

Buscadores en Internet

1. Tipos de buscadores.....	1
2. Cómo utilizar los buscadores.....	3
3. Utilizar el motor de búsqueda de Google	5
Anexo. <i>Social Bookmarkings</i>	11

1. Tipos de buscadores

Cuando nos planteamos una búsqueda de información en Internet, a menudo utilizamos los llamados buscadores o motores de búsqueda.

En Internet encontramos diversos tipos de buscadores que identificamos a continuación:

Los motores de búsqueda

Son unas herramientas consistentes en una base de datos de páginas web indexadas automáticamente que permiten a los navegantes hacer consultas a partir de una o más palabras que aparezcan en los documentos indexados, por medio de un lenguaje de interrogación.

La información que contienen indexada los motores de búsqueda ha sido recopilada por programas robot (*spiders*) que rastrean la red de manera automática y que capturan información de todo aquello que encuentran.

Durante el proceso de búsqueda lo que hacen estos motores es recorrer las páginas web y preparar un extracto de la información que contienen, ordenan los resultados por palabras clave¹ y responden a las consultas de los navegantes siguiendo criterios de aproximación a la palabra clave que se les ha solicitado.

Algunos motores de búsqueda:



<http://www.google.com>



<http://www.altavista.es>



<http://www.alltheweb.com>



<http://www.bing.com>



<http://es.search.yahoo.com>

¹ **Palabra clave:** es aquella palabra que utilizamos para describir los conceptos o ideas que buscamos. Si en una cadena de búsqueda debemos utilizar más de una palabra clave, se deben dejar espacios en blanco entre palabra y palabra y no se deben incluir signos diferentes a letras o números; a no ser que éstos representen alguna función especial (por ejemplo, los operadores booleanos que utilizaríamos si planteásemos una búsqueda avanzada).

Los directorios o índices temáticos

Es una herramienta de búsqueda consistente en una base de datos de páginas web que tienen asignadas palabras clave o categorías temáticas y que presenta como resultado de una búsqueda una lista de páginas web ordenadas temáticamente, con una descripción sobre el contenido de cada una.

Un directorio se diferencia de un motor de búsqueda porque está indexado manualmente y presenta los resultados clasificados temáticamente; mientras que un buscador está indexado automáticamente y presenta los resultados ordenados por la cantidad de veces que encuentra la consulta en cada página.

Uno de los directorios más completo es Dmoz. La gran cantidad de páginas que podemos encontrar han sido indexadas por colaboradores voluntarios de todo el mundo:



<http://dmoz.org> (en inglés)

<http://dmoz.com.ar> (en español)

Google también tiene su directorio (construido a partir de Dmoz):



<http://www.google.es/dirhp?hl=es>

La mayoría de los índices temáticos también disponen de un motor de búsqueda automática para efectuar consultas a partir de palabras clave.

Metabuscadore

También llamados multibuscadores, son páginas desde las cuales se puede hacer una consulta simultánea en diversos buscadores.



<http://www.metacrawler.com>

En los resultados que nos devuelve el metabuscador una vez interrogado su sistema, se nos indica en que motores de búsqueda se han encontrado los recursos listados.

4. [Pablo Picasso - Wikipedia, the free ency...](#)
 Pablo Diego José Francisco de Paula Juan Nepomuceno María de los Remedios...
en.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso [Found on Google, Yahoo! Search, Ask.com]

2. Cómo utilizar los buscadores

Cuando nos planteamos una búsqueda de información en Internet, lo primero que debemos hacer es definir una estrategia. Esta estrategia debería plantearse del modo siguiente:

- ↘ Identificación de los conceptos clave.
- ↘ Selección del buscador o buscadores que mejor servirán para resolver nuestra necesidad de información.
- ↘ Ejecución de la búsqueda: interrogación del sistema con las palabras clave.
- ↘ Evaluación de los resultados.
- ↘ Revisión y redefinición de la estrategia para mejorar los resultados.

