

Búsqueda de información ÚTIL en Internet

Buscar información en Internet no siempre es una tarea sencilla. A veces puede llevarnos horas encontrar una información específica e incluso tener que desistir sin encontrar lo que buscamos. No toda la información que existen en Internet es “visible” ni está indexada por motores de búsqueda como Google, por ejemplo la información contenida en bases de datos, catálogos, webs de pago, foros que exigen registro, monografías, etc. Sin embargo como primer acercamiento podemos empezar la búsqueda utilizando un buscador como Google y si no encontramos lo que buscamos, entonces recurrir a otras herramientas.

Buscadores

Los buscadores automáticos emplean programas de ordenador llamados robots o arañas (también bots, aféresis de robots), que saltan de una página a otra de la Web recogiendo páginas y almacenando toda la información en un gigantesca base de datos. Ejemplos: **Google** (www.google.com), **Yahoo** (search.yahoo.com), **Excite** (www.excite.com), **Bing** de MicroSoft (bing.com), **Lycos** (www.lycos.com)... Básicamente el robot o bot va saltando de enlace en enlace y guardando en una base de datos la información que encuentra. Por tanto una página “huérfana”, es decir una página que no tenga ningún enlace desde otras, puede no ser encontrada por el bot. Además hay que tener en cuenta que cada web puede limitar el acceso de los bots a todo o parte de su contenido con el **archivo robots.txt** que encontraremos en la carpeta raíz de la web en el servidor (ejemplos: iesalmenara.org/robots.txt o uma.es/robots.txt)

Metabuscadore

Dogpile.com	Utiliza los motores About, Ask.com, FinWhat, Google, LookSmart, MSN Search, Teoma, Yahoo!, Bing y otros. Incluye imágenes, noticias, audio y video.
IxQuick.com	Da relevancia especial a los primeros diez resultados de múltiples motores de búsqueda.
CareerJet.com / OpcionEmpleo.com	Metabuscadore de empleo en + de 27.000 webs
TriVaGo.es	Compara precios de hoteles de 260 webs de reserva
Rastreator.com	Comparador online español de productos y servicios: seguros, hipotecas, viajes, tarifas de luz, teléfono, móvil...
Twenga.com / .es	Comparador de precios en 200.000 tiendas online.
FreePik.com	Metabuscadore malagueño de imágenes + diseños por encargo a freelancers. Lider mundial. 45 empleados 2014 => 80 a fin año 2015.

La Estrategia de Búsqueda

Salvo para búsquedas triviales, es conveniente que antes de comenzar a buscar la información directamente, nos hagamos algunas preguntas: ¿Dónde va a estar la información que busco? ¿Cómo va a estar escrita/redactada? ¿En qué formato estará?

Salvo para búsquedas triviales, es conveniente que antes de comenzar a buscar la información directamente, nos hagamos algunas preguntas:

¿**Qué buscamos?** Buscar palabras que describan el tema de búsqueda. Buscar sinónimos a estas palabras. Si cabe la posibilidad de encontrar esta información en otro idioma (especialmente inglés), buscar los términos adecuados para este idioma.

¿**Dónde va a estar la información que busco?** (web especializada, foro, revista, periódico, enciclopedia como Wikipedia...)

¿**Cómo va a estar escrita/redactada y por quién?** Los motores de búsqueda no personas para preguntarles sino programas automáticos que buscan coincidencias entre las palabras que escribimos y el contenido de las páginas de la web. Hay que pensar por tanto quién ha escrito la información y cómo la habrá escrito. Por ejemplo en qué tiempo verbal o en qué persona estará redactada etc. Si busco una noticia de prensa sobre un hecho puede que esté redactada en pasado. ¿En tercera persona?

¿En qué formato estará? ¿**Estará en una página web o un documento?** Y si es así, de qué tipo? (doc, docX, odt, txt, pdf, xls, ods, jpg,...)

Si tenemos que elaborar un informe o creemos que vamos a tener que dedicar mucho tiempo a la búsqueda... puede ser muy útil **planificar y llevar un registro de los términos de búsqueda y los resultados** que vamos encontrando.

Por último gestionar el tiempo para ser más productivos. Para ello puede ser útil: 1º ver lo destacado en negrita por el buscador, 2º abrir en una pestaña nueva para no perder los resultados de la búsqueda y buscar en esa página el término que nos llevó ahí (con Ctrl+F) y 3º si no hemos descartado ya la página, echar un vistazo general a la misma para ver si finalmente contiene información útil para lo que estamos buscando.

