

## **EL RANKING MUNDIAL DE SITIOS DE INTERNET: LA POSICIÓN DEL ANÁLISIS DE LA CONDUCTA<sup>1</sup>.**

Jorge Everardo Aguilar-Morales<sup>2</sup>, Jaime Ernesto Vargas-Mendoza y Carmen González-Zaizar  
Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. /Centro Regional de Investigación en Psicología. México.

### **RESUMEN:**

La ciencia es elitista. La información a la que el público en general tiene acceso proviene con frecuencia de fuentes poco serias. Una gran cantidad de sitios de Internet son poco rigurosos con la información que proporcionan. El número de visitas que un sitio tiene suele estar determinada por aspectos coyunturales en los que múltiples variables intervienen. La posición de un sitio en relación con otro sitio (el ranking) se ha tratado de estimar a través de múltiples procedimientos, aunque no existe uno generalmente aceptado hay estimaciones relativamente válidas. Aquí reportamos la posición en que se encuentran páginas web sobre psicología y análisis de la conducta dentro del ranking mundial de sitios de Internet. Las mediciones que sitios especializados hacen y el número de visitas reportadas por cada portal entre otras fueron las medidas utilizadas para hacer un comparativo. Muy lejos se encuentran los sitios que divulgan información confiable de los 100,000 sitios mas visitados. La democratización del conocimiento como la transparencia de los actos de gobierno son nuevas demandas de una sociedad informática. La empresa científica no queda ajena a esta influencia. No obstante la divulgación de este conocimiento y la generación de tecnología aun se ven como una mercancía de alto costo. Los esfuerzos para liberar este comercio deberían estar en las manos de quienes lo generan. Siendo la previsión científica el máximo valor de esta actividad hay que reconocer que la divulgación de la ciencia aporta en esa misma dirección. La divulgación del conocimiento es uno de los propósitos de las universidades y son estas organizaciones quienes deberían encabezar un esfuerzo con mayor decisión y alcance.

**Palabras clave:** divulgación, análisis de la conducta, psicología científica, acceso libre

## **RANKING THE WORLD INTERNET SITES: THE POSITION OR BEHAVIOR ANALYSIS**

Jorge Everardo Aguilar-Morales, Jaime Ernesto Vargas-Mendoza y Carmen González-Zaizar  
Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. /Centro Regional de Investigación en Psicología. México.

### **ABSTRACT:**

The science is elitist. The information to which the common user access is often provided from sources not serious. Many websites are lax with the information they provide. The number of visits to a site is determined by many variables. The position of a site in relation to another site (the ranking) is estimated through multiple procedures. It lacks a procedure accepted by all but estimates there are relatively valid. Here we report the position in which they find themselves websites about psychology and behavior analysis in the world ranking of Internet sites. The sites disclosing scientific psychology are far from the most visited sites 100000. The democratization of knowledge and transparency of the governmental acts

<sup>1</sup> El presente trabajo fue presentado en el XVIII Congreso Mexicano de Análisis de la Conducta realizado en noviembre del 2007 en la ciudad de Xalapa, Veracruz y organizado por la Sociedad Mexicana de Análisis de la Conducta

<sup>2</sup> Calzada Madero 1304, Centro, Oaxaca, México. C.P. 68000 E-mail: [jorgeever@yahoo.com.mx](mailto:jorgeever@yahoo.com.mx), Sitio web : <http://www.conductitlan.net>

are new demands for a computer society. The scientific enterprise is not aware of this influence. Dissemination of this knowledge and technology generation even look like a commodity costly. Efforts to free commerce should be in the hands of those who generate it. The forecast is the highest scientific value of this activity. The popularization of science brings in the same direction. The dissemination of knowledge is one of the purposes of universities and these are organizations who should spearhead an effort with greater determination and scope.

**Keywords:** divulgation, behavior analysis, scientific psychology, open access

La ciencia es elitista. La información a la que el público en general tiene acceso proviene con frecuencia de fuentes poco serias. Una gran cantidad de sitios de Internet son poco rigurosos con la información que proporcionan. Normalmente la información científica se mantiene entre grupos pequeños de estudiosos, que la documentan y sistematizan, así como entre investigadores, que la generan al comentar sus hallazgos. No obstante, siendo la ciencia una actividad pública, esta información se puede encontrar en las Universidades, en las publicaciones especializadas como son las Revistas de Investigación y en las memorias de los Congresos. Pero, incluso en estos círculos, la información a veces se guarda celosamente como un instrumento de poder que permite ciertos privilegios para una clase dominante de quienes se ostentan como los nuevos “Chamanes”, “Pitonis”, “Iluminados” o “Asesores” del Gobierno y (dudamos mucho que) de la sociedad.