Cuando nos conectamos a un buscador, encontramos una página que contiene un formulario para definir nuestra búsqueda. Una vez hemos completado este formulario y lo hemos enviado, el buscador nos devuelve una lista de sitios web ordenados según el parecido con las palabras clave introducidas. Haciendo clic en los enlaces, podremos navegar por páginas que posiblemente contendrán la información que buscamos.



Es habitual que al interrogar al sistema de búsqueda éste nos devuelva tantas referencias (a veces millares) que nuestra primera reacción sea abandonar, sobre todo cuando nos damos cuenta de que las referencias que el sistema nos devuelve tienen poco que ver con lo que nosotros esperábamos obtener. A esto lo llamamos **ruido** documental.

Otras veces nos podemos encontrar con un fenómeno que podríamos considerar contrario: hemos interrogado al sistema y éste no nos devuelve ninguna referencia, muy pocas o ninguna pertinente. A esto lo llamamos **silencio** documental.

Cómo reducir el ruido y el silencio

Si no hemos obtenido los resultados que esperábamos será necesario replantear nuevamente la estrategia de búsqueda:

- ↘ Ser más específicos en la descripción del tema.
- ↘ Utilizar otras palabras clave (sinónimos o casi sinónimos).
- ↘ Revisar la ortografía de los que hemos escrito como cadena de búsqueda.
- ↘ **Utilizar la opción de búsqueda avanzada.**
- ↘ Cambiar de buscador...

Opciones de búsqueda avanzada

La mayoría de los buscadores nos ofrecen una serie de opciones que pueden mejorar los resultados.

Por ejemplo:

- ↘ Seleccionar dónde se hará la búsqueda: web, imágenes, archivos de sonido...
- ↘ Hacer la búsqueda en determinados campos: título del documento web, URL, descripción...
- ↘ Utilizar los **operadores**¹, para refinar la formulación de nuestra consulta.

Cada buscador ofrece unas posibilidades diferentes para mejorar y personalizar los resultados. Para saber qué podemos hacer con cada buscador, será necesario recurrir a las ayudas que todos ellos incluyen.

¹ Los operadores (AND, OR, NOT...) se utilizan en la elaboración de una estrategia de búsqueda y nos permiten combinar diferentes términos de búsqueda entre ellos.

3. Utilizar el motor de búsqueda de Google



Google es una marca propiedad de la empresa Google Inc.

Google es una empresa que cotiza en bolsa, con unos ingresos superiores a 10 mil millones de dólares y con más de 12.000 trabajadores. Sus orígenes están en la iniciativa de dos estudiantes de Stanford: Sergey Brin (experto en tratamiento de datos y licenciado en Informática y Ciencias Matemáticas) y Larry Page (experto en diseño web y con el título de Ingeniero Eléctrico). Se conocieron en el año 1995 cuando tenían 23 y 24 años, respectivamente, y comenzaron juntos el proyecto de crear un algoritmo para la búsqueda de datos. Esta tecnología será el origen del motor de búsqueda de Google. Larry Page llamará a esta tecnología *PageRank*.



PageRank: es una marca registrada por Google que abarca una familia de algoritmos utilizados para asignar de manera numérica la relevancia de las páginas web indexadas por un motor de búsqueda. El sistema **PageRank** es utilizado por el motor de búsqueda Google para ayudarle a determinar la importancia o relevancia de una página.

PageRank se basa en la estructura de enlaces de la *world wide web* como indicador del valor de una página en concreto. Google interpreta un enlace de una página A a una página B como un voto, de la página A para la página B. Google también tiene en consideración la página que emite el voto: los votos emitidos por las páginas consideradas "importantes" tienen más valor, y ayudan a hacer otras páginas "importantes".

A principios de 1996, los dos estudiantes empiezan a desarrollar un buscador llamado *BackRub*. Le dan este nombre ya que su funcionamiento consiste en analizar los *back links* (enlaces que apunten a una página web determinada). La base de datos está alojada en un pequeño ordenador de 28 GB de disco duro y sus primeros usuarios son los alumnos y los profesores de Stanford.

