

Práctica 3 - El buscador Google

1. Partes de la pantalla de Google

Caja de búsqueda. 2.Entorno de búsqueda. 3. Herramientas de búsqueda.
Anuncios. 5. Resultados de la búsqueda. Bloque fijo.6 y 7. Resultados de la búsqueda. Bloques variables.
Opciones. 9. Número de resultados. 10. Búsquedas relacionadas.



En la parte inferior de la pantalla veremos los siguiente:

Búsquedas relacionadas con libreria





1. La caja de búsqueda

Es donde escribimos las palabras que queremos buscar. A continuación aparece el botón **Buscar** con forma de lupa. Un pequeño truco: en lugar de hacer clic en el botón **Buscar** es más rápido pulsar la tecla INTRO o ENTER.



A medida que escribamos, en esta caja nos irán apareciendo **sugerencias de búsqueda**, que podemos elegir con un clic. Observa que se muestra en gris el texto que Google ha autocompletado, porque prevee que es eso lo que vamos a escribir. Google tiene en cuenta las búsquedas que hemos hecho anteriormente para adaptarse a nuestros gustos. Además, el listado muestra variantes de búsquedas frecuentes relacionadas, que han ido realizando los demás usuarios de Google.

libreria			
libre ria Eliminar			
libre office			
libreria paris valencia			
libre soy			

Si Google detecta una **pagina web que se corresponde con lo que estamos escribiendo**, esa línea, se pondrá de color **azul** y con sólo pulsar la tecla INTRO, nos llevará a ella **directamente**, sin mostrarnos la página de resultados de búsqueda. Esto suele ocurrir con las páginas que visitamos frecuentemente, es una forma de ahorrar tiempo ya que en realidad no queremos buscar nada, sólo recordar cómo acceder a esa página conocida.

Esta caja de búsqueda la página inicial de la web de Google es equivalente a buscar en la barra de direcciones que vimos anteriormente.

2. Entorno de búsqueda.

El menú superior nos indica el tipo de material que estamos buscando. Por defecto buscamos en la **Web**, es decir, localizamos páginas web relacionadas con nuestra búsqueda.



Pero también es posible buscar en Maps, Imágenes, Shoping, Noticias si abrimos la opción Más veremos Vídeos, Libros, Vuelos y Aplicaciones.

Web Maps Imágenes Shopping Noticias Más -

Esta lista no es fija, por ejemplo, si utilizas mucho la búsqueda de Vídeos, esta dejará de estar dentro de la opción **Más** y aparecerá directamente.

Una vez mostrados los resultados podemos pulsar en cualquiera de estos tipos de búsqueda, y los resultados cambiarán según el tipo elegido. El tipo activo aparecerá en color rojo.

Tipos de búsqueda:

- Web busca en páginas web. Como veremos en el punto siguiente, con las herrramientas de búsqueda podemos cambiar la ubicación predeterminada o elegir el ámbito de búsqueda (páginas en español, de España o internacionales...). También podrás filtrar por fecha, etc.
- **Maps** busca en Google Maps. Se abre la página con el mapa relacionado con las palabras de búsqueda.
- Imágenes. Este tipo de búsqueda es muy utilizado ya que funciona bastante bien, presenta los resultados como un mosaico de miniaturas, al hacer clic en una imagen la muestra más grande y nos da la posibilidad de ver la página web que contiene la imagen o ver la imagen a su tamaño original. Para descargar una imagen a tu ordenador basta pulsar con el botón derecho del ratón sobre la imagen y elegir Guardar imagen como ...
- Shopping. Este tipo de búsqueda está pensado para cuando queremos comprar un producto, por lo tanto, busca en las tiendas de la web y nos muestra el precio del producto y la tienda donde podemos comprarlo. Permite visualizar rápidamente artículos concretos de distintas tiendas. De modo que puedes comparar sus precios con un simple golpe de vista. También permite filtrar rangos de precios si quieres ajustar los resultados a tu presupuesto y puedes solicitar que se muestren sólo aquellos productos que estén nuevos.
- Notícias. Busca preferentemente en los medios de comunicación (diarios, revistas, televisiones, agencias de noticias, etc.) y en blogs de prestigio. Podemos filtrar por fecha de una forma más rigurosa. Por ejemplo podemos hacer que se muestren sólo las que hayan sido publicadas las últimas 24 horas. También podremos escoger si mostrarlas todas o sólo las que se encuentren en blogs.
- Vídeos. Busca vídeos, preferentemente en Youtube, podemos escoger la duración o la calidad del vídeo. También podrás filtrar para mostrar únicamente las de un portal de vídeos determinado (YouTube, Movilzona.es, dailymotion.com, etc.) o aquellos que contengan subtítulos.



