

Por Roxana Bassi.

Por Roxana Bassi rox@roxanabassi.com.ar / <http://www.roxanabassi.com.ar>
Publicado en la sección “los cuadernos de Internet World” en la revista
Internet World Latinoamérica en el período 1995-1999

LOS ARCHIVOS DE

InternetWORLD

Entrega

número 2

El arte de las búsquedas en la World Wide Web

Claves para orientarse en la Web a través de los buscadores. También llamados *search engines*, motores de búsqueda o mecanismos de búsqueda.

Tapa

Los archivos de Internet World

Las claves para realizar una búsqueda exitosa

Búsquedas sin secretos

- . Qué es un buscador?
- . El equipamiento necesario
- . Cómo se hace?
- .Tipos de búsquedas: por tema o por palabra clave
- .Los mejores buscadores
- .FAQ, las preguntas más frecuentes
- .Como agregar mi sitio a los buscadores

A través de Internet, es posible acceder de inmediato a información como textos, fotos, sonido y animaciones provenientes de los más diversos puntos del planeta. No sólo está disponible la información que ha sido publicada en libros, revistas o informes: se puede obtener una variedad casi infinita de material, puesto a disposición de los usuarios de la Red por personas de todo el mundo.

Lamentablemente, esta información no se encuentra organizada sino almacenada anárquicamente. El problema, entonces, es cómo encontrarla. Perdersé en la World Wide Web (WWW) es una de las frustraciones más frecuentes. Es probable que no sepa cómo hacer para encontrar su canción preferida, los resultados del último partido de Wimbledon, una foto de Saturno o información para complementar una tesis sobre el arte precolombino, la política exterior norteamericana o cualquier otro tema.

Pero en la Red de Redes existe, una herramienta sumamente útil para no perderse entre tanta información: **los buscadores**.

¿Qué es un buscador?

Un buscador no es un programa a instalar en su computadora ni un servicio excepcional del proveedor, sino un conjunto de programas instalados en un servidor conectado a Internet: un sitio más al que se puede acceder en la Web.

- Nacieron de la necesidad de organizar la información anárquica contenida en la Internet.
- Se basaron en la idea de una herramienta llamada *Gopher* que había sido creada por la Universidad de Minesotta a principios de los 90.
- Fueron desarrollados por empresas, organizaciones o individuos, e instalados en servidores conectados a Internet.
- Los buscadores más utilizados, como Yahoo u Opentext, pertenecen hoy en día a algunos de esos emprendimientos exitosos.
- A medida que un buscador se hace más popular, comienza a concentrar más y más datos.

Si alguien, en una biblioteca, le pidiera a su encargada “todos los libros que contengan la palabra *ecología* en alguna de sus páginas”, la bibliotecaria diría, y con razón, que la tarea es humanamente imposible.

Pero cuando la bibliotecaria que se consulta es un buscador de la WWW, a un requerimiento similar responderá que existen “113.566 documentos que contienen la palabra *ecología*. ¿Desea

verlos uno por uno?” Como se ve aquí, las claves del arte de buscar no consisten en conectarse al buscador ni en recorrer miles de documentos, sino en aprender a detallar los requerimientos con la precisión necesaria para que el mecanismo de búsqueda brinde pocas opciones: **Formular la pregunta adecuada es el requisito fundamental para obtener la respuesta justa.**

Nota: En muchos sitios se utiliza inadecuadamente el término “motores de búsqueda” para referirse a los buscadores. Esto es debido a una traducción literal de la palabra *search engines*, pero no es una palabra representativa de la verdadera definición de estas herramientas.

¿Qué se necesita? (dibujo)

- Una conexión full a Internet, para conectarse con el servidor de búsquedas.
- Un browser (programa gráfico o textual de acceso a la World Wide Web) como el Netscape Navigator, el Microsoft Explorer o el Lynx.
- Una buena dosis de paciencia.