En el año 1997 *BackRub* se transformará en Google, un motor que, según podemos leer en su página web, hoy es capaz de indexar más de ocho mil millones de webs y de responder a 200 millones de consultas diarias.



Google: el término Google (pronunciado gúguel) está basado en la palabra *googol*, inventada el año 1938 por el niño de 9 años Milton Sirota, sobrino del matemático norteamericano Edward Kasner. Hace referencia al número representado por 1 seguido de 100 ceros, es decir, una cifra muy elevada. En su página web Google explica que utilizan este término para reflejar su misión de organizar la gran cantidad de información, aparentemente infinita, y hacerla accesible y útil para todos.

El principal producto de Google Inc. es su **motor de búsqueda** utilizado para localizar recursos electrónicos alojados en Internet.

Para realizar una búsqueda simplemente hay que teclear las palabras que describen nuestra necesidad de información en el formulario de búsqueda y pulsar la tecla Intro o hacer clic en el botón de búsqueda de Google.



Google sólo devuelve las páginas que contengan **todos** los términos de búsqueda que hemos incluido en el formulario. A menudo el buscador nos devuelve un volumen demasiado grande de páginas web; para restringir la búsqueda, podemos incluir más términos.

La lista de resultados

Una vez hemos rellenado el formulario y lo hemos enviado, el buscador nos devuelve una **lista de los sitios web**.

Esta lista muestra:

- En azul y subrayado el **enlace a la página** (una vez visitada la página, el color del enlace cambia a lila).
- Un **extracto de la página** con el texto que contiene las palabras clave que hemos escrito. Éstas se muestran destacadas en negrita.
- En color verde, la **dirección URL** a la que accederemos si hacemos clic en el enlace.
- **Enlace a la copia en la caché:** Google guarda una instantánea de cada página que examina mientras rastrea la red y la guarda como copia de seguridad en caso de que la página original no esté disponible. Si hacemos clic en el enlace en caché veremos la página tal y como se veía cuando fue introducida en el índice. Cuando se muestra la página guardada, encontraremos un encabezado que nos recuerda que se trata de una versión guardada y no de la página actual. Las palabras que se ajustan a nuestra búsqueda aparecen destacadas.
- Acceso a **páginas similares:** Google busca páginas que puedan estar relacionadas con el resultado mostrado.

The image shows a screenshot of a Google search result in Microsoft Internet Explorer. The search query is 'garcilaso biblioteca'. The results list several links related to the 'Biblioteca Garcilaso' at the 'Centre Garcilaso'. Callout boxes with lines pointing to specific elements provide the following information:

- Enlace directo a la página:** Points to the first search result link.
- Texto de la página donde aparecen las palabras clave:** Points to the snippet of text below the first result that contains the search terms.
- Dirección URL:** Points to the URL of the first search result.
- Páginas similares:** Points to the 'En caché' and 'Páginas similares' links below the first result.
- Enlaces en memoria:** Points to the search bar area at the top of the browser window.

