida en la mayor cantidad que sea posible en la página. La elección de la palabra clave en la redacción de noticias tiene que ver con el sujeto u objeto por el cual se escribe.

En la redacción de sitios que son relacionados a servicios o productos se trata de repetir, por ejemplo, la marca o la palabra clave que este siendo buscada con mayor frecuencia por los usuarios.

Para buscar esa palabra clave adecuada existen buscadores especializados como Keywordtool.io o la herramienta Planificador de Palabras clave de Google

Al buscar la palabra “gaming” en Keywordtool.io arroja 686 resultados únicos de los cuales los primeros 5 son:

- Pc gamer
- Pc gamers

- Best pc games
- Best pc games 2016
- Full games pc

4.6 Link Building

Un autor especializado en SEO, Luis M. Villanueva (2015) explica en su artículo “Link Building. Técnicas que usan los Profesionales SEO.” que es una técnica consistente en la obtención de enlaces externos de páginas relevantes relacionadas directamente con la temática del sitio propio con el objetivo de aumentar la autoridad de tu página web, para que finalmente esta, suba posiciones en los Rankings.

Además de relacionarse con la búsqueda de otros sitios de interés que enlacen al propio, también se trata de que exista una buena base de links internos propios.

Existen técnicas para construir enlaces, la más utilizada, aunque es de pago, es la de comprar referidos. En la actualidad hay páginas como Dofollow.es que se encarga de comprar espacios para enlaces en otros sitios que sean de interés para el proyecto.

Otras de las herramientas que utilizan los blogs es la de tener una red de referidos en donde entre los blogs participantes incluyen los referidos en textos anclas.

Parte del Link Building es hacer ver al robot de Google que el sitio no es falso o spam por lo tanto una parte importante es crear redes sociales oficiales que sean mantenidas con contenido y enlaces al sitio. A partir de allí también es posible comprar seguidores para las redes sociales.

El investigador dejara afuera de esta investigación la técnica del Link Building en lo que se refiere a la construcción de una red de enlaces con otros sitios externos. **No descartó utilizar la técnica para crear una red de enlaces internos.**

4.7 Etiquetas y directrices para los robots de Google

La primera parte del proceso del posicionamiento del buscador de Google comienza con el archivo “robots.txt”. Sin esta pieza fundamental el buscador no comenzara a indexar las páginas del sitio web. El archivo robots.txt está destinado a indicar a los buscadores que URLs tiene “permiso” a visitar y de cuales debería “abstenerse”.

<http://blog.ikhuerta.com/10-cosas-que-deberias-saber-sobre-las-etiquetas-meta-robots-noindex-nofollow-e-indexacion>

4.8 Factores de búsqueda

Para cualquier búsqueda los resultados más importantes son los que aparecen en la primera página de resultados o SERP (Search Engine Results Page). Para Gonzalo, Codina y Rovira (2015) los factores mercedores de atención son:

Factores on page y off page, palabras claves dentro del sitio entre el texto, etiquetas, código y enlaces internos y externos.

El perfil de usuario, obtenido a través de las cookies (archivo con información del usuario almacenadas en el disco duro), ubicación geográfica determinada mediante la IP de su conexión y en el caso de los móviles, a través de la geolocalización. Google conserva también las búsquedas anteriores del usuario y datos procedentes de otras cuentas como Google+ y Gmail.

La intención de búsqueda (user intent). Pueden ser de carácter informacionales, transaccionales y navegacionales.

- Las búsquedas Informacionales son las consultas que buscan obtener información sobre algún tema.
- Las transaccionales son consultas que tienen una motivación comercial, como adquirir un producto o servicio específico.
- Las consultas navegacionales son aquellas en las cuales los usuarios desean ir a una URL específica.

5. Videojuegos

Los videojuegos son una forma de entretenimiento que son ejecutados bajo un dispositivo electrónico como smartphones, consolas y computadoras y están presentes bajo otras modalidades como integrados a televisores, gafas de realidad virtual, arcades y hasta smartwatches.

El primer videojuego como tal puede considerarse al Nought and Crosses también llamado OXO desarrollado por Alexander S. Douglas en 1952. (RETRO COMPUTACIÓN, s.f.) que era una versión del tres en línea.

En la actualidad millones de personas (en su mayoría jóvenes y niños) juegan a través de los múltiples dispositivos en sus diferentes formas y tipos. Es una forma de entretenimiento que no deja de crecer y que hoy representa un negocio de miles de millones en dinero en todo el mundo (Levis, 2003)

5.1 Gaming y los esports

Atribuido a la cantidad de usuarios que toman como actividad principal los videojuegos nace la cultura Gamer. Al ser requerido una inversión para jugar los últimos títulos lanzados al mercado, como también las actualizaciones constantes de las computadoras o de ser necesario adquirir la última consola, es una actividad mayormente realizada por adultos de entre 18 y 35 años de edad. (Aguilar, 2008).

Los Gamers que logran llegar a un nivel profesional compiten en línea o en eventos donde se reúnen en espacios físicos para participar en equipos o de forma individual. En principio todo videojuego que permita la opción de multijugador (varios jugadores a la vez que compiten entre sí en equipos o individualmente) es en potencia un e-sport o deporte electrónico.

Wagner (citado así en Carrillo Vera, 2015) lo define como un área de la actividad deportiva en donde la persona desarrolla y entrena sus capacidades mentales o físicas en el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

La actividad de los esports, como cualquier deporte, constituye toda una estructura social compleja de fanáticos y aficionados que siguen y apoyan a sus equipos esports, en la disciplina que sea o en su videojuego favorito.

En el artículo La dimensión social de los videojuegos 'online': de las comunidades de jugadores a los 'e-sports', Carrillo Vera (2015) hace la siguiente apreciación acerca de las estructuras sociales que se generan:

(...) Las más comunes, pues son semejantes a las que pueden generar otras actividades con cierta repercusión mediática, son las comunidades virtuales dedicadas a un juego. Se articulan alrededor de las TIC y de la Web 2.0, así, se desarrollan foros, páginas web, grupos en redes sociales y eventos, tanto virtuales como presenciales. Estas herramientas sirven para enriquecer la experiencia de juego y pueden verse reflejadas tanto dentro del mismo –ya sea organizando eventos dentro del juego, encuentros virtuales, programando estrategias o grupos de juego– como fuera de él –generando contenido relacionado con el juego en forma de wiki, vídeos o imágenes, organizando actividades ajenas al juego, conformando grupo en redes sociales o fomentando las relaciones sociales. (p.44)

6. On Gaming

On Gaming nace a partir de una necesidad de comunicación de los eventos que se realizan en Salta de Comics, Cosplay, Juegos y Videojuegos. Comienza

después de cubrir el evento de Dimension Comics en 2016 que ya llevaba 7 ediciones, según sus propias palabras:

(...) Quisimos posicionarnos como referente nacional en el mundo de la historieta y el resto de la cultura pop, desarrollando actividades que vinculen a productores y consumidores de historietas con públicos de otras áreas. Apuntamos a organizar una convención anual, generando un centro de intercambio entre artistas y consumidores de nuestra ciudad y otras provincias. (DIMENSION COMICS)

Siendo Dimension Comics pioneros en Salta en la realización de esa clase de eventos, nuevos actores fueron surgiendo, dando ejemplos de organizadores como SaltAnime, WOA Reborn, Clan Fantasy, Exagono y los eventos Otaku Fest.

On Gaming entonces es un medio en pleno desarrollo enmarcado dentro de un contexto local donde se empieza a difundir la cultura pop, el medio contaba solamente con sus redes sociales (Facebook, YouTube, Twitter) para darse conocer sin haber hecho a la fecha, inversiones en publicidad. El próximo destino será el de establecerse como diario digital donde no solo se difundan los eventos locales, sino que apuntar a los eSports y la cultura Gamer.

Este proyecto buscó realizar su sitio web en forma de diario digital donde confluyan todas sus noticias para que sea el centro desde donde se distribuyan hacia las redes sociales.

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

PARTE III

Resultados de la Investigación / Conclusiones

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

Resultados de la Investigación

Elección del Sistema de Gestión de Contenidos

Como se indicó en el marco metodológico, la muestra de gestores de contenidos fue elegida a conveniencia del investigador. Se seleccionaron 5 Sistemas de gestión de contenidos. Al ser un proyecto en donde lo esencial es posicionar una página, es decir ser la primera opción para el usuario, los CMS elegidos fueron los primeros en aparecer en la Página de Resultados de Búsqueda en Google.

Estos fueron en primer lugar, Wordpress, seguido por Drupal y Joomla. Los dos restantes elegidos fueron Blogger y Textpattern.

Utilizando una grilla de observación donde se buscaba establecer cuál sería la plataforma que por sus facilidades y soporte de la comunidad sería más factible para crear On Gaming.

Los resultados arrojaron que las más extendidas entre los usuarios promedio son Blogger y Wordpress.org (Wordpress.com también es utilizada, pero la diferencia es que uno es una plataforma que se puede instalar en servidor propio y el segundo es para utilizar bajo el servidor de Wordpress bajo un subdominio)

A modo de establecer las características de Blogger es primordial decir que este pertenece a Google. Es gratuito, se accede al servicio mediante una cuenta de Google (GMAIL) y solo es necesario escribir el título del blog que se quiere crear y utilizar un subdominio gratuito que te proporciona el servicio (ejemplo, para On Gaming, el sitio quedaría establecido en ongaming.blogspot.com.ar).

Lista de blogs › **Crear un nuevo blog**

Título

Dirección

Esta dirección de blog está disponible.

Tema

Imagen 6: Creación de Blog en Blogger, se destaca la facilidad para realizarlo, accesible para cualquier usuario de internet promedio.

Esta plataforma al igual que Wordpress.com (ver imagen 7), están pensado para ser utilizados por usuarios que tengan una necesidad de tener una página personal. En el caso de Blogger existen plantillas que le permiten utilizarla como una página corporativa.

¿Cómo quieres que se llame tu sitio?

¿De qué trata tu sitio?

¿Cuál es el objetivo principal de tu sitio?

- Comparte ideas, experiencias, novedades, reseñas, historias, videos o fotos
- Promociona tu empresa, tus habilidades, tu organización o tus eventos
- Ofrece formación, preparación u orientación
- Vende productos o efectúa cobros
- Muestra tu portafolio

¿Cuál es tu nivel a la hora de crear sitios web?

Principiante Experto

Imagen 7: Creación de página en Wordpress.com, al igual que la plataforma de Blogger esta destinada a que la creación de sitios webs este al alcance del usuario promedio.

Es posible también utilizar un dominio propio (por ejemplo ongaming.com.ar) y facilita también el coste por mes, ya que el servicio de alojamiento es gratuito. Sin embargo, aunque existen numerosas plantillas para Blogger, la personalización de ellas es poco intuitiva.

Wordpress.org es un CMS que puede ser instalado en un servidor propio, por lo tanto, con un dominio personalizado y con más opciones de configuración.

Existen una gran cantidad de sitios que utilizan Wordpress para diarios digitales y para paginas corporativas con plantillas pensadas para estos servicios, así como también comercios electrónicos bajo el plugin de WooComerce.

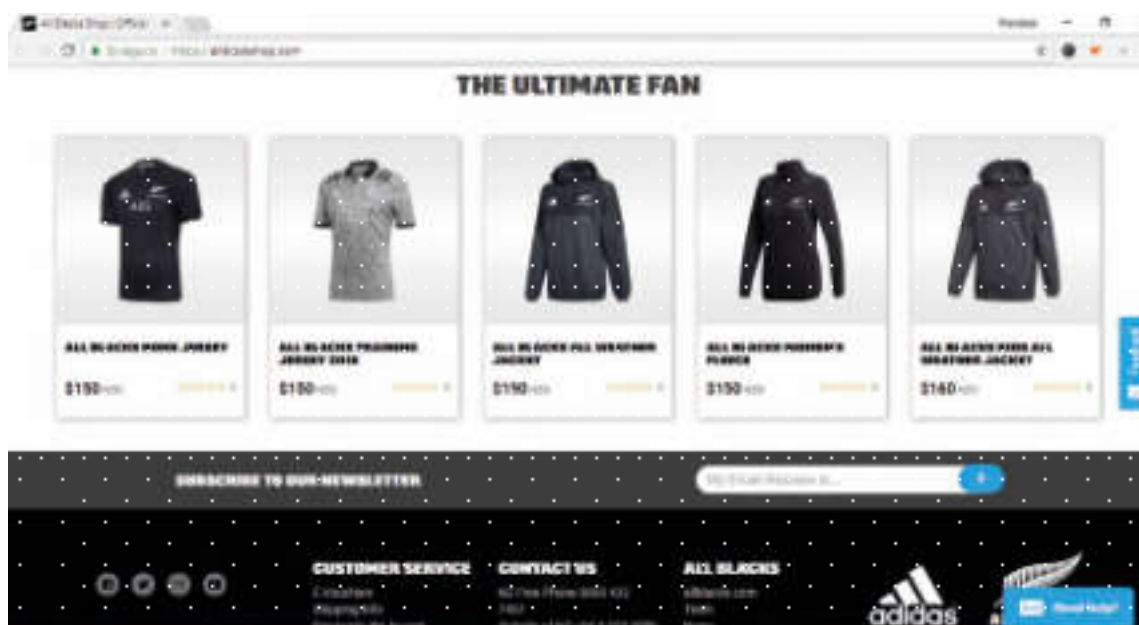


Imagen 8: Tienda oficial de la selección de rugby de Nueva Zelanda realizada bajo Wordpress y el plugin de WooComerce, demostrando la versatilidad de la plataforma.

Joomla.org tiene un proceso similar al de Wordpress.org en cuanto al destino que le dan los usuarios. Puede ser utilizado para los mismos fines, aunque puede resultar más complejo implementar una tienda de comercio electrónico bajo la plataforma de Joomla. Tiene un gran soporte de la comunidad y por lo tanto con plantillas diseñadas para diarios y revistas digitales, así como también paginas empresariales

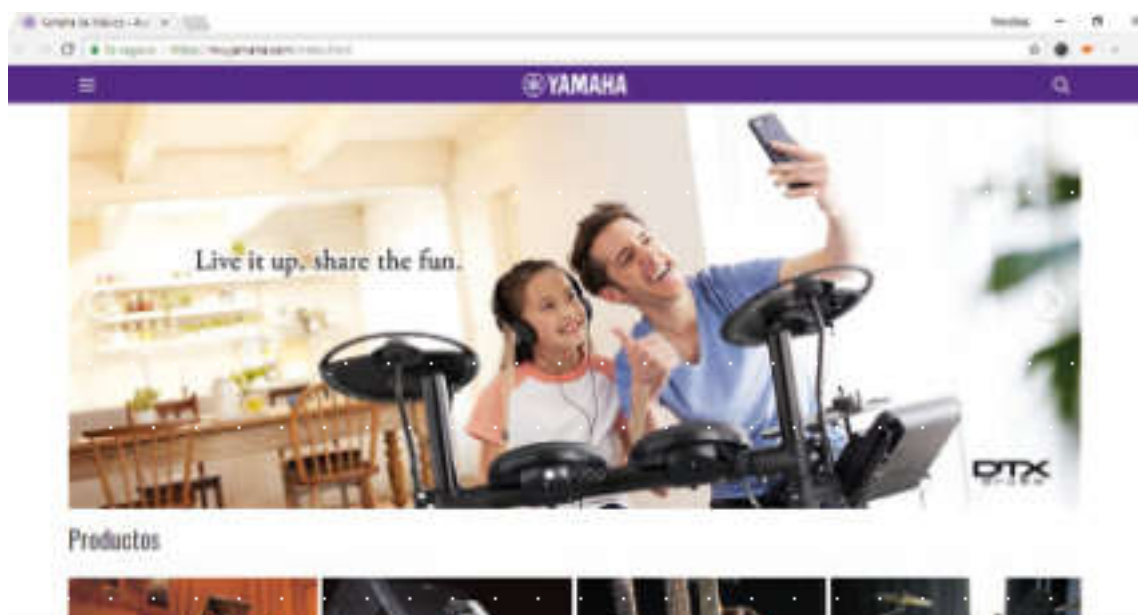


Imagen 9: Web oficial de Yamaha (México), realizada bajo la plataforma de Joomla.org

Drupal.org y Textpattern son CMS de código abierto bajo licencia GNU. Drupal por su lado puede ser utilizado para organizar foros y comunidades. En su gestión es similar a Joomla y ofrece también una gran comunidad de soporte para este sistema, sin embargo son muchos los sitios que migraron a Wordpress.org desde este sistema, se pueden nombrar casos como la página oficial de la Casa Blanca del gobierno de Estados Unidos, o sitios de artistas como Pink y Taylor Swift.

