



VISIBILIDAD WEB UNAM

CÓMO SE CONFIGURA UN DOMINIO CANÓNICO



ABRIL 2020

URLs canónicas (Canonical Tag)

La URL canónica es un mecanismo que permite indexar de forma correcta las páginas web, y de esta forma el algoritmo de Google las puede buscar con la mayor claridad posible cuando las detecta. Si de alguna manera el algoritmo descubre que hay similitud entre varias URL, puede interpretarlas como contenido duplicado, lo que puede influir el posicionamiento de los contenidos.

“rel=canonical” es una etiqueta HTML que se sitúa en el header de la página, esta etiqueta es visible para los motores de búsqueda pero no para el usuario, y evita una interpretación errónea como un posible contenido duplicado.

El contenido duplicado surge cuando existen direcciones URL similares dentro de un mismo sitio o incluso en distintos dominios en Internet. Se pueden ver ejemplos claros en los catálogos de tiendas en línea o de oferta de cursos, las descripciones de los cursos y productos son los mismos, pero se muestran en diferentes páginas, variando solamente la fecha del curso o el color o tamaño del producto.

Supongamos que se cuenta con un sitio que ofrece un catálogo de cursos, por lo general las descripciones, instructores, sedes y temarios son constantes pero, según los filtros de búsqueda interna del sitio por los que llegamos a la página, podemos tener el mismo contenido en diferentes URLs.

<http://www.dominio.mx/categoria=matematicas&orden=precio&fecha=2019>

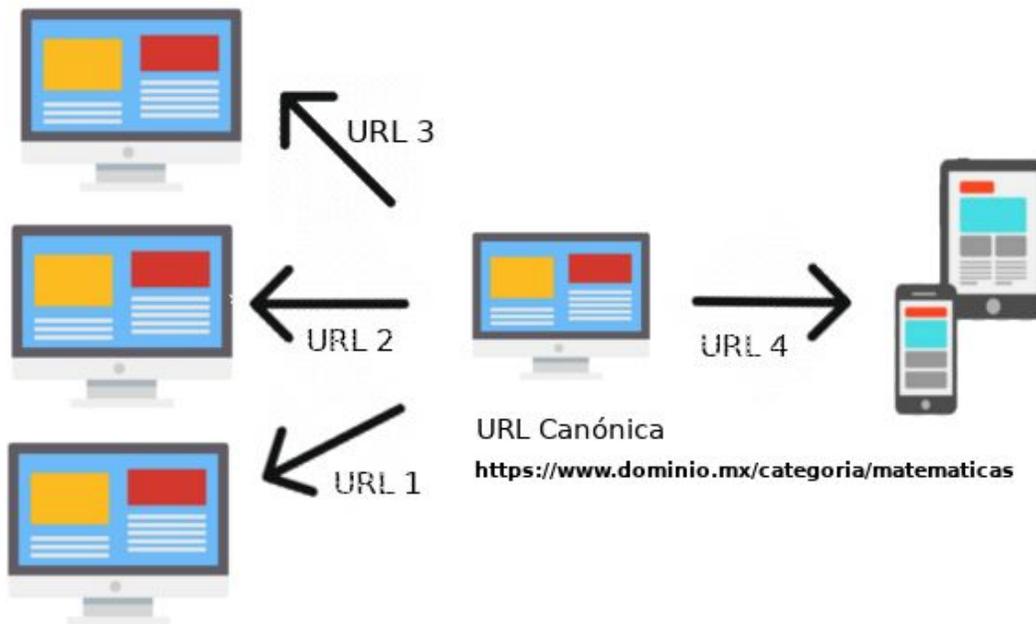
<http://www.dominio.mx/categoria=matematicas&fecha=2019&orden=precio>

<https://www.dominio.mx/categoria=matematicas&fecha=2019&orden=precio>

<http://dominio.mx/categoria=matematicas&fecha=2019&orden=precio>

<https://www.dominio.mx/orden=precio&fecha=2019&categoria=matematicas>

Estas direcciones URLs mostrarían el mismo contenido a pesar de su notable diferencia, pudiéndose tomar como contenido duplicado.



Direcciones URLs con contenido duplicado

Cuando se presenta esta situación, los motores de búsqueda (como Google) no tienen manera de saber cuál es la página que tiene el contenido original o el más importante y se quedará a su consideración la identificación de la URL más relevante, para una página determinada y no siempre esta resulta ser la que conviene más para el posicionamiento del sitio web. Esto se puede resolver mediante el uso del enlace canónico.

Enlace canónico

Para definir el enlace canónico hay que incluir una línea en la sección *head* del sitio.