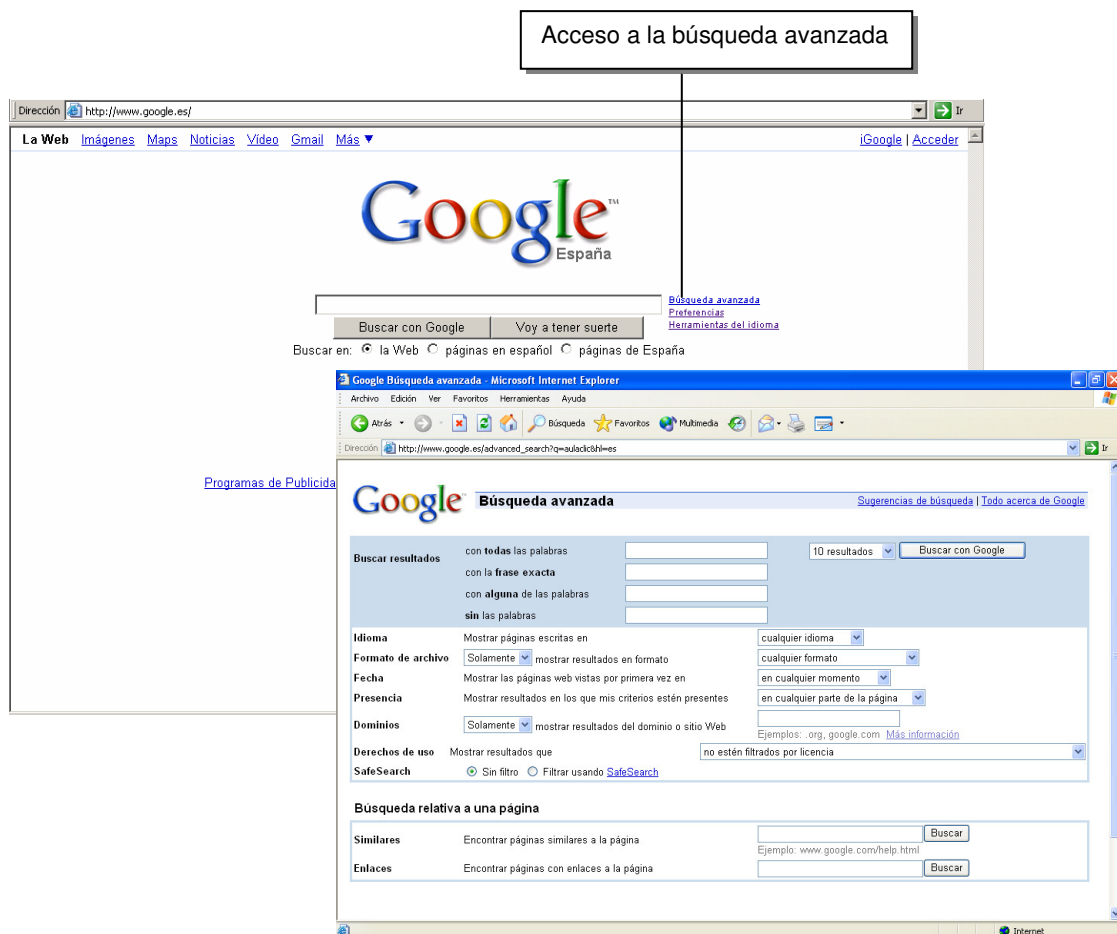
El botón *Voy a tener suerte*



Este botón nos lleva automáticamente a la primera página que Google ha encontrado.

Esta es la página que según el motor de búsqueda se ajusta mejor a nuestra necesidad de información; es, según el motor, **la página más relevante**.

Búsqueda avanzada



Para redefinir nuestra búsqueda podemos utilizar las opciones de búsqueda avanzada.

Desde el formulario de búsqueda avanzada podremos refinar nuestra búsqueda

con todas las palabras

Solamente formarán parte del resultado de la búsqueda, los documentos que tengan presentes **todos** los términos escritos en este campo del formulario. Es la manera como Google busca desde el formulario de su página inicial.

con la frase exacta

Esta es la búsqueda que plantearemos cuando nos interese que **las palabras clave estén juntas y, además, en el mismo orden**. Es útil cuando buscamos un dicho famoso o un nombre específico.

con alguna de las palabras

Formarán parte de la búsqueda los documentos que incluyan **cualquiera** de los términos escritos en este campo del formulario.

sin las palabras	Formarán parte de la búsqueda los documentos que contengan el término o términos escritos en cualquiera de los campos anteriores del formulario, pero que a la vez no contengan el término o términos escritos en este campo del formulario.
Idioma	Nos permite especificar el idioma de las páginas que nos tiene que devolver el motor de búsqueda.
Región	Solamente encontrará páginas de la región que especifiquemos.
Formato de archivo	Nos permite solicitar al motor el tipo de archivo que queremos recuperar (documento PDF, presentación de PowerPoint, documento de Word...).
Presencia	Podemos hacer búsquedas específicas donde queremos que aparezcan las palabras clave (en cualquier sitio de la página, en el título, en el contenido, en la dirección, en los enlaces hacia la página...).
Dominios	Solamente encontraremos las palabras clave en el dominio que especifiquemos.
Derechos de uso	Los documentos que devolverá Google estarán filtrados según los derechos de uso que hayan declarado los creadores del recurso (recursos que se puedan utilizar y compartir libremente; recursos que se puedan utilizar incluso con finalidades comerciales...)