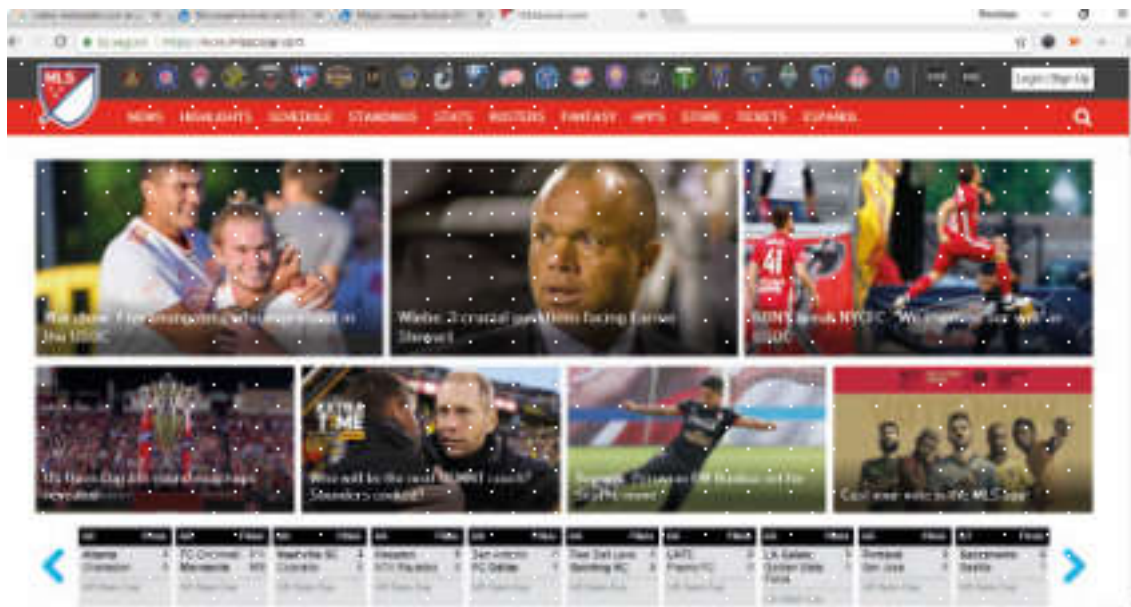


Imagen 10: Web oficial de la Major League Soccer (MLS) realizada en Drupal.org, liga profesional de fútbol de Estados Unidos y Canadá. El sitio es usado como centro de noticias de la liga e información institucional de cada club.

Textpattern es un gestor que tiene una difusión muy acotada, el investigador no pudo encontrar soporte en español que sirviera para aprender a utilizar correctamente su sistema, aunque su implementación es sencilla, similar a las de los otros CMS, existe poco desarrollo de plugins que necesitan los diarios digitales, como automatización de compartir los artículos en las redes sociales.

En la lista oficial de Textpattern solo se encuentran 8 sitios creados bajo su CMS. (Ver imagen 11)

Se utilizó una grilla de observación para conocer cual sería el CMS apropiado para establecer On Gaming. Los puntos que se tuvieron en cuenta fueron si tenía información en Español, documentación de terceros o de la comunidad que sirviera para aprender a utilizar el sistema. Extensiones o plugins que ayuden a completar las herramientas necesarias que necesita un diario digital o cualquier sitio web que quiera modificarse para un óptimo posicionamiento orgánico.

Los datos obtenidos se pueden observar a través de un gráfico que permite comprender la elección de Wordpress.org por sobre las otras plataformas. (Ver gráf. 2)

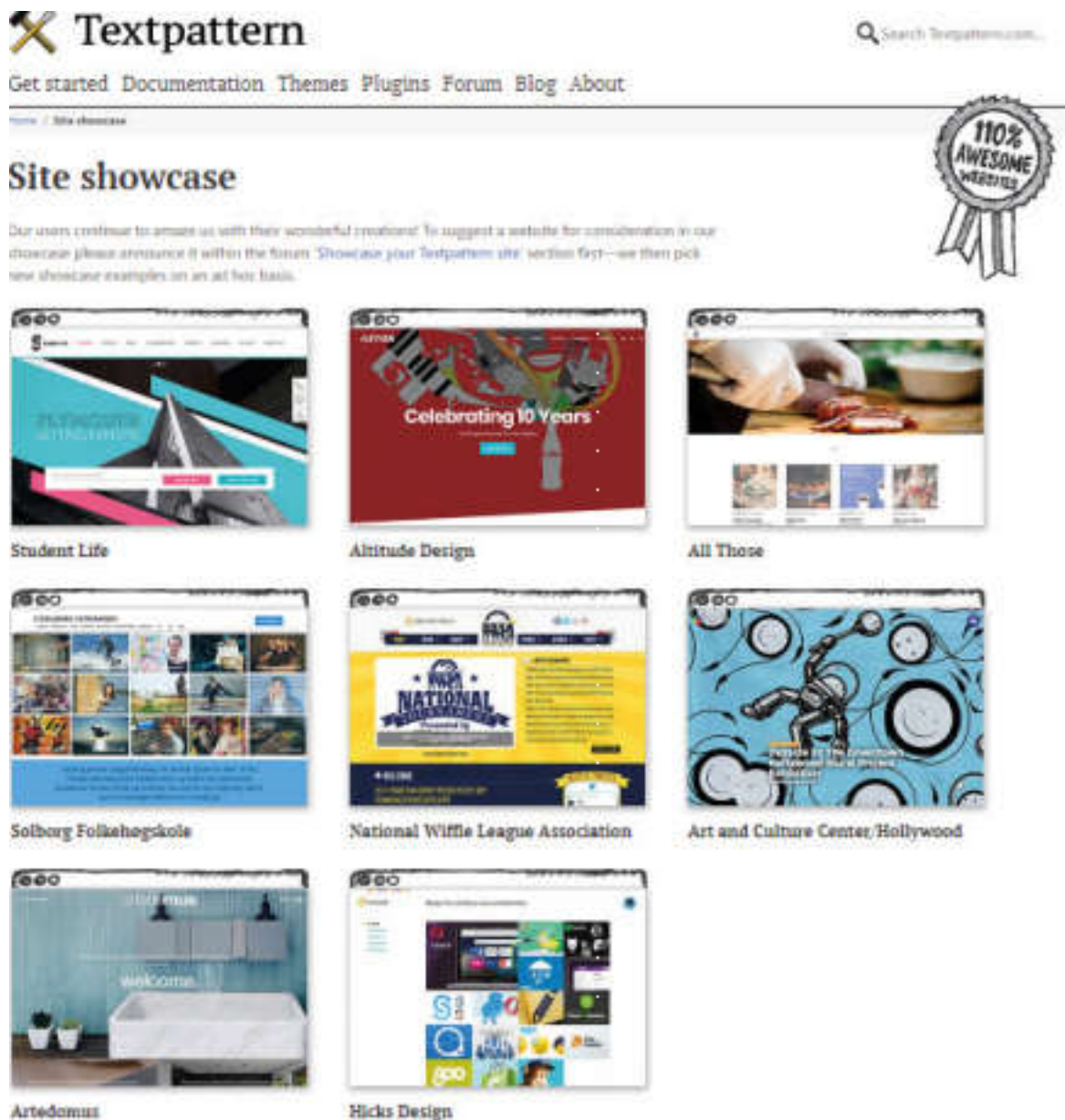


Imagen 11: Web oficial de Textpattern donde ofrece una lista de los sitios creados bajo su CMS. Se puede apreciar que son solo 8 sitios web.

Elementos Presentes	Blogger	WordPress.org	Joomla.org	Drupal.org	Textpattern
¿El gestor de contenidos ofrece un sitio web de presentación en español?	Si	Si	No	Si	No
¿Explica las funcionalidades y características principales que se obtiene de usar su plataforma?	Si	Si	Si (En Inglés)	Si	Si
¿Ofrece un FAQ o respuestas a preguntas rápidas en español?	Si	Si	No	No	No
Documentación, tutoriales y material en la world wide web					
¿Los resultados de búsqueda de Google ofrecen una cantidad aceptable de material con guías para aprender a instalar el gestor de contenidos? (Mínimo 100.000 resultados en español)	Si	Si	Si	Si	No
¿Hay soporte de la comunidad en temas o plantillas pre diseñadas para la plataforma de gestión de contenidos? (Mínimo 5 sitios web que ofrezcan plantillas para la plataforma)	Si	Si	Si	Si	No
Extensiones o plug ins					
PlugIn para compartir automáticamente las noticias en redes sociales	Si	Si	Si (Un plugin por cada red social)	No	No
Editor de etiquetas ALT para las imágenes	Si	Si	Si (A traves de un complemento)	Si (Realizando una configuración previa)	Si
Creador de formularios	Si	Si	Si	Si	No
¿Permite la creación de categorías?	Si	Si	Si	Si	Si
¿Permite etiquetar las noticias?	Si	Si	Si	Si	Si
¿Permite etiquetar los títulos y subtítulos bajos etiquetas <H* >?	Si (Con modificaciones en la plantilla)	Si	Si (Mediante la instalación de otro editor de texto)	No (Sin información al respecto)	Si

Gráfico 2: Grilla de observación sobre los Gestores de Contenidos muestreados.

Conclusiones

Todos los CMS analizados en sí mismos pueden tener la capacidad para realizar Diarios Digitales. Son todos sistemas que tuvieron años para ser mejorados y revisados. Ofrecen capacidades para cualquier usuario avanzado que quiera experimentar en el desarrollo de sitios webs.

Sin embargo, para On Gaming el resultado quedó parejo para los sistemas de Blogger y Wordpress.org, pero este último presenta numerosos plugins que sirven para corregir aspectos técnicos que ayudan al posicionamiento en buscadores.

Las principales ventajas que ya vienen incluidas en Wordpress es tener a disposición los distintos tipos de etiquetas H (H1, H2, H3) su facilidad al momento de agregar contenido multimedia (es posible subir videos al mismo servidor con reproductor incorporado), al momento de agregar las imágenes es posible en la misma ventana agregar la etiqueta ALT para que sea leída por los navegadores.

Plugins como Yoast.SEO permite que en el momento de redactar la noticia o entrada vaya resaltando consejos sobre cómo debe estar estructurado el texto. El plugin SHARE de JetPack permite compartir automáticamente las entradas en las redes sociales, y a la vez ofrece un panel de estadísticas del sitio que informa de donde provienen las visitas.

Otra funcionalidad agregada al sistema pueden ser galerías de imágenes, editores visuales de CSS (hoja de estilos que se aplican sobre la página HTML) y administradores de anuncios que permiten insertar códigos de anuncios (ejemplo el código de anuncio de AdSense) y establecer donde se verá (en que páginas, entradas, barras laterales, entre el artículo, después de una imagen, en artículos relacionados, etc.)

Es de fácil edición de las URL's, pudiendo modificar cuales son los datos que se incluirán, como fecha o categoría. Para el SEO es recomendable que no posean fechas, variable que Blogger por defecto nomina a todas las url con la fecha de escritura de la entrada.

Análisis de la competencia

Sobre la muestra de los mejores 3 posicionados al buscar las palabras "gaming" e "esports" algunos resultados fueron coincidentes en las 6 páginas webs que se encontraron. Por lo tanto, cabe afirmar primero que ninguna palabra clave arroja dos resultados del mismo sitio web.

Para la palabra clave “gaming” los sitios mejor posicionados en orden de aparición fueron:

Alfa Beta Juega, Juegos ADN y Hobby Consolas

Para la palabra clave “esports” los sitios mejor posicionados en orden de aparición fueron:

eSports – AS.com, eSports Xataka y eSports Marca

Lo que se puede apreciar con una simple observación es que los resultados para “esports” y “gaming” llevan la palabra clave en el título y en la URL pero solo un caso (Juegos ADN) no tenía la palabra clave ni en el título ni en la URL. Siendo el único caso que no presento la palabra clave, se puede decir que es necesario incluirla al menos en el título (etiqueta TITLE).

Todos los sitios encontrados tienen un PageRank de entre 5 y 7 puntos. La cantidad de páginas indexadas en Google, es decir las páginas que tendrá en cuenta el buscador para presentar en la Página de resultados no es determinante para el posicionamiento según los datos encontrados.



Gráfico 3: Numero de paginas indexadas por Google para las paginas analizadas.

En los resultados de “gaming” Juegos ADN tuvo un resultado de ciento treinta y siete mil (137.000) paginas indexadas. Mientras que en “esports” la suma de los tres mejores posicionados dan un total de ocho mil ochocientos setenta (8.870) paginas indexadas por Google. (Ver gráfico 3)

En lo que respecta a la redacción del texto principal de la palabra clave “gaming” tuvo un promedio de 534 palabras sobre un promedio total de 1320 palabras en toda la extensión del texto de la página.

Para la palabra clave “esports” el promedio de longitud del texto principal fue de 291 para un promedio de 1330 palabras en toda la extensión del texto de la página web. Se pueden apreciar a continuación las diferentes extensiones de texto (Graf. 4):

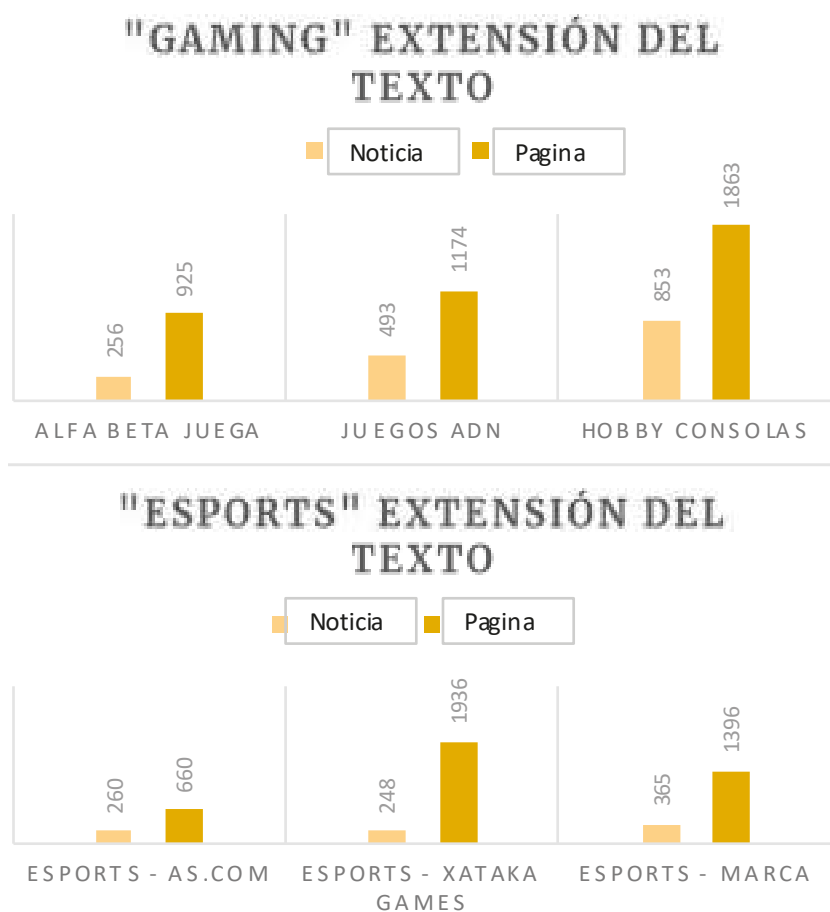


Gráfico 4: Extensión del texto en la noticia (color claro) y extensión del texto en el total de la página.

Teniendo en cuenta las recomendaciones de escritura que da Yoast SEO, no es un factor determinante la extensión del texto, el mínimo recomendado son 300 palabras, pero como se puede apreciar en el gráfico no todos cuentan con el mínimo.

Siguiendo con la teoría aportada por Yoast SEO, hay que buscar que la palabra clave se encuentre a través del texto, con una densidad mínima de 1% con respecto al total del cuerpo del texto. Dos páginas analizadas no cumplieron con este requisito, donde *Juegos ADN* tuvo un 0% de densidad de la palabra "gaming" y *Hobby Consolas* un 0,27%.

Como se puede apreciar en el gráfico (Gráf. 5), estos serían casos aislados, teniendo presente que el resto de los posicionados superaron el 1% de densidad.



Gráfico 5: Densidad de la palabra clave en las páginas analizadas respecto a la longitud total del texto.

La palabra clave debería aparecer en las etiquetas de título (H1, H2) y también en el texto alternativo de las imágenes (etiquetas ALT). Los resultados son concluyentes en el que debe estar presente en el H1, pero no todas las páginas contaban con los subtítulos marcados bajo H2. En el caso de las etiquetas para las imágenes, todos los casos a excepción de uno presentaron la palabra clave en el texto alternativo (ALT) y por lo general el texto escrito bajo el TITLE, H1 y ALT son el mismo (se pueden apreciar con más detalle en el anexo 1).