A pesar de todo, la llegada de la computadora personal y el acceso cada vez más a la mano de ella, ha permitido ingresar al Internet y disponer de una gran cantidad de información, aunque, debemos reconocer, que no siempre es buena información pues también la hay tendenciosa y encaminada a crear opiniones a favor de grupos de interés. Así mismo, podemos encontrar que mucha información técnica, como las publicaciones científicas, no es gratuita, ni es para todos. Hay que pagar mucho dinero y/o hay que pertenecer a una u otra agrupación. Existen muy contadas Revistas Electrónicas. Hay unas cuantas Bases de Datos de estas publicaciones o de otros reportes de investigación. Casi no hay páginas de las Asociaciones de Psicólogos y cuando cuentan con una lista de correo, los contenidos de los mensajes dejan claro que se trata de comunicaciones frívolas, de auto alabanzas, de proposiciones ingenuas para imitar lo que otros ya han realizado o de verdaderos chismes de sociedad o reportes de turismo académico. Todo esto denuncia un “estado del arte” bochornoso. Obviamente esto no es divulgación, es “spam” (basura).

Un análisis de la posición en que se encuentran los sitios que divulgan el análisis de la conducta resulta importante para valorar los esfuerzos realizados en el intento de hacer accesible la psicología científica a una comunidad mas amplia.

El posicionamiento que consigue una página en la web de manera “espontánea” en el Ranking mundial se conoce como “natural” y el que se consigue como parte de una campaña planificada se conoce como posicionamiento planificado este puede ser considerado como “ético” cuando se diseña un sitio web buscado obtener una versión óptima para los motores de búsqueda o “fraudulento” cuando el posicionamiento de una página o un sitio se consigue como consecuencia de actividades deliberadas de engaño dirigidas conscientemente a forzar los resultados de los motores de búsqueda (Codina, 2004).

El posicionamiento de una página resulta importante debido a que en promedio, el 85% del tráfico de Sitios Web proviene de buscadores y al hecho de que el 79.2% de usuarios no ingresara en el resultado número 2 de las búsquedas en contraste con el 42% de los usuarios ingresará al sitio número 1 de los resultados (Medina, 2007).

El objetivo de todos los buscadores es lograr que la información que busca el usuario se encuentre entre los 10 primeros resultados. Sin embargo la posición de un sitio en el ranking mundial de páginas de Internet y el número de visitas que tiene suele estar determinada por aspectos coyunturales en los que múltiples variables intervienen. Basta poner como ejemplo el sistema de búsqueda diseñado por Google que considera más de 200 factores y tres procesos clave: el rastreo la indexación y la publicación.

El rastreo es el proceso mediante el cual Googlebot descubre páginas nuevas y actualizadas, y las añade al índice de Google, reutilizando una enorme cantidad de equipos informáticos para obtener (o "rastrear") miles de millones de páginas de la Web. El programa encargado de recuperar este contenido es Googlebot, también conocido como robot o araña. Googlebot emplea un proceso basado en algoritmos: a través de programas informáticos se determinan los sitios que deben rastrearse, la frecuencia y el número de páginas que hay que obtener de cada sitio.

El proceso de rastreo de Google empieza con una lista de URL de páginas web, generada a partir de anteriores procesos de rastreo, y se amplía con los datos de los Sitemaps que ofrecen los webmasters. A medida que Googlebot visita cada uno de estos sitios web, detecta vínculos en sus páginas y los añade a la lista de páginas que debe rastrear. Los sitios nuevos, los cambios en los existentes y los vínculos obsoletos se detectan y se utilizan para actualizar el índice de Google.

Luego Googlebot procesa todas las páginas que rastrea para elaborar un índice masivo de todas las palabras que ve y de su ubicación en cada página. Además, procesa la información incluida en las etiquetas y los atributos de contenido principales, como las etiquetas "title" y los atributos "alt". Googlebot puede procesar muchos tipos de contenido, pero no todos. Por ejemplo, no puede procesar el contenido de la mayoría de los archivos Flash o de las páginas dinámicas.

