

PageRank

La posición en los resultados de búsqueda de google viene determinada por la tecnología PageRank, esta tecnología cuenta el número de link existentes a su página desde otras, con lo que el link se convierte en la unidad elemental básica para conseguir PageRank

¿Qué es el PageRank? ¿Para qué sirve el PageRank?

La posición de un anuncio en la página de resultados de Google viene determinada por la tecnología PageRank™ exclusiva de Google, un sistema de clasificación de páginas Web desarrollado por los fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin.

PageRank indexa una página Web después de medir su "importancia", determinada por la cantidad y la relevancia de las páginas que enlazan con la misma.

Google combina PageRank con una sofisticada tecnología de concordancia de texto. Cada vez que actualiza su base de datos de páginas web, el índice cambia invariablemente: encuentra sitios nuevos, pierde otros y el ranking de los sitios puede variar.

Evidentemente, la posición de su sitio se verá afectada por los cambios de ranking de los demás sitios. Nadie en Google ajusta los resultados para mejorar el posicionamiento de un sitio. El orden de los resultados de búsqueda de Google viene determinado de forma automática por diversos factores, incluido el algoritmo PageRank, que encontrará aquí explicado con más detalle.

Tecnología PageRank (Conclusiones sencillas):

PageRank realiza una valoración objetiva de la importancia de las páginas web resolviendo una ecuación de más de 500 millones de variables y 2.000 millones de términos.

En lugar de contar los vínculos directos, PageRank interpreta un vínculo de la página A a la B como un voto para la página B por parte de la A. A continuación, valora la importancia de la página en cuestión contando la cantidad de votos recibidos.

Digamos que le pone nota a su web de 0 a 10 basándose en los link existentes a su página

Esta tecnología también tiene en cuenta la importancia de cada página que efectúa un voto, dado que los votos de algunas se consideran de mayor valor, con lo que incrementan el valor de la página con la que enlazan.

Claro, como en la vida real, no considera igual el voto de un niño que tendría un PageRank 0 ó 1 que el de un adulto que tendría un PageRank mayor

Las páginas importantes reciben un PageRank más elevado y se sitúan entre los primeros resultados.

Análisis de concordancia de hipertexto:

El motor de búsqueda de Google también analiza el contenido de las páginas. Sin embargo, en lugar de limitarse a explorar el texto de una página (que los editores del sitio pueden manipular mediante metacódigos), la tecnología de Google analiza todo el contenido de ésta, incluidas las fuentes, las subdivisiones y la ubicación precisa de todas las palabras.

También analiza el contenido de las páginas web cercanas para garantizar que los resultados son los más relevantes respecto a la consulta del usuario.

<http://www.ilatina.es/pagerank-page-rank/2-4-7-4.htm>

¿Qué es el PageRank?

PageRank (PR) es un valor numérico que representa la importancia que una página web tiene en Internet. Google se hace la idea de que cuando una página coloca un enlace (link) a otra, es de hecho un voto para esta última.

Cuanto más votos tenga una página, será considerada más importante por Google. Además, la importancia de la página que emite su voto también determina el peso de este voto. De esta manera, Google calcula la importancia de una página gracias a todos los votos que reciba, teniendo en cuenta también la importancia de cada página que emite el voto.

PageRank (desarrollado por los fundadores Larry Page y Sergey Brin) es la manera que tiene Google de decidir la importancia de una página. Es un dato valioso, porque es uno de los factores que determinan la posición que va a tener una página dentro de los resultados de la búsqueda. No es el único factor que Google utiliza para clasificar las páginas, pero sí es uno de los más importantes.

Hay que tener en cuenta que no todos los links son tenidos en cuenta por Google. Por ejemplo, Google filtra y descarta los enlaces de páginas dedicadas exclusivamente a colocar links (llamadas 'link farms').

Además, Google admite que una página no puede controlar los links que apuntan hacia ella, pero sí que puede controlar los enlaces que esta página coloca hacia otras páginas. Por ello, links hacia una página no pueden perjudicarla, pero sí que enlaces que una página coloque hacia sitios penalizados, pueden ser perjudiciales para su PageRank .

Si un sitio web tiene PR0, generalmente es una web penalizada, y podría ser poco inteligente colocar un link hacia ella.

El algoritmo de 'PageRank™' fue patentado en Estados Unidos el día 8 de enero de 1998, por Larry Page. El título original es 'Method for node ranking in a linked database', y le fue asignado el número de patente 6,285,999.

El valor del PageRank que observamos es un valor comprendido entre 0 y 10. Pero en realidad, el PageRank es un valor numérico mucho más alto, calculado en función de los enlaces que reciben nuestras páginas.

El valor real suele ser del orden de miles de unidades. Sin embargo, Google toma su valor logarítmico para hacerlo visible a los usuarios. La base de este logaritmo es desconocida.