Los textos anclas, palabras que contienen enlaces, son importantes para mantener al usuario en el sitio, de esta manera si existe alguna información

relevante que pueda ser ampliada y el lector se interesa acceda desde la noticia que está leyendo. En este apartado es preciso aclarar que el factor general presente en este análisis es que los textos anclas representan entre un 5% y 17% de todo el texto presente en la página para enlaces internos, mientras que textos anclas que dirigen al usuario hacia otros sitios webs es de entre 2% y 5%.

Esto se debe a que es más conveniente que el usuario se quede por más tiempo en el sitio propio a que se dirija hacia otros sitios.

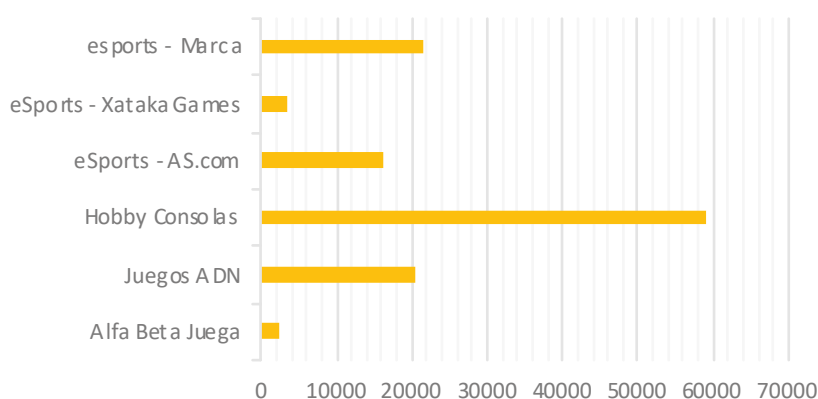


Gráfico & Densidad de textos anclas (palabras que contienen un enlace) a paginas internas y paginas externas.

Para el investigador es necesario seguir ciertas pautas sobre On Gaming a partir de estos resultados, concluyendo con las siguientes premisas:

- Después de generar contenido, es importante conectarlos entre sí a través de textos anclas con enlaces internos.
- El título de la noticia, con la palabra clave incluida, debe ser presente en la etiqueta TITLE, H1, H2 y en al menos una imagen con la etiqueta ALT.
- La extensión del texto no es importante mientras que la densidad de la palabra clave sea de un 1%.

Cantidad de enlaces entrantes



EDAD DE LOS SITIOS EN AÑOS

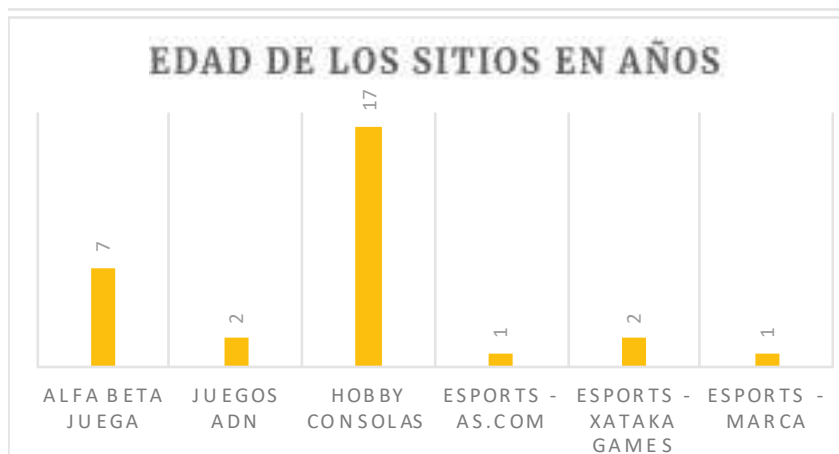


Gráfico 6 Densidad de textos anclas (palabras que contienen un enlace) a paginas internas y paginas externas.

Los datos dejan en claro que el que tuvo un menor número de enlaces entrantes fue *Alfa Beta Juega* con 2.362 enlaces provenientes de otros sitios; el que tuvo un mayor número de enlaces entrantes es *Hobby Consolas* con 59.169.

Este factor no está determinado por la edad del sitio, lo lógico sería pensar que un sitio que lleva 17 años en línea será el mejor posicionado, sin embargo, fue el tercero en los resultados de búsqueda.

Así *Alfa Beta Juega* que fue el primero en los resultados tiene 7 años, mientras que *Hobby Consolas* 17 años. La moda entre todas las paginas mejor posicionadas y analizadas es de 1,5 años.

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

PARTE IV

On Gaming / Resultados del Posicionamiento Orgánico en el Buscador de Google

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

On Gaming

Después de considerar los Gestores de Contenidos para la creación de On Gaming como diario digital, el investigador realizó la compra de los materiales necesarios para el sitio web.

El dominio elegido fue el de ongaming.com.ar, comprado en septiembre de 2017, por medio de la plataforma NIC.AR, oficina dependiente de la Secretaría Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación bajo la órbita de la Dirección Nacional de Registro de Dominios de Internet. Es el organismo encargado de comercializar y administrar los dominios “.ar” que corresponden a la extensión territorial del Argentina.

Se eligió WIROOS como hosting de On Gaming por su facilidad en la forma de pago y la experiencia del investigador utilizando sus servicios, esta empresa tiene su propio Data Center en Argentina (lugar físico donde se almacena la información) y aloja los servicios de empresas como Telecom Argentina y Taringa!.

La instalación de Wordpress se simplifica con el servicio que ofrecen los proveedores de hosting de SOFTACULOUS. Es un plugin que automatiza la instalación de los CMS, como Joomla.org entre otros.

Una vez instalado es necesario establecer algunos parámetros, como cuál será el nombre, en qué sector del servidor estará instalado y cual plantilla se utilizará.

Después de una búsqueda de la plantilla adecuada, el investigador decidió optar por NEWSPAPER diseñado por TagDIV. Es una plantilla de pago que ofrece numerosos complementos para la edición de diarios digitales.

Para optimizar el posicionamiento el tesista tuvo que instalar el plugin de Yoast SEO. Además de un generador de formularios (Contact Form 7) y de JetPack que ofrece un visualizador de estadísticas de visitas del sitio.

A través de WIROOS se realizó la compra de un certificado SSL. Según el vendedor de certificados digitales CERTSUPERIOR, SSL significa:

Las siglas SSL responden a los términos en inglés (Secure Socket Layer), el cual es un protocolo de seguridad que hace que sus datos viajen de manera íntegra y segura, es decir, la transmisión de los datos entre un servidor y usuario web, y en retroalimentación, es totalmente cifrada o encriptada.

De forma de establecer ante Google la seguridad del dominio y que tenga “confianza” sobre On Gaming, es un agregado importante la adquisición del certificado SSL. Por lo tanto el URL que identifica al sitio creado para el proyecto es: <https://ongaming.com.ar>

URL que debe ser inscrita en el Google Search Master Console, sitio de Google que permite a los administradores de sitios web indexar su página mediante la verificación de los robots de Google. Esto se realiza con la inserción de un código o archivo HTML en el servidor del sitio (WIROOS).

Una vez que el investigador terminó la base inicial del sitio, lo siguiente es publicar contenido. Empezando por esquematizar el sitio para la facilidad de la navegación, en este apartado se encuentran los menús, categorías y páginas interiores.

On Gaming establece un esquema de página única, subdividida con categorías de noticias. Las categorías que el sitio presenta son:

- eSports
- Eventos
- Games
 - *Clash Royale*
 - *Counter Strike GO*
 - *FIFA*
 - *Fortnite*
 - *League of Legends*
- Hardware
- Mobile
 - *Android*
 - *iOS*
- Nintendo
- PC
- PlayStation
- Recomendado
- Sistemas Operativos

- Xbox

Para la creación del contenido se estableció un cronograma de mínimo 5 noticias diarias de lunes a sábados desde Enero hasta Febrero de 2019. Para luego ser analizados los resultados obtenidos. Dando un total de 187 noticias publicadas para la fecha final. (Ver Anexo)

En el proceso las noticias buscaron abarcar las categorías previamente establecidas. Las noticias fueron compartidas en las redes sociales del sitio (Facebook y Twitter de forma automática).

A través de las estadísticas del sitio y las herramientas utilizadas para la recolección de datos en la investigación los resultados son los que se muestran a continuación.

Resultados del Posicionamiento

El objetivo principal del sitio fue posicionarlo en las primeras paginas del SERP, sin invertir en promocionar el sitio en forma de publicidad en internet, tratando de buscar anunciantes o ser incluido en una ad network con mayores ganancias que las de Google AdSense.

Las palabras claves que mejor se posicionaron fueron las relacionadas con *League of Legends*, *Apex Rivals* y *Fortnite* (Todos juegos en línea multijugador):

- parche 93
- lol parche 93
- fortnite notas del parche 7.40
- parche 93 lol
- notas del parche 7.40
- fifa 19 archivos
- farming simulator sports
- rivals apex
- league of legends parche 93
- parche 93 lolan

El mejor posicionamiento logrado en el motor de búsqueda de Google fue la segunda pagina. Por lo tanto, **no fue posible posicionarlo en los primeros lugares de la pagina** de resultados de búsqueda.

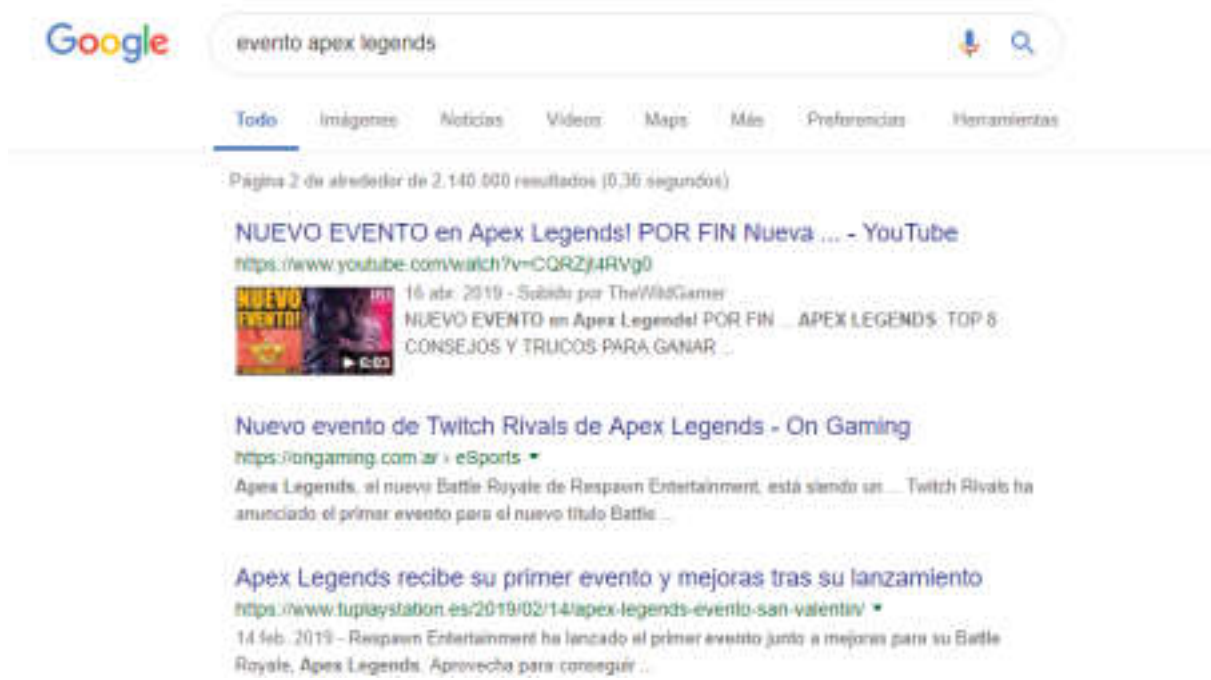


Imagen 12: Segunda pagina de resultados al buscar evento apex legends



Imagen 13: Segunda pagina de resultados al buscar fortnite notas del parche 7.40

Las noticias con mas visitas fueron:

- Estas son las novedades del nuevo parche dePUBG
- Nuevo evento deTwitch Rivals deApex Legends
- Ya disponible el parche 93 de League of Legends

La audiencia del sitio según las estadísticas que arrojan Google Analytics y Awesome Stats, provienen en su mayoría de Estados Unidos y Argentina.

Los visitantes llegaron a On Gaming a través de los motores de búsqueda en su mayoría, en donde destaca Google y Bing:

Links from an Internet Search Engine		
29 different referring search engines	Pages	Percent
Google .com	123	50.4 %
Bing	83	34 %
Google Spain	8	3.2 %
Google Argentina	6	2.4 %
Yahoo : ar.search.yahoo.com	5	2 %
Yahoo : es.search.yahoo.com	3	1.2 %
Unknown search engines	3	1.2 %
DuckDuckGo	3	1.2 %
ecosia	3	1.2 %

Imagen 14: Estadísticas del mes de Febrero de 2019 con respecto a la proveniencia de audiencia de los motores de búsqueda. En las estadísticas proporcionadas por Awesome Stats se logra ver que Google es el principal captor de audiencia.

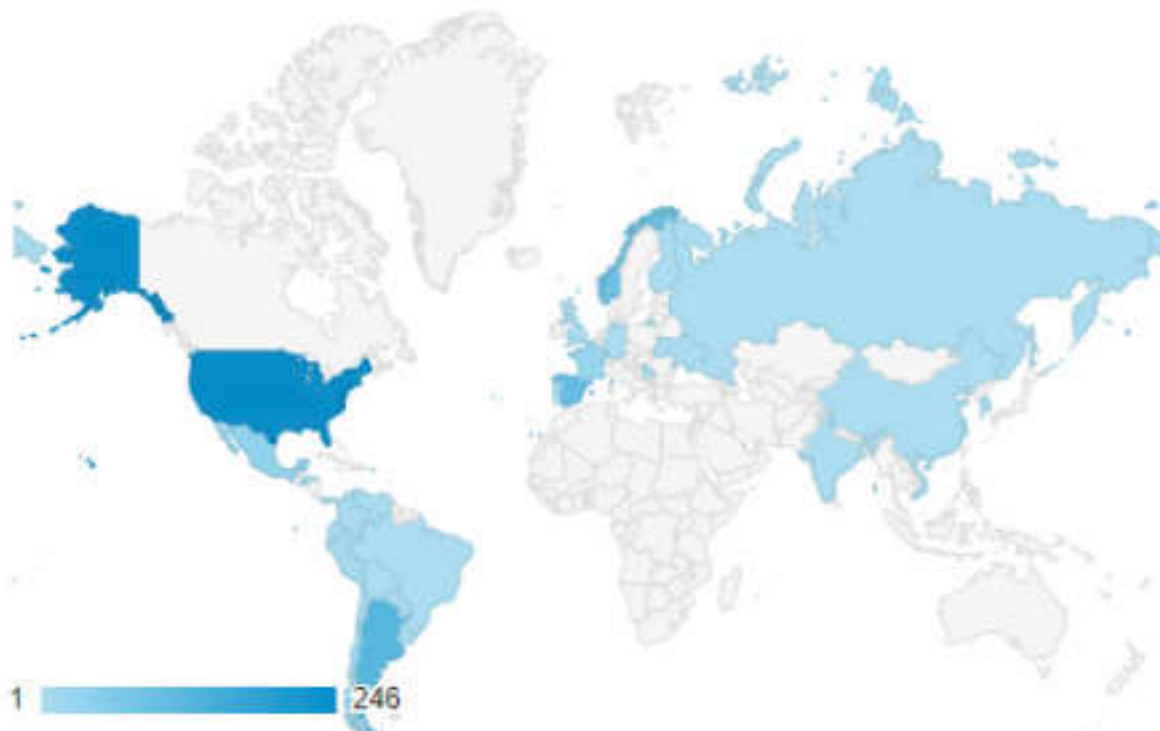


Imagen 15: Mapa de proveniencia de usuarios. El mayor volumen de visitantes ingreso desde Estados Unidos, seguido por Argentina y España.

Los datos en números no pueden ser considerados provechosos para cumplir uno de los objetivos de el trabajo de investigación que buscaba obtener la entrada a una Ad Network de mayor ganancia que la de Google AdSense. Partiendo de la base de que uno de los requisitos principales es el volumen de audiencia.

No obstante, realmente al haberse posicionado moderadamente en el buscador de Google le permitió ser visible a anunciantes particulares que se vieron interesados en On Gaming.

