

Noticias EFE | 08/09/2010 | 12:56h

El vicepresidente de Investigación para Europa y Latinoamérica de Yahoo!, Ricardo Baeza-Yates, ha analizado hoy en Valencia el futuro de los buscadores de Internet y ha apostado por "cautivar" a los usuarios con búsquedas "más rápidas y sencillas".

Baeza-Yates ha sido el encargado de abrir la primera jornada del Congreso Español de Informática (CEDI), que se prolongará hasta el 10 de septiembre en las instalaciones de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV).

En su ponencia "**Las próximas fronteras de la búsqueda**" ha explicado que la parte básica de la obtención de información en la web "ya está resuelta" y se ha consolidado como una tecnología "madura" que en la actualidad está más limitada por el coste de la infraestructura que por la investigación.

El directivo de Yahoo! ha señalado que los futuros "desafíos" en este ámbito tendrán más que ver con "la experiencia del usuario, la riqueza de los datos proporcionados y las aplicaciones novedosas".

El reto, ha aseverado, consiste en conseguir que los usuarios "hagan lo que tengan que hacer de una forma más rápida y sencilla" gracias a los **adelantos en los motores de búsqueda de Internet**.

Para mejorar esta experiencia en las búsquedas de los internautas, Baeza-Yates ha apostado por utilizar las características de la denominada web 2.0, que permite una mayor interacción entre los administradores de los sitios y los usuarios.

Según ha indicado, varios estudios demuestran que la información que producen los internautas "es mayor" que la que proporciona la propia red, de manera que Internet "se democratiza", un fenómeno que ha aumentado con la aparición de las redes sociales como Twitter o Facebook.

A juicio del informático, los servicios de búsqueda como Yahoo! o Google deben utilizar los datos que proporcionan los usuarios para mejorar su servicio, haciendo la **búsqueda más completa y sencilla**.

Los buscadores, ha continuado, "tienen que adivinar qué quiere hacer la gente cuando busca información", teniendo en cuenta "que cada persona es diferente", por lo que hay que analizar las sesiones de cada usuario.

Además, ha apostado por "incentivar que los usuarios aporten información a la Red", con un sistema que permita "que la gente opine acerca de cómo hacer que los resultados de las búsquedas sean mejores".