Por ejemplo, para una base 7, tendríamos los siguientes valores:

Valor PR	PR Real
0	0 - 3
1	3 - 19
2	19 - 130
3	130 - 907
4	907 - 6351
5	6351 - 44458
6	44458 - 311209
7	311209 - 2178466
8	2178466 - 15249262
9	15249262 - 106765607
10	> 106765607

Si una página tiene un PageRank real -por ejemplo- de 500000, ¿qué valor le transmitiría a otra a la cual enlaza?

La respuesta a esta pregunta se contesta en el ya famoso texto de Sergey Brin y Larry Page (fundadores de Google), llamado ' [The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine](#)'.

En él, planteaban la siguiente fórmula para calcular el PageRank de una página web llamada 'A':

$$PR(A) = (1-d) + d * [PR(T1)/C(T1) + ... + PR(Tn)/C(Tn)]$$

Donde:

- 'd' es el factor de atenuación. Un valor podría ser 0,85
- 'Ti' es cada página que enlaza a 'A'. 'i' toma los valores 1, 2, ... hasta 'N'. 'N' es el número de páginas que enlazan a 'A'.
- 'PR(Ti)' es el PageRank de cada una de las páginas que enlazan a 'A'.
- 'C(Ti)' es el número de enlaces que salen desde cada página 'Ti'.

Por lo tanto, nuestra página de 500000 de PageRank transmitirá a otra en caso de tener un único enlace, un valor de $0,85 * 500000 = 425000$. Generalmente las páginas poseen más de un enlace dentro de ellas, así que este valor habría que dividirlo entre el número de enlaces.

Como se puede comprobar, el valor del PageRank de cada página no es constante en el tiempo, ya que depende de los enlaces que vayamos recibiendo y, a su vez, del PR de las páginas que nos enlazan.

Por ello, una vez al mes aproximadamente, Google recalcula el valor de este PageRank en lo que viene a llamar la ' Google Dance '.

<http://www.mipagerank.com/que-es-el-pagerank.htm>

Larry Page

Lawrence Edward "Larry" Page es un empresario estadounidense. Page es el creador, junto con Sergey Brin, de Google, y uno de los hombres más ricos del mundo; se estima que tiene un patrimonio neto de más de 16.7 mil millones de dólares (septiembre de 2011).

Page nació en East Lansing, Míchigan, Estados Unidos, el 26 de marzo de 1973. Es hijo de dos docentes universitarios, Gloria Page, profesora de programación en la Universidad de Míchigan y Carl V. Page, profesor de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial de la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill y de la Universidad de Míchigan, un pionero y autoridad en el campo de la Inteligencia Artificial, prematuramente fallecido en 1996.2

Aunque Page es judío porque su madre lo es, su educación fue laica y él confiesa no practicar el judaísmo ni ninguna otra religión. Desde los dos años de edad asistió en Lansing a una escuela del

método Montessori. La pasión de Page por los ordenadores empezó a los seis años, y su interés por la tecnología y los inventos a los doce. Su ídolo juvenil fue Nikola Tesla.³ Siguiendo los pasos de sus padres, y bajo su orientación, cursó estudios en la East Lansing High School y se graduó con honores en la Universidad Estatal de Míchigan, obteniendo un grado en Ingeniería de Computadores (Computer Engineering). Se doctoró en Ciencias Informáticas en la Universidad de Stanford. El Instituto de Empresa lo premió con un máster honorífico en Administración de Empresas y fue el primero en recibir el premio Alumni society recent engineering graduate de la Universidad de Míchigan.

Google

Durante su doctorado en Stanford conoció a Sergey Brin. Juntos desarrollaron y pusieron en marcha el buscador Google, que empezó a funcionar en 1998. Google está basado en la tecnología patentada PageRank. Se dice que le pusieron este nombre al buscador por su semejanza con la palabra googol o gúgol (nombre de un número extremadamente grande, 10 elevado a la 100, o 10100).

El primer artículo científico de ambos sobre Google, "The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine" (1998),⁴ figuró pronto entre los diez artículos más citados de todos los tiempos.⁵

Page fue presidente de Google junto con Brin hasta 2001, año en que decidieron contratar a Eric Schmidt. Page dirige Google junto a Sergey Brin y Schmidt.

A fecha 4 de abril de 2011 Eric Schmidt cesa su actividad como CEO de Google para dar paso a Larry Page.

http://es.wikipedia.org/wiki/Larry_Page

Porque me llama la atención el invento: PageRank

Basado en lo que he leído y aprendido de la gran herramienta de pagerank, creo que es fundamental el simple hecho de conocer el movimiento del mercado, en este caso lo que busca el usuario, basado en que ellos solo visitan las primeras paginas que google genere en la búsqueda, llegando no solo a ser una herramienta de clasificación sino también de depuración porque junto a ella hay una investigación de la calidad de información que hay en ellas; llegando a hacer pagerank una base fundamental en el funcionamiento productivo y eficaz del internet.