



Búsqueda de Información

Internet no es sólo una red, sino una red de redes que engloba bajo su extenso manto una inmensa cantidad de información referente a cualquier tema que podamos imaginarnos. Para buscar en esta inmensidad no existen archivos ni servidores centrales, sino que la información esta dispersa en el *cibespacio* infinito. Por este motivo, la búsqueda de información puede resultar una tarea ardua y frustrante. Para paliar dicho problema se presentan a continuación las herramientas y servicios que facilitan la tarea de búsquedas en Internet.

1. Herramientas de búsqueda

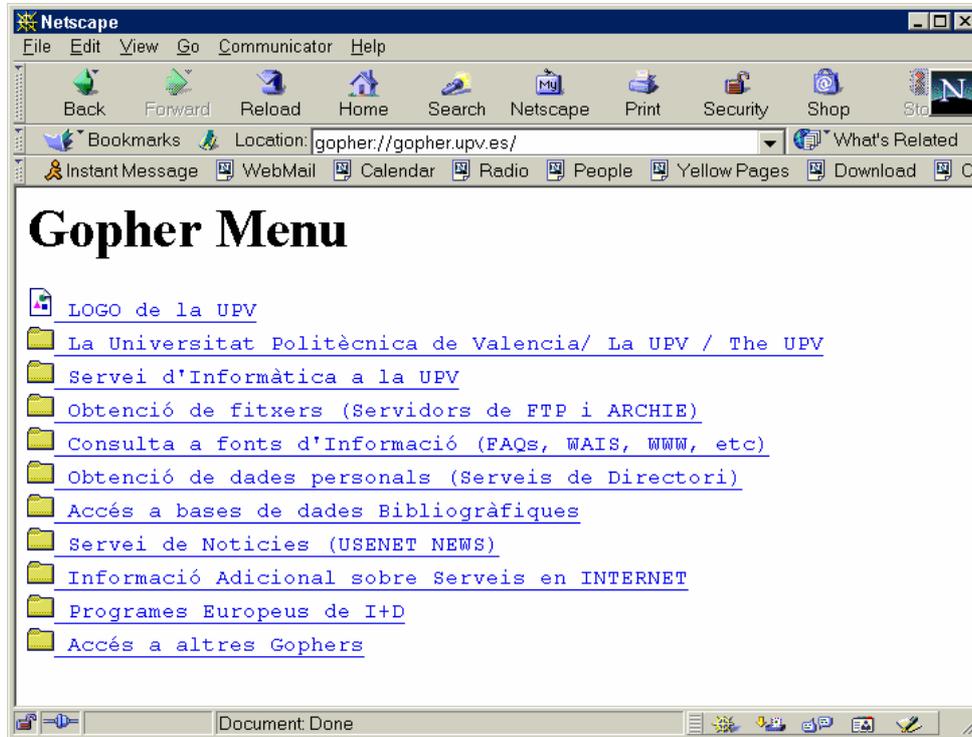
Entre las herramientas de búsqueda se encuentran: Gopher, Archie, Verónica, WAIS y sobre todo WWW que esta anulando las anteriores y acaparando todas las funciones de búsqueda. Ninguna de ellas se puede decir que haya solucionado completamente el problema, pero si que han mejorado mucho las posibilidades de localizar información hasta límites que eran impensables hace algunos años.

Antes de que los navegadores de Internet aparecieran, era muy difícil buscar contenidos. Por esa razón se desarrollo una herramienta muy simple, a base de menús a la que se denominó Gopher. Fue creada en 1991 en la Universidad de Minnesota como *Campus Wide Information System* (CWIS).

A pesar de ser una herramienta relativamente joven, Gopher ya no es adecuado para usuarios con un buen equipamiento y una conexión a Internet rápida. Aunque en su momento fue una herramienta muy útil, ya ha sido superada por el sistema de hipertexto WWW que no sólo se limita al trabajo con textos y es mucho más eficiente y fácil de usar. El WWW resulta especialmente valioso en la era multimedia actual. Casi todos los servidores Gopher ya han sido convertidos o reemplazados por un servidor WWW. Así pues, la realidad es ésta: Gopher está prácticamente extinguido. Cada vez es más difícil encontrar informaciones interesantes en el mismo. Cuando se selecciona un servidor Gopher, no es raro recibir una respuesta de recurso no disponible ya que estos servidores están desapareciendo rápidamente.