Búsqueda de otros recursos electrónicos



Además de páginas web, podemos hacer búsquedas en otro tipo de recursos electrónicos. Los siguientes son un ejemplo:

Imágenes	<p>La búsqueda de imágenes de Google permite buscar entre los archivos de imágenes que el motor tiene indexados. Es necesario tener en cuenta que las imágenes que encontremos pueden estar protegidas por derechos de autor, por lo que no pueden ser siempre utilizadas para cualquier propósito.</p> <p>Google muestra las imágenes en un marco. El marco superior permite al usuario ver una versión un poco más grande que el resultado en formato pequeño e indica cual es la URL de la imagen. Al hacer clic en la imagen accederemos al archivo.jpg o.gif correspondiente.</p>
Mapas	<p>Google Maps es un servicio de Google que ofrece tecnología cartográfica. Podemos encontrar direcciones, ubicación de edificios, de empresas...</p> <p>Con las teclas de flecha podemos obtener vistas panorámicas hacia la izquierda, a la derecha, arriba, abajo. Con las teclas AvPág, RePág, Inicio y Fin podemos desplazarnos por el mapa. Ampliaremos o reduciremos la imagen con el signo más (+) o menos (-), respectivamente.</p> <p>Para activar la opción de zoom, hacemos doble clic con el botón izquierdo del ratón y doble clic con el botón derecho para reducir. Para esta función, también podemos utilizar la rueda de desplazamiento del ratón.</p>
Noticias	<p>Google Noticias es un sitio web de noticias generado automáticamente que reúne titulares de más de 700 fuentes de noticias de todo el mundo; agrupa artículos similares; Google puede enseñar las noticias según los intereses del lector.</p>
Libros	<p>La búsqueda de libros funciona de la misma manera que la búsqueda de webs. Escribimos las palabras clave en el formulario de búsqueda y Google devolverá los libros que incluyan los términos de búsqueda.</p> <p>Si el libro está descatalogado, o el editor ha dado su permiso a Google, podremos ver una vista preliminar del libro y, en algunos casos, el texto completo. Si es de dominio público se podrá descargar una copia en PDF.</p>
Blogs	<p>Un blog es una página web, generalmente de carácter personal y poco institucional, con una estructura cronológica que se actualiza regularmente y que presenta información u opiniones sobre temas diversos. Google nos permite hacer búsquedas específicas dentro de este tipo de recursos.</p>



Tarea

Te sugerimos que te plantees una búsqueda de información sobre un tema de tu interés.

1. Plantea la estrategia (palabras clave que utilizarás).
2. Haz la búsqueda con estas palabras clave en algunos buscadores:

<http://www.google.com>
<http://www.altavista.es>
<http://www.alltheweb.com>
<http://www.bing.com>
<http://es.search.yahoo.com>

3. Evalúa los resultados y compáralos.
4. Plantea ahora una nueva estrategia de búsqueda que te permita utilizar las opciones de búsqueda avanzada de los buscadores que estamos evaluando.
5. Evalúa los resultados y compáralos.

Anexo

Social Bookmarking

Los marcadores sociales (en inglés *social bookmarking*) son servicios web que facilitan la gestión personal o comunitaria de la información. Estos servicios permiten a los navegantes clasificar, compartir, valorar o comentar contenidos de la red.

Las páginas encontradas con los buscadores nos pueden resultar interesantes por diversos motivos. Cuando esto pasa tenemos una herramienta en nuestros navegadores: la lista de Favoritos (en inglés *bookmarks*) que nos permite guardar las direcciones de estas páginas en la memoria de nuestro ordenador para acceder cuando nos interesa. Estas direcciones estarán ligadas al ordenador donde las hemos guardado.

