



MIGUEL ÁNGEL CRIADO
ALMERÍA

Google, que lo fiaba todo a la matemática de su algoritmo, invita ahora a los internautas a bloquear los resultados del buscador que quieren. Si decide hacerlo, en su próxima búsqueda ya habrán desaparecido. Aunque el bloqueo sólo afectará a lo que ve cada uno de ellos, la compañía no descarta usar esta información para afinar su sistema. Con 2.000 millones de usuarios censurando páginas, la introducción del factor humano preocupa a los webmaster porque puede desvirtuar la *justicia matemática* de Google.

"Ahora hay otra manera de encontrar más sobre lo que estás buscando, al bloquear los sitios que no quieres ver", explican los ingenieros responsables de la calidad de las búsquedas de Google, Amy Champaneria y Beverly Yang, en el blog oficial de la compañía. Con la nueva herramienta, cuando un usuario busca sobre *football* (americano, en este caso), en Google le saldrán también páginas de fútbol europeo. Debajo de cada uno de estos enlaces aparece desde ayer la opción de bloquear ese sitio. Cuando vuelve a rastrear algo similar, esos sitios ya no volverán a aparecer.

"Es probable que hayas tenido la experiencia de hacer clic en un resultado que no era exactamente lo que estás buscando", explica el blog. "Puede que el resultado no fuese el correcto, otras veces es posible que te disguste el sitio en general, ya sea por su contenido ofensivo, pornográfico o de baja calidad. Para ocasiones así, tendrás una nueva opción para bloquear dominios concretos en tus resultados de futuras búsquedas". Aunque mencionan tres categorías, el usuario podrá borrar los sitios que quiera. Las páginas despreciadas caen en una lista de bloqueo que el usuario siempre puede visitar para levantar algún veto o añadir más webs a esta lista negra. El servicio, que hoy sólo está disponible en la versión en inglés de Google, se irá ampliando al resto de idiomas y países en los próximos días.

"Google le ha dado un toque humano a su algoritmo", dice Ismael El-Qudsi, en su momento máñager de búsquedas en MSN y ahora responsable de nuevos medios en Havas Digital. Para este experto en posicionamiento en buscadores (SEO), "estamos ante un movimiento importante del buscador para mejorar sus resultados". Google podrá aprender de lo que bloquee muchos usuarios. En principio, las listas de bloqueo

GOOGLE

El buscador cede el control al internauta

Los usuarios podrán censurar resultados de la web // Los expertos creen que la compañía está rediseñando su algoritmo para hacerlo cada vez más humano



son personales, pero Google las podría usar para revisar el lugar en que aparece una página determinada. "Lo que bloquea uno no importa pero y ¿si lo hacen 100 o 1.000?", plantea El-Qudsi.

De hecho, la compañía dice en su blog que, aunque no va a usar por ahora el bloqueo de dominios como una medida para establecer su ranking en el buscador, analizarán los datos para ver si se pueden aprovechar "para evaluar y mejorar nuestros resultados de búsqueda en el futuro". En el mundo hay 2.000 millones de internautas y la mayoría usa Google. En España, cerca del 90% opta por este buscador. La posibilidad de que tanta gente empiece a bloquear sitios preocupa a los expertos en posicionamiento en buscadores o SEO.

La importancia de la posición

Un estudio realizado por la consultora User Centric en enero volvió a demostrar lo importante que es aparecer bien colocado en los buscadores. Usando un sistema de rastreo comprobaron que apenas el 10% de los participantes miraba más allá del quinto o sexto enlace que ofrecía el algoritmo de Google. Por eso son tan codiciados los buenos SEO, las empresas se los rifan para que su página salga lo más arriba posible. El juego era cosa de dos. Por un lado, el algoritmo de Google, que determina la relevancia de un sitio en función de una fórmula que valora los enlaces a esa página como votos positivos. Por otro lado estaban los SEO que, con técnicas más o menos honestas, intentan escalar posiciones en el ranking.

"Ahora, la intervención humana hará que Google se salga del control del webmaster", explica el consultor web y profesor de diseño web Luis Molina. Para él, el movimiento de Google puede tener consecuencias inesperadas. "Puede de haber un grupo de usuarios con animadversión hacia un sitio. ¿Google usará esta pista para penalizarlo?", se pregunta. De hecho, como plantea un usuario en el sitio que Google ha habilitado para responder a las dudas sobre su nueva herramienta, podría ocurrir que se organizaran campañas contra una página. "Google debería habilitar un canal para negociar el desbloqueo", opina Molina. "El que me bloquee puede ser un competidor o alguien con mala uva", añade.

Para el profesor del IE Business School Enrique Dans, la herramienta de Google da al usuario la posibilidad de decidir qué es o no relevante, "pero a nadie se le escapa que millones de usuarios expresando



matt cutts

About 838,000 results (0.10 seconds)

> Matt Cutts: Gadgets, Google, and SEO
A Google associate gives insight into the company, search engine index updates and SEO issues
www.mattcutts.com/blog · Cached · Similar · Block all mattcutts.com results

Google/SEO
About Me
PageRank sculpting
What would you do if you were CEO ...
More results from mattcutts.com »

Search Advanced search

El botón 'bloquear todos los resultados' aparece debajo de las búsquedas.

sus preferencias ofrecen una posibilidad enormemente ventajosa de depurar en tiempo real un algoritmo que muchos consideraban que, a medida que las técnicas de manipulación progresaban, estaba perdiendo gran parte de su calidad y su sentido".