- Libros. Busca libros en la web de libros de Google (books.google.es). Adaptan su filtro de fechas al medio, filtrándose por siglos y pudiendo incluso discriminar entre libros y revistas. Una vez hacemos clic en un resultado nos lleva a la web de libros de Google, desde donde podemos comprar el libro electrónico (ebook) o buscar el libro impreso en otras librerías.
- **Aplicaciones**. Busca aplicaciones para instalar en ordenadores, teléfonos, tablets o navegadores. Fundamentamente busca en las tiendas de aplicaciones más usadas, aunque permite elegir una en concreto de entre ellas (Google, softonic, apple, Apple, etc.)
- **Vuelos** es una opción de las más nuevas. Tiene un funcionamiento similar a los buscadores de vuelos, a partir de un origen, un destino y una fecha busca los vuelos existentes. Al hacer clic en un resultado nos lleva a la línea aérea correspondiente para efectuar la compra del billete. Permite filtrar por compañia, precio, duración, salida, llegada y escalas.

3. Herramientas de búsqueda

Según cada tipo de búsqueda podremos elegir unas **Herramientas de búsqueda** distintas que están relacionadas con ese tipo. Por ejemplo, para el tipo *Web* tenemos las herramientas que ves en la siguiente imagen, **Cualquier pais**, **Cualquier idioma**, ...

Y para cada herramienta puedes elegir un valor de la lista desplegable, por ejemplo, para **Cualquier país** puedes elegir entre **Cualquier país** y **País: España**.



De esta forma podemos **restringir** más los resultados de búsqueda, por ejemplo, podríamos buscar librerías en España, en idioma Español y en el último mes.

Conocer estas herramientas permite usar **muchas más posibilidades de búsqueda**, por ejemplo, para *Imágenes* disponemos de las siguientes herramientas: **Tamaño**, **Color**, **Tipo**, **Fecha** y **Derechos de uso**.

Combinando estas herramientas podemos buscar imágenes de librerías que tengan un tamaño mayor que 400 x 300 px., en color blanco y negro, tipo



fotografía, y con derechos de uso **Etiquetadas para reutilización con modificaciones**. Las imágenes que encontremos podremos usarlas y modificarlas para lo que queramos siguiendo las normas de la licencia que posean.



4. Anuncios

Google ofrece la posibilidad de comprar espacios publicitarios. Muchas empresas contratan este servicio y eso les garantiza aparecer entre los resultados de la búsqueda. A estos resultados se les llama enlaces patrocinados y van precedidos por el rótulo Anuncio Anuncio. Suelen encontrarse a la **derecha** y en los **primeros** dos o tres puestos de resultados.

Según el interés comercial de la palabra que busquemos aparecerán más o menos enlaces patrocinados, por ejemplo, para la palabra *teléfono* aparecerán muchos enlaces patrocinados y para *biblioteca* aparecerán pocos o ninguno.

Hay que tener cuidado con **no confundir los anuncios con los resultados de la búsqueda**, con los anuncios de la parte derecha no suele haber confusión, pero con los anuncios que aparecen en las primeras líneas de los resultados es fácil equivocarse.

5. Resultados de la búsqueda. Bloque fijo

Los resultados de búsqueda tienen diferente estructura según lo que estemos buscando. No se muestra lo mismo si buscamos librerías que un personaje famoso o un modelo de teléfono. Ahora vamos a ver la parte fija central y a continuación veremos la parte variable.



La parte fija fundamental de los resultados está en la parte central de la página y son los bloques de resultados propiamente dichos. Tienen varias líneas y el aspecto que puedes ver en la siguiente imagen.

Comprar libros, eBooks, Películas, Tablet, eReaders y ... www.casadellibro.com/ Comprar libros, eBooks, Películas, Tablet, eReaders y accesorios de lectura es más fácil en Casadellibro.com, tu librería online en la que compartir tu interés ... Libros - eBooks - Los más vendidos - Novedades

En la primera línea aparece el título de la página web encontrada. En este caso dice *Comprar libros, eBooks, Películas*, si hacemos clic sobre él, visitaremos esa página.