Al sistema de información Gopher puede accederse desde diferentes entornos. Puede utilizarse desde un entorno de texto, también, y de forma más cómoda, desde Windows o Xwindows, ya bien mediante un programa cliente de Gopher (El más conocido es el WSGopher) o con un navegador (Netscape, Explorer o cualquier otro). Para acceder a una dirección Gopher, tendremos que teclear su URL, es decir, por ejemplo: <gopher://gopher.upv.es> (Universidad Politécnica de Valencia). Una vez conectado con el servidor, podemos observar el menú y de un sólo vistazo ver los recursos que tiene disponibles. Podemos desplazarnos por él, página tras página, ahondando cada vez más en sus submenús, para explorar opciones más específicas. Luego podemos dirigirnos directamente a

esos recursos mientras nos encontramos todavía en el sistema Gopher. Catálogos de bibliotecas, boletines de noticias, bases de datos sobre diferentes temas, listas de Gopher de todo el mundo, etc.; sólo tenemos que elegir las y acceder a ellas mediante Gopher. Este realiza toda la operación de forma transparente. En el caso de las conexiones con Telnet, Gopher establece la conexión por nosotros, proporcionando la información de acceso que éste necesite.



Acceso al Gopher de la UPV usando Netscape

Actualmente los servidores gopher prácticamente han desaparecido, siendo reemplazados por los buscadores web.

2. Buscadores Web.

Un *Motor de búsqueda*, o popularmente un *Buscador*, es una página Web que permite buscar otras páginas de acuerdo a una *condición de búsqueda* que define el usuario. Por ejemplo, con la ayuda de un buscador podemos localizar las páginas que hablan de una determinada persona o empresa, las referencias existentes a un libro o un disco, o todas las páginas que hablan sobre un acontecimiento concreto.

El usuario debe introducir los términos de búsqueda y realizar la consulta. El buscador devuelve las direcciones web que estén relacionados con dichos términos. Para ello examinan la URL's de las paginas, su título o su contenido. El resultado se muestra en una página que contiene el título y una breve descripción de las paginas encontradas. Algunos buscadores incluyen además servicios de cartografía, mapas de ciudades, guías de turismo, etc..

Según la arquitectura de los buscadores se pueden distinguir varios tipos de herramientas de búsqueda en Internet:

2.1. Índices

Buscadores que recorren la red e indexan lo que encuentran y lo almacenan en una base de datos. Como resultado, estos buscadores tienen grandes bases de datos que relacionan páginas web con claves. Buscar supone consultar la base de datos usando sus palabras clave como índices.

Son los buscadores que mantienen una **organización de las páginas** incluidas en su base de datos **por categorías**, es decir, tienen un directorio navegable de temas. Dentro de cada directorio podemos encontrar páginas relacionadas con ese tema. Para mantener esta organización, los buscadores tienen unos administradores humanos que se encargan de visitar las páginas y vigilan que todas se encuentren clasificadas en su lugar correcto. Índices típicos son **Yahoo** o **Terra** y también **Google**.

Para que una página quede registrada en un índice debemos **mandarles la dirección a los administradores** humanos de ese índice, generalmente acompañada de una serie de datos que les ayuden a clasificar la página de una forma correcta, como la descripción, temática, título, lenguaje, etc. Además, si queremos que varias páginas de nuestro sitio web estén en el buscador, **debemos registrarlas todas ellas una a una**.

2.2. Motores de búsqueda

Son buscadores que basan su **recolección de páginas en un robot**, denominado araña, que recorre constantemente Internet en busca de páginas nuevas que va **introduciendo en su base de datos automáticamente**. Los motores de búsqueda, no tienen porque tener un índice, aunque cada vez es más habitual que dispongan de uno. Motores de búsqueda típicos son **Google** o **Altavista**.

Los motores de búsqueda no necesitan que les mandemos la dirección de nuestra página para tenerla en su base de datos, puesto que el robot puede haberla encontrado previamente. De todos modos, nosotros podemos **mandarles la dirección si no deseamos esperar a que el robot nos encuentre**, práctica muy habitual.

Para clasificar una página, los motores de búsqueda son capaces de leer el contenido de esta y encontrar aquellos datos que permitan su catalogación. Por eso, cuando registramos una página en un motor de búsqueda generalmente no nos piden información adicional, como ocurría con los índices.

Cuando un robot recorre nuestra página guarda sus datos, y luego se dirige a las distintas páginas que están enlazadas a esta. De este modo, solo hace falta registrar la página inicial de un sitio web, pues el motor de búsqueda se encargará de **recorrer todo el sitio de manera automática**. Adicionalmente, estos motores o arañas, volverán a recorrer las páginas de su base de datos en busca de cambios que se hayan producido en estas, con objetivo de mantener su información lo más actualizada posible.