Los componentes

Los buscadores se componen de varias partes en delicado equilibrio e interacción, cada una con una función específica :

- **Programas robot** que recolectan la mayor cantidad de información de todo el mundo y la almacenan en una enorme base de datos.
- **Un equipo de expertos** en la organización de información que la catalogan por temas (categorías) o palabras clave.
- **Un servidor de Web** que, a través de un programa que examina la base de datos del buscador, recibe los pedidos de información del usuario y le devuelve los resultados.

Las etapas de la búsqueda

1. Recolectar datos

Algunos poseen programas robots especiales llamados *Wanderers* (viajeros), *spiders* (arañas) o simplemente robots, que en forma automática recorren de página en página los *links* y almacenan todo lo que encuentran en su camino. El Inktomi y el Webcrawler son algunos de los buscadores basados en éste método de recolección de datos.

[imagen 2: webcrawler]

Otros buscadores se basan en los datos que les envían los usuarios. Cuando una persona crea un sitio, lo primero que debe hacer es darse a conocer, entre otros medios, a través de los buscadores, mediante un formulario (form), donde se ingresan los datos del sitio y los temas o palabras clave con los que está relacionado.

La mayoría de los buscadores, sin embargo, utilizan ambos métodos de recolección de datos combinados.

2. Catalogar

Una vez que la información de las páginas está almacenada en la base de datos, ingresa a la etapa de análisis, efectuada en general por especialistas en bibliotecología o en la organización de unidades de información. La forma en que los datos se ordenan es fundamental para el éxito de una herramienta de búsqueda, y difícilmente puede programarse para que se realice en forma automática.

Las personas encargadas de esta tarea podrán verificar cada sitio que los robots almacenaron, recorrerlo, y decidir en qué categorías estará incluido, qué palabras clave deben activarlo, etc. Este es un proceso delicado y juega un papel fundamental en la eficiencia de la herramienta. Por ejemplo, ¿cómo habría que clasificar el artículo de un periódico que trate sobre la pesca indiscriminada de una determinada variedad de pez en el Pacífico? ¿Debería ser incluido en la categoría de ecología, de política, de pesca o de biología o en todas? ¿Qué palabras clave deben activarlo? ¿“Pesca indiscriminada”, “Pacífico” o “equilibrio ecológico”? Este ejemplo demuestra que si el usuario aprende a pensar como un catalogador, estará más cerca de dominar el arte de buscar, porque podrá elegir los términos correctos para obtener los resultados deseados.

3. Interfaces

Después de estas dos primeras etapas, la información estará a disposición de quien quiera consultarla. La búsqueda funciona del siguiente modo:

1. Conectarse con el buscador elegido. La elección depende de los gustos y necesidades personales. Dado que cada buscador tiene sus propios mecanismos para relevar información, los resultados serán diferentes en cada caso.

2. Ingresar una o varias palabras clave, luego dar la orden de comenzar o bien elegir un tema del menú desplegado por el buscador.

[imagen 7: infoseek search]

3. El servidor del buscador recibirá el pedido, recorrerá su base de datos buscando información que coincida con el requerimiento y generará un resultado.

4. En su pantalla aparecerá un documento Web encabezado por una leyenda indicativa de cuántos sitios que satisfacían su pedido se encontraron. Aparecerán también los nombres y direcciones de los primeros 10 o 20 sitios y (opcionalmente) una breve descripción del contenido de cada uno.

¡Atención! La mayoría de los buscadores tiene *banners* (carteles) de publicidad mezclados con los resultados. No los confunda con la información que usted solicitó.

5. En este momento Ud. podrá elegir si desea seguir alguno de esos links, o solicitar los próximos diez sitios, o bien estrechar su búsqueda si la cantidad de sitios de resultado son demasiados. Estas opciones figuran usualmente al pie de la página del buscador.

[imagen 11: ventana de resultados]

¿Cómo busco?

