

Kratia

KRATIA, LA INTELIGENCIA COLECTIVA Y LAS NUEVAS TENDENCIAS EN INTERNET

Kratia.com es un buscador de nueva generación creado en España y traducido a 10 idiomas, en el que los usuarios deciden con sus votos y comentarios qué resultados aparecerán en las primeras posiciones.

Para entender el concepto y la filosofía que hay detrás del buscador conviene revisar un poco la historia y las actuales tendencias en internet.

Cada vez hay una tendencia más extendida en internet, en la que son los propios usuarios los creadores y consumidores de los contenidos de la red. Ejemplos de esta tendencia son:

- La wikipedia, la enciclopedia abierta que todo el mundo puede editar. Ya cuenta con más de 3 millones de artículos y es la tercera web más visitada de internet.
- Los weblogs. Sitios de noticias o diarios en la red, muy fáciles de crear y con una gran popularidad.
- Sitios de gestión de favoritos como del.icio.us. Las páginas favoritas de los usuarios se almacenan en la red en vez de en el propio ordenador. del.icio.us/popular permite consultar cuales son las páginas preferidas por los usuarios.
- Sitios de noticias como digg.com o menéame.net. En estos sitios de noticias, a diferencia de otros más tradicionales como slashdot.org o barrapunto.com, carecen de editores. Son los propios usuarios con sus votos los que deciden qué noticias aparecerán en la portada. La popularidad de estos sitios es cada vez mayor, digg.com surgió hace un año y no ha parado de crecer. Ya está entre las 50 webs más visitadas del mundo.

A esta tendencia imparable se la está llamando la web2.0, o la red social. El concepto clave es la aglutinación de la inteligencia colectiva de todos los usuarios. Se trata de crear servicios en el que la participación de los usuarios es fundamental, y que mejoran cuantos más usuarios las utilicen.

GOOGLE Y LA HISTORIA DE LOS BUSCADORES DE INTERNET

En los comienzos de internet se trató de copiar lo que existía en el mundo real y trasladarlo a la red. Así surgieron los directorios, que son como un gran libro de páginas amarillas, clasificando los contenidos alfabéticamente y por categorías. Un ejemplo destacado es Yahoo.

Luego surgieron los buscadores, que permitían acceder a las webs buscando las palabras clave. El primer gran buscador conocido por el gran público fue Altavista. Los primeros buscadores no eran muy buenos, pues para obtener los resultados bastaba que apareciera la palabra clave en el documento. Había que navegar en muchas páginas de resultados para obtener lo que se andaba buscando.

En ese momento surgió Google y su PageRank. La idea en que se basa al algoritmo del PageRank,

es tener en cuenta los enlaces para medir la importancia de las páginas. Google cuenta cada enlace de la página A a la B como un voto implícito que da la página A a la B. Las páginas que obtienen más enlaces con las palabras adecuadas aparecen las primeras.

Esta manera de ordenar los resultados de Google era mucho mejor que lo que se hacía hasta entonces. Por ejemplo, si se busca IBM, Altavista devolvía todas las páginas web que contenían la palabra IBM, mientras que Google devuelve las páginas que tienen enlaces apuntándolas con la palabra IBM. La web www.ibm.com, naturalmente, es la que más enlaces tiene con esa palabra y por eso aparece la primera.

KRATIA Y EL PUNTO DEBIL DE GOOGLE

Con el tiempo, los webmasters han aprendido a manipular los resultados de Google. Dada la gran importancia que otorga a los enlaces, los webmasters se dedican a intercambiar links y crear “granjas de enlaces”. Estas técnicas tienen una gran potencia en alterar los resultados del buscador y en torno a ellas se ha creado toda una industria que se ha dado en llamar “optimización en buscadores”, o en inglés, SEO, Search Engine Optimization.