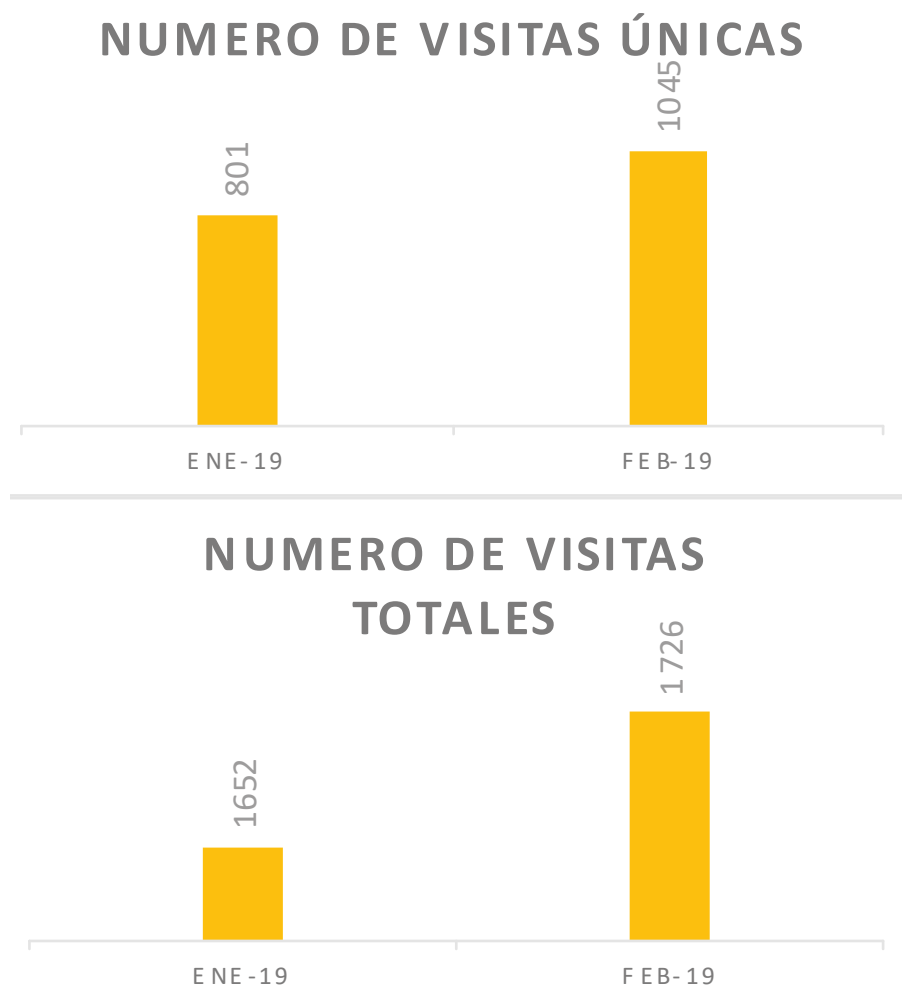


Gráfico 7: Numero de visitas únicas y totales. Las visitas únicas son consideradas como nuevas adquisiciones. En el total se suman las nuevas audiencias mas las que ya visitaron anteriormente On Gaming.

Durante el primer bimestre de 2019 con el trabajo constante de On Gaming de publicar diariamente noticias, se acercaron empresas y particulares interesados en On Gaming para colaborar con contenido a través de reviews de productos y publicación de contenidos.

A continuación se presentan los correos que recibió la casilla de correo electrónico contacto@ongaming.com.ar:



Imagen 16: Correo de MiroWin VR para contacto@ongaming.com.ar. El objetivo del contacto fue hacer un crítica y revisado de un juego que sería lanzado para PlayStation 4 en su versión de Realidad Virtual.



Imagen 17: Correo de Buen Paso Media, a agencia de Marketing Digital. Su oferta era la publicación de noticias pagas de su cartera de clientes a un precio promedio de 5 dolares por noticia publicada y según el rendimiento en visitas que se obtuviera. Solicitó un sumario de la audiencia que tenía On Gaming, al ser mínima, no prosperó la negociación.



Imagen 18: Correo de Mazalán comunicaciones. Representantes de prensa de ASUS, fabricante de computadoras. En el correo habla de enviar gacetillas de prensa de la marca, posteriormente se trató la posibilidad de hacer críticas y revisiones de sus computadoras portátiles.

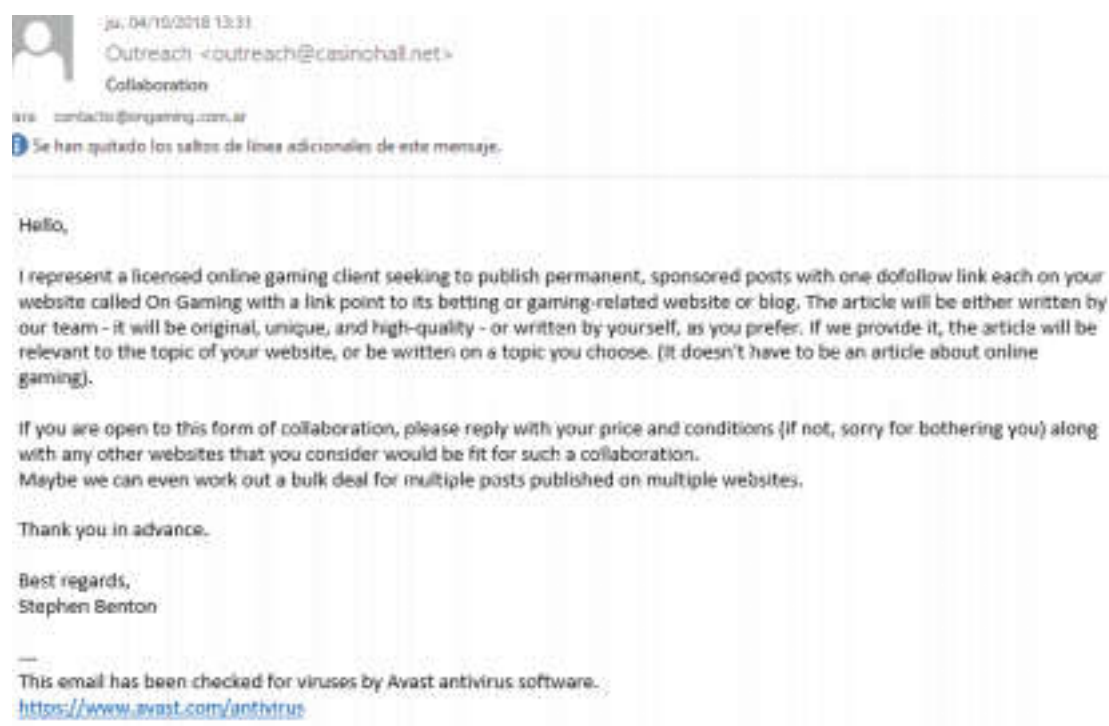


Imagen 19: Correo de Outreach/Casinohall. Se trataba de una colaboración entre blogs, con el fin de crear una red de links (linkbuilding) para posicionar su sitio de apuestas. Se gúna claraba el contenido esponsorado no necesariamente levaría el tema de apuestas y juegos online.

Conclusiones

On Gaming determino a través de este trabajo de investigación que es factible posicionar el sitio web solo con técnicas de posicionamiento orgánico. Diseñar un sitio con herramientas gratuitas es posible utilizando, por ejemplo, un gestor de contenido libre como Wordpress.com, con un hosting y dominio gratuito. Sin embargo en este trabajo el investigador busco para ongaming.com.ar un aspecto profesional, por lo tanto invirtió dinero en la contratación de los servicios de hosting y dominio.

Si se limita el posicionamiento orgánico a solo las técnicas que se aplican sobre los sitios webs, On Gaming cumplió, dándole un mantenimiento diario durante dos meses, publicando noticias, observando los contenidos que mas visitas tenían y las palabras claves mas efectivas para seguir generando contenido similar. Las noticias fueron redactadas de tal manera que cumplieron con las recomendaciones del plugin YOAST SEO, el máximo *logro* fue posicionar una noticia en la segunda pagina de resultados de búsqueda de Google.

Potencialmente según los resultados obtenidos, el investigador concluye que si el trabajo de dos meses se extendiera en el tiempo, se obtendrían mas cantidad de noticias posicionadas en el buscador, que significa mas visitas, y por lo tanto mas posibilidades de generar ingresos monetarios.

Para concluir con el objetivo de la investigación que busca determinar si es factible posicionar On Gaming solo con herramientas SEO, es factible.

Pero no fue suficiente para mantenerse solo a base de publicidad de una Ad Network, este fue otro de los objetivos, observando los números de visitas (ver Gráfico 7) las redes de anuncios (Ad Network) de mayores ganancias no vieron una oportunidad de inversión en el sitio.

Sin embargo, si seria factible mantenerse a base de publicidad de anunciantes independientes como fue mostrado en el trabajo de investigación con los correos electrónicos que llegaron a contacto@ongaming.com.ar

Las negociaciones lamentablemente no llegaron a impactar en la página por falta de tiempo o no se cerraron en algún trato. Esta claro que la posibilidad de continuar en el futuro con el proyecto siguiendo las mismas técnicas utilizadas por dos meses atraería a mas anunciantes, se posicionarían mas noticias en el buscador de Google y se conseguirían mayores visitas.

En el trabajo solo se utilizó las herramientas automáticas de publicación en redes sociales. Las cuentas en las redes (Facebook, Instagram, Google+, Twitter, Pinterest) fueron creadas principalmente para generar confianza en los robots de los buscadores.

Quedó fuera de esta investigación otras herramientas de posicionamiento SEO como crear redes de blogs y sitios para compartir links recíprocamente.

El trabajo de investigación fue de utilidad para el futuro profesional del autor en Publicidad y las Comunicaciones dándole una herramienta muy demandada en el contexto actual en donde el comercio esta en su mayoría en el mundo de Internet.

Actualmente existen puestos de trabajos en los blogs y diarios digitales para gente especializada en posicionamiento. Además existe la figura de *trafficker* encargado de ser el nexo entre los anunciantes y el medio, actuando de negociador y de analista de las métricas que obtiene el sitio, además dándole soporte técnico de como entregar las publicidades digitales para ser insertadas en los servidores de anuncios.

Como proyecto, On Gaming puede seguir funcionando a través de una inversión mínima por año, estimado en alrededor de \$2500 anuales (según año 2019) o lo que es lo mismo, \$208,33 pesos argentinos mensuales.

De seguir con el trabajo constante el investigador podría obtener publicidad de anunciantes independientes en el futuro cercano y solventar el sitio de noticias digitales especializado en el gaming pionero en Salta.

Francisco Oropeza
Licenciatura en Publicidad

PARTE V

Anexos/Bibliografía

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming.

Anexos

Noticias publicadas entre Febrero y Marzo de 2019

Games PC Otras Noticias

Mira los requisitos para jugar al Wolfenstein II en PC

[f](#) [t](#) [G+](#) [p](#)



Wolfenstein II: The New Colossus - On Gaming

Ya conocemos los requisitos mínimos y recomendados del nuevo shooter de Machine Games

Bethesda **ha publicado** los requisitos mínimos y recomendados en PC de su nuevo shooter, **Wolfenstein II: The New Colossus**. Así, los usuarios de compatibles podrán comprobar si cumplen a nivel de hardware para mover con garantías lo nuevo de **Machine Games**.

Eso sí, los jugadores que dispongan de equipos a la altura podrán disfrutar tanto de un apartado gráfico como de un rendimiento superiores, con la tasa de imágenes por segundo desbloqueada. Y es que tal y como apuntaban sus responsables recientemente, **Wolfenstein II** tiene el ADN de PC muy presente.

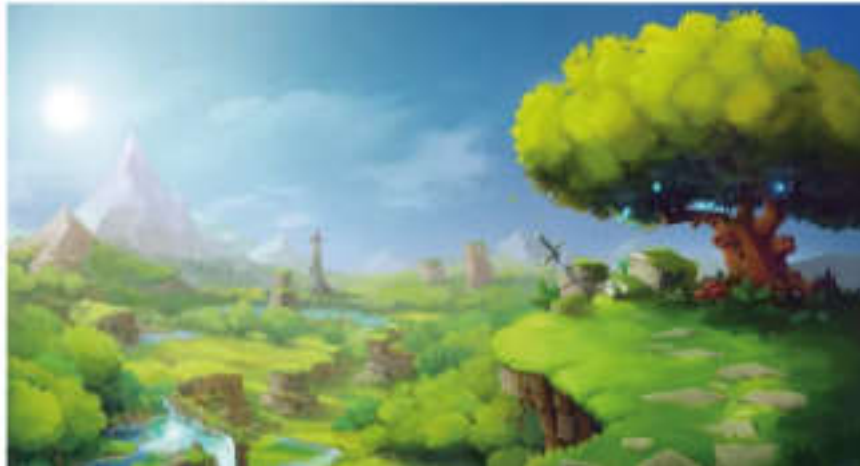


Inicio > Games > Hytale Un posible "Minecraft 2"

Games PC

Otras N

Hytale: Un posible "Minecraft 2"



Hytale: Un posible "Minecraft 2" - <https://ongaming.com.ar/hytale-un-posible-minecraft-2/>

Mobile Android Games

Otras

Los mejores juegos de Android del 2018



Los mejores juegos de Android del 2018 - <https://ongaming.com.ar/los-mejores-juegos-de-android-del-2018/>

Noticias Últimas Noticias eSports

ULTAS NOT

Nuevo equipo de fútbol se une a los eSports



Nuevo equipo de fútbol se une a los eSports - <https://ongaming.com.ar/nuevo-equipo-de-futbol-se-une-a-los-esports/>

eSports Eventos Games FIFA PlayStation

Otras No

FIFA FUT Champions Cup de Diciembre



FIFA FUT Champions Cup de Diciembre - <https://ongaming.com.ar/fifa-fut-champions-cup-de-diciembre/>

eSports Eventos Games FIFA

Otras Noticias

eSuperliga: Conocé a los jugadores de cada equipo



eSuperliga: Conocé a los jugadores de cada equipo - <http://ongaming.com.ar/esuperliga-conoce-a-los-jugadores-de-cada-equipo/>

eSports Eventos Games FIFA

Otras Noticias

Todo la info sobre la eSuperliga de FIFA 19

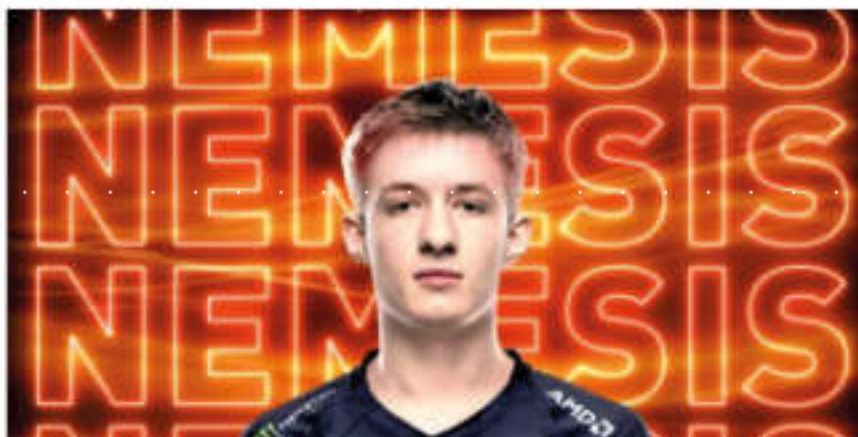


Todo la info sobre la eSuperliga de FIFA 19 - <https://ongaming.com.ar/todo-la-info-sobre-la-esuperliga-fifa-19/>

eSports Games League Of Legends PC

Otras Ni

Nemesis y la innecesaria presión mediática



Nemesis y la innecesaria presión mediática - <https://ongaming.com.ar/nemesis-y-la-innecesaria-presion-mediatica/>

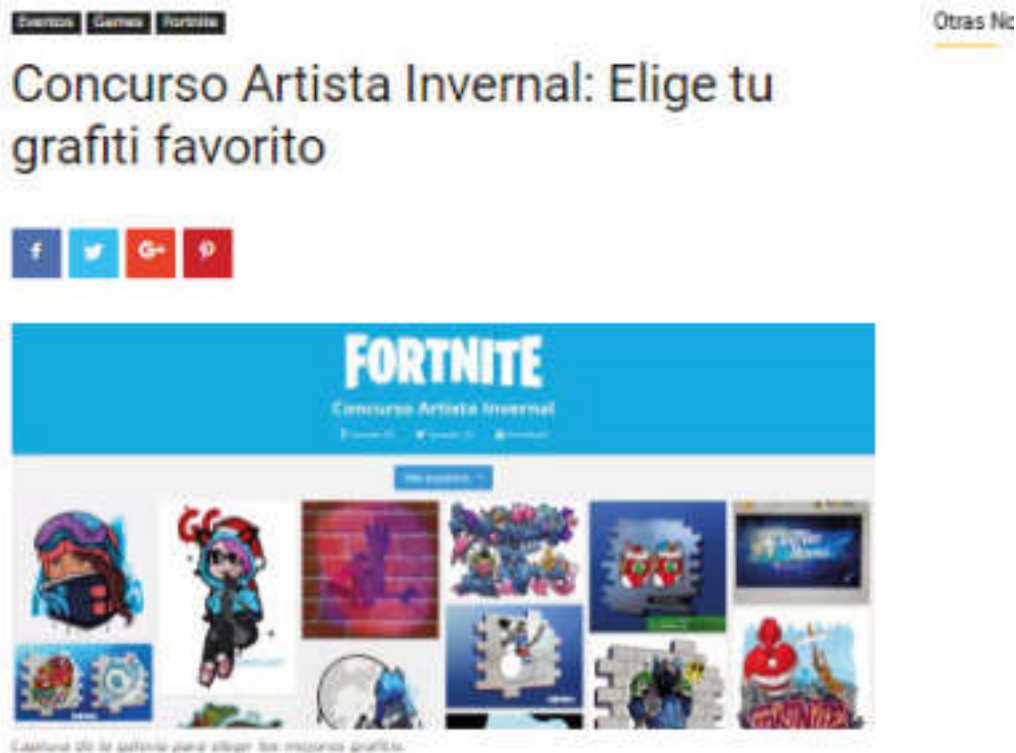
Games FIFA

Otras

Enterate de los nominados al TOTY por EA Sports



Enterate de los nominados al TOTY por EA Sports - <https://ongaming.com.ar/enterate-de-los-nominados-al-toty-por-ea-sports/>



Concurso Artista Invernal: Elige tu grafiti favorito - <https://ongaming.com.ar/concurso-artista-invernal-elige-tu-propio-grafiti/>



Concurso Artista Invernal: Latinoamerica fuera - <https://ongaming.com.ar/concurso-artista-invernal-latinoamerica-fuera/>

eSports Games

Otras Noticias

Baneados en PUBG por hacer trampa



PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS™

Competitive Rulings: Christian "Cubito" Narvaez, Liam "Liammm" Tran, Tyler "DevowR" Sil, and Mark "Taffin" Formano

On December 19th, 2018, four players who qualified for the NPL Season received in-game bans due to the usage of unauthorized programs. PUBG Esports Team has taken the time to ensure that a proper investigation was conducted regarding these permanent in-game bans. Our investigation revealed conclusive evidence that Christian "Cubito" Narvaez, Liam "Liammm" Tran, Tyler "DevowR" Sil, and Mark "Taffin" Formano were all detected using unauthorized third party software during public matches and the NPL Online Qualifiers earlier in December.