Existen dos formas básicas de buscar:

- **Búsquedas temáticas:** El buscador ofrece al usuario una serie de temas o áreas de interés. Una vez seleccionado uno de ellos, se abren nuevas opciones de subtemas y así, en pasos sucesivos, se va refinando la búsqueda hasta llegar a la información requerida.
- **Búsquedas por palabras clave:** Se activan a partir de una o más palabras clave ingresadas por el usuario. El buscador ofrecerá, como resultado, una página con la lista de los sitios que contienen los términos solicitados.

Búsquedas temáticas

Por lo general, suelen ser más lentas, porque el usuario debe ir afinando, tema por tema, su pedido, hasta llegar al punto que le interesa, pero tienen más precisión y son ideales cuando se necesita encontrar una gran variedad de fuentes sobre un mismo tema. Las búsquedas temáticas pueden utilizarse para hallar, por ejemplo :

- Todas las revistas de negocios conectadas a Internet
- Los sitios de actores famosos
- Toda la información disponible sobre tenis
- Todo lo que haya sobre computación

En las búsquedas temáticas, a las herramientas que organizan la información en temas se las llama Índices (*Directory* en inglés) .

[imagen 15: logo Yahoo]



Sin duda, el sitio favorito para este tipo de búsqueda es Yahoo (<http://www.yahoo.com>), aunque existen otros, que serán mencionados más adelante. La búsqueda temática comenzará al conectarse con el sitio de la compañía: veremos que las opciones consisten en una serie de grandes temas genéricos (similar a las jerarquías temáticas de los Newsgroups) como, por ejemplo: Arte, Negocios y Economía, Computadoras e Internet, Educación, Entretenimiento, Gobierno, Salud, Noticias, Deportes y Recreación, Referencia, Temas regionales, Ciencias, Ciencias Sociales y Sociedad y Cultura.

Atención! Las categorías varían según el buscador, ya que existen muchas formas posibles de catalogar la misma información.

[imagen 11: categorías de Yahoo]

[imagen 12: categorías de Yanoff]

Si se elige uno de estos temas, una nueva página mostrará los subtemas en los que, a su vez, se descompone, y así sucesivamente hasta que se encuentren referencias concretas (enlaces) a páginas Web con información relacionada con el tema que se busca.

La dificultad fundamental en este tipo de búsqueda es que a veces no es fácil determinar bajo qué categoría puede estar incluido determinado tema, o que la forma en que está organizada la información dificulta el hallazgo de algún dato en particular.

Ejemplo Práctico

Si se desea hacer una búsqueda en **Yahoo!** para encontrar información sobre la artista Madonna:

1. Primero se elegirá la categoría de **Entretenimiento**. (*Entertainment*)

[imagen 17: yahoo entertainment]

2. Dentro de los varios temas disponibles, a su vez, se seleccionará **Música** (*Music*).

[imagen 18: entertainment:music]

3. De las opciones en las que se subdivide Música, se escogerá **Artistas** (*Artists*)

4. Luego, la categoría **Por género**. (*By genre*)

5. Cómo genero, se seleccionará **Rock**

6. Dentro de **Rock**, **Madonna**. Una vez aquí, Yahoo ofrecerá enlaces a páginas con información sobre esta artista.

Los buscadores por tema más conocidos

- Yahoo! La mas conocida y popular de estas herramientas: <http://www.yahoo.com>
- La lista de Scott Yanoff. Una lista muy completa y tradicional de Internet, con una excelente organización por categorías: <http://www.spectracom.com/islist>

[logo de Yanoff: 13]

- The virtual Library. Una fuente de información muy versátil mantenida por el Web Consortium: <http://www.w3.org/vl>

Para tener en cuenta

- No use la línea en blanco para hacer búsquedas por una palabra clave en las herramientas para búsquedas temáticas. Difícilmente lo lleven a resultados inmediatos.
- Una buena estrategia de búsqueda es, primero profundizar unos dos o tres niveles en el tema que queremos buscar (por ejemplo a nivel Música, dentro de Entretenimientos) y allí hacer una búsqueda, pero limitándola al tema en el que se está posicionado.

