



Cuadernos de Documentación Multimedia

[Inicio](#) | [Este Número](#) | [Acerca de la Revista](#) | [Contacta con Nosotros](#) | [Envío de Originales](#) | [Usuario](#) | [Suscripción](#) | [Buscar](#) | [Números 1-13 \(1ª Época\)](#) | [Números 14-16 \(2ª Época\)](#)

CDM Inicio > **Vol. 18 (2007)**

Dpto. Biblioteconomía y Documentación | UCM

NÚMERO 18 2007

artículos

1. Una herramienta de evaluación de buscadores internos para la valoración de medios de prensa escrita en la Red [HTML](#) | [PDF](#)
Alicia García de León and Jorge Caldera-Serrano



[Inicio](#) | [Este Número](#) | [Acerca de la Revista](#) | [Contacta con Nosotros](#) | [Envío de Originales](#) | [Usuario](#) | [Suscripción](#) | [Buscar](#) | [Números 1-13 \(1ª Época\)](#) | [Números 14-16 \(2ª Época\)](#)

Cuadernos de Documentación Multimedia. ISSN: 1575-9733



Una herramienta de evaluación de buscadores internos para la valoración de medios de prensa escrita en la Red

Alicia García de León
Universidad de la República de Uruguay
aliciag@seciu.edu.uy

Jorge Caldera-Serrano
Universidad de Extremadura
jcalser@alcazaba.unex.es

Resumen:

Basados en la creciente presencia de los medios de prensa escrita en la Web, las necesidades de recuperación interna en esas estructuras, y a partir de las singularidades de la información de prensa y su recuperación, los autores diseñan una herramienta de evaluación de buscadores internos en forma de tabla a la que denominan formulario de evaluación. Creada para ser aplicada a medios de prensa escrita, se trata sin embargo de un recurso exportable, pasible de ser utilizado en la evaluación a cualquier otra estructura Web. Además del objetivo central de ser un útil de evaluación, se contemplan también otros objetivos como: Servir de pauta para la creación de buscadores internos en general; contribuir a la racionalización de los esfuerzos destinados a propiciar la recuperación interna de los sitios Web; evitar los escollos en la tarea de creación de un buscador interno y reunir las pautas consideradas claves por los investigadores de la temática haciéndolas accesibles en un único recurso.

Palabras Clave:

Motores de búsqueda internos; Sitios Web; Mass Media; Acceso a la Información; Evaluación heurística; Control de Calidad

1. Sociedad de la información, medios de comunicación y el reto digital.

Asistimos al tránsito de una sociedad industrial, basada en la producción y la distribución de bienes, hacia una sociedad postindustrial, basada en el valor del conocimiento y la información como sostén de los procesos. Esa sociedad, que surge de la convergencia de nuevas tecnologías para la generación, el registro, el procesamiento y la recuperación de la información, con los nuevos soportes, recursos para el almacenamiento y medios para su transmisión se denomina Sociedad de la Información [1].

En este marco, el componente informativo es un insumo primera magnitud y resulta obsoleto el seguir hablando en abstracto de Sociedad de la Información y de Nuevas Tecnologías. Quienes trabajan en el ámbito periodístico deben asumir el desafío de

integrarse a los nuevos escenarios estudiando y entendiendo las Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) como necesarias para nuestra convivencia en comunidad. En consecuencia, han de adaptarse hacia un elemento multimedia y flexible, orientado a la producción de información de actualidad con cambios que agilizan y facilitan el trabajo y que llevan consigo unas mutaciones en las formas y en los hábitos laborales. Estos cambios no han sido capricho ni empresarial ni tecnológico sino una respuesta a las NTICs utilizadas y asumidas cada vez más por una sociedad digital y conectada en Red.

El Artículo 4 de la Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información muestra lo siguiente [2]: *"la comunicación es un proceso social fundamental, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social. Constituye el eje central de la Sociedad de la Información. Todas las personas, en todas partes, deben tener la oportunidad de participar, y nadie debería quedar excluido de los beneficios que ofrece la Sociedad de la Información"*. Y dentro de dicho proceso comunicativo debemos encuadrar a los medios de información

Como resultado de todo este cambio se desarrollan los modelos en línea para los nuevos consumidores de información. Se trata entre otros, de un sinnúmero de sitios *Web* que presentan ediciones periodísticas en línea e incluyen la información correspondiente a ediciones anteriores. Nacen estos como versiones electrónicas de medios que se presentan también en versión en soporte impreso, o se trata de medios que poseen desde su origen exclusivamente versiones electrónicas.

