

INTERNET

Los nuevos buscadores dan respuestas concretas y en su contexto geográfico

Las soluciones de Sitesa identifican cualquier texto y lo sitúan en un mapa - Bitext ha creado una herramienta, NaturalFinder, para buscadores inteligentes -Esta semana se publica la segunda versión de Naveganza

LAIJA REVENTÓS 08/05/2008

Vota ☆☆☆☆☆ Resultado 0/10/10 ☆☆☆

En febrero de 1994 Yahoo! tenía en su directorio 100 direcciones *web*. Sólo el 0,24% de la población mundial era internauta. Hoy hay 1.300 millones de personas conectadas a Red y pueden bucear entre más de 165 millones de *webs* activas, según Netcraft.

Asistentes virtuales

La noticia en otros webs

- webs en español
- en otros idiomas

Internet almacena todo tipo de contenidos: textos, documentos, fotografías, música, bases de datos, mapas..., aunque no toda es válida ni, sobre todo, fácil de encontrar. Es un problema que crece exponencialmente y que ni Google resuelve: se busca la aguja y éste devuelve el pajar.

Las búsquedas sociales, guiadas, semánticas, *faceted* (buscar información desde una o más perspectivas) o basadas en lenguaje natural, los métodos estadísticos, los asistentes virtuales y la inteligencia artificial tratan de resolver esta cuestión no sólo en el macrouniverso de Internet, sino en entornos más acotados, pero también repletos de contenidos, como la Administración, bancos o grandes compañías.

La española Sitesa está especializada en las geobúsquedas: facilita el acceso a la información desde el punto de vista geográfico. La compañía integra distintas soluciones como las de la estadounidense Metacarta, que permiten "identificar cualquier formato de información no estructurada y situarlo en un mapa". "Ten en cuenta que más del 75%

La española Sitesa está especializada en las geobúsquedas: facilita el acceso a la información desde el punto de vista geográfico. La compañía integra distintas soluciones como las de la estadounidense Metacarta, que permiten "identificar cualquier formato de información no estructurada y situarlo en un mapa". "Ten en cuenta que más del 75% de las búsquedas tienen componente geográfico", dice Pedro Torres, su responsable de innovación y mercadotecnia.

Su *geobuscador*, que encuentra la información sobre un lugar y acotado en un espacio y tiempo determinado, se emplea en ámbitos estratégicos (defensa, seguridad, petrolera) donde se analiza mucha información en poco tiempo. Es una solución compleja que incorpora varias tecnologías, como "la extracción de información geográfica, la minería de datos visual y el reconocimiento del lenguaje natural".

Complemento

NaturalFinder es la solución que incorpora Sitesa a su *geobuscador*. Lo desarrolla la española Bitext. "Es un complemento de cualquier buscador que usa el lenguaje espontáneo de los humanos -lenguaje natural- y permite hacer preguntas directas sin introducir palabras clave", cuenta Antonio Valderrábanos, fundador de esta compañía creada en 2001 y especializada en organizar los contenidos por sus propiedades lingüísticas. NaturalFinder se usa en el Instituto Nacional de Administraciones Públicas (INAP), que suministra información a los funcionarios, y el Ministerio de Defensa, entre otros.

Isoco, que se dedica a la gestión de la información, y Bitext presentan hoy la segunda versión de Naveganza. Este buscador basado en tecnología semántica y lenguaje natural será capaz, según Jesús Contreras, director de I+D+i de Isoco, "de entender al internauta y dar respuesta a su petición". Naveganza es un buscador de tercera generación. "Mientras que el tradicional trabaja según palabras clave", explica Contreras, "el semántico relaciona documentos por conceptos y significados. El primero da enlaces que contienen los términos clave; el segundo, respuestas".

Isoco, que crea aplicaciones para que las máquinas entiendan a los humanos, implantó el primer buscador semántico para el Real Instituto Elcano en 2004. La segunda versión, con el nombre de Naveganza, incorporó el lenguaje natural de Bitext y se instaló en el buscador de trámites del Ayuntamiento de Zaragoza y para uso interno de los operadores de la guía 11811.

La segunda versión de Naveganza que hoy presentan ambas empresas "aún tendrá mayor capacidad de comprensión porque incorpora todas las tecnologías de la lengua: semánticas. La meta es que en un futuro próximo se conviertan en asistentes virtuales. Por ejemplo, el internauta le podrá hablar con naturalidad para pedir lo que quiere encontrar", dice Contreras.

Antonio Valderrábanos, filólogo fundador de Bitext, asegura que Naveganza será mejor que el más popular de los buscadores. "Google es único en Internet, sobre todo en explotar los enlaces a diferentes páginas, pero es menos útil en entornos corporativos".

Bitext, fundada en 2001, comercializa sus productos desde 2005. "Nuestro *software* analiza cualquier formato con lenguaje natural de manera que la aplicación entiende el contenido". Bitext suministra cuatro módulos que se integran en distintas soluciones: están disponibles en catalán, español, euskera e inglés: Natural Finder (buscadores), Natural Mail (correo electrónico), Natural GIS (sistemas de información geográfica) y Natural Asistant (atención al cliente). Sus clientes son el Instituto Nacional de Administraciones Públicas y la Diputación de Guipúzcoa "con una versión en euskera: idioma que por su complejidad es un desafío para cualquier filólogo", asegura Valderrábanos.

También crean soluciones a medida, mezcla de sus cuatro productos. Por ejemplo, en colaboración con Sitesa, implantan en la red o6o, que centraliza 300 webs de la administración central y enlaza con las de autonomías y ayuntamientos, un buscador federado que combina las funcionalidades de Google Search Appliance y las de su Natural Finder.

En la práctica, dice Pedro Torres, de Sitesa, "si el internauta busca en la web del INEM, podrá emplear el lenguaje coloquial en lugar del administrativo y los resultados incluirán los de otros organismos de la Administración central".

De momento, estas empresas se dirigen a entornos corporativos, pero como dice Torres "estas tecnologías se pueden integrar en cualquier buscador".



Mapa visual-

Asistentes virtuales

Q-go es una compañía holandesa creada en 1999 que suministra asistentes virtuales basados en tecnologías de la lengua. "Con nuestros servicios la gente encuentra la información que busca con sus palabras", explica Marcel Smit, consejero delegado de Q-go.

Sus servicios de *software* se ofrecen en 10 idiomas, entre ellos catalán y español, y se instalan en webs, intranets, mensajería instantánea y cajeros. La clave de Q-go es un motor de lenguaje natural capaz de interpretar diferentes idiomas, que se alimenta con la gramática y diccionario de cada uno. Con Q-go, según Smit, "puedes saber qué pide la gente y modificar los contenidos en función de sus peticiones". Una asistencia virtual cuyo "coste depende del tamaño de la organización, aunque para la mayoría de los clientes lo importante no es el precio, sino dar una buena experiencia".

Q-GO: www.q-go.com Q-GO: www.q-go.com