



Búsqueda de información

- Navegador
- Listas de distribución
- Directorios
- Motores
- Metabuscadores
- Buscadores especializados
- Recursos bibliográficos

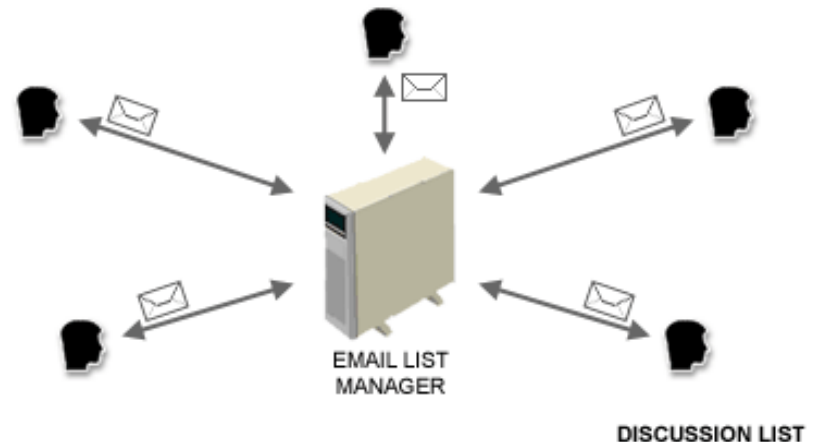
El instrumento: el navegador



- Navegador Firefox
 - Navegación con múltiples pestañas
 - Aumento tamaño letra
 - Administración de Marcadores
 - Motores
 - Historial
 - Buscar información en una página
 - Plugin
 - Barras de herramientas

Listas de distribución:

- Las listas de distribución (*mailing list*)
 - Son una lista de direcciones de correo electrónicas que agrupa a una serie de usuarios interesado en un mismo tema
 - Los usuarios a través del correo electrónico mantienen una “discusión” o intercambio de información, ideas, problemas, soluciones.... sobre un tema concreto



¿Qué necesitamos saber para trabajar con las listas de distribución de correo

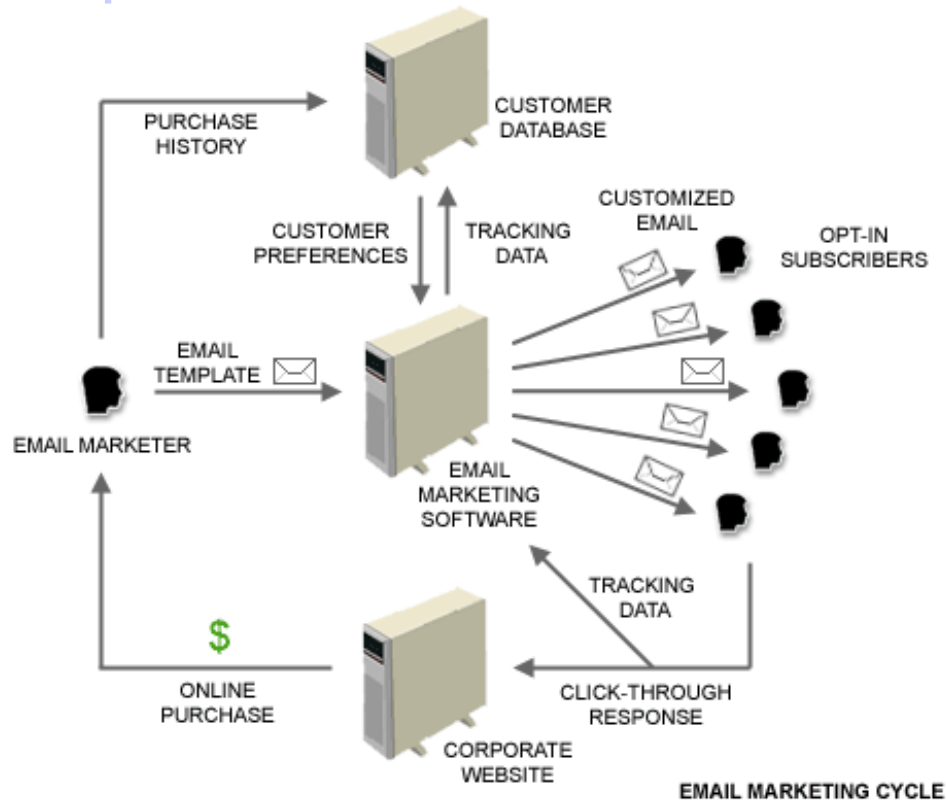
- Debemos conocer dos direcciones de correo electrónico, que son:
 - *La dirección del servidor de la lista* (dirección administrativa)
 - Donde se envían los mensajes relativos al funcionamiento de la lista (suscripciones, solicitud de información etcétera).
 - *El nombre de la lista* (para mandar los mensajes a la lista)
 - Donde se envían los mensajes que se distribuyen al resto de los integrantes de la lista.