Per the results of our investigation, Cubito, Liammm, DevowR, and Taffin will be banned from all official esports competitions for these infractions on December 19th, 2018.

Baneados en PUBG por hacer trampa - <https://ongaming.com.ar/baneados-en-pubg-por-hacer-trampa/>

Eventos Games Fortnite

Otras Noticias

Ala Delta Ecuador gratis para todos



Ala Delta Ecuador gratis para todos - <https://ongaming.com.ar/ala-delta-ecuador-gratis-para-todos/>

Mobile Android

Otras Noticias

Epic Games Store, ahora en Android



Epic Games Store, ahora en Android - <https://ongaming.com.ar/epic-games-store-ahora-en-android/>

Games Counter-Strike GO PC

Otras Noticias

Conocé todo lo nuevo de CSGO



Conocé todo lo nuevo de CSGO - <https://ongaming.com.ar/conoce-todo-lo-nuevo-de-csgo/>

Games | Counter Strike GO | PC

Otras Ni

500.000 baneos VAC luego del cambio F2P de CSGO

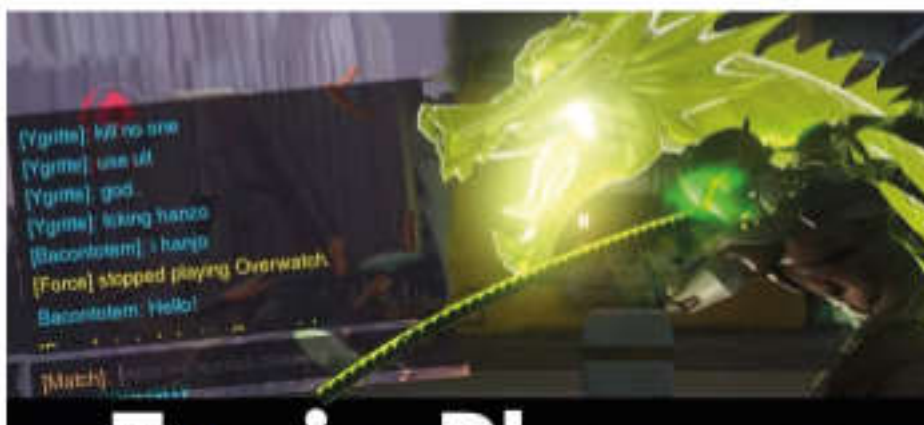


500.000 baneos VAC luego del cambio F2P de CSGO - <https://ongaming.com.ar/500-000-baneos-vac-luego-de-csgo-f2p/>

eSports | Games

Otras

Blizzard: luchando contra el comportamiento tóxico



Blizzard: luchando contra el comportamiento tóxico - <https://ongaming.com.ar/blizzard-luchando-contr-el-comportamiento-toxico/>

Games League Of Legends Recomendado

Otras Noticias

Corea del Sur criminaliza el boosting en videojuegos



Corea del Sur criminaliza el boosting en videojuegos - <https://ongaming.com.ar/corea-del-sur-criminaliza-el-boosting-en-videojuegos/>

Games Fortnite

Otras Noticias

14 días de Fortnite: Disponible nuevamente



14 días de Fortnite: Disponible nuevamente - <https://ongaming.com.ar/14-dias-de-fortnite-disponible-nuevamente/>

Games

Otras Ni

Lego: El Señor de los Anillos y El Hobbit fuera de las tiendas



Lego: El Señor de los Anillos y El Hobbit fuera de las tiendas - <https://ongaming.com.ar/lego-el-senor-de-los-anillos-y-el-hobbit-fuera-de-las-tiendas/>

Games Hardware PC

Otras

Cada vez hay más usuarios que tienen VR



Cada vez hay más usuarios que tienen VR - <https://ongaming.com.ar/cada-vez-hay-mas-usuarios-que-tienen-vr/>

Games PlayStation Xbox

Otras Noticias

Hitman: Blood Money y Absolution serán remasterizados



Hitman: Blood Money y Absolution serán remasterizados - <https://ongaming.com.ar/hitman-blood-money-y-absolution-seran-remasterizados/>

eSports Eventos Games

Otras Noticias

Awesome Games Done Quick, comienza el evento solidario



Awesome Games Done Quick, comienza el evento solidario - <https://ongaming.com.ar/awesome-games-done-quick-comienza-el-evento-solidario/>

ajuegos Games Overwatch

Otras Ni

La Farsa de Ellie, la "jugadora" de Overwatch discriminada



En las últimas tres semanas, la comunidad de Overwatch vivió un escándalo, ya que un

La Farsa de Ellie, la "jugadora" de Overwatch discriminada - <https://ongaming.com.ar/la-farsa-de-ellie-la-jugadora-de-overwatch-discriminada/>

Games FIFA

Otras

Ya es oficial el TOTY de FIFA 19

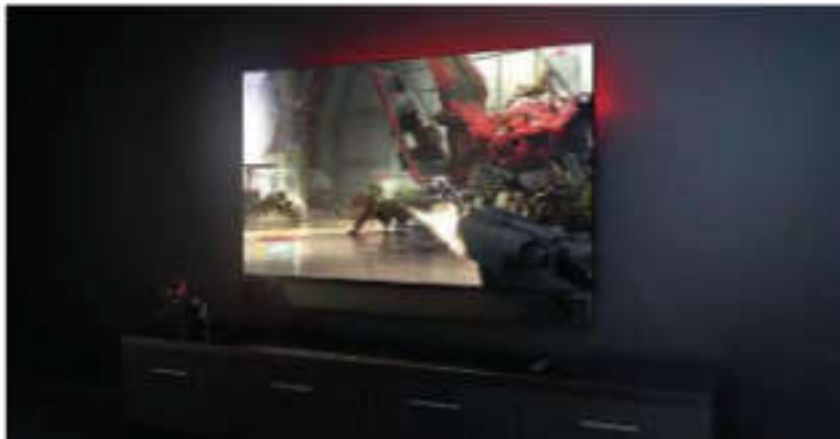


Ya es oficial el TOTY de FIFA 19 - <https://ongaming.com.ar/ya-es-oficial-el-toty-de-fifa-19/>

Eventos Hardware PC

Otras Noticias

HP presenta nueva pantalla gamer: la Omen X Experium 65



HP presenta nueva pantalla gamer: la Omen X Experium 65 - <https://ongaming.com.ar/hp-nueva-pantalla-gaming-omen-x-experium/>

Juegos Recomendado

Otras Noticias

Steam presenta lo mejor de su plataforma en 2018



Steam presenta lo mejor de su plataforma en 2018 - <https://ongaming.com.ar/steam-presenta-lo-mejor-de-su-platforma-en-2018/>

Juegos Recomendado

Lista completa de los mejores lanzamientos en Steam



Lista completa de los mejores lanzamientos en Steam - <https://ongaming.com.ar/lista-completa-de-los-mejores-lanzamientos-en-steam/>

Juegos **Alimentos** Recomendado

Otras

Super Smash Bros. Ultimate, el más vendido en Amazon



Super Smash Bros. Ultimate, el más vendido en Amazon - <https://ongaming.com.ar/super-smash-bros-ultimate-el-mas-vendido-en-amazon/>

Mobile Android Games iOS

Otras Noticias

Alien: Blackout, ahora con trailer oficial



<https://ongaming.com.ar/alien-blackout-ahora-con-trailer-oficial> - <https://ongaming.com.ar/alien-blackout-ahora-con-trailer-oficial/>

Eventos Hardware PC

Otras Noticias

CES 2019: Acer presenta dos nuevas laptops gamer



CES 2019: Acer presenta dos nuevas laptops gamer - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-acer-presenta-dos-nuevas-laptops-gamer/>

Eventos Hardware PC

Otras Noticias

CES 2019: Razer lanza su primer monitor gamer



CES 2019: Razer lanza su primer monitor gamer - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-razer-lanza-su-primer-monitor-gamer/>

Eventos Hardware PC

Otras

CES 2019: ASUS presenta una interesante computadora gamer



CES 2019: ASUS presenta una interesante computadora gamer - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-asus-presenta-una-interesante-computadora-gamer/>

Eventos Hardware PC

Otras Noticias

CES 2019: Samsung también presente en el mundo gamer



CES 2019: Samsung también presente en el mundo gamer - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-samsung-tambien-presente-en-el-mundo-gamer/>

Juegos Fortnite

Otras Noticias

Nuevo rifle de francotirador silencioso en Fortnite



Nuevo rifle de francotirador silencioso en Fortnite - <https://ongaming.com.ar/nuevo-rifle-de-francotirador-silencioso-en-fortnite/>

Eventos Hardware PC

Otras Noticias

CES 2019: NVIDIA anuncia nueva GeForce RTX



CES 2019: NVIDIA anuncia nueva GeForce RTX - <https://ongaming.com.ar/nvidia-anuncia-nueva-geforce-rtx/>

eSports Games

Otras

PUBG banea a 12 jugadores más por hacer trampas



PUBG banea a 12 jugadores más por hacer trampas - <https://ongaming.com.ar/pubg-banea-a-10-jugadores-mas-por-hacer-trampas/>

Games **Counter Strike GO**

Otras Noticias

Sigue la ola de baneos en CSGO



Sigue la ola de baneos en CSGO - <https://ongaming.com.ar/sigue-la-ola-de-baneos-en-cs-go/>

Games **PC**

Otras Noticias

The Division 2, estará disponible en Epic Games Store



The Division 2, estará disponible en Epic Games Store - <https://ongaming.com.ar/the-division-2-estara-disponible-en-epic-games-store/>

Eventos Hardware

CES 2019: HTC presentó su nuevo Vive Pro Eye



CES 2019: HTC presentó su nuevo Vive Pro Eye - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-htc-presento-nuevo-htc-vive-pro-eye/>

Juegos Counter Strike GO eSports

Otras

La ELEAGUE regresa con un nuevo torneo de CSGO



La ELEAGUE regresa con un nuevo torneo de CSGO - <https://ongaming.com.ar/la-eleague-regresa-con-un-nuevo-torneo-csgo/>

esports Games Fortnite

Otras Noticias

Epic Games está mejorando su sistema de torneos competitivos



Epic Games está mejorando su sistema de torneos competitivos - <https://ongaming.com.ar/epic-games-esta-mejorando-su-sistema-torneos-competitivo/>

Games Counter-Strike:GO esports

Otras

Ya están los equipos para la IEM Katowice Minors



Ya están los equipos para la IEM Katowice Minors - <https://ongaming.com.ar/ya-estan-los-equipos-para-la-iem-katowice-minors/>

eSports Games League Of Legends PC

Otras Noticias

Riot Games anuncia alianza con Alienware



En el CES 2018, Riot Games anunció una alianza con la marca de computadores gamers, Dell Alienware. Justo a tiempo para la temporada eSports de LoL. Este acuerdo de varios años marca un esfuerzo renovado por parte de la compañía para adquirir acuerdos de marca. En este aspecto, ha sido notablemente deficiente en comparación con otros títulos de eSports.

eSports de LoL con computadores de Alienware

Riot Games anuncia alianza con Alienware - <https://ongaming.com.ar/riot-games-anuncia-alianza-con-alienware/>

Games Counter Strike GO PC

Otras

CSGO es el más jugado en Steam

Según este año con más de 793 millones de horas



CSGO es el más jugado en Steam - <https://ongaming.com.ar/cs-go-es-el-mas-jugado-en-steam/>

Inicio Games League Of Legends PC

Otras Noticias

KIA Motors se une al mercado de los eSports



Epic Games está mejorando su KIA Motors se une al mercado de los eSports - <https://ongaming.com.ar/kia-motors-se-une-al-mercado-de-los-esports/>

Games

Otras Noticias

Artifact ha perdido ha casi todos sus jugadores



Artifact ha perdido ha casi todos sus jugadores - <https://ongaming.com.ar/artifact-ha-perdido-ha-casi-todos-sus-jugadores/>

Mobile Android Eventos Hardware

Otras Noticias

CES 2019: Nubia presenta un nuevo smartphone Gamer



CES 2019: Nubia presenta un nuevo smartphone Gamer - <https://ongaming.com.ar/ces-2019-nubia-presenta-nuevo-smartphone-gamer/t>

Games

Otras

Amazon tendrá un servicio de streaming de videojuegos



Amazon tendrá un servicio de streaming de videojuegos - <https://ongaming.com.ar/amazon-tendra-un-servicio-de-streaming-de-videojuegos/>

Eventos Games

Otras Noticias

Llegó a su fin el Awesome Games Done Quick



Llegó a su fin el Awesome Games Done Quick - <https://ongaming.com.ar/llego-a-su-fin-el-awesome-games-done-quick/>

eSports Games League Of Legends

Otras Noticias

RFRSH Entertainment se asoció con Audi



RFRSH Entertainment se asoció con Audi - <https://ongaming.com.ar/rfrsh-entertainment-se-asocio-con-audi/>

Games Fortnite

Fortnite tendrá un nuevo revólver legendario



Fortnite tendrá un nuevo revólver legendario - <https://ongaming.com.ar/fortnite-tendra-un-nuevo-revolver-legendario/>

Games Counter Strike GO

Otras

Valve anuncia cambios para su sistema Matchmaking



Valve anuncia cambios para su sistema Matchmaking - <https://ongaming.com.ar/valve-anuncia-cambios-para-su-sistema-matchmaking/>

[eSports](#) [Games](#) [Overwatch](#)

[Otras Noticias](#)

Los pros de la OWL ahora tienen lo que buscaban



OVERWATCH

Los pros de la OWL ahora tienen lo que buscaban - <https://ongaming.com.ar/pros-de-la-owl-ahora-tienen-lo-que-buscaban/>

[eSports](#) [Games](#) [Fortnite](#)

[Otras](#)

Myth propone un sindicato de jugadores de Fortnite



Myth propone un sindicato de jugadores de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/myth-propone-un-sindicato-de-jugadores-de-fortnite/>

Games **Portada**

Otras Noticias

Epic Games recaudó 1.25 millones USD de dólares 2018



Epic Games recaudó 1.25 millones USD de dólares 2018 - <https://ongaming.com.ar/epic-games-recaudo-1-25-millones-de-dolares-en-2018/>