Hay otra manera de guardar estas direcciones que no usa el navegador, sino un sitio web específico para guardarlas.

Sitios web para la gestión social de los favoritos:



Del.icio.us

<http://delicious.com>

Servicio de gestión de direcciones en web que permite guardar marcadores, categorizarlos con un sistema de etiquetaje y compartirlos.



Mi Yahoo

<http://es.my.yahoo.com>

Servicio de página de inicio personalizada que permite guardar favoritos y fuentes de información en un único espacio.



Digg

<http://digg.com>

Sitio web especializado en noticias sobre ciencia y tecnología. Combina los marcadores sociales, los blogs y la sindicación con una organización sin jerarquías, con control editorial democrático.



Menéame

<http://meneame.net>

Sitio web basado en la participación comunitaria en la cual los usuarios registrados envían historias que otros usuarios del sitio (registrados o no) pueden votar, de manera que se promueven las más votadas a la página principal.



La Tafari

<http://latafanera.cat>

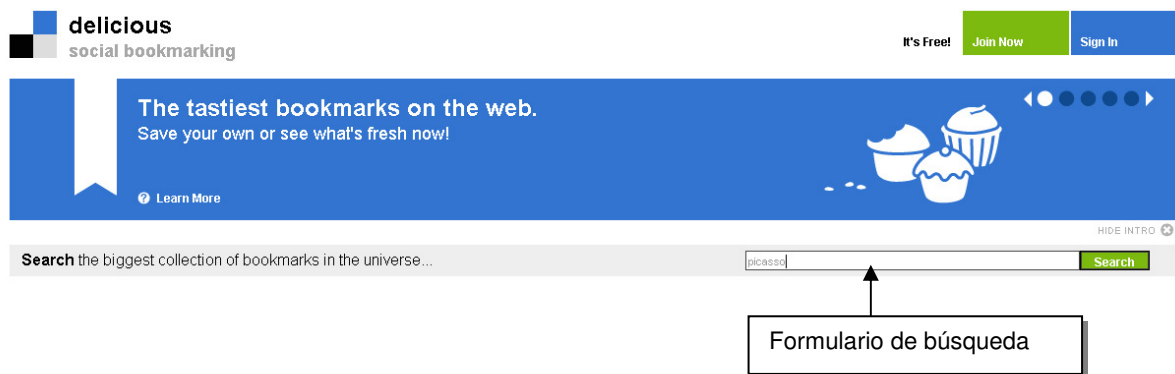
Portal de promoción de noticias o apuntes de blogs que envían y votan los mismos usuarios para promocionarlos en la portada.

Delicious

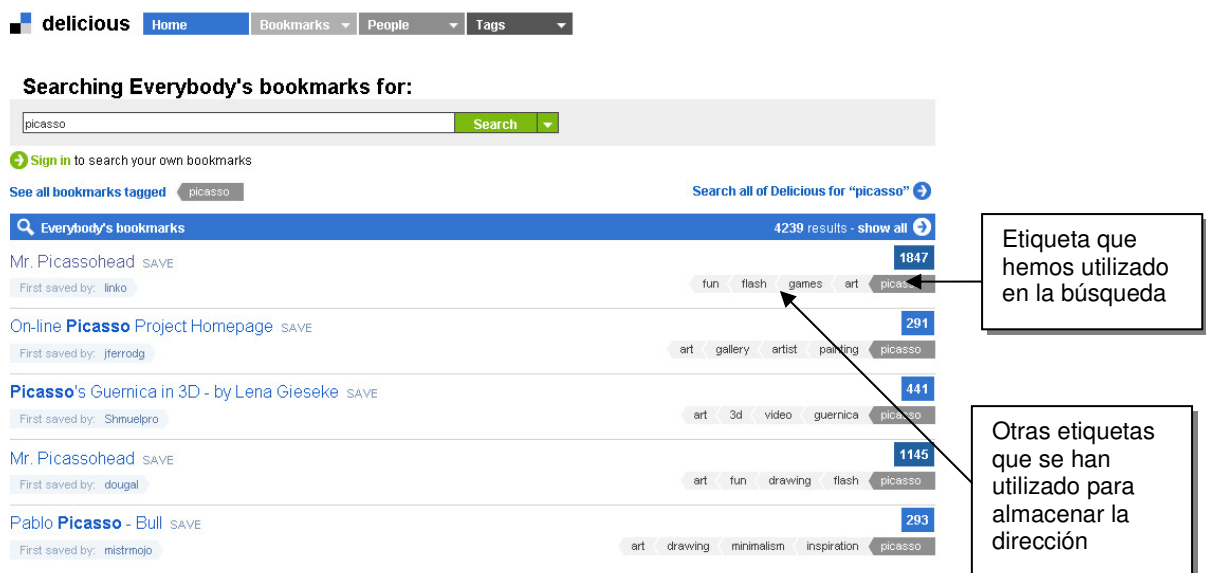
El sitio web de Delicious (<http://www.delicious.com>) nos permite guardar nuestros favoritos utilizando las etiquetas (*floksonomías*¹) que consideramos que identifican la información que contiene el sitio web; además Delicious nos permite buscar direcciones que también han guardado otros navegantes y que han decidido compartir con el resto (por esto se trata de un sitio web “social”).