Cuando un usuario introduce una consulta, Google busca en el índice las páginas que coinciden con ella y muestra los resultados que considera más relevantes para el usuario. La relevancia se determina a partir de más de 200 factores, uno de los cuales es el PageRank de cada página. Este parámetro representa la importancia que Google asigna a una página en función de los vínculos procedentes de otras páginas web. Cada vínculo de un sitio que enlaza con una página de otro sitio influye en el PageRank de este. No todos los vínculos son iguales. Los mejores vínculos son los que se basan en la calidad del contenido del sitio (Google, 2007)

Para que un sitio consiga una buena posición en las páginas de resultados, es importante asegurarse de que Google pueda rastrearlo e indexarlo correctamente, para lo cual se han elaborado una serie de recomendaciones: a) usar las palabras correctas en el sitio web, b) conseguir que muchos sitios web relevantes enlacen al propio sitio, c) usar las palabras correctas en esos enlaces, d) tener mucho contenido en el sitio web y añadir más regularmente, e) usar las palabras correctas o clave en los textos, f) usar las palabras correctas en el código HTML, g) estructurar el sitio apropiadamente y h) diseñar el sitio apropiadamente (Medina, 2007). Google incluye entre sus servicios asesoría para webmasters en el diseño de páginas que resulten amigables para sus robots.

La posición de un sitio en relación con otro sitio (el ranking) se ha tratado de estimar a través de múltiples procedimientos, aunque no existe uno generalmente aceptado hay estimaciones relativamente válidas.

Una medida del tráfico de un sitio web se conoce como *traffic rank* y ha sido desarrollada por Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)), esta empresa realiza análisis y mediciones sobre tráfico en Internet y proporciona también un directorio de sitios web. El *traffic rank* de un sitio indica tanto el número de usuarios que lo visitan, como el número de páginas vistas en el sitio por los usuarios. El número de *traffic rank* que recibe cada página en Alexa se refiere a los datos acumulados de los últimos tres meses. El *traffic rank* es una

cifra que varía de 1 a varios millones. Como el número de traffic rank sirve para realizar rankings (del tipo "Los 40 principales") el número 1 lo obtienen las webs con más tráfico, Una baja cifra de traffic rank indica un gran número de visitas y de páginas vistas. Por tanto, en cuanto al número indicado, "menos es mejor", ya que cuanto más bajo es el número de traffic rank más arriba está situada la web en el ranking de tráfico, y por tanto, mayor tráfico obtiene (Codina, 2004). El servicio de Alexa proporciona además gráficas del comportamiento del sitio una vez que ingresan a los 100,000 mas altos. Los sitios son analizados por dominio, de tal manera que si una revista electrónica se encuentra radicada en el dominio de alguna universidad Alexa computará las visitas al dominio de la universidad de manera global sin especificar las estadísticas para los subdominos.

Alexa Internet fue fundada en 1996 por Brewster Kahle y Bruce Gilliat y respaldada por Etoile Investments de Jacqui Safra como una filial comercial de Internet Archive pero en 1999 fue adquirida por Amazon.com por cerca de 250 millones de dólares.

Alexa cuenta con una "Toolbar" que los usuarios puede instalar en su computadora. A partir de las búsquedas que realizan dichos usuarios Alexa puede calcular la cantidad de visitas que un sitio recibe. Se parte del supuesto que el número de usuarios con la barra instalada es una muestra representativa de la comunidad de usuarios de Internet. Aunque el servicio de Alexa tiene sus detractores se ha ganado un lugar entre los interesados en tomar decisiones a partir del ranking que un sitio web ocupa en la red.

Otra forma de estimar la posición o el ranking de un sitio es a través de comparar el número de visitas que el propio sitio publica, sin embargo debido a la facilidad con que pueden alterarse dichos datos este indicador se considera poco confiable. Recientemente han aparecido compañías que ofrecen servicios de auditoría para que a través de un tercero imparcial se pueda determina el número exacto de visitas.

El objetivo de este estudio fue el de determinar la posición que ocupan sitios relacionados con el análisis de la conducta y realizar una comparación con la posición de otros sitios de psicología y con contenidos de interés general.

#### **Método:**

Utilizando el *traffic rank* de Alexa.com como el instrumento para determinar el posicionamiento de sitios de Internet, se realizaron dos consultas sobre la posición que ocupan 52 sitios, la primera de ellas se realizó en el mes de Junio del 2007 y la segunda a principios de noviembre del mismo año.

#### **Resultados:**

La tabla 1 indica la posición de los 52 sitios analizados, con color amarillo se muestran aquellos que permanecieron sin cambios, con color naranja aquellos que mejoraron su posición y con color verde las que perdieron puntos.

La tabla 2 indica la posición solo de los sitios que abordan el análisis de la conducta y la tabla 3 indica el ranking de los sitios mexicanos.