2.3. Multibuscadores

Estos últimos no tienen una base de datos propia, lo que hacen es buscar la **página en varios buscadores** simultáneamente y combinar los resultados de la búsqueda. Como ejemplo de multibuscador podemos citar el multibuscador de la Asociación de Usuarios de Internet (<http://www.aui.es/search/multibusqueda.html>) o <http://www.multibuscador.com/>.



2.4. Otras clasificaciones

Aparte de la clasificación anterior de los buscadores, también se pueden distinguir de otras formas. Existen múltiples métodos de búsqueda que corresponden a diferentes clasificaciones de la información por temas o categorías, a sistemas automáticos, a sistemas gráficos y a búsquedas por tipo de recurso. Según las búsquedas que permiten, hay tres tipos de buscadores:

- **Buscadores automáticos:** requieren los términos de búsqueda en lenguaje natural o en alguna notación determinada y a partir de dichos términos encuentra los documentos web que contengan los términos o palabras clave introducidos. De este tipo son Google, Altavista, Lycos o Infoseek.
- **Buscadores temáticos:** tienen la base de datos de búsqueda clasificada por temas o categorías y permiten realizar búsquedas por distintos índices, yendo desde temas más generales a temas más específicos. Ejemplos de este tipo son Yahoo y Terra.

- **Buscadores especializados:** la búsqueda abarca un área de conocimiento específico. Estos buscadores suelen proporcionar información más detallada. Ejemplos de este tipo son Mappy.com , Infobel.com, Four11.com, Whowhere.com, etc.
- **De ámbito geográfico:** los hay internacionales, nacionales, incluso de regiones más pequeñas, como provincias o ciudades. Ej: VilaWeb, Cercat o AfricaOnLine.

2.5. Buscadores populares.

Actualmente, casi todos los buscadores son mixtos, incluyendo varios niveles de directorios y búsqueda general indexada. Según la búsqueda a realizar utilizaremos un tipo u otro.

Buscador	URL	BBDD	Visitas
Google	google.com	1.600 M	100 M/día
Altavista	altavista.es	550 M	50 M/día
Excite	excite.es	330 M	146 M/día
Lycos	lycos.es	120 M	100 M/mes
Yahho España	yahoo.es	2 M	1.200 M/mes

Algunos de los buscadores más importantes

3. Técnicas de búsqueda

Cuando se realizan búsquedas pueden presentarse algunos problemas como:

- El buscador devuelve muchos resultados
- El buscador no devuelve ningún resultado o devuelve muy pocos.
- El buscador tarda mucho en resolver la consulta.

Para resolverlos algunos consejos útiles son:

- Utilizar un numero adecuado de palabras clave
- Utilizar la búsqueda de frases utilizando “ “
- Utilizar operadores lógicos
- Excluir palabras similares
- Utilizar los distintos campos que ofrece el buscador y las búsquedas avanzadas

Uso de operadores:

- Operadores lógicos: AND, NOT y OR
- Operadores de proximidad: NEAR y ADJ
- Operadores de existencia: + y –
- Operadores de exactitud: * y .La sintaxis de los operadores no es única y depende del buscador.

4. Posicionamiento en buscadores

Todas las empresas con cierta entidad, hoy en día disponen de un sitio web, pero muchas de ellas se plantean si esta presencia en la Red ha sido una inversión o un mero gasto de representación. Para que la en Internet sea rentable es necesaria la promoción del sitio web, y una de las herramientas más rentables para dar a conocer el sitio y generar visitas son los buscadores.

Aparecer en los principales buscadores internacionales, nacionales y en los específicos del sector es fundamental. Además es muy importante aparecer en un lugar destacado ya que la mayoría de los internautas se conforman con los primeros resultados proporcionados por su buscador favorito.

Para conseguir que una web sea incluida en un buscador se debe rellenar un formulario con los datos de la misma. Cada buscador tiene un formulario específico y a menudo el proceso de registro es diferente.

Para encontrar el formulario lo más fácil es acceder a la página principal del buscador y buscar un enlace que ponga Añadir página, Add URL, nueva dirección, o algo parecido. Ese enlace te llevará al formulario de registro o, en su defecto, a la página donde explica cómo has de registrarte en ese buscador en concreto.