2 Características de la Información de los Medios de Comunicación.

Las características que le son propias e inherentes a la información de actualidad pueden agruparse en las siguientes:

Coincidencia o unanimidad temática. Esta similitud de contenidos ("coincidencia episódica") que encontramos en todos los medios de comunicación independientemente de la naturaleza y periodicidad de cada uno, se debe fundamentalmente a la dependencia que tienen dichos medios de las mismas fuentes de información.

Redundancia cíclica. La actividad informativa se centra en hechos modernos, contemporáneos. Además, se refiere principalmente a hechos de interés colectivo, social.

Estado de latencia. El que los medios no hablen de un tema concreto, no quiere decir que haya "caducado" en el tiempo; cualquier hecho o personaje puede poner nuevamente de actualidad su protagonismo, independientemente de su antigüedad.

Serialización y despliegue temporal. Una noticia periodística puede ser punto de partida de toda una serie de informaciones a lo largo de un tiempo. Son informaciones que reflejan las variaciones que experimenta un acontecimiento en cuestión.

Fenómeno de concentración o dispersión de personajes. Hace referencia al hecho de que algunos personajes centran el interés de los diferentes medios de comunicación mientras que otros son simplemente aludidos.

Multiplicidad de soportes. La dinámica de la información de actualidad y la interdependencia entre los distintos medios de comunicación provocan cambios continuos de soportes (teletipos, comunicados de prensa, boletines radiofónicos, material iconográfico, noticias impresas o materiales audiovisuales). Esta dispersión de fuentes será un obstáculo para la organización documental en su intento de homogeneización.

Fragmentación del mensaje. Dado que una de las rivalidades planteadas por los medios de comunicación – particularmente por la radio y la televisión – es la inmediatez de comunicación respecto al momento en que sucede un acontecimiento, un hecho es la comunicación fragmentaria del acontecimiento; en otras ocasiones, se debe al propio ritmo impuesto por la realidad que dificulta tener toda la información en un primer momento.

Predominio de documentos compuestos. La mayor parte de los contenidos informativos aportan materiales de diferente naturaleza en el relato de un acontecimiento. Lo habitual es que el texto se vea acompañado de una fotografía o que el relato del locutor o reportero sea simultáneo a la visualización de la imagen del hecho.

Mínimo esfuerzo. La rapidez impuesta por la actividad informativa obstaculiza el tratamiento y, como consecuencia, la recuperación de los documentos.

Estratificación de usuarios y usos existentes en los medios de comunicación, en ocasiones provocado por la especialización que emana de algunos espacios informativos destinados a un público determinado.

Relatividad de significados. Los documentos informativos cambian su significado cuando se modifica el contexto en el que se formula una solicitud.

Omisión. Nos referimos al hecho de que el periodista, de forma inconsciente o no, no revele algún dato relacionado con un acontecimiento. Esta omisión puede ser deliberada, con un carácter manipulativo (cuestiones ideológicas; en ocasiones, lo omitido se da por sabido); involuntaria (ante el desconocimiento por parte del periodista) o impuesta por factores externos (cuestiones espacio-temporales).

Información enciclopédica y universal. La información periodística abarca todas las ramas del conocimiento, todo tipo de actividades y todos los lugares. Todo esto se traduce en variedad de informaciones, intereses, sectores de la realidad social, etc. Esta interdisciplinariedad, que normalmente provoca la falta o dificultad de especialización, trae como consecuencia la multiplicidad de descriptores temáticos en una única noticia. Despersonalización. A pesar de que los medios intentan “acercarnos” los hechos que ocurren. Este distanciamiento se equilibra con la credibilidad que la audiencia tenga respecto a la fuente de información.

Grado/Nivel de tratamiento. La profundidad o superficialidad en el tratamiento de la información de actualidad está en función del medio en el que nos encontremos – prensa, radio o televisión – y, por tanto, del tipo de periodismo.