En la segunda línea, en color verde, aparece **la dirección o URL** de la página encontrada *www.casadellibro.com*, que es donde Google nos llevará si hacemos clic en el título superior de color azul. Al final de la línea aparece un pequeño triángulo verde, si hacemos clic veremos dos opciones: **En caché** que contiene la página tal cual la encontró el robot de Google cuando indexó la página por última vez , y **Similares**, que te lleva a una página con resultados del mismo tema. **En caché** es útil cuando la página que buscamos ya no existe o presenta problemas técnicos, pero aún así queremos poder leer el contenido que Google indexó en su momento. Si hemos iniciado sesión en la lista aparecerá también **Compartir** para publicar en G+.

A continuación aparecen dos líneas que normalmente contienen una **descripción** de la página que han redactado sus propios creadores, Comprar libros, ebooks, Películas, Tablet, eReaders Puede provenir del texto de la página o de la etiqueta HTMLDescription. Aunque en este caso coincide con el título, no suele ser así. En negrita aparecen las palabras buscadas, en este caso librería.

Tras la descripción pueden aparecer enlaces del mapa del sitio, para ir directamente a un apartado de la página web. *Libros- eBooks - Los más vendidos - Novedades*

Este bloque de resultados se repite varias veces en cada página de resultados, y es un bloque fijo, siempre aparece.

Hay otros bloques variables que aparecen en función de lo que estamos buscando y que vamos a ver a continuación.



6 y 7. Bloques variables.

Los bloques variables son de varios tipos y aparecen sólo si son apropiados al tipo de búsqueda. Por ejemplo, si buscamos algo que resulta interesante situar en un mapa (como librerias), aparecerá un **bloque con el mapa**, dentro del mapa veremos los iconos de las librerías y en la parte izquierda los datos correspondientes a cada icono. En la siguiente imagen vemos un ejemplo para el caso de las librerías.



Otro ejemplo de bloque variable es cuando buscamos un **personaje célebre**, como Cristobal Colón o Nelson Mandela, en la parte derecha aparecerá su **biografía** y retrato.

Si buscamos algo que se puede **comprar**, como un modelo de teléfono, puede aparecer un bloque de **Shoping** en la parte derecha, con los precios en diferentes tiendas.

Si lo buscado se asocia facílmente a una **imagen**, puede aparecer un bloque de imágenes en la parte central, intercalado con los bloques fijos.

Imágenes de libreria

Informar sobre las imágenes



Más imágenes de libreria



Si hay noticias recientes e importantes relacionadas con lo que estamos buscando puede aparecer un bloque de **Noticias**.

El número de estos bloques variables que se muestran y su posición depende de cada caso, en el ejemplo que estamos viendo sobre la búsqueda de *librería*, aparecen dos bloques, uno de mapas y otro de imágenes. Si buscamos un **personaje** célebre, como el presidente de EE.UU. aparecerá un bloque de **biografía** y otro de **noticias**, pero la posición del bloque de noticias variará según la importancia de esas noticias, el bloque podrá estar en primera posición o en cuarta posición dentro de la página.

8.- Opciones.

En la zona superior derecha de la pantalla de resultados tenemos el botón con un menú de **Opciones**, como puedes ver en la siguiente imagen.



9. Número de resultados.

En esta línea vemos el **número de páginas** que ha encontrado (16.700.000 de páginas relacionadas con *librería*) y el **tiempo** que ha tardado en realizar la búsqueda (0,27 segundos). Teniendo en cuenta los millones de páginas (más de 1.000.000 millones) que existen en internet y que Google es capaz de buscar en prácticamente todas ellas, estos datos parecen increíbles.

Aproximadamente 16.700.000 resultados (0,27 segundos)

10. Búsquedas relacionadas.

En este bloque, Google nos presenta unas sugerencias sobre búsquedas relacionadas con la palabra que estamos buscando, en este caso *librería*.





Este bloque está situado al final de la página porque su utilidad radica en que si hemos llegado al final de la página **sin encontrar lo que buscamos**, es probable que queramos hacer **otra búsqueda** añadiendo alguna palabra más, por eso se nos ofrecen estas sugerencias. Por ejemplo, si queríamos buscar una librería para colocar libros, podemos hacer clic en la última sugerencia, *librería estantería*.