[imagen 19: narrowing yahoo]

Búsquedas por palabra clave



La búsqueda por palabras clave (*keywords*) suele ser más rápida (aunque menos precisa) que la anterior. Hay que conectarse con algún buscador de los que se mencionan más adelante (Webcrawler o InfoSeek, por ejemplo).

Si el usuario no sabe efectuar su pedido con precisión, la búsqueda por palabras clave puede insumirle horas, ya que un término puede estar presente en cientos de miles de sitios. Sin embargo, este tipo de búsqueda es ideal para encontrar determinado tipo de datos, por ejemplo:

- Las letras de las canciones de Sting.
- Toda página que mencione la palabra “Procter&Gamble”: su home page, sus competidores, su agencia de publicidad y cientos de referencias más a esta empresa.
- Un hotel en Australia que tenga cancha de golf.

Para buscar, el sitio página presentará una línea en blanco para que el usuario ingrese la palabra o palabras que mejor describan el tema que busca.

[imagen 7: línea en blanco en Infoseek]

Si se ingresa una sola palabra, por ejemplo, **música**, aparecerán miles de enlaces con páginas que citan a ese tema. Será imposible, obviamente, recorrerlas todas. Si, en cambio, se ingresan varias palabras, se podrá estrechar la búsqueda hacia subtemas más específicos.

Una vez ingresadas las palabras, presione el botón de “buscar” (*seek* o *find*, según el buscador)

El buscador nos mostrará el resultado en forma de una página Web encabezada por una leyenda indicativa de cuántos sitios que satisfacen su pedido se encontraron. Aparecerán también los nombres y direcciones de los primeros 10 o 20 sitios y (opcionalmente) una breve descripción del contenido de cada uno. En este momento Ud. podrá elegir si desea seguir alguno de esos links, o solicitar los próximos diez sitios, o bien estrechar su búsqueda si la cantidad de sitios de resultado son demasiados. Estas opciones figuran usualmente al pie de la página del buscador.

Ejercicio:

Si intentamos encontrar, como en el ejemplo anterior, la letra de un tema de Madonna, podremos hacer una búsqueda por la palabra clave “Madonna”. El buscador ofrecerá varios miles de enlaces, incluyendo referencias a una obra de arte llamada “Madonna de la Pietá” y a una ciudad norteamericana denominada “Primadonna”. Será necesario, entonces, volver a intentarlo (clicando

el botón **BACK** o similar), pero esta vez habrá que ingresar una clave más precisa, por ejemplo, “Madonna music”. Este nuevo pedido devolverá varios cientos de opciones, pero todavía se estará lejos del resultado buscado. Una búsqueda por “Madonna music lyrics” (letras) permitirá llegar al objetivo más rápidamente.

Para tener en cuenta

- Ingresar la mayor cantidad posible de palabras, para limitar el resultado. De este modo se ahorrará mucho tiempo. Utilizar siempre plurales.
- Separar las palabras con un espacio en blanco.
- Si el resultado es nulo (no hay sitios), volver a buscar con menos palabras, o con sinónimos de alguna palabra buscada.
- En general, en el resultado veremos solo las primeras 10 referencias (aunque esto es configurable). Si ninguna de ellas es satisfactoria, debe elegirse, al pie de la página, la opción para ver las siguientes 10 opciones, y así sucesivamente. Si no se tiene éxito, será necesario cambiar las palabras de la búsqueda o hacerla más estrecha.
- Si se ingresan palabras en inglés, se obtendrán mayores resultados. En castellano, la cantidad de referencias será mucho menor, pero los sitios probablemente contengan información en español.
- Si no se encontró lo que se buscaba en determinado índice, intentarlo en otro. Cada compañía tiene su propia base de datos.
- Ingresar las palabras en letras minúsculas, salvo que se trate de nombres propios.
- Para realizar una búsqueda más avanzada, utilizando, por ejemplo, exclusiones de palabras, consultar en cada herramienta los tips o HELP (ver, más adelante, *Uso de operadores booleanos* en **Opciones de búsqueda**)

Los mas populares buscadores por palabra clave

Alta Vista (<http://altavista.digital.com>)

- Analiza el texto completo de unos 30 millones de páginas Web.
- Es el buscador más completo.
- Permite obtener resultados para casi cualquier palabra, pero también resulta difícil acotar la búsqueda.
- Es la única herramienta que presenta una escala de filtro de fechas para sus resultados.