Games **Recomendado**

Otras

Conocé el nuevo Steam China



完美世界
PERFECT WORLD



Conocé el nuevo Steam China - <https://ongaming.com.ar/conoce-el-nuevo-steam-china/>

esports Games Fortnite

Otras Noticias

Los escándalos competitivos de Fortnite

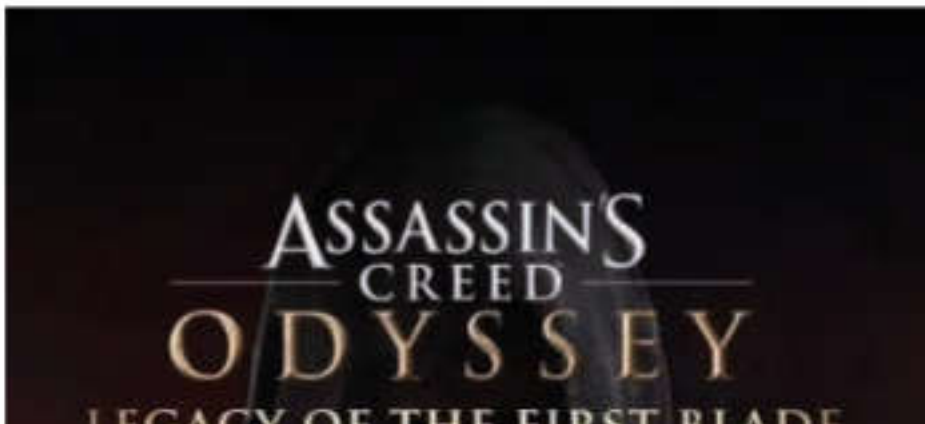


Los escándalos competitivos de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/los-escandalos-competitivos-de-fortnite/>

Games

Otras Noticias

Ya disponible la segunda parte del DLC de AC Odyssey



Ya disponible la segunda parte del DLC de AC Odyssey - <https://ongaming.com.ar/ya-disponible-la-segunda-parte-del-dlc-de-ac-odyssey/>

Games Fortnite

Fortnite: nuevo sistema de redespiegue del ala delta



Fortnite: nuevo sistema de redespiegue del ala delta - <https://ongaming.com.ar/fortnite-nuevo-sistema-de-redespiegue-del-ala-delta/>

Games Fortnite

Otras

Ya está disponible el parche 7.20 de Fortnite



Ya está disponible el parche 7.20 de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/ya-esta-disponible-el-parche-7-20-de-fortnite/>

Games

Otras Noticias

Rocket League ahora es totalmente Cross-Play



Rocket League ahora es totalmente Cross-Play - <https://ongaming.com.ar/rocket-league-ahora-es-totamente-cross-play/>

eSports Games League Of Legends PC

Otras

El LEC tendrá un nuevo sistema de competición

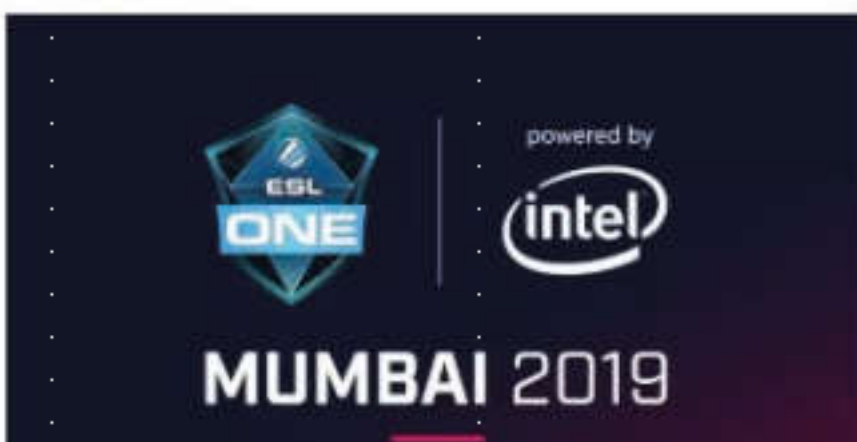


El LEC tendrá un nuevo sistema de competición - <https://ongaming.com.ar/el-lec-tendra-un-nuevo-sistema-de-competicion/>

eSports Eventos Games

Otras Noticias

El ESL One de Mumbai llevará lo mejor de Dota 2 a la India



El ESL One de Mumbai llevará lo mejor de Dota 2 a la India - <https://ongaming.com.ar/el-esl-one-de-mumbai-llevara-lo-mejor-de-dota-2-a-la-india/>

eSports Games FIFA

Otras Noticias

eSuperliga: Resultados de la Fecha 2 y pendientes Fecha 1



eSuperliga Resultados de la Fecha 2 y pendientes Fecha 1 - <https://ongaming.com.ar/esuperliga-resultados-de-la-fecha-2-y-pendientes-fecha-1/>

[eSports](#) [Eventos](#) [Games](#) [Overwatch](#)

[Otras Noticias](#)

Habr  tres eventos nuevos para Overwatch Contenders



Overwatch Contenders, ligas menores de la Liga

Habr  tres eventos nuevos para Overwatch Contenders - <https://ongaming.com.ar/habra-tres-eventos-nuevos-para-overwatch-contenders/>

[eSports](#) [Games](#) [League Of Legends](#)

[Otras](#)

Riot Games se asocia con Shell para el LEC



Riot Games se asocia con Shell para el LEC - <https://ongaming.com.ar/riot-games-se-asocia-con-shell-para-lec/>

Deportes **Games** **Footbal**

Otras Noticias

Epic Games habla sobre las actualizaciones y el competitivo



Epic Games habla sobre las actualizaciones y el competitivo - <https://ongaming.com.ar/epic-games-habla-sobre-las-actualizaciones-y-el-competitivo/>

Games **Recomendado**

Otras

EA y el cancelado juego de Star Wars



EA y el cancelado juego de Star Wars - <https://ongaming.com.ar/ea-y-el-cancelado-juego-de-star-wars/>

Games Fortnite Recomendado

Otras Noticias

Fortnite: un medio para lavar dinero ilegal



Fortnite: un medio para lavar dinero ilegal - <https://ongaming.com.ar/fortnite-un-medio-para-lavar-dinero-ilegal/>

Games

Otras

Black Ops 4 será gratis por tiempo limitado



Black Ops 4 será gratis por tiempo limitado - <https://ongaming.com.ar/black-ops-4-sera-gratis-por-tiempo-limitado/>

deportes Eventos Games Fortnite

Otras Noticias

Secret Skirmish nuevo torneo de Fortnite de \$500.000



Secret Skirmish nuevo torneo de Fortnite de \$500.000 - <https://ongaming.com.ar/secret-skirmish-nuevo-torneo-de-fortnite-de-500-000/>

deportes Games Overwatch

Otras Noticias

La OWL se disputará en versiones actuales



La OWL se disputará en versiones actuales - <https://ongaming.com.ar/la-owl-se-disputara-en-versiones-actuales/>

esports Games League Of Legends

Otras Noticias

Polémica en la primera partida del LEC



Polémica en la primera partida del LEC - <https://ongaming.com.ar/polemica-en-la-primera-partida-del-lec/>

Hardware

Otras Noticias

WD mejora sus SSD Black con disipadores de calor



WD mejora sus SSD Black con disipadores de calor - <https://ongaming.com.ar/wd-mejora-sus-ssd-black-con-disipadores-de-calor/>

Games PC Sistemas Operativos

Otras Noticias

Microsoft quiere mejorar el gaming en Windows 10



Microsoft quiere mejorar el gaming en Windows 10 - <https://ongaming.com.ar/microsoft-quiere-mejorar-el-gaming-en-windows-10/>

Hardware PC

Otras

Intel busca mejorar su panel de control para gráficos



Intel busca mejorar su panel de control para gráficos - <https://ongaming.com.ar/intel-busca-mejorar-su-panel-de-control-para-graficos/>

Hardware **Mobile**

Otras Notici

Adiós al Notch: Nubia X tiene dos pantallas



Adiós al Notch: Nubia X tiene dos pantallas - <https://ongaming.com.ar/adios-a-l-notch-nubia-x-tiene-dos-pantallas/t>

Mobile **Android** Games iOS

Otras

UNO! llega de manera oficial a celulares



UNO! llega de manera oficial a celulares - <https://ongaming.com.ar/uno-llega-de-manera-oficial-a-celulares/>

Games

Rockstar demandado por Red Dead Redemption 2



Rockstar demandado por Red Dead Redemption 2 - <https://ongaming.com.ar/rockstar-demandado-por-red-dead-redemption-2/>

Games

Otras

Forza Horizon 4 elimina bailes "por las dudas"



Forza Horizon 4 elimina bailes "por las dudas" - <https://ongaming.com.ar/forza-horizon-4-elimina-bailes-por-las-dudas/>

Games

Otras Noticias

Baneos en Fallout 76 por el uso de un exploit



Baneos en Fallout 76 por el uso de un exploit - <https://ongaming.com.ar/baneos-en-fallout-76-por-el-uso-de-un-exploit/>

Mobile Android Games iOS

Otras

The Escapists 2 estará disponible para móviles



The Escapists 2 estará disponible para móviles - <https://ongaming.com.ar/the-escapists-2-estara-disponible-para-moviles/>

eSports Games FIFA

Otras Noticias

Argentina sigue presente en los eSports de FIFA



Otra vez, Argentina esta presente en los eSports del FIFA

Argentina sigue presente en los eSports de FIFA - <https://ongaming.com.ar/argentina-sigue-presente-en-los-esports-de-fifa/>

Games PC PlayStation Xbox

Otras

Ubisoft se disculpa luego de la polémica con AC Odyssey



Ubisoft se disculpa luego de la polémica con AC Odyssey - <https://ongaming.com.ar/ubisoft-se-disculpa-luego-de-la-polemica-con-ac-odyssey/>

Mobile Android Games iOS

Otras Noticias

WestWorld para móviles desaparecerá de las tiendas

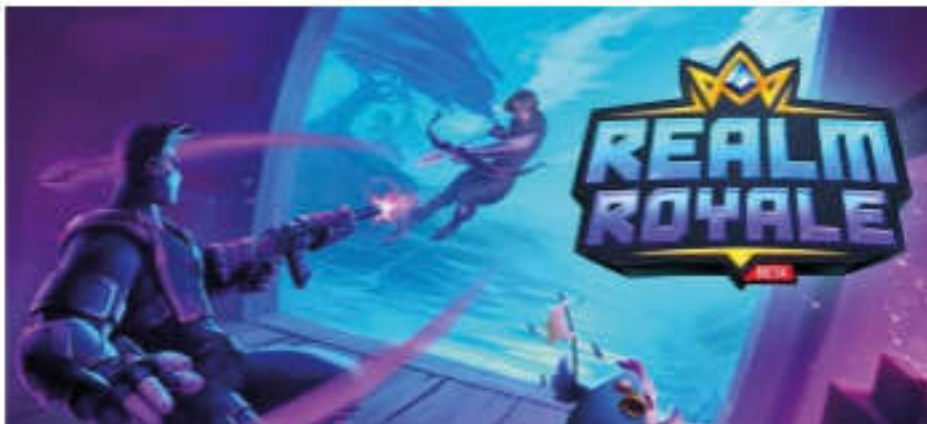


WestWorld para móviles desaparecerá de las tiendas - <https://ongaming.com.ar/westworld-para-moviles-desaparecera-de-las-tiendas/>

Games PlayStation

Otras Noticias

Ya disponible la Beta Abierta de Realm Royale en PS4



Ya disponible la Beta Abierta de Realm Royale en PS4 - <https://ongaming.com.ar/ya-disponible-la-beta-abierta-de-realm-royale-en-ps4/>

Games

Enterate de las novedades de Star Wars Battlefront II



Enterate de las novedades de Star Wars Battlefront II - <https://ongaming.com.ar/enterate-de-las-novedades-de-star-wars-battlefront-ii/>

Games

Otras

Luego de los rumores, Fallout 76 no será Free-To-Play



Luego de los rumores, Fallout 76 no será Free-To-Play - <https://ongaming.com.ar/luego-de-los-rumores-fallout-76-no-sera-free-to-play/>

Games

Otras Noticias

Emiliano Sala más caro en FIFA 19 luego de su desaparición



Emiliano Sala más caro en FIFA 19 luego de su desaparición - <https://ongaming.com.ar/emiliano-sala-mas-caro-en-fifa-19-luego-de-su-desaparicion/>

Games

Otras Noticias

Assassin's Creed III Remastered ya tiene fecha de salida



Assassin's Creed III Remastered ya tiene fecha de salida - <https://ongaming.com.ar/assassins-creed-iii-remaster-ya-tiene-fecha-de-salida/>

Games PUBG

Estas son las novedades del nuevo parche de PUBG



Estas son las novedades del nuevo parche de PUBG - <https://ongaming.com.ar/estas-son-las-novedades-del-nuevo-parche-de-pubg/>

Games Fortnite

Otras

Fortnite promete mejorar luego de un error hecho público.



Fortnite promete mejorar luego de un error hecho público - <https://ongaming.com.ar/fortnite-promete-mejorar-luego-de-un-error-hecho-publico/>

esports Games

Otras Noticias

Farming Simulator League: eSports de Granjas



Farming Simulator League: eSports de Granjas - <https://ongaming.com.ar/farming-simulator-league-esports-de-granjas/>

Games Nintendo

Otras Noticias

Planta Piraña: Nuevo personaje de Super Smash Bros.



Planta Piraña: Nuevo personaje de Super Smash Bros. - <https://ongaming.com.ar/planta-pirana-nuevo-super-smash-bros/>

Games Counter Strike GO PC

Las novedades del nuevo parche de CSGO



Las novedades del nuevo parche de CSGO - <https://ongaming.com.ar/las-novedades-del-nuevo-parche-de-csgo/t>

eSports Games League Of Legends

Riot Games se asocia con Secretlab



Riot Games ha anunciado una nueva asociación con

Riot Games se asocia con Secretlab - <https://ongaming.com.ar/riot-games-se-asocia-con-secretlab/>

Games | Courrier Série GO | eSporta

Otras Notici

RFRSH Entertainment se asocia con emisora brasileña Globo



RFRSH Enterta inment se aso ci a con emisora brasileña Globo - <https://ongaming.com.ar/rfrsh-entertainme nt- aso ci a- con- emisora- globo/>

eSports | Games

Otras

Como serán los de eSports de WoW en 2019



Blizzard ha hablado sobre sus planes para los Sports de

Como serán los de eSports de WoW en 2019 - <https://ongaming.com.ar/como- s eran- los- de- esports- de- wow- en- 2019/>

Games | Overwatch

Overwatch viene con nuevos precios para Latinoamérica



Overwatch viene con nuevos precios para Latinoamérica - <https://ongaming.com.ar/overwatch-viene-con-nuevos-precios-para-latinoamerica/>

Games

Otras

Apple planea tener un servicio de suscripción de videojuegos



Apple planea tener un servicio de suscripción de videojuegos - <https://ongaming.com.ar/apple-planea-servicio-suscripcion-videojuegos/>

Games

Otras Notici

Metro Exodus saldrá exclusivamente en la Epic Games Store



Metro Exodus saldrá exclusivamente en la Epic Games Store - <https://ongaming.com.ar/metro-exodus-exclusivo-epic-games-store/>

Games

Otras

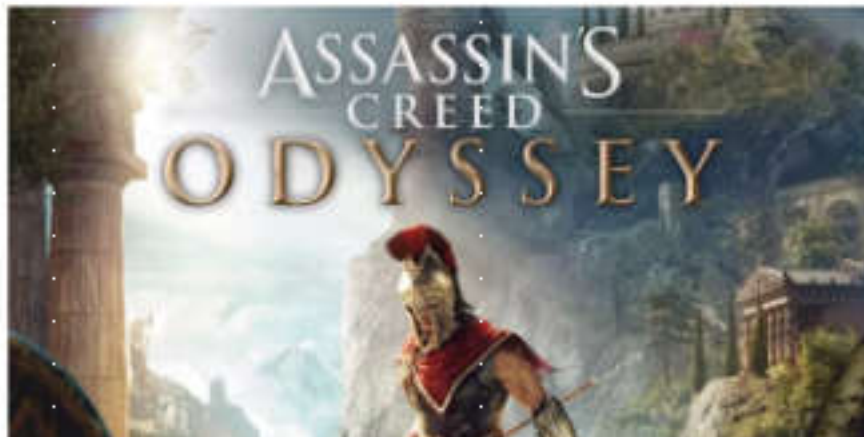
Especificaciones del nuevo Metro Exodus



Especificaciones del nuevo Metro Exodus - <https://ongaming.com.ar/especificaciones-del-nuevo-metro-exodus/>

Games

Ubisoft hará cambios luego de la controversia



Ubisoft hará cambios luego de la controversia - <https://ongaming.com.ar/ubisoft-hara-cambios-luego-de-la-controversia/>