11. Páginación.

Al final de la página de resultados tienes una línea como la que ves en la imagen anterior que te permite desplazarte por todas las páginas de resultados. Puedes ir a la Siguiente página de resultados, o directamente a un número de página de los que se muestran. En este ejemplo, el número 1 en negrita indica que estamos en la primera página de resultados. Si estuviéramos en otra página, tambien aparecería el enlace a la Anterior página. Para desplazarnos a páginas concretas podemos utilizar los números pero también las letras de Gooooooogle. Si hacemos clic en la tercera letra **O** de la palabra Gooooooogle iremos a la tercera página de resultados.



2. Búsqueda en Google

¿Cómo busca Google si escribimos más de una palabra en la caja de búsqueda?

Si escribimos dos o más palabras Google buscará preferentemente páginas que incluyan todas las palabras que hayamos escrito. Es decir, si escribimos *librerías medicinales* no encontrará en primer lugar páginas que tengan el término *librería* o que tengan el término *medicinales*, sino páginas que contengan ambos términos o al menos alguno de ello.

Sin embargo, aunque este comportamiento es el más general, hay excepciones. Si no hay resultados que contengan las dos palabras, mostrará resultados para cada una de las dos palabras sueltas.

Si queremos que busque una palabra u otra podemos utilizar el operador **OR**. Por ejemplo, **seat OR renault**, búscará páginas de autos **seat** o (OR e inglés) páginas de autos **renault**, mientras que si no utilizamos OR aparecerán páginas donde se comparan modelos de seat y renault.

Si quieres que busque páginas que contengan un término u otro debes escribir: *librerías OR medicinales.*

¿Cómo indicar que no queremos que aparezca una determinada palabra en las páginas de los resultados?

A menudo ocurre que buscamos un término que es popular en un contexto, pero no nos interesa ese y queremos excluirlo de algún modo. Por ejemplo, queremos buscar información sobre el *Instinto* y no paran de salirnos referencias a la pelicula *Instinto básico* o al *cine*. En tal caso escribiríamos *Instinto -cine -básico*. Y así, con el signo - antes de la palabra a excluir, filtraremos todos estos resultados y obtendremos una información más acertada.

Busca sólo palabras completas.

Si escribes *pan* Google no encontrará *panadería*, ni *mazapán* es decir sólo busca palabras iguales a *pan*, no palabras que empiecen, contengan o acaben por *pan*. No obstante, si es capaz de encontrar plurales y femeninos de muchas palabras.



Busca palabras sueltas, no frases.

Google busca palabras, no frases con las palabras en el orden que las hemos escrito en la caja de búsqueda. Si quieres que busque una frase completa debes escribirla entre comillas dobles. No es lo mismo **"al alba"** que escrito sin comillas. En el primer caso encontrarás algo sobre la canción **"Al alba"** de L. E. Aute, mientras que escrito sin comillas encontrarás páginas con la palabra **alba**, aunque en los primeros resultados aparecerán las que tienen el texto más parecido al buscado, pero verás que hay muchos más resultados. También hay que tener en cuenta que cuando no utilizamos las comillas dobles, Google da menos importancia a una serie de palabras que no considera significativas, por ejemplo, artículos, como **al**, **el**, **un**; preposiciones como **a**, conjunciones como **y**, etc.

Puedes probar con "*carantoña glutamato bracamonte*". Cuando redactamos este texto no existía ninguna página en la web con las tres palabras, como puedes ver en la imagen siguiente.

6 resultados (0,25 segundos)

No se ha encontrado ningún resultado para "carantoña glutamato bracamonte".

Resultados de carantoña glutamato bracamonte (sin comillas):

Glutamato monosódico - Wikipedia, la enciclopedia libre es.wikipedia.org/wiki/Glutamato_monosódico -

El glutamato monosódico, también conocido como glutamato de sodio o GMS, es la sal sódica del ácido glutámico, uno de los aminoácidos no esenciales más ...

Curso gratis de Internet. aulaClic. 4 - Los buscadores www.aulaclic.es/internet/t 4 6.htm -

Puedes probar con carantoña glutamato. Se trata de una búsqueda muy peculiar, por lo que sólo aparecerá nuestra página y aquellas otras que hayan copiado ...

BUSCANDO EN LA WEB (Parte 2) | Instituto "La Merced" Orán

institutolamerced.wordpress.com/2010/08/.../buscando-en-la-web-parte-... ▼ 8/8/2010 - Puedes probar con carantoña glutamato. Hay muy pocas páginas que tengan estas dos palabras (siendo esta la primera, y algunas de las ...