<b>Tabla 1. Ranking de los sitios analizados</b>		
<b>Sitio</b>	<b>29/06/2007</b>	<b>19/11/2007</b>
Yahoo.com	1	1
google.com	3	2
hotmail.com	2	5
monografias.com	358	403
rincondelvago.com	405	445
unam.mx	1074	978
psicoactiva.com	16142	14219
psicologia-online.com	19606	19032
apa.org	26812	25551
cop.es	54753	64444
psicologiacientifica.com	82299	75998
bvs-psi.org.br	99665	88606
psichotema.com	170916	136899
psicomundo.com	144210	156840
psicologoinfantil.com	197059	202688
psicomundo.org	285296	286931
abacolombia.org.co	527203	300468
psicologiajuridica.org	527283	409677
conductitlan.net	721737	473373
conducta.org	711289	484432
aepc.es	793492	631041
portalpsicologia.org	646857	677487
psicologiaconductual.com	595432	854671
amapsi.org	1329992	882286
abainternational.org	807987	947992
psicolatina.org	1475507	981496
behavior.org	937209	1034914
bfskinner.org	960652	1087037
behavior.net	1179874	1296596
loshorcones.org.mx	726038	1329913
wmfh.org	2697545	1330286
ulapsi.org	1140853	1385042
pbis.org	1943541	1619764
redalyc.org	2999690	1789883
contextualpsychology.org	1812761	2264140
comportamental.com	sin datos	2458657
psicodirectorio.com	1703234	2870555
sipsych.org	2833862	2877936
lovaas.com	2691088	2904897

**Tabla 1. Ranking de los sitios analizados**  
Continuación

Sitio	29/06/2007	19/11/2007
psicología.org.mx	4532382	3754520
cneip.org	3007428	3755977
cienciaconducta.com	7498676	4513658
dick-malott.com	sin datos	5145676
apicsa.net	2850257	5313520
psicoteca.com	9123719	7594059
walden4.com.br	5286571	9140694
ansiedadyvinculos.com	2678197	10166837
fenapsime.org	4207696	10623861
suamoc.org	2066889	sin datos
conapsi.org	sin datos	sin datos
Conductismoenlaweb.com.ar	sin datos	sin datos

**Tabla 2. Ranking de los sitios de análisis de la conducta**

Sitio	29/06/2007	19/11/2007
abacolombia.org.co	527203	300468
conductitlan.net	721737	473373
conducta.org	711289	484432
aepc.es	793492	631041
psicologiaconductual.com	595432	854671
abainternational.org	807987	947992
behavior.org	937209	1034914
bfskinner.org	960652	1087037
behavior.net	1179874	1296596
loshorcones.org.mx	726038	1329913
pbis.org	1943541	1619764
contextualpsychology.org	1812761	2264140
comportamental.com	sin datos	2458657
lovaas.com	2691088	2904897
dick-malott.com	sin datos	5145676
walden4.com.br	5286571	9140694
ansiedadyvinculos.com	2678197	10166837
suamoc.org	2066889	sin datos
Conductismoenlaweb.com.ar	sin datos	sin datos

<b>Sitio</b>	<b>29/06/2007</b>	<b>19/11/2007</b>
conductitlan.net	721737	473373
amapsi.org	1329992	882286
loshorcones.org.mx	726038	1329913
redalyc.org	2999690	1789883
psicología.org.mx	4532382	3754520
cneip.org	3007428	3755977
fenapsime.org	4207696	10623861
conapsi.org	sin datos	sin datos

### **Discusión:**

Aun se encuentra muy lejanos los sitios que divulgan información confiable de los 100,000 sitios mas visitados. Como era de esperarse los portales de yahoo, hotmail y google se encuentran entre los 10 principales. Son millones de páginas web las que existen actualmente pero de las analizadas entre las 1000 mas populares están posicionadas dos páginas que se han convertido en el dolor de cabeza de muchos docentes: monografías.com (403) y el rincón del vago (445), las cuales proporcionan apoyo para la realización de tareas de los estudiantes. El hecho de que se encuentren tan alto en el ranking mundial ilustra la necesidad de información entre la población, sobre todo estudiantil y juvenil, y la carencia de documentos serios de fácil acceso.

La posición que ocupa el sitio de la Universidad Nacional Autónoma de México (978) ejemplifica el impacto que como institución tiene en la vida nacional. Esta posición refleja la cantidad de información que resguarda en sus servidores y el hospedaje que ofrece a instituciones externas que también alberga, como es el del periódico "La jornada" que por si solo tiene millones de visitas mensuales.

Es contrastante la posición que ocupan la página de la Asociación Americana de Psicología (25,551), del Colegio Oficial de Psicólogos (64,444), de la Sociedad Mexicana de Psicología (3,754,520) y de la Federación Nacional de Colegios, Asociaciones y Sociedades de Psicología de México (10,623,861).