Cómo funciona Delicious

Si lo que queremos es hacer búsquedas entre las direcciones que otros navegantes han guardado, cumplimentamos el formulario de búsqueda que encontramos en la parte superior de la página:



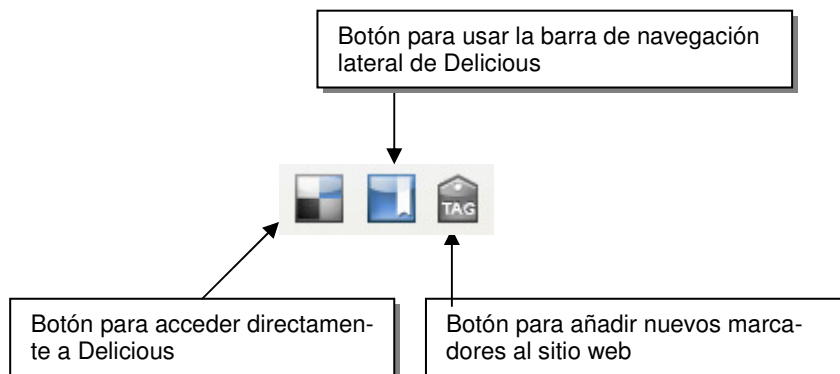
Delicious nos devuelve una lista de direcciones que han sido etiquetadas mediante la palabra clave que hemos introducido en el formulario:



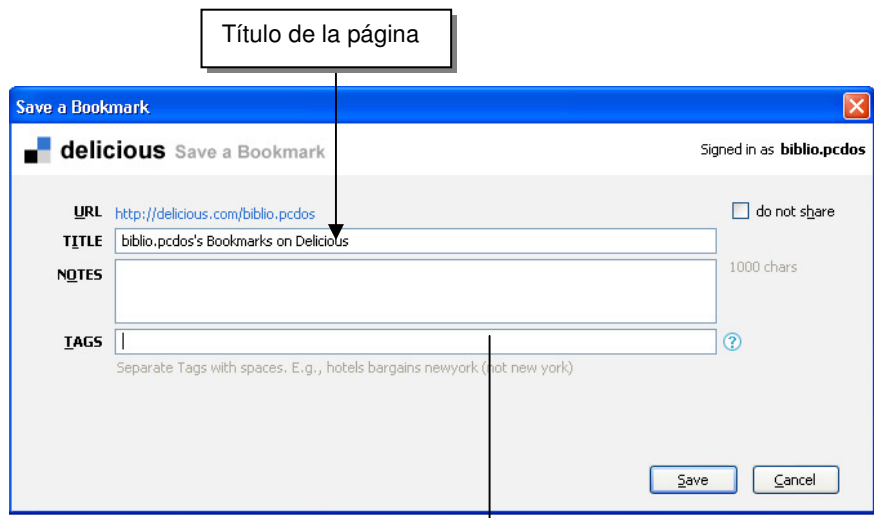
¹ El término *Folksonomia* fue acuñado por Thomas Vander Wal para referirse a una manera de clasificar la información que podríamos clasificar de informal o de popular (*folk* en inglés es popular) en oposición a los sistemas tradicionales de clasificación de la información, jerárquicas y menos flexibles.