Google dice que no ha encontrado "carantoña glutamato bracamonte" y ofrece los resultados como si las hubieramos escrito sin comillas



El orden de las palabras importa.

No es lo mismo buscar *cursos word* que *word cursos*. La diferencia es que se da más importancia a que en los resultados, las palabras aparezcan en el mismo orden. Aunque el número de los resultados puede variar un poco, y su orden también, los primeros suelen ser los mismos. Lógicamente si habría mucha diferencia si buscamos la frase exacta enmarcada con comillas dobles.

Corrector de errores tipográficos.

Cuando te equivocas al teclear una palabra, Google suele mostrar una sugerencia con la palabra correcta. Por ejemplo, si tecleas, *tarbajo*, aparecerá una línea que dice: *Quizás quiso decir: trabajo*, mostrándote los dos resultados más relevantes para la sugerencia. Puedes hacer clic sobre ella en lugar de tener que corregir la palabra a mano.

Traducción.

Si buscas palabras en inglés desde Google en español (www.google.es, www.google.com.mx, etc.) podrás obtener páginas en Inglés, pero con un enlace que dice: **[Traducir esta página]**, por si quieres que Google te traduzca la página. La traducción no es perfecta pero puede serte útil.

3. Búsqueda avanzada con Google

Las búsquedas avanzadas pueden ayudarnos a encontrar más eficientemente lo que queremos ya que nos permiten manejar varios parámetros de la búsqueda.

¿Cuándo debemos utilizar las búsquedas avanzadas? La respuesta inicial es obvia: cuando no encontremos lo que buscamos con la búsqueda normal. Si aprendemos a utilizar la búsqueda avanzada puede que en ciertas ocasiones la experiencia nos aconseje ir directamente a ella sin pasar por la búsqueda normal previa.

Es conveniente conocer las opciones de la búsqueda avanzada, con el tiempo intuirás en cada caso cuál es la más oportuna en cada caso. Por ejemplo, una opción de la búsqueda avanzada es buscar sólo dentro de un dominio determinado, a veces es preferible utilizar esa opción que utilizar el buscador

Bisqueda superada



que proporciona el sitio web, ya que algunos de estos buscadores son lentos y poco precisos.

Vamos ver las posibilidades de este tipo de búsqueda a partir de la página de **búsqueda avanzada de Google**, que es una de las más completas. Aunque otros buscadores como Yahoo o Bing también disponen de búsquedas avanzadas similares.

Opciones generales de una búsqueda avanzada.

Para abrir la búsqueda avanzada tienes que ir a la búsqueda normal de Google y pulsar en **Configuración** y elegir **Búsqueda avanzada**.

La búsqueda avanzada tiene dos partes, la primera tiene el rótulo **Buscar** páginas con... y la segunda se titula **A continuación limitar los resultados** por... y es opcional. En la primera parte se introducen las palabras de búsqueda con diferentes condiciones de existencia: *todas*, *frase exacta*, *cualquiera*, *ninguna y números*. La segunda parte tiene cuadros desplegables que aplican nuevas condiciones adicionales que restringen la búsqueda anterior: *idioma*, *región*, *sitio o dominio*, ...

Una vez introducidas las palabras y seleccionados los desplegables que nos interesen debemos hacer clic en el botón azul **Búsqueda avanzada**. Vamos a explicar un poco más en detalle todo esto.

Diadacos statesta	2		
Buscar páginas con			Haz lo siguiente en el cualto de bisqueda
todas estas palabras	aprender		farbelas palarnas mysfamlas terrier ratomaro trizelor
esta palabra o frase exactas			Excite las passinas exactas evite carilles: "warriar extimate"
cualquiera de estas palabras			Excelle ca entre todas las palatras que guieras minitariora. OR estimutar
ringuna de estas palabras	ecademia		Añade un signo menos delarte de las polabres que no queres que eperatual - constant, -"Jach Burnell"
números désde el.	hast	a	Exciline data porters seguidos entre las números y añade una orielad de medida 5035 kg, 300200 eurore, 30102011