La posición del sitio psicomundo (156,8490) es resultado de un reconocimiento explícito por parte de los psicoanalistas que lo administran de su intención de tener una presencia fuerte en la red. Su posición también puede ser explicada por algunas estrategias de posicionamiento planificado generando diversos sitios administrados por el mismo grupo que se enlazan unos con otros. La misma estrategia utilizan las páginas de psicologiacientifica.com y psicodirectorio.com en este caso con fines comerciales y con resultados similares.

A una distancia de entre 150 mil a 300 mil puntos del portal de los psicoanalistas se encuentran las primeras páginas elaboradas desde una perspectiva conductual. En esta categoría abacolombia (300,468) es el sitio con mejor raking, en segundo y tercer lugar con un ranking muy similar se encuentra conductitlan.net (473,373) y conducta.org(484,432). Se destaca en esta categoría que estos tres sitios aparecen en una mejor posición que abainternacional.org (947,992), behavior.org (1,034,914), bfskinner.org (1,087,037) y behavior.net (1, 296,596), situación que probablemente se debe a que estan mas orientadas a la divulgación. La página loshorcones.org tuvo un descenso importante en las dos mediciones realizadas lo que puede explicarse por el reciente cambio en su dirección electrónica, lo

mismo ocurre en el caso de comportamental.com, resultado que puede ser atribuible a los problemas técnicos que el sitio presentó en el último año.

Salvo algunos casos específicos ya comentados, la mayoría de los sitios mantuvieron su misma posición en las dos mediciones lo que refleja cierta consistencia en los resultados. Las mejoras y los retrocesos tienen que entenderse como aspectos determinados no solo por los contenidos de una página web sino por la relación que existe entre este sitio y la actividad y contenidos de otros similares.

De algunos sitios no fue posible establecer su posición pues se encuentran hospedados en los servidores de universidades para las cuales sus autores trabajan, lo que complica su medición por las razones ya mencionadas.

Los datos obtenidos no deben verse como un concurso de popularidad sino una imagen de la realidad en que se encuentra el análisis de la conducta en la red.

La sencillez en el diseño de las páginas facilita el acceso de una mayor población, los últimos adelantos tecnológicos que utilizan atractivos banners puede ser de utilidad si se requiere promocionar un producto pero parece ser que si lo que se pretende es llegar a una gran población existe una ecuación en donde a mayores adelantos tecnológicos se tiene un menor número de usuarios. Estar un paso atrás en tecnología puede en este sentido ser benéfico o ventajoso para los diseñadores de este tipo de espacios.

Las páginas más visitadas son las que ofrecen servicios agregados, material de acceso libre y de utilidad. La red premia el altruismo. Muchos aun no entienden la dinámica del trabajo colaborativo y aun nos falta desarrollar habilidades y actitudes acordes con este mundo global y digitalizado.

En la medida que un webmaster se niegue a colocar en la red un enlace de otro sitio esta restringiendo sus posibilidades de posicionarse en la comunidad global. Aun en términos de negocios para poder vender un producto vía Internet antes se debieron facilitar materiales útiles a los posibles clientes.

“La ciencia que no se ve no existe” reza el slogan de redalyc.org y parece ser que en el caso de análisis de la conducta en la red apenas y existimos, aunque finalmente ese puede ser el logro del trabajo desarrollado hasta la fecha el demostrar que análisis de la conducta existe, además de constituirse estos espacios como oasis en el desierto de información sobre psicología científica en la red.

La democratización del conocimiento como la transparencia de los actos de gobierno son nuevas demandas de una sociedad informática. La empresa científica no queda ajena a esta influencia. No obstante la divulgación de este conocimiento y la generación de tecnología aun se ven como una mercancía de alto costo. Los esfuerzos para liberar este comercio deberían estar en las manos de quienes lo generan. Siendo la previsión científica el máximo valor de esta actividad hay que reconocer que la divulgación de la ciencia aporta en esa misma dirección. La divulgación del conocimiento es uno de los propósitos de las universidades y son estas organizaciones quienes deberían encabezar un esfuerzo con mayor decisión y alcance.

## **REFERENCIAS:**

1. Codina, L. (2004) *Posicionamiento Web: Conceptos y Ciclo de Vida*. Hipertext.net, 2. En <http://www.hipertext.net> Consultado el20/11/2007 05:06 .

2. Google (2007) Google 101: sistemas que utiliza Google para rastrear, indexar y mostrar contenido de la Web. En <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=es&answer=70897>  
Consultado en 20/11/2007 05:49
3. Medina R., A. (1995) La psicología en Internet desde España. *Anales de psicología*, 11(1) Pág. 105-116