Ideologización. Cada medio de comunicación lleva a cabo la interpretación y narración de los hechos en función de sus intereses políticos y económicos. Esta realidad encuentra su equilibrio en la pluralidad de medios de comunicación existente.

Modas informativas. Relación recíproca entre la información y las masas; ambos elementos se condicionan entre sí.

Obsolescencia. La vigencia de la información, en general, es muy corta. Determinar o medir este valor es altamente subjetivo ya que dependerá del desarrollo de la propia realidad; es decir, un hecho puntual, que en un principio se cataloga con un breve ciclo de vida puede volver a tener vigencia transcurrido cierto período de tiempo.

Vaguedad del lenguaje periodístico, lo que crea problemas para la semántica documental como: sinonímica, homonimia, dependencia del contexto y relatividad de significados.

Se van a describir someramente las diferentes características de la Documentación Informativa en cualquiera de los medios de comunicación, siendo la gran distinción el tiempo y pautas en la respuesta, así como la naturaleza de los documentos recuperados:

Dualidad en el origen de las fuentes. Todo centro de documentación que forme parte de un medio de comunicación –tanto integrado como externo a éste – va a gestionar información propia o externa a la vez, ya que produce y requiere de las información de fuentes diversas como otros medios de comunicación, agencias de noticias e incluso de material monográfico externo.

Multiplicación constante de información heterogénea. Derivado del método y fórmula de trabajo, los medios de comunicación cuentan con una gran cantidad de material que se genera diariamente, lo que dificultado por la variedad de soportes, formatos, así como la multiplicidad de contenidos, hace necesario una exhaustiva organización documental.

Rapidez en la respuesta. Este hecho es inherente a la actividad informativa. Será una de las variables que mida la validez de un centro de documentación integrado o dependiente de un medio de comunicación.

Obsolescencia de la información. El ritmo de trabajo de los Departamentos de Documentación en los medios es trepidante, como trepidante son los acontecimientos que se recogen y se difunden por sus medios, pero junto con esta característica la información cuenta con una escasa duración vital útil para nuestros usuarios, por lo que habrá que contar con políticas de selección, conservación y expurgo que faciliten y agilicen los procesos de conserva y recuperación.

Dicotomía texto-imagen. Esta bifurcación de materiales dentro de los departamentos de documentación está presente en los medios de documentación escritos y audiovisuales. En prensa se cuenta con el texto y la fotografía que le acompaña; en televisión, además,

con la imagen en movimiento. Se hace referencia a que la banda visual, sonora y textual tienen, respectivamente, una carga significativa.

Diversificación de usuarios. Pero sin lugar a dudas uno de los elementos que más individualizan y especializan estos departamentos desde todos los puntos de vista es su usuario, especializado en las solicitudes y diverso en el origen y uso. Esto hace necesario llevar a cabo una correcta y adecuada política de actuación orientada siempre al usuario/periodista, dejando de lado a veces un mayor control normativo documental por la facilitación del acceso a la información por parte de éstos. Los usuarios, cada vez más independientes por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) interrogan sus bases de datos sin contar con el documentalista como intermediario, lo que le faculta como interrogador inexperto que debe ser orientado y asistiendo en sus consultas.

3 Recuperar en la *Web*, la recuperación interna

La sola presencia de la información en la Red, no garantiza su acceso y mucho menos su eficiente utilización. Cada día, se presentan a dominio público, un enorme número de páginas con creciente información; sin embargo, la mera existencia no necesariamente conlleva un buen relacionamiento entre la información presentada, su hallazgo, manejo y utilización. Por el contrario, mucha información permanece en silencio y mucha otra, lejos de alimentar a usuarios y sistemas, los ahoga [3].

Existen enormes facilidades para la edición en la *Web*. Resulta sencillo y económico presentar información en un servidor. Sin embargo, no se detectan esfuerzos parejos a la hora de cuidar los mecanismos de diseño y recuperación de los contenidos disponibilizados. Estamos aún lejos de concebir a los sitios *Web* como estructuras de información creadas para ser encontradas y utilizadas.

Así mismo, existen diversas iniciativas orientadas a la normalización y a la adopción generalizada de pautas para una buena recuperación de los contenidos, propiciando a la vez que el relacionamiento con la información sea fluido y eficiente.