Tanto Molina como Dans relacionan el bloqueo con el cambio en el algoritmo que introdujo Google hace unas semanas. Entonces, el buscador lanzó una nueva versión que busca penalizar a las llamadas 'granjas de contenido', sitios con material copiado de otras páginas y llenos de palabras clave y enlaces que usurpaban los primeros puestos del buscador. "Si los usuarios señalan un sitio como no deseado, puede responder a muchos factores, pero uno de ellos podría hipotéticamente ser su irrelevancia", comenta Dans. El también bloguero destaca que esto último puede ser muy positivo para el futuro de las búsquedas. "Hay muchos factores detrás de la idea de relevancia, y que muchos millones de usuarios ex-

Se crea una lista que el usuario siempre puede visitar para levantar vetos

La compañía no descarta usar esta información para afinar su sistema

Los webmaster temen que se desvirtúe la 'justicia matemática'

presen sus preferencias proporciona a Google una visibilidad agregada descomunal", explica. La compañía podría mejorar su algoritmo sin coste alguno, gracias al feedback de los usuarios.

Sobre el lado oscuro de la maniobra, se plantean varias posibilidades. Para El-Qudsí, es un guiño a la web social. "Google no está de moda, lo están Facebook o Twitter. Pero dando esta opción al usuario se hace más social". Molina va algo más allá: "Fuera de sus cavilaciones matemáticas, Google necesita nuevas herramientas para seguir afinando su buscador, y qué mejor herramienta que todos nosotros", plantea. Al largo plazo, el interés podría ser comercial. Como dice Molina, "así irá mejorando el conocimiento que tiene de cada uno para conseguir su fin último, la mejor publicidad personalizada".

En lo que coinciden todos es en que los buenos SEO, los que dan contenido interesante, no tienen que tenerle miedo a la herramienta que da Google a los internautas. •

CIFRAS

Un gigante con un gran control del mercado

12%

> PÁGINAS

Cuando Google cambió su algoritmo el pasado febrero para que los sitios que tuvieran un "escaso valor" apareciesen en puestos inferiores, estimó que esa variación afectaría a un 12% de las búsquedas.

80%

> SITIOS

Un 80% de las webs penalizadas con ese algoritmo coincidían con las que los usuarios de Chrome habían bloqueado a través de una herramienta del navegador.

500

> CAMBIOS

Google realiza unos 500 cambios al año en su algoritmo de búsqueda.

66%

> DE INTERNAUTAS EN EEUU

La cuota de mercado de Google en España se estima en un 90%. En EEUU, esa cifra se reduce a un 66%.

39,8

> MILLONES DE MINUTOS

Los internautas de EEUU suelen navegar por sitios de Google durante unas 664.000 horas al mes.

El Senado de EEUU podría investigar a la compañía

Un senador pide examinar las quejas de compañías rivales sobre el algoritmo

M. A. C.
ALMERÍA

— Las sospechas de que Google puede estar favoreciendo a sus propios servicios en el ranking del buscador están siendo investigada por la Unión Europea. Pero ahora, un senador estadounidense también lo quiere investigar allí, en la misma casa de Google.

El senador demócrata por Wisconsin, Herb Kohl, es el presidente del subcomité del Senado sobre Antimonopolio, Políticas de Competencia y Derechos de los Consumi-

dores. Y ha declarado que en su agenda tiene investigar a Google. "En los últimos años, el dominio sobre las búsquedas en internet del motor más grande del mundo, Google, se ha incrementado, y la compañía se ha esforzado en mantenerlo adquiriendo sitios de comercio electrónico en innumerables empresas", dice el senador Kohl, en una nota de prensa.

El plan del senador es escuchar a las empresas de la competencia. "En este sentido, examinaremos de cerca las denuncias planteadas por los sitios web de comercio electrónico que compiten con Google de que están siendo tratados injustamente en el ranking de búsquedas y en su capacidad de compra de



El Capitolio de EEUU.

publicidad basada en búsquedas".

Los senadores también estudiarán el impacto que sobre la competencia pueden tener algunas compras en las que se ha embarcado Google. Una en particular preocupa en EEUU: la oferta que ha hecho por la tecnología de búsqueda de vuelos ITA. Su incorporación a la galaxia Google podría, según sus rivales, alterar el mercado de los viajes.

Un grupo de agencias de viajes online, entre los que se incluyen Expedia, Kayak, Travelocity y TripAdvisor, están presionando al Departamento de Justicia para bloquear el acuerdo. Microsoft también se ha apuntado y, entre todas, han creado la coalición FairSearch (Búsqueda Limpia).

La investigación europea, por su parte, se inició hace algo más de un año tras la denuncia de tres páginas web, que aseguran que la compañía manipula los resultados para promocionar sus propios servicios. •