Existen unos procedimientos básicos de registro que suelen repetirse en los buscadores:

- **Para los índices:** Los buscadores que tienen categorías donde podemos encontrar páginas clasificadas según su temática. Por lo general se ha de navegar a la categoría en la que se desea incluir el web. Allí se busca el botón "añadir página"(o algo parecido) y se encuentra el formulario para el registro.
- **Para los motores de búsqueda:** Estos buscadores no mantienen un índice sino que tienen robots que constantemente recorren Internet en busca de nuevas páginas para incluirlas en el buscador. Suelen tener un formulario accesible desde la página inicial, con el enlace correspondiente. No hay que navegar las categorías para acceder al formulario.

Registrarse en varios buscadores puede ser una tarea un poco costosa pues hay que ir buscador por buscador introduciendo una y otra vez los mismos datos. Afortunadamente existen herramientas multiregistro. Estas herramientas nos permiten registrar nuestra página en distintos buscadores introduciendo una sola vez los datos de la página web.

Existen dos tipos de herramientas multiregistro:

- **Aplicaciones windows**, como cualquier otro programa, pero que su objetivo es registrar en buscadores. Este tipo de herramientas suelen estar a la venta, o puedes encontrarlas shareware (en tucows.com o softonic.com, por ejemplo), pero suelen estar limitadas en su uso.
- **Herramientas online**, estas nos permiten desde Internet, y por lo general gratuitamente, registrarnos en varios buscadores. No suelen ser tan potentes como las anteriores, pero sí más útiles y accesibles por ser gratuitas (www.desarrolloweb.com, etc)

Existen unas reglas y recomendaciones básicas para conseguir este objetivo. Elegir bien el título, descripción o palabras clave son algunos ejemplos. El uso excesivo de palabras clave puede ser contraproducente ya que muchos motores de búsqueda interpretan que la página esta haciendo "trampa" para situarse entre los primeros puestos de manera injusta. Cuando nuestra página es catalogada como "spam page" o "página tramposa" (en adelante spam), es confinada a los últimos puestos en los resultados de manera automática. Hay que utilizar estas técnicas con moderación.

Palabras clave: Son palabras sueltas que describen una página web, las que pensamos que van a escribir los usuarios en los buscadores para encontrar una página como la nuestra.

Frases clave: Son las frases que van a escribir los usuarios en los buscadores para encontrar un tipo de página. Si buscan mecánicos de coches de Vallecas, una población de la comunidad de Madrid, podrán escribir algo como mecánicos de vallecas madrid, reparación coche vallecas madrid, taller mecánico vallecas madrid, taller coche vallecas...

Las frases clave, como se ve, deben incluir las distintas combinaciones de palabras clave que se supone que van a utilizar los distintos usuarios para localizar nuestra página. Escogerlas bien es importante y para ello podemos valernos de un buscador. Haciendo pruebas entre distintas combinaciones de frases clave podemos comprobar cuales son las que ofrecen unos resultados mejores, en las que los usuarios, es de suponer, que se fijarán más, rebuscando incluso en páginas sucesivas de resultados.

Es interesante el uso de frases clave por que son utilizadas habitualmente por los usuarios en sus búsquedas. Además, si utilizas frases clave es más posible que alguien te encuentre pues posiblemente no tengas tantos competidores como los que tendrías con una palabra simple.

Descripción: Es una frase que describe el contenido de la página. Se corresponde con la descripción que un buscador ofrece de cada página en los resultados de la búsqueda.

Caracteres especiales: Existe una duda generalizada sobre la utilización de los acentos, mayúsculas, minúsculas y otros caracteres. Las palabras y frases se deben escribir correctamente, usando los acentos y las mayúsculas donde sea necesario. Esto es así porque cuando buscamos, en Altavista por ejemplo, una palabra y la buscamos con acento sólo nos devuelve las páginas que contemplan esa palabra con los acentos, mientras que si la buscamos sin acento nos las ofrece todas, las que lo tienen como las que no.

El título de la página: Lo primero que debemos hacer es escoger un titulo apropiado, es decir, un titulo que describa bien la página donde se encuentra y contemple otras pequeñas consideraciones: Tiene que ser muy descriptivo. Algo como Taller mecánico no es suficiente. Debería indicar también la localización del taller o cualquier información adicional que pudiera enriquecer la descripción, como el nombre del taller o su especialidad.

Ha de incluir las palabras clave que definen nuestro sitio. Además debería contener las palabras más importantes al principio, pues muchos buscadores solo se fijan en las primeras palabras del título.

La longitud del título también es otro parámetro que hay que ajustar. Un titulo corto es poco adecuado, pero los buscadores pueden pensar que les estas haciendo spam si encuentran uno demasiado largo. Hay muchas consideraciones al respecto, pero podemos indicar que lo más adecuado es que sea de 15 a 20 palabras de longitud, o del orden de los 50 a 100 caracteres.