Las carencias de diseño y conciencia de finalidad se manifiestan también cuando el usuario, ya delante de un sitio *Web*, quiere localizar información en su estructura. Se multiplican las fuentes de información de dudosa calidad, que se evidencia no solo en la deficitaria recuperación a través de los buscadores de la *Web*, sino también en una falta de estructura que los hace innavegables, y, entre otros aspectos, en la falta de recuperación interna.

Sostiene Marcos Mora [4]: "...La manera que se elija para presentar al usuario final la información es tan importante como el propio contenido de esos datos, ya que la forma en la que se haga accesible en pantalla va a determinar que la información cumpla su finalidad de ser útil o por el contrario se quede almacenada sin más..."

Una vez llegados a un sitio *Web*, ¿cómo se vinculan los usuarios con la información? Básicamente, los investigadores señalan 2 conductas: la llamada de navegación jerárquica que consiste en recorrer la estructura creada y el uso de buscadores internos. Mucho se ha escrito sobre la preponderancia de una conducta sobre otra.

Sin embargo, no se trata de conductas opuestas sino complementarias, respuestas distintas a demandas distintas [5]: “[...] la navegación jerárquica permite recorrer la estructura y procurar determinada información dentro de las páginas que componen un sitio Web. Mediante un buscador interno se localizan la o las ocurrencias de un término o un conjunto de términos. En consecuencia, cada comportamiento redundante en un producto esencialmente distinto, de diferente naturaleza y orientado hacia un objetivo diferente. Un tipo de comportamiento no sustituye a otro”.

La estructuración adecuada de la información es tan importante como su existencia y debe estar presente, exista o no, un buscador interno. La lectura en los sitios Web no es secuencial y se deben suministrar las formas adecuadas para que la navegación sea directa y provechosa. Nada sustituye a una buena estructuración

Cuando nos referimos a cierto tipo de contenidos como los sitios con información de actualidad, la buena estructuración sigue siendo esencial, pero se manifiesta por demás insuficiente. Por la misma naturaleza de los contenidos, por sus singularidades, el usuario necesita identificar la información con una precisión que la navegación no puede brindar. Así, los buscadores internos, importantes en cualquier estructura de información, se vuelven herramientas claves para el acceso.

Ante aspectos como: coincidencia episódica; redundancia cíclica, estado de latencia; la serialización, la concentración y dispersión de personajes o la fragmentación del mensaje, son estas bases de datos desarrolladas con interfaces que consideren singularmente la recuperación el camino pertinente.

4 Los motores de búsqueda como acceso a la información.

Denominamos buscadores a los programas informáticos que examinan la información existente en un sitio con el fin de localizarlo y recuperarlo, procediendo para conseguir tal fin indexación y almacenamiento. Con ese material se generan bases de datos que posteriormente serán interrogadas. Ahondando en la definición anterior, aquellos que indexan y almacenan un sitio Web serán los denominados buscadores internos o locales, siendo estos, herramientas útiles para encontrar información que contengan la concordancia con ciertas palabras de búsqueda en un ámbito restringido.

Se considera que aquellas sedes Web con más de 150 [6] ó 200 [7] páginas deben contar con un buscador interno, lo que pone de manifiesto la vocación de calidad de una sede Web. Tal y como sostiene Vicens [8] ejercen un “impacto emocional” sobre los usuarios que viven su presencia como un factor de profesionalismo, amigabilidad y seguridad.

Contar con un buscador interno para la recuperación de información, no es garantía de éxito. Es necesario que sea una herramienta de calidad, siendo constatado que en muchas sedes, los buscadores son soluciones simples, improvisadas y en muchos casos caóticas, repercutiendo en la credibilidad de la página por parte del usuario.

El diseño de un buscador interno debe responder a los requerimientos de su audiencia, los objetivos del sitio Web y a la naturaleza de los documentos. Dice Yusef Hassan [6] “[...]El grado de utilidad y necesidad de complejidad del buscador interno varía enormemente de un sitio web a otro...”