URL de la página: `http://www.dominio.mx/curso?id=xyz`

URL canónica: `<link rel="canonical" href="http://www.dominio.mx/curso/xyz" />`

Con esta etiqueta se indica a los motores de búsqueda que la página “original” del curso es “http://www.dominio.mx/curso/xyz”.

```
<!--[if IEMobile 7]><html class="iem7" lang="es" dir="ltr"><![endif]-->
<!--[if lte IE 6]><html class="lt-ie9 lt-ie8 lt-ie7" lang="es" dir="ltr"><![endif]-->
<!--[if (IE 7)&(!IEMobile)]><html class="lt-ie9 lt-ie8" lang="es" dir="ltr"><![endif]-->
<!--[if IE 8]><html class="lt-ie9" lang="es" dir="ltr"><![endif]-->
<!--[if (gte IE 9)|(gt IEMobile 7)]><!--><html lang="es" dir="ltr" prefix="content: http://purl.org/rss/1
http://www.w3.org/2000/01/rdf-schema# sioc: http://rdfs.org/sioc/ns# sioc: http://rdfs.org/sioc/types# si
<head>
<meta charset="utf-8" />
<link rel="shortcut icon" href="https://www.unam.mx/sites/default/files/favicon_0.ico" type="image/vnd.mi
<meta name="google-site-verification" content="XKRWvyGt95v zmlA-EgJwa-t3CpqlukroEUR-FySwjI" />
<link rel="canonical" href="https://www.unam.mx/oferta-educativa/movilidad" />
<link rel="shortlink" href="https://www.unam.mx/node/155" />
<link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="144x144" href="/sites/all/themes/unam/apple_icon.png" />
<meta name="msapplication-TileImage" content="/sites/all/themes/unam/apple_icon.png" />
<meta name="msapplication-TileColor" content="#00003a" />
<title>Movilidad | Portal UNAM</title>
<meta name="MobileOptimized" content="width">
<meta name="HandheldFriendly" content="true">
```

Ejemplo de uso de la etiqueta rel="canonical"

Se puede encontrar más información sobre la definición de URLs canónicas en la página de soporte de Google, en la siguiente dirección:

<https://support.google.com/webmasters/answer/139066?hl=es-419>

Otras alternativas

Existen otras técnicas para definir las URLs canónicas de un sitio web, como el redireccionamiento mediante encabezados HTTP, haciendo uso del sitemap y redireccionamientos 301, sin embargo el método de los enlaces “rel=canonical” es, la mayoría de las veces el más conveniente debido a que es el más fácil de implementar y a que no se necesitan conocimientos de programación o acceso a la configuración del servidor.

Recomendaciones generales para utilizar URLs canónicas

- Es deseable que todas las páginas de un sitio web tengan asignada una URL canónica, sino existiera una copia de la página se puede vincular a sí misma.

- La página debe ser accesible ya que podría existir un error 404 en la URL canónica asignada.
- La URL canónica no debe estar bloqueada en el archivo *robots.txt*
- La etiqueta que define la URL canónica debe estar definida dentro de la etiqueta *head* de la página.
- La etiqueta que indica la URL canónica debe estar definida una sola vez.
- Preferir siempre direcciones HTTPS sobre HTTP:

preferir: ***https://www.dominio.mx/curso/xyz***

sobre: ***http://www.dominio.mx/curso/xyz***

- Se recomienda definir en enlace canónico mediante rutas absolutas, es decir:
usar *http://www.dominio.mx/curso/xyz*
y no */curso/xyz*

Herramienta de inspección de URLs

Puedes saber el estado de indexación y la versión en Google de la URL de una página concreta, que cuente con código de seguimiento y propiedad¹, mediante el uso de la Herramienta de inspección de URLs de Google.

<https://support.google.com/webmasters/answer/9012289#google-selected-canonical>

¹ Propiedad: Nivel de cuenta de Analytics que determina los datos que se organizan y que se almacenan juntos.

Existen tres tipos de propiedades: Aplicación, que hace un seguimiento de la actividad de las aplicaciones móviles; Web, que registra los sitios web, y Web y aplicación, que le permite recoger datos de aplicaciones y sitios web, así como analizar todos los datos juntos en los informes.

Una cuenta de Analytics puede incluir varias propiedades, pero una propiedad solo puede pertenecer a una cuenta.

<https://support.google.com/analytics/answer/9355666?hl=es>

Créditos

Coordinación del proyecto

Dra. Marcela Peñaloza Báez

Directora de Colaboración y Vinculación

Mtro. Juan Manuel Castillejos Reyes

Subdirector de Visibilidad Web

Lic. Irene G. Sánchez García

Enlace Institucional de Iniciativas de Visibilidad

Equipo de trabajo

Ing. Mario Alberto Arredondo Guzmán

Autor del documento

L.I. Cristhian Eder Alavez Barrita

MATIE. Juan Manuel Castillejos Reyes

Revisores del documento