Excite (<http://www.excite.com>)

- Analiza el texto completo de once millones y medio de páginas.
- Es ideal para las búsquedas por Newsgroups.
- Es considerada la herramienta mas actualizada.
- No permite refinar búsquedas, y las descripciones pueden ser ocasionalmente vagas.

[imagen 6: excite]

InfoSeek (<http://www.infoseek.com>)

- Analiza el texto completo de aproximadamente un millón de páginas Web.
- Es considerada la mejor de las herramientas.
- Permite refinar las búsquedas, utilizar operadores booleanos (ver más adelante) y manejarlas a gusto.
- Para mejores búsquedas se recomienda preceder con un signo + a toda palabra que se desee que esté presente forzosamente en el resultado (ej. “+Madonna +music”), y encerrar entre comillas a aquellas palabras que siempre deban ir juntas (ej. “Rolling Stones”).
- Distingue mayúsculas y minúsculas. Use mayúsculas SOLO para comenzar los nombres propios.

Lycos (<http://www.lycos.com>)

- Trabaja con resúmenes de más de 19 millones de páginas.
- Es uno de los buscadores más antiguos.
- La cantidad de páginas hace que a veces los resultados sean abrumadores y la búsqueda, lenta.
- Ideal para búsquedas del ámbito académico.

[imagen 9: logo de lycos]

Open Text (<http://www.opentext.com>)

- Analiza el texto completo de aproximadamente un millón y medio de páginas Web.
- Es la herramienta con más opciones de búsqueda.
- Permite refinar las búsquedas: especificar el área donde debe encontrarse cada término (cualquier lugar, título, resumen, encabezamiento o URL) y usar operadores booleanos.

Webcrawler (<http://www.webcrawler.com>)

- Analiza el texto completo de aproximadamente medio millón de páginas Web.
- Ligeramente desactualizado.
- Como no ofrece descripciones de cada página, las búsquedas se hacen complejas.
- Ideal para buscar *home pages* (páginas iniciales) de grandes compañías.

Deja News (<http://www.dejanews.com/>)

- Es la herramienta ideal para encontrar información sobre Newsgroups.

[imagen 5: deja news]

Virtual Software Library (<http://www.shareware.com>)

- Ideal para encontrar todo el software que se necesite, a través de distintos mecanismos de búsqueda.

Electric Library (<http://www.elibrary.com>)

- Busca en el texto completo de 150 diarios y 800 revistas, entre otras fuentes.
- Ideal para hallar artículos periodísticos publicados sobre algún tema

Comparación

Búsquedas temáticas	Búsquedas por palabra clave
Usualmente más lentas	Usualmente más rápidas
Brindan los resultados en un contexto: se pueden ver datos relacionados u opuestos. Por ejemplo, si se busca una compañía, también podrán verse empresas competidoras u otras empresas del mismo rubro, pero pueden perderse referencias a la empresa que estaban en otros sitios totalmente no conectados	Brindan los resultados sin contexto. Si se busca el nombre de una compañía, se podrá obtener su nombre en un caso judicial, referencias de una agencia que le organizó una campaña publicitaria, menciones de sus productos en otras compañías, etc.
Puede ser difícil ubicar exactamente la categoría donde se encuentra el tema que se busca. Por ejemplo: “Ecología” puede estar en Ciencia,	Pueden brindar datos que no tienen nada que ver con lo que se busca, pero que aun así contienen la palabra clave deseada.