Además de la utilidad primaria de un buscador interno, éste puede ayudar a la evaluación y conocimiento de los métodos de consulta por parte de los usuarios. Por medio del análisis transaccional (análisis de las consultas) se podrá mejorar el motor de búsqueda como los métodos de indización.

Vanhoolandt [9] distingue tres posibles opciones a la hora de proporcionar un buscador por parte de un sitio *Web*:

- Utilización de las herramientas de búsqueda interna suministrada por quienes brindan hospedaje al sitio *Web*;
- contratación de servicios de indización a distancia suministrados por muchas organizaciones, en ese caso todas las actividades se efectúan en forma exterior al sitio, pasando a ser un objeto visitado;
- implementación y desarrollo de herramienta de búsqueda interna ofrecida por el propio sitio *Web*.

Optar por la primera opción debe de partir de la premisa de que el sitio que ofrece el hospedaje tenga un servicio de calidad, lo que no ocurre en la mayor parte de los casos, además de contar con unos costes asumibles. Queda evidenciada la dependencia a los prestadores de los servicios, tanto en recursos como en exactitud. Puede ser una solución temporal a la espera de la implementación de un motor propio.

Respecto al segundo método propuesto, la indización a distancia, conlleva la visita a la sede *Web* de un motor residente en un servidor externo, que indizará la información contenida en éste. Las consultas se formulan desde el propio sitio indizado enviando la consulta al servidor que presta el servicio de indización. Este tipo de servicio es llamado *Application Service Provider (ASP)*.

Esta solución es tributaria de la calidad del motor externo que se seleccione. Muchos autores consideran un hallazgo poder adoptar una herramienta cuyos mecanismos son conocidos y cuya operación le puede resultar familiar a los usuarios como es el caso de estos servicios brindados por *Google*. Claro está que la adopción implicar adquirir luces y sombras.

Se le cuestiona la posible falta de libertad en la adecuación de la herramienta (por ejemplo formatos de salida; mensajes de ayuda y error, criterios de posicionamiento) y que implica correr la suerte de otro servidor, por ejemplo, en términos de soporte y tiempos de respuesta. Bastante viable en muchos casos, puede ser, al igual que en la primera opción ofrecida, una solución temporal a la espera de la optimización de una tercera herramienta.

La **tercera solución** posible, se basa en la instalación de un motor dentro del sitio a cargo de sus propios administradores. Se trata de una opción que implica un gran esfuerzo e involucramiento. Han tomarse muchas decisiones, desde elegir el motor hasta el diseño de la interfaz de interrogación. Así mismo, permite desarrollar soluciones a medida, más flexibles, que pueden ser evaluadas constantemente y brindan una mayor capacidad de cambio.

5 Objetivos y metodología:

Como hemos visto, la existencia de un buscador interno en un sitio *Web*, no garantiza la calidad de la recuperación de su información interna. Es esencial que la herramienta, mas allá de su presencia, sea adecuada para los requerimientos de los usuarios y contemple la naturaleza de los contenidos a recuperar. Un buscador debe “hacerle justicia” a los contenidos que indiza y con ese fin debe ser diseñado.

La calidad de un buscador interno se sustenta en varios pilares, ninguno “*per se*” determina su valor, todos interactúan y se potencian entre sí. Así por ejemplo, un motor de búsqueda potente como programa, puede verse opacado en su aplicación por una interfaz rígida o pobre que no permite utilizar su potencialidad; igualmente, un buen desarrollo que resulta inubicable para los usuarios, o que brinda un listado de resultados imposible de recorrer o pobre en sus referencias, no puede ser considerado una herramienta de calidad.

El presente trabajo se propone suministrar una herramienta de evaluación de buscadores internos. Esta herramienta se presenta en forma de tabla, que se ha denominado “formulario de evaluación”. Creada para ser aplicada a medios de prensa escrita, se trata sin embargo de un recurso exportable, pasible de ser utilizado en la evaluación a cualquier otra estructura *Web*.

Esta iniciativa tiene además otros objetivos como:

- Servir de pauta para la creación de buscadores internos;
- contribuir a la racionalización de los esfuerzos destinados a propiciar la recuperación interna de los sitios *Web* en general con énfasis en los requerimientos propios de los medios de prensa escrita en su versión *Web*;
- reunir las pautas consideradas claves en las investigaciones sobre el tema, haciéndolas accesibles en un único recurso;
- evitar escollos en la tarea de creación de un buscador interno.