Un título apropiado para el mecánico de Vallecas sería:

Taller mecánico de coches en Vallecas, Madrid, Todo Auto. Reparación de lunetas limpiaparabrisas electricidad recambios aceite

Etiquetas META: Muchos buscadores, sobretodo los motores de búsqueda, leen determinadas etiquetas en la página para encontrar la descripción y las palabras clave de esta, se trata de las etiquetas META. Son de vital importancia para estar bien catalogados en los buscadores, se describirán en el siguiente tema.

5. Otros métodos de promoción

Al igual que cualquier empresa, las que ponen en funcionamiento los buscadores tienen como finalidad obtener un beneficio económico. Para ello ofrecen la posibilidad a los anunciantes de pagar para aparecer en posiciones destacadas dentro de la página de resultados. Un ejemplo sería el AdWords de Google.

Otra buena idea es poner la dirección en la firma de vuestros correos electrónicos. Así tendréis un posible acceso con cada correo que mandéis. Si incluís una breve descripción del sitio tanto mejor, pues puede aumentar el interés por la página.

Del mismo modo, es aconsejable que pongáis en otros lugares la dirección de la página. Si se trata de una empresa, por ejemplo, se puede poner el URL en todos los documentos (facturas, recibos, albaranes, cartas, sobres, etc.).

Visitar los grupos de news y listas de correo de temas relacionados con vuestra página para sugerir la dirección. Esto se debe hacer con cautela, y solo cuando puede servir nuestra página para algo útil: No debemos presentar nuestra dirección como si fuera publicidad puesto que, por un lado, no conseguiremos que la gente se fije en nosotros y pulse en nuestro enlace, y por otro, conseguiremos el efecto contrario al deseado al crear animadversión contra la página por estar haciendo spam a los usuarios del grupo de news o de la lista.

Es muy importante que cada página figure en índices especializados en la temática de la web. No son páginas tan importantes como los buscadores, pero reciben visitas que pueden estar muy interesadas en el contenido de la página.

Siempre es buena idea intercambiar links con páginas que traten la misma temática, para crear tráfico de unas a otras. No hay que mirar a las demás páginas como competidoras sino como enriquecimiento de los contenidos o servicios

También debemos preocuparnos de que las páginas personales de los usuarios, que muchas veces tienen listas de links, contengan el nuestro. Sería adecuado crear un pequeño botón para sugerirles a estos que lo incluyan en su sitio e indicarles cómo deben hacerlo.

Anunciarla en otros medios de comunicación. Hacer publicidad en televisión, radio, prensa, etc. Esto, lógicamente, no está al alcance de todos pero evidentemente sería útil, sobretodo porque esta publicidad se encuentra "fuera de la Red" y puede llegar a otro tipo de personas distintas de las que podemos llegar a través de ella.

Se puede enviar notas de prensa a los distintos medios comentando la creación del sitio. Si alguno de ellos se hace eco de esta noticia ganaríamos muchas visitas. Del mismo modo, podemos mandar nuestra dirección a revistas de Internet, que suelen tener una sección donde presentan webs atractivas, y en muchos casos, las páginas personales de sus lectores.

Montar una lista de correo para que la gente que visite la página se pueda apuntar. Así podemos conseguir una buena cantidad de personas interesadas en nuestro web y mandarle novedades del sitio. Con cada correo que enviamos tenemos muchas posibilidades de conseguir una visita.

También podemos esforzarnos un poco más para crear un boletín que podemos mandar a los componentes de una lista periódicamente. Este boletín puede contener noticias del día, reportajes, direcciones que ver...

El intercambio de banners es otra buena manera de incluir referencias a nuestra página. Para crear un banner debemos ser muy cuidadosos y hacerlo de manera que este sea lo más llamativo posible. Se pueden encontrar muchas páginas de intercambio en nuestro buscador. También podemos pagar por exposiciones de nuestros banners en otras páginas, o por clics.

Otra posibilidad para conseguir visitas es estar catalogado dentro de hits, o lugares donde se presentan las páginas más visitadas. Normalmente para acceder a estos hits debemos registrarnos y únicamente competimos entre las páginas que también se encuentran registradas.

Por último, señalar que otra labor muy importante es seguir promocionando el web, sin parar de hacerlo nunca. Nuevos esfuerzos en promociones del web se traducen en usuarios que te recuerdan y grupos de gente que aun no te conocían por no haber llegado a ellos el mensaje anteriormente.