Opciones de búsqueda

Muchos buscadores ofrecen alternativas de búsqueda, por ejemplo :

- ¿Las palabras ingresadas deberán buscarse en la dirección de la página (URL), en el título, en los primeros caracteres o en la totalidad del texto ? Usualmente la búsqueda se realiza en el texto completo.
- ¿Quiere buscarse sólo en la WWW (World Wide Web), en los newsgroups, en los sitios de FTP o en los Gopher ? Si no se lo especifica, se harán las búsquedas sólo en la WWW. Especialmente útiles son aquellos buscadores que permiten recorrer todos los artículos de los newsgroups, como DejaNews.
- Algunos buscadores por palabra clave permiten el uso de operadores booleanos (nexos lógicos que especifican cuál debe ser la relación entre los términos ingresados):
 - AND (y): Indica que las palabras que anteceden y prosiguen al operador deben encontrarse en el resultado de la búsqueda.
 - OR (o): Indica que alcanza con que tan sólo una de las palabras esté presente. En la mayoría de las herramientas de búsqueda puede reemplazarse por un espacio en blanco.
 - ADJ (adyacente): Especifica que ambos términos deben aparecer seguidos en el texto (por ejemplo, “Rolling Stones”, que deberá ingresarse como “Rolling ADJ Stones”). En algunos buscadores alcanza con colocar las palabras entre comillas.
 - NOT o NAND: Indican que la palabra clave anterior al operador deberá a aparecer pero no la posterior.
 - XOR: Especifica que, de ambas palabras clave, sólo debe aparecer una.
- También es posible encontrar, como opciones de búsqueda, los operadores del tipo “+ -”, que en algunos casos reemplazan y en otros conviven con los booleanos. El “+” equivale al AND y el “-”, al NOT. Si, por ejemplo, queremos buscar información sobre diarios y revistas en lengua hispana, deberemos tipear en el cuadro de diálogo “revistas +diarios +castellano”. Si quisiéramos, en cambio, obviar los de origen argentino, deberemos ingresar “revistas +diarios +castellano - Argentina”.

[imagen 16: uso de operadores para limitar búsqueda]

- En algunos pocos buscadores, se puede utilizar el asterisco (*) como comodín. Sí, por ejemplo, ingresamos en **Yahoo** “tele*”, obtendremos como respuesta las siguientes opciones: telephone, telescope, Telecom, telematic, Telefonica, teleport, televisión.
- Utilice en lo posible los plurales de las palabras.

Cada buscador, sin embargo, utiliza sus propios comandos y operadores, de modo que los que aquí le sugerimos pueden no funcionar en su búsqueda. Solicite el HELP o los tips de uso de su herramienta favorita para mas datos.

Meta-buscadores

Existen también los llamados meta-buscadores, es decir, buscadores dentro de los buscadores. Estas herramientas, al recibir un pedido de búsqueda, lo reenvían a varias otras, y luego reordenan los resultados de todas.

MetaCrawler: la mas versátil de las herramientas de búsqueda múltiple, con gran variedad de opciones para refinar su búsqueda.

Con interfase en inglés: <http://www.metacrawler.com>

Con interfase y ayuda en castellano: <http://planeta.gaiasur.com.ar/navegaria/metacrawler>

[imagen 10: metacrawler]

c/net Search <http://www.search.com>

CUSI: (*Configurable Unified Search Index*) <http://www.eecs.nwv.edu/sui/cusi.html>

Permite combinar varios buscadores en una única búsqueda.

Savvy Search [falta]

Buscadores Múltiples

Estos sitios ofrecen un rápido acceso a variadas fuentes de búsqueda, todas en una única página.

All-in-One Search Page: <http://www.albany.net/allinone>

Exploration: <http://www.amdahl.com/internet/meta-index.html>

Buscadores en Español solamente

Si bien los buscadores aceptan búsquedas en todos los idiomas, existen algunos especializados en información en español solamente.

La Brújula

<http://www.ba.net/robot/>

Cibercentro

<http://www.cibercentro.com/busqueda/>

Directorio Global Net

<http://www.globalnt.com>

ElCano

<http://www.elcano.com>

¡Fantastico!

<http://www.fantastico.com>

El inspector de Telépolis

<http://www.telepolis.com>

¡Olé!

<http://www.ole.es>

Preguntas y respuestas frecuentes (FAQ: *Frequently Asked Questions*)

P: ¿Qué debo hacer si una búsqueda por palabra clave da como resultado que no hay ninguna página con lo que deseo?

R: Si la búsqueda da como resultado que no hay ninguna referencia (“*No results*”):

- * Verifique que no haya cometido un error ortográfico en algún palabra
- * Si introdujo demasiados términos simultáneamente, vuelva a intentarlo con menos palabras.
- * Si su búsqueda es compleja (tiene operadores booleanos o “+ -”), hágala mas simple.
- * Verifique si está buscando en el lugar correcto.

P: ¿Puedo confiar en la actualidad de los datos que me ofrece el buscador?

R: Los datos que usted obtendrá son referencias a documentos de Internet que pueden haberse mudado a otro sitio, cambiado de dirección o simplemente dejado de existir, y aun así las referencias seguirán apuntando al lugar anterior. Los buscadores hacen un gran esfuerzo por actualizarse, pero no siempre pueden tener al día el 100% de su información. Si al seguir un link usted recibe un error de “*not found*” (no encontrado), no vuelva a insistir, la información estaba desactualizada. Existen buscadores como el MetaCrawler (en búsqueda exhaustiva) que verifican la validez de los *links* antes de ofrecerlos como resultado.

P: La búsqueda por palabra clave me devolvió cientos de respuestas...

R: Intente visitar las primeras 10 o 20 opciones para ver si alguna contiene lo que buscaba. Si esto no resulta, estreche su búsqueda agregando más palabras.

P: ¿Es preferible ingresar palabras en castellano o en inglés ?

R: Las palabras en inglés le devolverán mayor cantidad de resultados, simplemente porque hay más cantidad de sitios en ese idioma que en cualquier otro. Sin embargo, puede hacer búsquedas en castellano aun en los buscadores en inglés.

P: ¿Cómo hacer para no tener que repetir búsquedas tediosas si no recuerdo la dirección de algún sitio?

R: Cada vez que el buscador lo lleve a un sitio que le interese, guarde la dirección dentro del *bookmark* de su navegador. Si también desea retener la ruta seguida, organícela en forma de carpetas y subcarpetas. Así podrá repetirla íntegramente y desviarse en algún punto si así lo desea.

P: Los resultados que el buscador me ofrece tienen una puntuación (rating) ¿a que se debe?

R: Cada buscador posee su propia forma de evaluar el rating de una página. En general, las páginas que aparecen primero son aquellas que el buscador considera mas importantes. Esto puede deberse a:

- la mayoría de las personas las ha elegido en búsquedas anteriores
- se trata de un sitio para el cual el buscador ha hallado la mayor cantidad de referencias (*links*) desde otros sitios

- en caso de solicitar una búsqueda con varias palabras, el buscador ordenará los resultados en base a los sitios que contengan la mayor cantidad de ellas simultáneamente, o repetidas en su texto.

Trampas para arañas

Si usted acaba de colocar un sitio en la World Wide Web, seguramente desea que lo encuentre la mayor cantidad posible de personas. Existen muchas formas de difundir la existencia de su sitio: en los newsgroups, en listas de interés, vía *e-mail*. En esta sección se informará cómo hacerlo en la World Wide Web.

Los primeros en visitar un nuevo sitio suelen ser los *spiders* (arañas) y *wanderers* (caminantes) de los buscadores.

Para que su página sea catalogada correctamente, le recomendamos :

- Poner especial cuidado en el *tag* de título (<TITLE>) de su documento. Piense que debe ser comprensible fuera del contexto de su sitio. Por ejemplo: “Página Inicial” no brinda información, mientras que ‘Página inicial de la revista Internet World’ es comprensible fuera de su sitio.
- Describir con cuidado el texto de cada *link*. Esto ayudará a una correcta categorización de su sitio. No use como texto de *links* “[haga click aquí](#)”, sino alguna palabra que describa adecuadamente el enlace como ser “existe [mas información](#) sobre Internet World en otros sitios”.
- Colocar las palabras clave por las que desea ser encontrado, de ser posible, entre las primeras palabras del texto de sus documento, especialmente si se trata de su página inicial. Esto atraerá a los buscadores que almacenan sólo los primeros 150 caracteres de cada página.
- Use el atributo ALT para colocar texto alternativo en sus imágenes, no sólo porque es de buena Netiquette para con los navegantes que no ven imágenes, sino porque algunos buscadores lo toman en cuenta para agregar en sus bases de datos.

- Utilizar el tag <META> del encabezado para describir las palabras clave por las que quiere que lo encuentren. La información del tag META no es visible para los lectores de su sitio.

Utilícelo de la siguiente manera:

<META name="description" content="El contenido de su sitio, tal cual desee que aparezca en el texto adicional que el buscador ofrece como resultado junto con el link">

Existe un máximo de 200 caracteres para la descripción y de 1000 para las palabras clave.

Por ejemplo, si el encabezado de su página dice:

<HEAD>

```
<TITLE> El sitio de la Revista Internet World en Español </TITLE>
<META name="description" content="la revista 100% puro Internet, ahora posee un sitio en la
WWW">
</HEAD>
```

Su sitio se vera de la siguiente forma cuando un buscador lo muestre:

El sitio de la Revista Internet World en Español

La revista 100% puro Internet, ahora posee un sitio en la WWW

Del mismo modo se podrán especificar las palabras claves relacionadas con su sitio.

La sintaxis es:

```
<META name="keywords" content="Escriba acá las palabras claves de su sitio, separadas por
comas">
```

Por ejemplo, el encabezado de las paginas de su sitio podría ser así:

```
<HEAD>
<TITLE>Informacion del mercado de Internet en Sudamérica</TITLE>
<META name="description" content="tablas y gráficos sobre la evolución de Internet en los
países del Cono Sur">
<META name="keywords" content="latinoamerica, Internet, análisis del mercado, Argentina,
Chile, Uruguay, Paraguay, Brasil ">
</HEAD>
```

Índices y listas

Para aparecer en los buscadores que no utilizan robots, deberá dirigirse a cada uno de los siguientes sitios y completar el formulario de *submit* (“enviar”), *add URL* o *add site*. Su página Web será analizada por los profesionales de cada buscador.

Si en el formulario le solicitan las palabras clave que mejor definen a su sitio, sea muy cuidadoso en la elección.

No olvide anunciarse en los siguientes sitios:

Yahoo. <http://www.yahoo.com/> (Yahoo se reserva el derecho de elegir si acepta o no listar su página)

Mecklerweb. <http://www.mecklerweb.com/imall/>

Galaxy. <http://galaxy.einet.net/galaxy.html>

W3 <http://www.w3.org/vl>

Para decidir cómo anunciar su sitio, no deje de visitar la siguiente sección de Yahoo, que le brindará información sobre el tema.

http://www.yahoo.com/computers/world_wide_web/announcement_services/

Glosario :

[colocar aquí las palabras que no se entiendan en el texto - usar solo si falta espacio]

Browser (navegador): Programa para navegar la WWW.

Gopher: Herramienta que organiza la información y permite acceder a ella en forma sencilla. Precursora de la WWW.

Links (enlaces): Conexiones que posee un documento escrito en HTML. Un link puede apuntar a referencias en el mismo documento o en otro documento, al mismo, a otro sitio, a un gráfico, video o sonido, etc. o a cualquier otro recurso de la Internet.

Spider, Wanderer o Robot : Programas automáticos que recorren la WWW y otras fuentes de información almacenando datos sobre lo que encuentran.

World Wide Web: Sistema de información distribuida basado en los conceptos de Hipertexto y Multimedia.

W3C (World Wide Web Consortium) <http://www.w3.org>.: Es una organización que desarrolla estándares para guiar el desarrollo y expansión de la Web. Dirigido por el CERN y el MIT, y apadrinado por varias empresas.