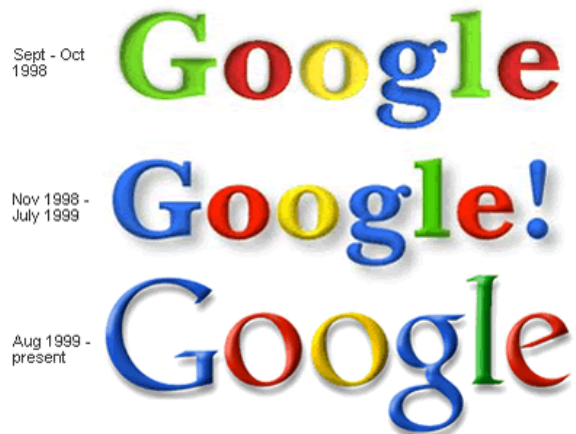


## 3.1. Buscadores y agentes de búsqueda

*Más allá de la búsqueda estándar de*





# [ Pero, ¡cuidado!

- n Google **NO** es la única forma de recuperar información en Internet
- n Hay otras tipologías de herramientas para la recuperación de información
- n Y pueden ser más útiles, en función de nuestras necesidades específicas

# También están todos éstos



# [ Veamos estas tipologías ]

- n DIRECTORIOS
- n METABUSCADORES
- n AGENTES DE BÚSQUEDA
- n BUSCADORES ESPECIALIZADOS Y TEMÁTICOS
- n BUSCADORES PERSONALIZADOS

# Directorios



- n Tipo de sitio web que contiene un conjunto de **enlaces organizados** a otros sitios web, bajo una estructura jerárquica
- n Muy comunes en los comienzos de Internet

# [ Directorios (II) ]

**Poco usados en la actualidad debido a:**

2. estética poco atractiva (colecciones de enlaces)
3. incapacidad para clasificar la información de Internet de forma automática
4. lentitud respecto a los buscadores
5. desactualización

**Reflejan la visión del mundo de quien los elabora.  
Hay componentes sociológicos y psicológicos que influyen en su confección, al igual que con los tesauros.**

# [ Directorios (III) ]

- n Sin embargo, la navegación a través de directorios (browsing) es común en sitios web de éxito, complementando a los motores de búsqueda internos
- n **Amazon.** [http://www.amazon.com/Subjects-Books/b/ref=sv\\_b\\_1?ie=UTF8&node=1000](http://www.amazon.com/Subjects-Books/b/ref=sv_b_1?ie=UTF8&node=1000)
- n **El Corte Inglés.** <http://www.elcorteingles.es>



# [ Directorios (IV) ]

- n Las webs, y especialmente las tiendas online siempre intentan ofrecerle al usuario la mayor gama de opciones para que accedan a sus productos
- n La **categorización de la información** (arquitectura de contenidos) determina en gran medida el grado de éxito de una web

# [ Directorios (V) ]

- n Práctica: Localiza la página de la Red de Bibliotecas de Córdoba a través del directorio dmoz

<http://www.dmoz.org/World/Espa%C3%B1ol/>

- n ¿Bajo qué encabezamiento se sitúa?

# [ Metabuscadores ]



- n Aplicaciones web que permiten buscar en varios buscadores al mismo tiempo

# [ Metabuscadores (II) ]

## **Ventajas**

2. Ofrecen (en teoría) un abanico más amplio de resultados
3. Permiten una gran parametrización de los resultados de búsqueda (elige buscadores, criterios de ordenación de resultados)

# [ Metabuscadores (III) ]

## **Inconvenientes**

2. Son más lentos que los buscadores, ya que deben conectarse a varias bases de datos
3. Podemos obtener resultados duplicados o redundantes
4. Cada buscador dispone de su propia sintaxis de búsqueda

# [ Metabuscadores (IV) ]

Algunos de los más populares son:

- n Clusty <http://clusty.com/>
- n Dogpile <http://www.dogpile.com/>
- n MetaCrawler <http://www.metacrawler.com/>

# [Agentes de búsqueda]

- n Un agente es una entidad autónoma capaz de almacenar conocimiento sobre sí misma y sobre su entorno, con unos objetivos y capacidad (Lara y Martínez-Usero, 2004)