Cómo encontrar la lista que nos interesa

- www.elistas.net
 - <http://www.viajeros.com/>
 - <http://mailing.viajeros.com/lista/ofertas/>
- <http://www.lsoft.com>
- <http://es.groups.yahoo.com/>
- <http://groups.google.es/>
- Red académica
 - <http://www.rediris.es/list>
 - <http://www.rediris.es/list/list-int.es.html>

Marketing con listas de distribución

- <http://www.lsoft.com/default.asp>



Búsqueda en directorios

- No son motores de búsqueda, sino catálogos o directorios de recursos seleccionados
- Las materias están ordenadas por categorías (deportes, informática,...).
- Las búsquedas se realizan dentro de esas categorías.
- Un equipo de personas ordena la información de Internet dentro de esas categorías.
 - Esa persona se encarga de procesar el formulario de registro que rellenamos:
 - Comprueba que hemos especificado la categoría o subcategoría correcta y que el título y los contenidos de la página de entrada son adecuados para esa categoría.
 - Caso de no ser así, puede rechazar la inclusión.

[Directorios: inscripción]

- Por tanto, antes de enviar una página a un directorio, conviene:
 - Emplear algún tiempo explorando la jerarquía del mismo para encontrar la categoría/subcategoría adecuados a nuestros tema y contenido.
 - No detenerse en la primera categoría/subcategoría que cumpla nuestros requisitos, sino probar la siguiente y la siguiente...
 - Asegurarse que el título y el contenido de la página de entrada son idóneos para la categoría elegida.
- Ayuda
 - Yahoo.es: es.docs.yahoo.com/info/sugerir.html
 - ODP: <http://dmoz.com.ar/agregar.html>

[precios]



- La inclusión de un sitio en un buscador o directorio puede ser gratuita o bien puede tener un coste.
- También es frecuente que se ofrezcan las dos posibilidades:
 - Una modalidad de registro gratuita elemental
 - Una o más posibilidades de registro de pago que ofrecen diferentes tiempos de respuesta
 - Por ejemplo, Altavista, Msn, Excite y Webcrawler usan ahora el sistema de pago de LookSmart (submit.looksmart.com)

Búsqueda con motores de búsqueda

- ¿Cómo trabaja un motor de búsqueda?
 - Buscan en todas las páginas WWW que contienen algunas de las palabras que le indicamos.
 - Con esta información crean una inmensa base de datos
 - La recogida de páginas es realizada por un programa denominado robot (“crawlers”) que recorre la red de forma automática.
 - Construyen sus índices con las palabras clave que encuentran en las webs
 - Buscan en más cantidad de sitios pero su información no están dentro de ninguna categoría
 - La información no están ordenadas por orden alfabético o numérico, sino por el concepto de relevancia (ranking)

[Terminología]

- Alcance
 - Hace referencia al número de entradas encontradas
- Relevancia / posición.
 - Posición relativa en la que un sitio será listado entre todos aquellos que satisfacen un mismo criterio de búsqueda.
 - Su determinación varía de un motor de búsqueda a otro.
- Peso (Weighting).
 - Puede ser positivo o negativo.
 - Los motores de búsqueda asignan un peso a las palabras encontradas para establecer un mayor o menor valor de relevancia/posición.
 - Un uso inadecuado de las palabras clave puede producir un peso negativo y puede conducir incluso a que la página sea dada de baja.

[Terminología (II)]

- Popularidad
 - Es un factor importante que está asociado con el número de sitios que contienen un enlace al nuestro.
 - Esos sitios deben estar registrados en el motor de búsqueda. Es la base del pagerank de Google
- Frecuencia de palabras.
 - En general, mientras más veces aparezca una palabra en una página, mayor será su peso y mejor su relevancia.
- Patrones de concordancia.
 - Son técnicas que usan los motores para determinar si una palabra clave debe tener peso positivo o negativo.

[Terminología (III)]



- Posición
 - Se refiere a la posición relativa de la palabra clave en relación al comienzo de la página.
 - Si la palabra clave aparece cerca de la cabecera de la página se incrementa su peso. Si aparece cerca del final, es posible que no contribuya a un incremento de peso.
 - Posiciones importantes son el título y el nombre de dominio
- Spamming
 - Es un término usado para referirse a la repetición deliberada o accidental de una palabra clave. En general, la repetición excesiva de una palabra supondrá la asignación de un peso negativo.

[¿Cuanto tarda en Indexar?]

- Entre el momento en que registramos una página y ésta aparece en las búsquedas, transcurre un tiempo que puede variar en función del motor y de lo ocupado que esté.
- Algunos tienen modalidades de registro “de pago” con mejores tiempos.
- Reindexado.
 - Periódicamente, los motores de búsqueda vuelven al visitar el sitio. Por ejemplo, Google, cada mes aprox.

Multibuscadores y metabuscadores

- **Los multibuscadores** ejecutan la consulta contra varios motores de forma simultánea y presentan los resultados sin más organización que la derivada de la velocidad de respuesta de cada buscado
- **Los metabuscadores** sistemas capaces de enviar preguntas a varios buscadores a la vez.
 - El Servicio básico de los mejores metabuscadores incluye eliminar duplicados, agrupar resultados por clases, reordenación por relevancia y generan nuevos valores de pertinencia para ordenar los resultados
- **Software de búsqueda** puedes realizar búsquedas masivas bajándote programas gratuitos e instalándolos en tu ordenador

Búsqueda de información científica

- Directorios con información científica
- Buscadores de artículos
- Buscadores de libros
- Bases de datos
- Bibliotecas

Difusión selectiva de la información

- Servicios que permiten registrar un perfil temático de búsqueda a nombre de un usuario
- <http://www.mynews.es/>
- <http://www.individual.com/>
- <http://news.excite.com/>
- <http://scout.cs.wisc.edu/>
- http://www.northernlight.com_