Games Fortnite

Otras

Conocé las novedades del parche 7.30 de Fortnite



Conocé las novedades del parche 7.30 de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/conoce-las-novedades-del-parche-7-30-de-fortnite/>

Games FIFA

Otras Notici

EA elimina los FIFA Points en Bélgica



EA elimina los FIFA Points en Bélgica - <https://ongaming.com.ar/ea-elimina-los-fifa-points-en-belgica/>

Games Fortnite

Otras

Epic Games reembolsa 1200 dólares a una familia



Epic Games reembolsa 1200 dólares a una familia - <https://ongaming.com.ar/epic-games-reembolsa-1200-dolares-a-una-familia/>

Finalmente Recomendado

Joven francés consigue una PS4 a 9 dólares



Joven francés consigue una PS4 a 9 dólares - <https://ongaming.com.ar/joven-frances-consigue-una-ps4-a-9-dolares/>

Games Noticias

Otras

Nuevo parche 2.0.0 de Super Smash Bros. Ultimate



Nuevo parche 2.0.0 de Super Smash Bros. Ultimate - <https://ongaming.com.ar/nuevo-parche-2-0-0-de-super-smash-bros-ultimate/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras Noticias

Ya están los equipos del IEM Katowice 2019 CSGO Major



Ya están los equipos del IEM Katowice 2019 CSGO Major - <https://ongaming.com.ar/ya-estan-los-equipos-del-iem-katowice-2019-csgo-major/>

eSports Eventos Games League Of Legends

Otras Noticias

El MSI de LoL se llevará a cabo en Taiwán y Vietnam



El MSI de LoL se llevará a cabo en Taiwán y Vietnam - <https://ongaming.com.ar/el-msi-de-lol-se-lleva-a-cabo-en-taiwan-y-vietnam/>

ediparis Games

En Alemania, los eSports se comparan con el tejido



En Alemania, los eSports se comparan con el tejido - <https://ongaming.com.ar/en-alemania-los-esports-se-comparan-con-el-tejido/>

Games

Otras

Dota 2 vuelve al top de los más jugados

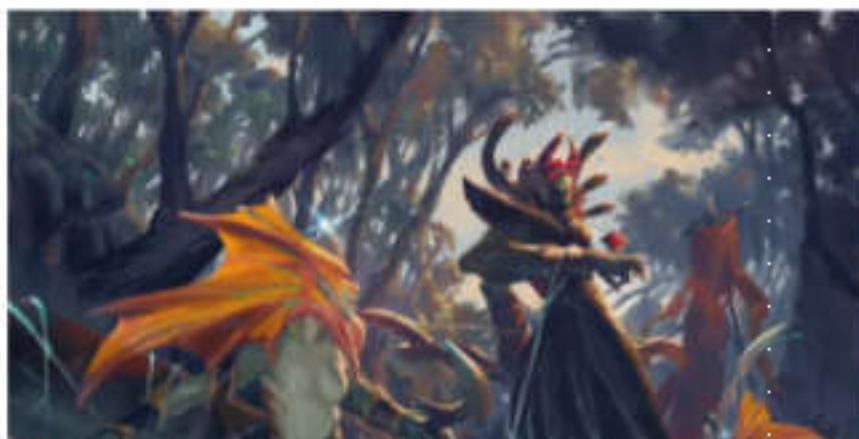


Dota 2 vuelve al top de los más jugados - <https://ongaming.com.ar/dota-2-vuelve-al-top-de-los-mas-jugados/>

Games

Otras Noticias

Las novedades de la nueva actualización de Dota 2

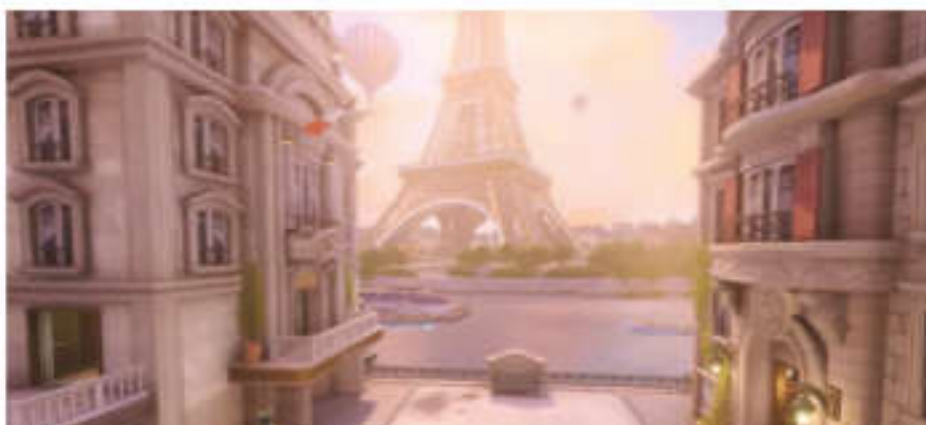


Las novedades de la nueva actualización de Dota 2 - <https://ongaming.com.ar/las-novedades-de-la-nueva-actualizacion-de-dota-2/>

Games | Overwatch

Otras

Overwatch RPP estrena el nuevo mapa de París



Overwatch RPP estrena el nuevo mapa de París - <https://ongaming.com.ar/overwatch-rpp-estrena-el-nuevo-mapa-de-paris/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras Noticias

Posibles cambios en la plantilla del equipo BIG de CSGO



Posibles cambios en la plantilla del equipo BIG de CSGO - <https://ongaming.com.ar/posibles-cambios-en-la-plantilla-del-equipo-big-de-csgo/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras

El equipo de CSGO de Fnatic renueva contratos



El equipo de CSGO de Fnatic renueva contratos - <https://ongaming.com.ar/el-equipo-de-csgo-de-fnatic-renueva-contratos/>

Games Counter Strike GO

Otras Noticias

CSGO: Abbey y Zoo llegan al competitivo



CS GO: Abbey y Zoo llegan al competitivo - <https://ongaming.com.ar/csgo-a-bbey-y-zoo-llegan-al-competitivo/>

Games Counter Strike GO PC

Otras Noticias

Valve impuso casi un millón de baneos VAC en enero



Valve impuso casi un millón de baneos VAC en enero - <https://ongaming.com.ar/valve-impuso-casi-un-millon-de-baneos-vac-en-enero/>

Games PC PlayStation Xbox

Apex Legends, el Battle Royale de Titanfall



Apex Legends, el Battle Royale de Titanfall - <https://ongaming.com.ar/apex-legends-el-battle-royale-de-titanfall/>

Games PC PlayStation Xbox

Otras

Estas son las Leyendas de Apex Legends



Estas son las Leyendas de Apex Legends - <https://ongaming.com.ar/estas-son-las-leyendas-de-apex-legends/>

Gaming

Otras Noticias

Director de Call of Duty y Dead Space abre nuevo estudio



Director de Call of Duty y Dead Space abre nuevo estudio - <https://ongaming.com.ar/director-de-call-of-duty-y-dead-space-abre-nuevo-estudio/>

Hardware PC

Otras

MSI actualiza su línea Infinity X de PC's gamers



MSI actualiza su línea Infinity X de PC's gamers - <https://ongaming.com.ar/msi-actualiza-su-linea-infinity-x-de-pcs-gamers/>

Games PC PUBG

PUBG: el motoesquí ha sido removido repentinamente



PUBG: el motoesquí ha sido removido repentinamente - <https://ongaming.com.ar/pubg-el-motoesqui-ha-sido-removido-repentinamente/>

eSports

Otras

China reconocerá profesiones relacionadas con los eSports



China reconocerá profesiones relacionadas con los eSports - <https://ongaming.com.ar/china-reconocera-profesiones-relacionadas-con-los-esports/>

Games

Otras Noticias

Metro Exodus seguirá en PC a pesar del boicot sufrido

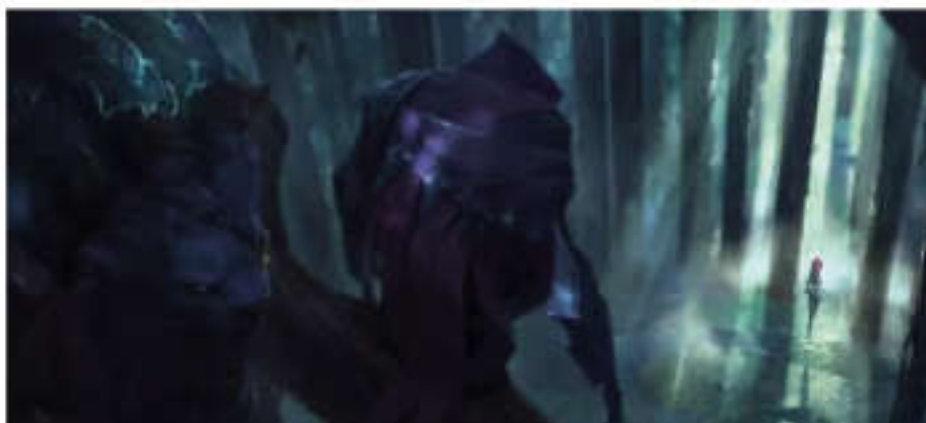


Metro Exodus seguirá en PC a pesar del boicot sufrido - <https://ongaming.com.ar/metro-exodus-seguira-en-pc-a-pesar-del-boicot-sufrido/>

Games League Of Legends

Otras

Ya disponible el parche 9.3 de League of Legends



Ya disponible el parche 9.3 de League of Legends - <https://ongaming.com.ar/ya-disponible-el-parche-9-3-de-league-of-legends/>

Games Fortnite

Otras Noticias

Ya disponible la actualización de contenido 7.30 de Fortnite



Ya disponible la actualización de contenido 7.30 de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/ya-disponible-la-actualizacion-de-contenido-7-30-de-fortnite/>

eSports

Otras

RFRSH Entertainment se ha asociado con Omen de HP



RFRSH Entertainment se ha asociado con Omen de HP - <https://ongaming.com.ar/rfrsh-entertainment-se-ha-asociado-con-omen-de-hp/>

Noticias

Otras Noticias

Nuevo software disponible para desarrolladores de Switch



Nuevo software disponible para desarrolladores de Switch - <https://ongaming.com.ar/nuevo-software-disponible-para-desarrolladores-de-switch/>

Games Counter Strike GO esports

Otras

Cruces definidos para el IEM Katowice Major de CSGO



Cruces definidos para el IEM Katowice Major de CSGO - <https://ongaming.com.ar/cruces-definidos-para-el-iem-katowice-major-de-cs-go/>

Games

Battlefield V no vendió lo que EA esperaba

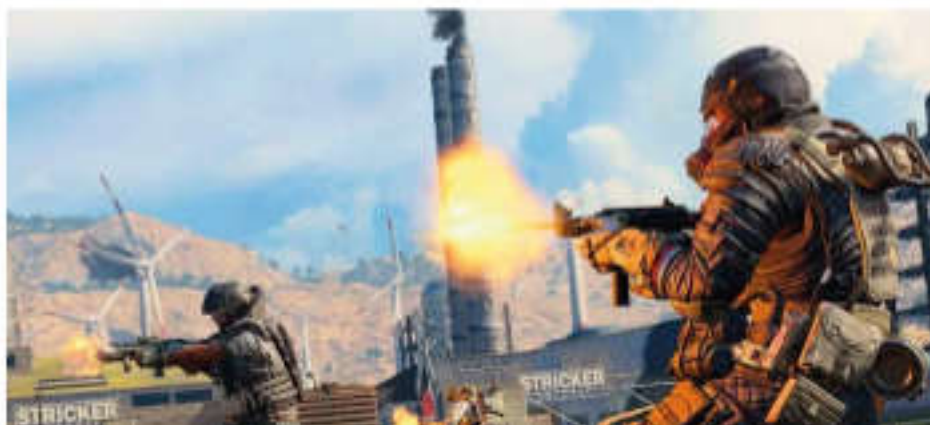


Battlefield V no vendió lo que EA esperaba - <https://ongaming.com.ar/battlefield-v-no-vendio-lo-que-ea-esperaba/>

Games

Otras

En Pensilvania habría impuestos para videojuegos “violentos”



En Pensilvania habría impuestos para videojuegos “violentos” - <https://ongaming.com.ar/en-pensilvania-habria-impuestos-para-videojuegos-violentos/>

Games Counter Strike GO esports

Otras Noticias

Baneado de la Pro League de CSGO FACEIT por toxicidad



Baneado de la Pro League de CSGO FACEIT por toxicidad - <https://ongaming.com.ar/baneado-faceit-pro-league-por-toxicidad/>

Games Counter Strike GO esports

Otras Noticias

Según reportes, el próximo CSGO Major sería en Berlín



Según reportes, el próximo CSGO Major sería en Berlín - <https://ongaming.com.ar/segun-reportes-el-proximo-csgo-major-seria-en-berlin/>

deportes Games

Nuevo evento de Twitch Rivals de Apex Legends



Nuevo evento de Twitch Rivals de Apex Legends - <https://ongaming.com.ar/nuevo-evento-de-twitch-rivals-de-apex-legends/>

deportes Games Overwatch

Otras Noticias

La Overwatch League se transmitirá en televisión



La Overwatch League se transmitirá en televisión - <https://ongaming.com.ar/la-overwatch-league-se-transmitira-en-television/>

Games

Otras Noticias

Axiom Verge crashea en Epic Games Store por el archivo "Steam.xnb"



Axiom Verge crashea en Epic Games Store por el archivo "Steam.xnb" - <https://ongaming.com.ar/axiom-verge-crashea-en-epic-games-store-por-el-archivo-steam-xnb/>

Games PUBG

Otras Noticias

PUBG es el Juego del Año en los Steam Awards 2018



PUBG es el Juego del Año en los Steam Awards 2018 - <https://ongaming.com.ar/pubg-es-el-juego-del-ano-en-los-steam-awards-2018/>

Games

Activision ofrece reembolsar Guitar Hero Live



Activision ofrece reembolsar Guitar Hero Live - <https://ongaming.com.ar/activision-ofrece-reembolsar-guitar-hero-live/>

Uncategorized

Otras

Blacklight: Retribution cerrará sus servidores en marzo

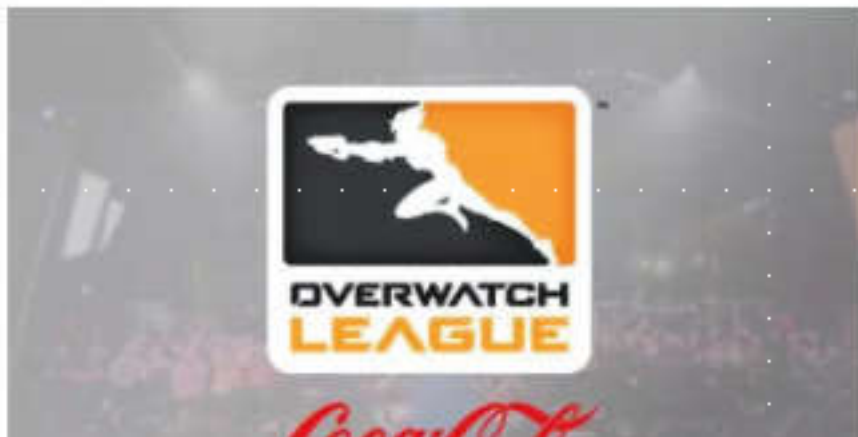


Blacklight: Retribution cerrará sus servidores en marzo - <https://ongaming.com.ar/blacklight-retribution-cerrara-sus-servidores-en-marzo/>

eSports Games Overwatch

Otras Noticias

La Overwatch League se ha asociado con Coca-Cola



La Overwatch League se ha asociado con Coca-Cola - <https://ongaming.com.ar/la-overwatch-league-se-ha-asociado-con-coca-cola/>

Games Fortnite Mobile iOS

Otras Noticias

Fortnite en iOS recaudó \$500 millones en menos de un año



Fortnite en iOS recaudó \$500 millones en menos de un año - <https://ongaming.com.ar/fortnite-en-ios-recaudo-500-millones-en-menos-de-un-ano/>

Games

Desarrollador de The Division 2 anuncia beta abierta

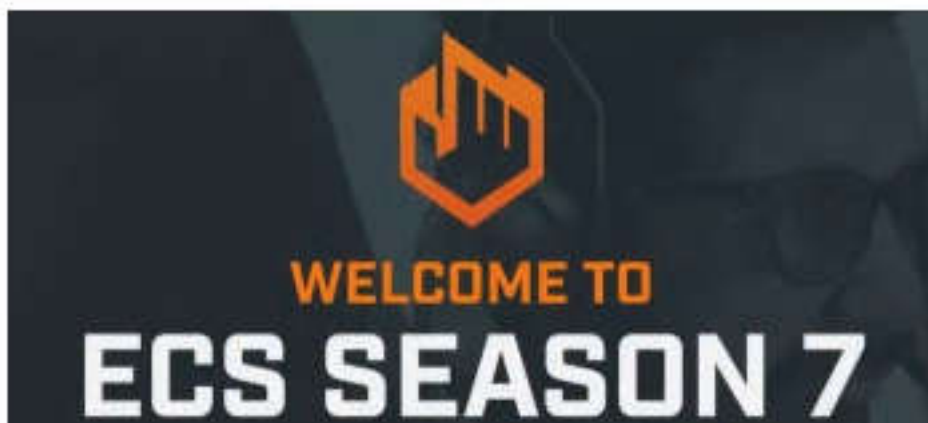


Desarrollador de The Division 2 anuncia beta abierta - <https://ongaming.com.ar/the-division-2-beta-abierta/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras

Nuevo formato para la temporada 7 de la ECS de CSGO

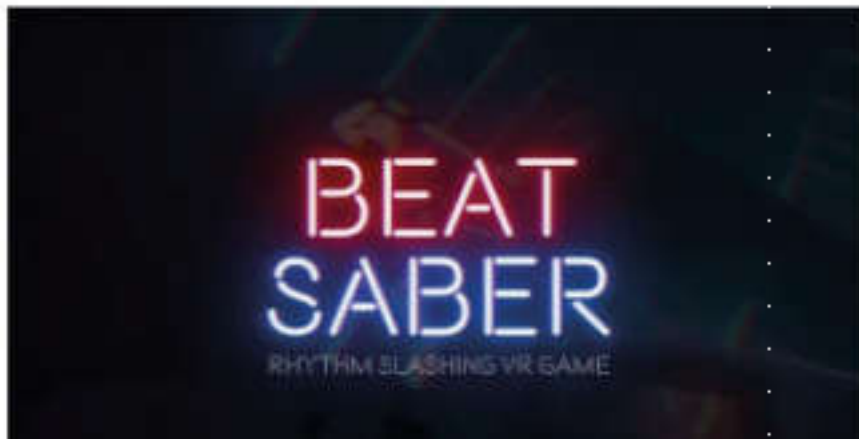


Nuevo formato para la temporada 7 de la ECS de CSGO - <https://ongaming.com.ar/temporada-7-de-la-ecs-de-csgo/>

Games Hardware

Otras Noticias

Steam VR actualizado por causa de los pros de Beat Saber



Steam VR actualizado por causa de los pros de Beat Saber - <https://ongaming.com.ar/steam-vr-actualizado-por-causa-de-los-pros-de-beat-saber/>

Games Dota 2 eSports

Otras Noticias

Un próximo Major de Dota 2 tendrá sede en Disneyland París



Un próximo Major de Dota 2 tendrá sede en Disneyland París - <https://ongaming.com.ar/proximo-major-de-dota-2-tendra-sede-en-disneyland-paris/>

Games Apex Legends

Apex Legends llega a los 25 millones de jugadores

Un crecimiento 5 veces mayor que el de Fortnite



Apex Legends llega a los 25 millones de jugadores - <https://ongaming.com.ar/apex-legends-llega-25-millones-jugadores/>

Games Counter Strike GO esports

ESL CSGO Pro League se transmitirá en varias plataformas



ESL CSGO Pro League se transmitirá en varias plataformas - <https://ongaming.com.ar/esl-csgo-pro-league-se-transmitira-en-varias-plataformas/>

Eventos

Otras Noticias

Macri se reunió con desarrolladores de videojuegos



Macri se reunió con desarrolladores de videojuegos - <https://ongaming.com.ar/macri-se-reunio-con-desarrolladores-de-videojuegos/>

Games

Otras

La beta pública de The Division 2 disponible el 1 de marzo



La beta pública de The Division 2 disponible el 1 de marzo - <https://ongaming.com.ar/beta-abierta-the-division-2-1-marzo/>

Eventos

Otras Noticias

Activision Blizzard despidió a centenares de empleados



Activision Blizzard despidió a centenares de empleados - <https://ongaming.com.ar/activision-blizzard-despidio-a-centenares-de-empleados/>

Games Counter Strike GO

Otras

Valve arregla mecánica de las granadas de humo de CSGO



Valve arregla mecánica de las granadas de humo de CSGO - <https://ongaming.com.ar/valve-arregla-mecanicas-granadas-humo-csgo/>

Games Fortnite

Otras Noticias

Novedades del futuro parche 7.40 de Fortnite



Novedades del futuro parche 7.40 de Fortnite - <https://ongaming.com.ar/novedades-parche-7-40-fortnite/>

Games

Otras Noticias

Call of Duty tendrá una campaña totalmente nueva



Call of Duty tendrá una campaña totalmente nueva - <https://ongaming.com.ar/call-of-duty-tendra-una-campana-totalmente-nueva/>

Games PC

Otras Noticias

Los requisitos del próximo juego de World War Z



Los requisitos del próximo juego de World War Z - <https://ongaming.com.ar/los-requisitos-del-proximo-juego-de-world-war-z/>

Games Apex Legends

Otras

Apex Legends: Actualización de San Valentín



Apex Legends: Actualización de San Valentín - <https://ongaming.com.ar/apex-legends-actualizacion-de-san-valentin/>

Games Nintendo

Otras Noticias

Nintendo Direct: Estas son las novedades



Nintendo Direct: Estas son las novedades - <https://ongaming.com.ar/nintendo-direct-estas-son-las-novedades/>

Games Hardware

Otras Noticias

Unreal Engine ahora es compatible con el Ray Tracing



Unreal Engine ahora es compatible con el Ray Tracing - <https://ongaming.com.ar/unreal-engine-ahora-es-compatible-con-el-ray-tracing/>

Games Counter Strike GO esports

Otras Noticias

Renegades entre los mejores por primera vez

El equipo ha pasado a la categoría New Legends, por primera vez en su historia.



Renegades entre los mejores por primera vez - <https://ongaming.com.ar/renegades-entre-los-mejores-por-primera-vez/>

Mobile Android Games IOS PUBG

Otras

PUBG Mobile ahora tiene un nuevo modo zombie



PUBG Mobile ahora tiene un nuevo modo zombie - <https://ongaming.com.ar/pubg-mobile-nuevo-modo-zombie/>

iSports Games Overwatch

Otras Noticias

Toronto Defiant tendrá un nuevo equipo para OW Contenders



Toronto Defiant tendrá un nuevo equipo para OW Contenders - <https://ongaming.com.ar/toronto-defiant-tendra-un-nuevo-equipo-para-ow-contenders/>

iSports Games Overwatch

Otras Noticias

El inicio de la Overwatch League tuvo 237.000 espectadores



El inicio de la Overwatch League tuvo 237.000 espectadores - <https://ongaming.com.ar/el-inicio-de-la-overwatch-league-tuvo-237-000-espectadores/>

eSports Games

Otras Noticias

World Cyber Games regresará en 2019



World Cyber Games regresará en 2019 - <https://ongaming.com.ar/world-cyber-games-regesara-en-2019/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras

IEM Katowice Major 2019: Los cruces de New Legends



IEM Katowice Major 2019: Los cruces de New Legends - <https://ongaming.com.ar/new-leyends-iem-katowice-major-2019/>

Games **Counter Strike GO** eSports

Otras Noticias

BIG es relegado al Minor durante el IEM Katowice



BIG es relegado al Minor durante el IEM Katowice - <https://ongaming.com.ar/big-al-minor-iem-katowice/>

Games **Apex Legends**

Otras

Apex Legends alcanza los 50 millones de usuarios



Apex Legends alcanza los 50 millones de usuarios - <https://ongaming.com.ar/apex-legend-50-millones-usuarios/>

Games Counter Strike:GO eSports PC

Otras Noticias

IEM Katowice 2019: Astralis campeón definitivo



IEM Katowice 2019: Astralis campeón definitivo - <https://ongaming.com.ar/iem-katowice-2019-astralis-campeon-definitivo/>

eSports

Otras

G2 Esports recibe una inversión de 17 millones



G2 Esports recibe una inversión de 17 millones - <https://ongaming.com.ar/g2-esports-recibe-inversion-17-millones/>

eSports

Otras Noticias

En México los pros de eSports podrían ser reconocidos por el gobierno



En México los pros de eSports podrían ser reconocidos por el gobierno - <https://ongaming.com.ar/mexico-pros-esports-reconocidos-gobierno/>

Games Counter Strike GO eSports

Otras

Isurus Gaming clasifica al DreamHack Masters Dallas 2019



Isurus Gaming clasifica al DreamHack Masters Dallas 2019 - <https://ongaming.com.ar/isurus-gaming-dreamhack-masters/>

Bibliografía

Adell, J. (Noviembre de 1995). La navegación hipertextual en el World-Wide Web: implicaciones para el diseño de materiales educativos. II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación para la Educación. Palma de Mallorca, Islas Baleares, España. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <http://nti.uji.es/docs/nti/edutec95.html>

Aguilar, J. A. (2008). Videojuegos, negocio que no es un juego. Consumidor.

ALPHABET. (s.f.). Alphabet. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <https://abc.xyz/>

ANETCOM. (2007). Glosario básico para el emprendedor en Internet. (ANETCOM, Ed.) FILMACCENTRE S.L. Recuperado el 28 de 05 de 2017

Arbil di Larreina, I. (2005). Posicionamiento en buscadores: una metodología práctica de optimización de sitios web. *El profesional de la información*, 14(2), 108-124. Retrieved Octubre 3, 2017, from <http://elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2005/marzo/3.pdf>

Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial EPISTEME.

Bassat, L. (1993). *El Libro Rojo de la Publicidad* (2001 ed.). España: Penguin Random House Grupo Editorial España. Recuperado el 11 de 05 de 2017, de http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/03/aprende-mas/libro_rojo_de_la_publicidad1.pdf

Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales*. Naucalpan: Pearson Mexico.

Carrillo Vera, J. (2015). La dimensión social de los videojuegos 'online': de las comunidades de jugadores a los 'e-sports'. *index.comunicación*, 5(1), 39-51. Retrieved Octubre 1, 2017, from <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/173/163>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial S.A

Chatfield, T. (2011). *50 cosas que hay que saber sobre mundo digital* (2012 ed.). (M. Vidal, Trad.) Barcelona, España: Editorial Planeta. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de https://www.academia.edu/7198581/50_cosas_que_hay_que_saber_sobre_mundo_digital

Cobo Romaní, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona/Mexico D.F.: Flacso México.

Codina, L., & Abadal, E. (2013). Crítica del mundo digital: propuesta de categorización. *Anuario ThinkEPI*, 7, 146-149. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <http://eprints.rclis.org/19417/1/2013-Thinkepi-Codina-Abadal-Critica-mundo-digital.pdf>

Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*(122), 111-117. Recuperado el 26 de 05 de 2017, de <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/79/91>

Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El profesional de la información*, 19(6), 561-567. doi: 10.3145/epi.2010.nov.01

ENACOM. (2009). *Servicios de Comunicación Audiovisual*. (N° 26.522), 2015. Recuperado el 12 de 05 de 2017, de <https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf>

Epifanio Tula, L. G., & Medeot, M. D. (2007). *Sistema de Recuperación de Información. Motor de Búsqueda: Innuendo. Jornadas de Investigación y Desarrollo en Ingenierías de Software*. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <http://www.jidis.frc.utn.edu.ar/papers/0b1f0cf7432b488ea2273481bfbf.pdf>

Feenstra, R. A., & Casero-Ripollés. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Revista Comunicación y Hombre*(8), 129-140. Recuperado el 26 de 05 de 2017, de <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/896>

Franquet, R., & Villa-Montoya, M.-I. (2010, Julio-Agosto). Gestores de contenido en la arquitectura de la producción multiplataforma. *El profesional de la información*, 16(4), 389-394

GOOGLE. (s.f.). Google - Our Products. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <https://www.google.com/intl/es/about/products/>

GOOGLE. (s.f.). Google Adwords. Recuperado el 12 de 05 de 2017, de https://adwords.google.com/intl/es-419_ar/home/

HUBSPOT. (s.f.). HubSpot. Recuperado el 12 de 05 de 2017, de <https://www.hubspot.es/>

INDEC. (Julio de 2015). *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información*. Recuperado el 17 de 05 de 2017, de http://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/entic_10_15.pdf

León, Y. R. (2011). Sistemas gestores de contenidos: una mirada desde las ciencias de la información. *Revista cubana de ACIMED*, 22(1), 3-17. Recuperado el 1 de Octubre de 2017, de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v22n1/aci02111.pdf>

Levis, D. (2003). Videojuegos. cambios y permanencias. *Comunicación y Pedagogía*. Recuperado el 1 de Octubre de 2017, de http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Comunicacion_Pedagogia2002_v6.4.pdf

Mari-Carmen, M. M. (1998). Motores de recuperación de información: un análisis comparativo (parte I). *El Profesional de la Información*, 7(1), 1-7. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/1998/enero/motores_de_recuperacion_de_informacion_un_analisis_comparativo_parte_i.html

Martínez, A. C. (2013). El estudio del Retorno de la Inversión y el impacto en la relación de la comunicación empresarial y publicitaria en plataformas sociales: Herramientas disponibles en el mercado. *Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*. (págs. 411-427). Alicante: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Recuperado el 29 de 04 de 2017, de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/28195>

Mas, I. L., Mas, M. V., & Díez, M. F. (2011). La incorporación de los lectores de prensa impresa a la prensa digital: uso convergente del soporte on-line. *doxa. comunicación*, 13-38. Recuperado el 5 de Mayo de 2017

Mendicoa, G. (2003). *Sobre tesis y tesisas: Lecciones de enseñanza-aprendizaje*. Buenos Aires: Espacio Editorial.

Meza, J. E. (24 de Abril de 2017). Cómo, Cuándo y Dónde publicitarse en Internet. Obtenido de Mi Espacio: http://www.infoSol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/Como-Cuando-Donde-Publicitarse-Internet.html#.Wb0rvozWzIU

Miguel, J. C. (2000). Industrias culturales, gratuidad y precios en Internet. *ZER*, 5(9). Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17446>

Molina, C. M. (2008). La publicidad en Internet: situación actual y tendencias en la comunicación con el consumidor. *ZER*, 13(24), 183-201. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer24-08-muela.pdf>

Pedroche, F. (2007). Métodos de cálculo del vector PageRank. *Boletín Soc. Esp. Mat. Apl.*, 39, 7-30. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de [http://personales.upv.es/~pedroche/inv/_docs/FPedrochev4\(sema\).pdf](http://personales.upv.es/~pedroche/inv/_docs/FPedrochev4(sema).pdf)

Penela, C. G. (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. *Hipertext.net*(13). doi:10.2436/20.8050.01.28

RETRO COMPUTACIÓN. (s.f.). Historia de los videojuegos. Obtenido de <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html>

Rodriguez, E. A. (2005). Metodología de la investigación. Villahermosa: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Rosales, E.F. (2004). Un poco de historia de la Internet y la Revista CONAMED en IMBIOMED. *Revista CONAMED*, 9(1), 30-35. Recuperado el 27 de 05 de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4051749.pdf>

Saikat, G., Bin, C., & Paul, F. (2011). Privad: Practical Privacy in Online Advertising. *Proceedings of NSDI '11: 8th USENIX Symposium on Networked Systems Design and Implementation* (págs. 179-182). Boston: USENIX. Recuperado el 1 de Octubre de 2017, de https://www.usenix.org/legacy/events/nsdi11/tech/nsdi11_proceedings.pdf#page=179

Salaverría, R. (2005). Redacción Periodística en Internet. Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Salaverría, R., & Negro, S. (2008). Periodismo Integrado. Convergencia de Medios y Reorganizaciones de Redacciones. Barcelona: Editorial SOL90. Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de https://www.researchgate.net/publication/268810171_Periodismo_integrado_convergencia_de_medios_y_reorganizacion_de_redacciones

Sampieri, R., Collado, C., & Pilar, L. (2006). Metodología de la Investigación (Cuarta ed.). Mexico D.F.: McGraw-Hill. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de http://files.especializacion-tig.webnode.com/200000775-097910b6c0/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

SolveMedia. (s.f.). Endgagment Advertising Technology. Recuperado el 1 de Octubre de 2017, de SOLVEMedia: <http://www.solvemedia.com//index.html>

Valencia, M. M. (2013). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. 18(1).

Villanueva, L. (2015). Link Building. Técnicas que usan los Profesionales SEO. Luis M Villanueva. Recuperado de <http://luismvillanueva.com/seo/linkbuilding-tecnicas.html>

HOJA DE EVALUACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Facultad de Artes y Ciencias

Licenciatura en Publicidad

Posicionamiento orgánico en el buscador de Google para un nuevo diario digital. Caso On Gaming

Alumno: Francisco Oropéza

Director: Federico A. Storniolo

Evaluación:

Observaciones:
