

2.3. Presentación de resultados

La explotación del contenido de los motores se lleva a cabo mediante la consulta a través de una interfaz web. Los motores suelen ofrecer una interfaz sencilla o simplificada, que presenta la típica caja de diálogo para introducir una expresión, y una interfaz avanzada, que ofrece más opciones para establecer parámetros que refinan y limitan los ámbitos de búsqueda. Estas interfaces permiten enviar al motor de recuperación la expresión o ecuación de búsqueda formulada por el usuario. Este componente, sobre el que los motores son poco dados a ofrecer información, es la clave para la recuperación de información, ya que es el responsable de traducir la ecuación de búsqueda, en formato textual, a una expresión matemática que es la confrontada con el contenido de la base de datos.

La presentación de las respuestas obtenidas se basa en la presentación de listados de respuestas, ordenados de mayor a menor relevancia según cálculo propio del motor de recuperación. El conocido [PageRank](#) de Google es un algoritmo de ordenación que utiliza diferentes criterios para asignar la relevancia. Estas listas, generadas de forma dinámica como resultado del proceso de interrogación, contienen el listado de respuestas, indicando para cada una de ellas su título, url, fecha, tamaño, un breve resumen que suele corresponder a las primeras líneas o a las cabeceras del contenido, y otros datos. Los resultados se muestran ordenados según la pertinencia dada a cada documento, comparándolo con la expresión formulada por el usuario. En los motores también se incorporan opciones que ofrecen acceso a resultados similares o del mismo tipo, utilizando para ello precisamente la distancia entre los vectores que representan documentos dentro del espacio vectorial. Finalmente, tras el listado de respuestas se ofrece de nuevo la interfaz de interrogación, para que el usuario pueda reformular la expresión de búsqueda si es necesario.

Los motores de búsqueda, excepto algunas excepciones, son un negocio. Están sostenidos y operados por empresas comerciales, lo que supone que junto a los resultados de una búsqueda es posible encontrar enlaces que no son resultados de esa búsqueda. Hay que diferenciar entonces entre lo que se llama “[búsqueda orgánica](#)”, y lo que no. **Búsqueda orgánica es el conjunto de resultados que no son anuncios, y que proceden de un proceso de búsqueda y presentación neutral.** En los listados de respuestas, aquellos resultados que no son orgánicos, que son publicidad, deben presentarse siempre identificados como “Anuncio”.



Hembrillas, escarpías y alcayatas - Leroy Merlin



Te ofrecemos una amplia colección de hembrillas, **escarpías** y alcayatas para todo tipo materiales.

<https://www.amazon.es> > escarpías > k=escarpías ▾

1-48 de 706 resultados para "escarpías" - Amazon.es



Amazon.es: **escarpías**. ... Ganchos de Tornillo, 100 Pcs Alcayata en Forma de L, Pequeños Alcayatas Pared de Madera, L **Escarpías** Tornillería Cancamos para ...

<https://www.bricomart.es> > clavos-hembrillas-y-alcayatas ▾

Escarpías | Bricomart

Descubre nuestra amplia gama de **escarpías**. Las mejores marcas y la mejor calidad, en Bricomart.

<https://www.bauhaus.es> > pernos-hembrillas-y-escarpías

Pernos, hembrillas y escarpías | BAUHAUS



Escarpia roscada. Ø x L: 3,8 x 15 mm, 8 ud., Rosca de madera, Baño de latón, Con saliente. 2

Variantes. 3,19 €. por unidad. Disponible online.

Fig. 7.

Una búsqueda

poco orgánica ([fuente original](#)).

Progresivamente, los motores han ido añadiendo más prestaciones de cara a los usuarios, como el mantenimiento del historial de búsqueda, el establecimiento de alertas personalizadas con nuevos resultados sobre una búsqueda dada, o la posibilidad de compartir resultados con otros usuarios.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



Revision #7

Created 27 October 2022 18:28:27 by Jesús Tramullas

Updated 18 January 2023 09:45:08 by Equipo CATEDU