Ejemplos: si estamos buscando legislación alimentaria en el Reino Unido, podemos hacer la búsqueda de "food law site:uk". Si vemos una entrada que nos interesa y cuando intentamos acceder nos dice que esa página no existe, podemos retroceder y pinchar en caché, que nos permite visualizar la página almacenada por Google, los enlaces puede que no funcionen, pero la página la veremos.

La página de **búsqueda avanzada** de Google www.google.es/advanced_search te permite restringir los resultados web de búsquedas complejas. Por ejemplo, puedes buscar sitios web escritos en español que incluyan la palabra "Paella" en el título y que se hayan actualizado en las últimas 24 horas o imágenes en blanco y negro de Nueva York www.google.es/advanced_image_search

Operadores y símbolos que reconoce la Búsqueda de Google

Aunque puedes utilizar los símbolos que se indican a continuación, no siempre obtendrás mejores resultados incluyendo esos símbolos en tus búsquedas. **Lo más importante es pensar en qué, cómo y dónde puede estar lo que buscamos y utilizar estos operadores en función de lo que necesitemos.** Google ignora tanto las mayúsculas como las tildes. El uso de mayúsculas en estos apuntes es exclusivamente por claridad en la lectura.

No todos los operadores funcionan en si hacemos búsquedas directamente en la barra del navegador; en lugar de eso debemos hacer las búsquedas directamente en google.es o google.com Al hacer búsquedas con símbolos, no se deben añadir espacios entre el símbolo y los términos de búsqueda. La búsqueda **-perros** funcionará, pero la búsqueda **- perros** no generará los resultados esperados.

AND	Encuentra documentos en los que aparezcan TODOS los términos especificados. Ej: <i>Turismo AND playas AND Málaga</i> .
OR	Si quieres buscar páginas que incluyan al menos una de varias palabras, incluye OR (en mayúsculas) entre las palabras. Suele ser útil cuando hay varios sinónimos que nos valen en nuestro criterio de búsqueda: Ej. <i>ciegos OR invidentes</i> .
+	Fuerza la inclusión de un término. Ej: Enrique +VIII
-	(guión) Eliminar palabras Si utilizas un guión delante de una palabra o de un sitio, se excluirán los resultados que incluyan esa palabra o ese sitio. Este símbolo es útil para palabras con varios significados, como "Jaguar" (marca de coche) y "jaguar" (animal). Ejemplos: <i>velocidad jaguar -coche</i> <i>pandas -site:es.wikipedia.org</i> Conectar palabras Cuando aparece un guión entre varias palabras, Google entiende que esas palabras están muy relacionadas entre sí. Ejemplo: <i>perro-doce-años</i>
_	(guión bajo) Conectar dos palabras como página_web . Los resultados de búsqueda incluirán este par de palabras tanto si aparecen unidas (página_web) como si están conectadas por un guión bajo (página_web).
NOT	Ídem pero suele ser más restrictivo que el signo -
“entre comillas”	Encuentra documentos donde aparezca esa frase o conjunto de palabras tal cual, en ese orden
Comodín .	Un punto en un término de búsqueda implica que nos da igual qué carácter vaya ahí. Ejemplo => M.trix retornalos los resultados: M@trix, matrix, metrix etc
Comodín *	Equivala a 0, 1 o varios caracteres. Muy útil para utilizar dentro de las comillas cuando no sabemos una palabra pero sí el resto. Ejemplo: <i>"una * vale más que * palabras"</i>
\$	Buscar precios Ejemplo: <i>nikon \$400</i>
..	Separa números con dos puntos sin espacios (..) para obtener resultados que contengan los números incluidos en un intervalo determinado de elementos como fechas, precios y medidas. Ejemplo: cámara 50 euros..100 euros
Site:	Encuentra páginas web únicamente en el dominio o subdominio especificado. Ej: <i>“maenoba scientia” site:iesalmenara.org</i> buscará páginas (noticias) sobre maenoba scientia únicamente en la web del instituto. <i>Apuntes AND matemáticas AND bachillerato site:es</i> ídem apuntes de matemáticas de bachillerato pero sólo en páginas cuyo dominio sea .es (España por tanto) La búsqueda <i>axarquia site:elmundo.es</i> funcionará y mostrará los enlaces a las noticias publicadas en el diario El Mundo que mencionen la palabra Axarquía, pero la búsqueda <i>axarquia site: elmundo.es</i> no generará los resultados esperados porque se ha separado site: de la url elmundo.es
Info:	Obtener información sobre una URL, como la de la versión de la página almacenada en caché, páginas similares y páginas que dirijan al sitio. Ejemplo:

	<i>info:google.es</i>
Link:	Busca páginas que contengan un enlace a la página web indicada. Si encontramos una url o dirección web que nos interesa, podemos utilizar link: seguido de esa url para encontrar páginas que enlacen a este y que probablemente estén muy relacionadas con lo que buscamos.
Filetype:	Encuentra documentos (no páginas web) con la extensión de archivo indicada, que puede ser: PDF, TXT, RTF, DOC, DOCX, PPT, PPTX, XLS, SWF... Ej: presupuesto taller filetype:XLS
Related:	Buscar sitios similares a una URL que conozcas. Si buscas sitios relacionados con uma.es, encontrarás otros sitios web de universidades que podrían interesarte, además ordenadas por distancia geográfica. Ejemplo: <i>related:uma.es</i>
Cache:	Muestra la última versión de una página tal y como era cuando fue visitada por el bot de Google la última vez. Ej: Cache:diariosur.es
Define:	Muestra definiciones de palabras, acrónimos, frases... Ej: <i>define:dron</i>
Intitle: / Allintitle:	Encuentra sitios en los que el término de búsqueda aparezca en el título de la página web. / Ídem con TODOS los términos.
InURL:	Encuentra sitios en los que el término de búsqueda aparezca en la propia dirección URL
InText: / Allintext:	Encuentra sitios en los que el término de búsqueda aparezca exclusivamente en el texto de la página (excluye el título o la cabecera)

“Huevos de pascua” en Google:

Un huevo de pascua virtual (en inglés easter egg) es un mensaje o capacidad oculta contenido en películas, CD y DVD, programas informáticos, o videojuegos.

Atari breakout	Escribe esto en el buscador de imágenes (images.google.es) y aparecerá un juego.
Zerg rush	Ídem con otro juego. Si haces doble click, tu cursor se convertirá en un arma contra las 'O' atacantes que intentan hacer desaparecer los resultados de búsqueda
Do a barrel roll	Al escribir esto, la pantalla gira.
Tilt / Askew	Con cualquiera de estos dos términos de búsqueda, la pantalla se inclina.


Configuración de la búsqueda:

En la parte superior derecha de la página de Google..

Clic en el botón  y CONFIGURACIÓN de BÚSQUEDA

- Filtro SafeSearch (filtrar resultado sexualmente explícito para menores)
- Predicciones de Google Instant (Predecir los términos a buscar mientras escribimos)
- N° resultados por página (10 a 100)
- Idioma de Google y de los resultados que muestre
- Ubicación (Dar a Google NUESTRA dirección para “mejorar” resultados de búsqueda. OjO)

Búsqueda avanzada:

En la parte superior derecha de la página de Google.
Clic en el botón  y BÚSQUEDA AVANZADA

Búsqueda avanzada

Buscar páginas con...

todas estas palabras:

esta palabra o frase exactas:

cualquiera de estas palabras:

ninguna de estas palabras:

números desde el:

hasta

A continuación, limitar los resultados por...

idioma:

región:

última actualización:

sitio o dominio:

los términos que aparecen:

SafeSearch:

tipo de archivo:

derechos de uso:

Búsqueda de imágenes (www.IMAGES.google.es)

Al hacer una búsqueda aparecerá la opción “Herramientas de búsqueda”, donde podemos especificar el color (B/N, Color, Transparente), tipo (fotografía, animación...), fecha... etc. También puede ser útil filetype:FORMATO aunque algunos de los formatos ya aparecerán por defecto en el menú de opciones:

GIF => animaciones, transparencia, gráficos (estadísticas, logotipos...)

JPG => fotografía

PNG => mezcla de GIF y JPG. Transparencia y fotos pero menos colores que JPG

ICO => iconos

SVG => formato para gráficos vectoriales (logotipos, diseño gráfico...)

BMP => formato de Microsoft para fotografía. Muy “pesado”

WEBP => formato de Google