Si queremos guardar nuestras propias direcciones, debemos dirigirnos a la página de Delicious (<http://www.delicious.com>) para abrir una cuenta gratuita.

Una vez creada la cuenta, podemos añadir a nuestro navegador los botones que nos permitirán comenzar a utilizar nuestra cuenta (debemos instalar un programa, la página de Delicious nos dará las instrucciones convenientes para proceder a dar este paso:

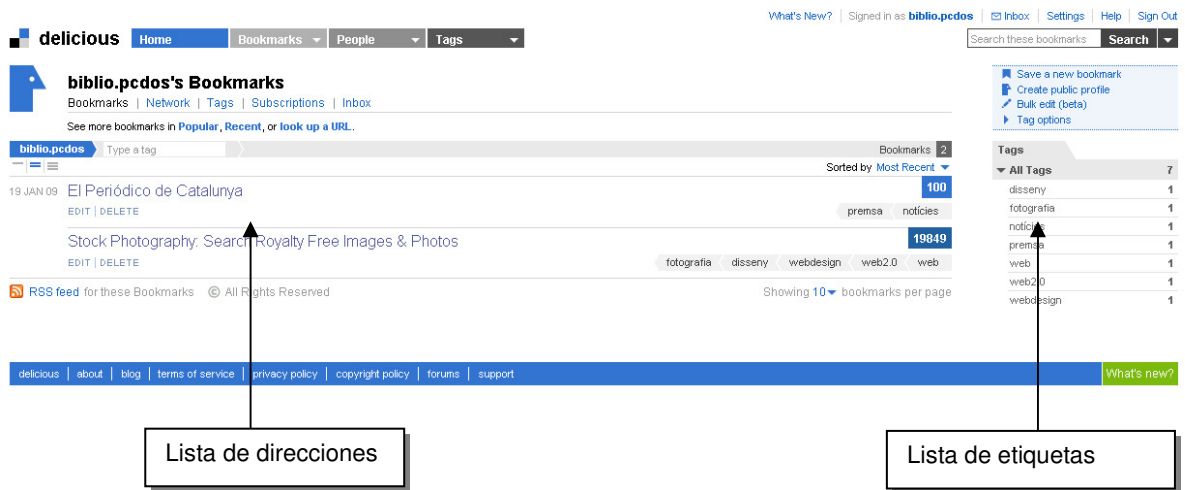


Accedemos a la dirección que nos interesa y pulsamos el botón TAG que hemos instalado en la barra de herramientas de nuestro navegadores. Aparece el cuadro de diálogo en el cual podremos poner el título a nuestra dirección y podremos asignarle etiquetas. Estas etiquetas son las palabras clave que consideramos que identifican el contenido de la página. Cuando tengamos muchas direcciones almacenadas, nos resultará útil para poder hacer las búsquedas de nuestras direcciones de interés.



Etiquetas para identificar la página. Las que queremos separadas por comas. Si la página ya ha sido marcada antes por otros internautas, el cuadro de diálogo nos indicará con que etiquetas lo ha sido y las podremos utilizar nosotros, seleccionándolas con un clic.

Cuando hacemos clic en el botón *Save*, pasan dos cosas; la primera: el sitio se guarda con el resto de las direcciones y la segunda: la etiqueta se guarda en la lista de etiquetas. Como las direcciones son públicas en Delicious, otros pueden beneficiarse de nuestro etiquetado; por eso se habla de etiquetado social.



Si no hemos instalado los botones en el navegador podemos proceder igualmente a guardar la dirección haciendo clic en el enlace "Save a New Bookmark":