# [Agentes de búsqueda(II)]

- n Características básicas: **Autonomía e Interoperabilidad**
- n Una tipología específica son los Clientes **z39.50**.
- n Los agentes inteligentes permiten rastrear la web, encontrar cambios en páginas web predeterminadas y recuperar los resultados de una búsqueda predefinida, incluso en la web invisible
- n Aunque puede ser muy útil para determinados usuarios expertos, en general **estas herramientas han sido superadas** por el RSS y los agregadores



# [ Agentes de búsqueda (III) ]

n Ejemplo: **Copernic Agent** y **Copernic Tracker**

<http://www.copernic.com/en/products/agent/>

<http://www.copernic.com/en/products/tracker/>

## Copernic Agent Professional



COPERNIC  
**AGENT™**  
PROFESSIONAL

The Definitive Internet  
Search & Tracking Tool

- ✓ 30-Day Money-Back Guarantee
- 🔒 Secure Online Ordering
- 💰 Includes Free Software Updates

**\$79.95 Buy Now**

# Buscadores especializados y temáticos

- n Ofrecen resultados de un ámbito determinado de actividad
- n Son más útiles que los buscadores genéricos cuando buscamos una tipología determinada
- n **Elimina el “ruido”** que introducen otro tipo de páginas web
- n Poseen un **alto grado de parametrización**, por ejemplo, en *Google Scholar* podemos buscar sólo artículos recientes o en *Technorati* blogs con un determinado nivel de “autoridad”

# Buscadores especializados y temáticos (II)

- n **Noticias.** *Google News*  
<http://news.google.es/>
- n **Materiales académicos y científicos.**  
*Google Scholar*  
<http://scholar.google.es/schhp?hl=es&lr>
- n **Blogs.** *Technorati* <http://technorati.com/>

# Buscadores especializados y temáticos (III)

- n **Práctica:** Encuentra resultados sobre Bibliotecas Públicas en cada una de las 3 tipologías de buscadores reseñadas



# [ Buscadores personalizados ]

- n Son motores de búsqueda a medida del usuario. Usan la tecnología de los buscadores, pero realizan la búsqueda sólo en las webs que determine el usuario.

## Buscadores personalizados (II)

- n Ejemplo: Búsqueda personalizada de Google  
<http://www.google.com/coop/cse/>
- n Seeklis <http://www.seeklis.com/> es un buscador realizado por Javier Leiva con la tecnología de Google CSE y restringido tan sólo a blogs de Biblioteconomía y Documentación

## Buscadores personalizados (III)

- n **Práctica:** Diseña un motor de búsqueda personalizado, que tan sólo extraiga resultados de los siguientes dominios: [www.elpais.com](http://www.elpais.com); [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es); [www.abc.es](http://www.abc.es); [www.publico.es](http://www.publico.es);

# [ Fuentes ]

- n Lara P.; Martínez J.A.(2004) *Agentes inteligentes en la búsqueda y recuperación de información*. Planeta UOC.  
<http://eprints.rclis.org/archive/00006923/>
- n Arroyo N.; Ortega JL; Pareja V.; Prieto J.A.; Aguillo I. (2005) *Cibermetría. Estado de la cuestión*. In *Proceedings 9as. Jornadas Españolas de Documentación*, Madrid (Spain).  
<http://eprints.rclis.org/archive/00007206/>



[ Vuestro turno ]

---

MUCHAS GRACIAS POR LA ATENCIÓN

DUDAS, PREGUNTAS, COMENTARIOS, CRÍTICAS

¡AHORA !

O EN

[acabezasclavijo@gmail.com](mailto:acabezasclavijo@gmail.com)

# [ Créditos ]

- n Presentación para el curso **Recursos de información y herramientas de búsqueda** organizado por la **Red Municipal de Bibliotecas de Córdoba** los días 18 y 19 de diciembre de 2008
- n Autor: Álvaro Cabezas Clavijo ([acabezasclavijo@gmail.com](mailto:acabezasclavijo@gmail.com))
- n Imágenes:  
<http://www.classroomhelp.com/lessons/cclark/images/search>  
<http://lh5.ggpht.com/Ramayac/Slvlyyg-7eI/AAAAAAAAAA&>  
[http://www.pcoms.com/search-engines/SEs\\_logos\\_pic1.gif](http://www.pcoms.com/search-engines/SEs_logos_pic1.gif)



# Licencia



- n Esta presentación se comparte bajo una licencia Creative Commons 2.5
- n Puedes copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; y hacer obras derivadas con las condiciones de Reconocimiento del Autor y Fines no Comerciales
- n <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/>