6 El Diseño del formulario.

El formulario se ha elaborado a partir de los criterios enunciados por los investigadores de la temática como Nielsen [10], Hassan [6], Vanhoolandt [9], Vicens [5] y Marcos Mora [4].

Se trata de una herramienta estructurada en forma de *checklist*, para facilitar la práctica de la evaluación. Los distintos aspectos están enunciados en forma de preguntas a las ha de responderse con sí/no, presencia/no presencia, existencia/ausencia y agrupados en subconjuntos como: “presentación y el acceso” u “operatividad y recuperación”.

Es simple en su concepción, con un vocabulario preciso, destinado a evitar interpretaciones múltiples o criterios ambiguos. Presenta enunciados breves y coherentemente vinculados, agrupados por áreas de atención o focos destinados a facilitar el análisis. Se han incorporado ejemplos o cita casos cuando estos se consideraron pertinentes.

La acción se orienta a aportar elementos para racionalizar esfuerzos, en el entendido de que los buscadores internos son herramientas críticas en la recuperación de la

información disponibilizada y claves en el relacionamientos del usuario con los contenidos.

La validación de la herramienta de evaluación se efectuó a través de sucesivas aplicaciones del formulario a una decena de medios de prensa iberoamericanos en su versión *Web*, y dio lugar a 5 versiones del formulario. Siendo la última versión la que presentamos en el ítem 7.

Si bien la selección de medios utilizados para la validación es arbitraria, atiende a periódicos iberoamericanos con cobertura nacional en su formato papel, ya que la versión en digital modifica por completo su cobertura y alcance y se han estimado más importantes/conocidos del ámbito hispano hablante.

Los medios analizados fueron:

<i>Nombre y URL del Medio</i>	<i>País</i>
<i>Clarín</i> http://www.clarin.com/	<i>Argentina</i>
<i>La Nación</i> http://www.lanacion.com.ar/	<i>Argentina</i>
<i>Folha de São Paulo</i> http://www.folha.uol.com.br/	<i>Brasil</i>
<i>El Mercurio</i> http://diario.elmercurio.com/2006/06/03/portada/index.htm	<i>Chile</i>
<i>El Espectador</i> http://www.elespectador.com/html/i_portals/index.php	<i>Colombia</i>
<i>Granma</i> http://www.granma.cubaweb.cu/	<i>Cuba</i>
<i>El País</i> http://www.elpais.es/	<i>España</i>
<i>El Mundo</i> http://www.elmundo.es/	<i>España</i>
<i>El País</i> http://www.elpais.com.uy/	<i>Uruguay</i>
<i>La República</i> http://www.larepublica.com.uy/lr3/	<i>Uruguay</i>

7 Formulario para la evaluación de los buscadores internos.

A continuación se presenta la tabla creada para utilizar en el análisis de los buscadores internos de los medios de comunicación de prensa escrita *online* seleccionados.

Sin duda, muchos de estos criterios pertenecen a más de un grupo o, siendo parte de un grupo se materializan o visualizan en otro. Por lo tanto, debe tomarse como una guía para la evaluación de los motores de búsqueda internos de los medios de comunicación aunque pudieran analizarse otros aspectos en sí mismo así como en relación con el entorno institucional y con el entorno *Web*.

Su confección se basa en la creación de una herramienta ágil y útil para analizar estas herramientas sin menoscabo de cambios en su estructura formal. Un buen análisis de la *Web* nos servirá como diagnóstico válido para la modificación o implementación de diferentes parámetros en el buscador de la sede *Web*.

Área 0. Previo
¿Existe un buscador interno?
¿Se trata de un buscador desarrollado por la organización responsable del sitio <i>Web</i> ?
¿ <input type="radio"/> se trata de un buscador desarrollado externamente al sitio <i>Web</i> ?
¿Existe identidad gráfica y de diseño entre todo el sitio y este desarrollo?
¿Abarca la indización de un período limitado de las ediciones o indiza toda la vida del medio en línea?