Si lo pensamos bien, lo que en su momento fue una revolución y el gran avance de Google, la “democracia” de los enlaces, no es tal democracia. En la democracia de Google sólo tienen voto los webmasters, y todos los votos no tienen el mismo valor. Google da más valor a los enlaces de páginas importantes y menos valor a las menos. Esta importancia de las páginas a su vez está medida por el número de enlaces que reciben. Además Google no le da ni voz ni voto a los usuarios, que son los más interesados en obtener los mejores resultados.

Kratia.com trata de introducir una verdadera democracia en los buscadores. En vez de hacer recaer en los webmasters la tarea de designar cuáles son las webs más relevantes para una búsqueda determinada, Kratia ofrece a los usuarios la posibilidad de dar votos y poner comentarios en la página de resultados. Estos votos se tendrán en cuenta para las siguientes búsquedas, poniendo las primeras las páginas más votadas y los comentarios podrán ser leídos por cualquier otro usuario.

COMO GARANTIZA KRATIA UNOS RESULTADOS JUSTOS: LOS VOTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS Y LA LIBERTAD DE EXPRESION

2. [Kratia: The First Democratic Search Engine](#)

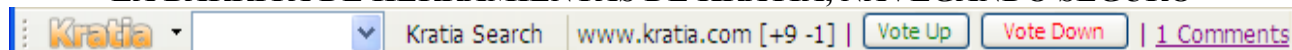
Kratia is the first democratic search engine in which the users can vote, comment and rank the websites. Preferences FAQ | Kratia ...

<http://www.kratia.com/>

[99][98+1] Vota: [Me Gusta](#) [No me Gusta](#) - [4 Comentarios](#)

Un concepto importante en Kratia para garantizar la objetividad de los resultados son los votos negativos y los comentarios. Además de poder votar los resultados con votos positivos, los usuarios pueden votar negativamente y poner comentarios a las webs. Esto es así porque si sólo se pudiera votar positivamente, los webmasters competirían por ver quien es capaz de enviar más votos falsos. Con los votos negativos, la mayor visibilidad que se obtiene de aparecer en las primeras posiciones también les expone a recibir votos y comentarios negativos. Los comentarios son la libertad de expresión que es necesaria para el buen funcionamiento de una democracia.

LA BARRITA DE HERRAMIENTAS DE KRATIA, NAVEGANDO SEGURO



Uno de los grandes problemas que tiene internet, es la falta de seguridad de los usuarios. El miedo a las estafas y los fraudes es muy importante. En Kratia queremos que todos los usuarios tengan una

experiencia segura y enriquecedora de la utilización de la red, y por eso hemos desarrollado una barra de herramientas que se instala en el navegador, similar a la de Google, que permite acceder rápidamente al buscador, así como ver los votos tanto positivos como negativos que tiene la página que se está visitando, votar esa página, y ver el número de comentarios se se han escrito sobre ella y leerlos, o bien publicar nosotros nuestro propio comentario.

SI KRATIA EXISTIERA EN EL MUNDO REAL

Imaginémonos la potencia de Kratia trasladando un ejemplo al mundo real; caminar por una calle céntrica, abarrotada de tiendas y en la que encima de cada escaparate podamos ver la popularidad de la tienda, el número de quejas y los comentarios de los que han pasado por allí hace una semana o un mes. O coger el listín de las páginas amarillas, buscando albañiles o abogados, y además de aparecernos el nombre y número de teléfono, podamos leer lo que otros clientes han opinado de ese servicio, o publicarlo nosotros mismos.

Kratia permite una transparencia hasta ahora sin precedentes en internet. Uno de los mayores miedos de la gente a conectarse es precisamente esa desconfianza y anonimato, que puede ser el pretexto perfecto para cometer fraudes y estafas. Con Kratia todo eso se ha terminado: cualquier usuario puede denunciar a cualquier web, o recomendarla dando su voto y su opinión.

Su autor Mario Carbonell, informático de 34 años, lleva programando desde que tenía 12, cuando sus padres le regalaron un ZX Spectrum, trabajando en portales históricos del internet español como ozú.es.

www.kratia.com
www.mariocarbonell.com