Área 1. La presentación y el acceso
¿Se distingue claramente su presencia?
¿Es accesible desde todas las páginas?
¿Se accede a él a través de una tecla o palabra?
¿ <input type="radio"/> está presente "la caja" directamente?
¿Su ubicación aparece en el ángulo superior derecho?
¿La caja es suficientemente grande?
¿La tecla que activa la búsqueda se distingue claramente y se asocia a su función?
¿Se trata de una presentación estrictamente simple?
¿ <input type="radio"/> incorpora <i>scoped</i> , acceso a búsqueda avanzada, acceso a búsqueda en Internet, información adicional o ayuda?
¿Tiene alguna aclaración de alcance en términos de tipo de documentos y soportes?
¿Tiene alguna aclaración de alcance temporal temporal?
¿Incluye información técnica sobre la herramienta?
¿Hay mecanismos para consultar o escribir a los responsables de la publicación desde el buscador (por correo electrónico)?

Área 2. Presentación Interfaz de búsqueda
¿Atiende la interfaz consideraciones ergonómicas?
¿La interfaz de búsqueda es simple y clara?
¿Presenta forma de búsqueda simple?
¿Presenta forma de búsqueda avanzada?
¿Presenta ambas formas de búsqueda?
¿Las dos opciones se distinguen claramente?
¿Puede el usuario optar por otro idioma para la interfaz?
¿Son claros los mecanismos de acotar la búsqueda?

Área 3. Operatividad y recuperación
¿Busca a texto completo?
¿Permite restringir la búsqueda por algunos campos, secciones o áreas temáticas?
¿Acepta operadores booleanos?
¿Debe el usuario digitar los operadores?
¿ <input type="radio"/> se usan recursos de ayuda para mediar como: "Coincidencias con todas las palabras (Y)"?

¿Acepta otros operadores, por ejemplo de proximidad?
¿Acepta truncamientos?
¿Acepta términos compuestos o frases exactas, por ejemplo entrecomillados?
¿Permite seleccionar el idioma de los documentos a recuperar?
¿Permite seleccionar la fecha de los documentos?
¿Permite seleccionar el lugar geográfico de los documentos?
¿Permite seleccionar por tipo de documento o por soporte?
¿Diferencia mayúsculas y minúsculas?
¿Omite las palabras vacías (registradas en el <i>stopword</i>)?
¿Contempla el <i>stopword</i> las singularidades de los diversos idiomas?
¿Permite guardar y acceder a las búsquedas ya efectuadas?
¿Permite a partir de las búsquedas ya efectuadas modificar o reformular una estrategia de búsqueda a veces incluso dejando cuadro listo para rearmar la ecuación?
¿Sugiere términos de búsqueda o corrige posibles errores ortográficos?
¿Existen demoras en la/s respuesta/s?

Área 4. Presentación de los resultados
¿Se suministra la ecuación que generó estos resultados?
¿Se suministra el número de ítems recuperados?
¿Brinda un listado breve que permite profundizar?
¿ <input type="radio"/> brinda un listado desarrollado con todas las citas completas?
¿Se puede elegir entre listado breve o citas completas?
¿Indica en las referencias o en el cuerpo del documento que trae la ocurrencia de los términos de la ecuación demandada? Señalándolos por ejemplo en otro color o iluminándolos.
¿Se puede navegar entre las páginas de resultados?
Por defecto: ¿Se presentan los resultados ordenados por algoritmos que infiere relevancia?
Por defecto: ¿Se presentan ordenados por fecha?
¿Se puede seleccionar el modo de ordenación?
¿Presenta la referencia el título del documento?
¿Presenta la referencia el nombre del autor/es del documento?
¿Presenta la referencia la fecha del documento?
¿Identifica la referencia la publicación donde aparece (en caso de buscar en varias)
¿Identifica la referencia la sección o el suplemento de la publicación donde aparece el documento?
¿Suministra la referencia enlace al documento propiamente dicho?
¿Indica la referencia grado de coincidencia o pertinencia con la demanda (estrellitas, porcentajes, un icono o un texto)?
¿Presenta la referencia material adjunto (videos, fotos)?
¿Presenta la referencia acceso a documentos asociados o similares?
¿Presenta la referencia resumen o muestra del texto del documento?
¿Presenta la referencia la URL donde está el documento?
¿Indica la referencia el total de palabras o el tamaño del documento?
¿Se puede elegir entre varios formatos de visualización?
¿El formato de visualización se puede configurar a medida?
¿Se pueden seleccionar registros?
¿Se pueden transferir los resultados directamente por correo electrónico o fax?
¿Se pueden imprimir los resultados?
¿Se pueden imprimir solamente alguna/s páginas o partes seleccionadas de un texto?

Área 5. La documentación de apoyo, ayuda e instrucción
¿Se suministra ayuda?
¿Esta ayuda proporciona ejemplos?
¿Contemplan la ayuda la existencia de distintos niveles de usuarios?
¿Está la ayuda en diferentes idiomas?
¿Presenta esa ayuda en paralelo al recurso?
¿ <input type="radio"/> un texto "entero" al que se accede por un enlace? Aquí separé
¿Está asociada incluso gráficamente al recurso? (mensajes breves de ayuda asociados a la operación? Por ejemplo texto alternativo en las teclas e íconos)
¿Existe tanto ayuda en paralelo como asociada al recurso?
¿Están presentes textos introductorios?
Estos textos introductorios: ¿Presentan ejemplos?
Estos textos introductorios: ¿Están en diferentes idiomas?
Estos textos introductorios: ¿Se contemplan la existencia de distintos niveles de usuarios?
¿Existen mensajes de error claros que pauten o auxilien futuras acciones?
¿Están estos mensajes asociados a la ayuda?

8 Conclusiones

Los esfuerzos destinados a recuperar información deben ser tan importantes como los destinados a producirla. Frente a determinados volúmenes de información, se hace imprescindible extremar el cuidado en diseñar caminos adecuados para el acceso.

Si bien es posible navegar información de actualidad (por ejemplo a partir de una fecha, un período o por las secciones o suplementos de un medio de prensa) este mecanismo no permite recuperar la presencia de un/os términos y sus combinaciones y mucho menos seleccionar períodos, soportes o autores.

La información de actualidad, por su misma naturaleza requiere desarrollar estrategias complejas, ecuaciones de búsqueda que permitan precisión en la recuperación. Requiere además, el establecimiento de mecanismos amigables de interacción usuarios-información.

Como hemos visto, las conductas de navegación y el uso de un buscador interno no son acciones opuestas sino complementarias, acciones que redundan en productos esencialmente distintos.

Ante la naturaleza de esta información y las singularidades de la demanda, no incorporar un buscador interno al un sitio *Web* implica condenar los contenidos al silencio.

Hemos visto también que, por su sola existencia un buscador interno no resuelve el tema de la recuperación, tampoco lo resuelve por sí mismo un motor de búsqueda por más potente que éste sea considerado. Los buscadores internos requieren considerables esfuerzos de adecuación. En muchas circunstancias es la implementación del recurso la

- [6] Y. Hassan Montero, Buscador Interno (2002). Available at: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/buscador_interno.htm (accessed 6-06-2006)
- [7] K. Instone, Site Usability Heuristics for the Web (1997). Available at: http://www.webreview.com/1997/10_10/strategists/10_10_97_2.shtml (accessed 6-06-2006)
- [8] T. Vicens Arasanz, Normas básicas de usabilidad para buscadores internos (2002). Available at: http://www.evoluty.com/esp/columns/20021024_usabilidad_buscadores.html (accessed 6-06-2006)
- [9] P. Vanhoolandt, Les moteurs de recherche internes (1999). Available at: <http://www.vanho.com/articles/1377.htm> (accessed 6-06-2006)
- [10] J. Nielsen, Search and You May Find (1997). Available at: <http://www.useit.com/alertbox/9707b.html> (accessed 6-06-2006)
- [11] J. D. Byrum, Recomendaciones para la mejora urgente que necesita el OPAC y el papel de la Agencia Bibliográfica Nacional para llevarla a cabo (2005) Available at: http://www.ifa.org/IV/ifla71/papers/124s_trans-Byrum.pdf (accessed 6-06-2006)
- [12] Christen DeProto, Sulzberger: Journalism still matters (2005) Available at: <http://journalist.org/2005conference/archives/000359.php> (accessed 6-06-2006)