CURSO DE INTERNET		LOPEZ - OF	EDUCACIÓN DE PERSONAS ADULTAS CEPA LÓPEZ DEL ORO - HELLÍN
Práctica 2 – Los navegado	ores de Internet	And the second s	
A continuación, limitar los resultados por			
idioma:	numprer idioma	* 8	ueza pășmen an el alterne șan anteccomen
región:	cullquier region	* 8	unca pépran publicadas en una repór deterromada
última actualización	en cualquier mometric	+1.3	saco páginas actualizados en imperiodo de liempo especificado.
siño o dominio;	www.aulaciic.es	2	uacu an ado (torno - ackopadia, org.) is inta les resultatos a antina conto, por éjemplo, : ada, : aog.0. gon
los términos que apareceri	en cualquier lugar de la página	• 8	usca Mineres en todo la págna, en el Ruil de la págna o en la : Incolés web, o enfoces a la págne que exilas ituacando.
SafeSearch:	Mostrar los resultados más releventes	•]	dica a SalaSaarch ai quaran que Yina contentin accuativante spicile.
tipo de archivo:	caliguer formatio		unca päginan en et formato que profieras.
derechos de uso	sin fâtrar por licencia	+ 5	unca pápitas que pundas utiliar librarapita.

Buscar páginas con....

- todas estas las palabras

Indica que busque páginas que contengan todas las palabras que escribamos en la caja de búsqueda. Por ejemplo, si introducimos tres palabras, buscaría páginas que contengan la **Palabra1** y la **Palabra2** y la **Palabra3**.

Es la búsqueda normal.

- esta palabra o la frase exacta indica que busque páginas que contengan la palabra o frase exactamente tal y como la hemos escrito en la caja de búsqueda. Si no seleccionamos esta opción al realizar la búsqueda habrá ciertas palabras que aunque las escribamos en la caja de búsqueda no se tendrán en cuenta, como los artículos, preposiciones, plurales, etc.

Por ejemplo si escribimos *El arco del triunfo* en la caja anterior todas estas las palabras omitirá *El* y *del* y buscará *arco* y *triunfo*. Si queremos que busque exactamente *El arco del triunfo*deberemos elegir la opción esta palabra o la frase exacta.

Es lo mismo que poner el texto entre comillas dobles en la búsqueda normal.

 - cualquiera de estas palabras indica que busque páginas que contengan alguna de las palabras que escribamos en la caja de búsqueda. Buscaría páginas que contengan la *Palabra1* o la *Palabra2* o la *Palabra3*.

- ninguna de estas palabras indica que las palabras que escribamos en la caja de búsqueda no aparezcan en las páginas de resultados. Para que esta condición tenga sentido es obligatorio haber escrito alguna palabra en los campos anteriores. Es decir, en las páginas que había encontrado elimina aquellas que contengan lo que escribamos aquí.



Podemos hacerlo en la búsqueda normal, poniendo guiones delante de las palabras a omitir.

- números desde el ... hasta ... indica un rango de números, por ejemplo, *desde 1960 hasta 1982,* si en la primera caja hemos puesto *olimpiadas*, buscará páginas que contengan la palabra *olimpiadas* y un número entre 1960 y 1982.

Una opción muy interesante es añadir una **unidad de medida** (kg, euros, cv, ...) por ejemplo si escribimos desde 400 hasta 600 cv, y en la primera caja hemos puesto *autos*, buscará autos entre 400 y 600 cv.

A continuación, limitar los resultados por			
idiona.	sunliquier idioma	-	Busca päymas an el illinna ipas aslanciones
región:	cualquier region	-	Buarta pépinan publicadas en una repór determinada
ültima actuelización:	en cualquier momento		Biaco pápras actualizados en miperiodo de tempo específicado.
vilio o dominio.	www.aulacic.es		Busce at allo ((error: scilespacia), and) is induced as a denter score and general score generalized as a set of a set
los términos que aparecert.	en cualquier lugar de la página	*	Busca Wrenns en toos la págna, en el thati de la págna o en la dirección web, o miscen a la págna par etaba huscando.
SafeSearch:	Mostrar lice resultation mile relevantus	•	indica a SaleSaarch ai quarma que film contemils assuaimente explicite.
tipo de archivo:	caliptier formatio		Runca pägenen en et formeto que preferen.
derechos de uso	sin filtrar por licencia	+	Baaca päpina que pasdas utitar ibrerenta.
		and the second s	

A continuación limitar los resultados por....

- idioma. Tenemos la opción de elegir el idioma de las páginas en las que se producirá la búsqueda. Al pulsar en la caja se abrirá un desplegable con los idiomas disponibles. Por ejemplo, si elegimos *Inglés*, sólo mostrará las páginas de resultados que estén escritas en inglés.

- **región**. Del mismo modo, podremos escoger el país de orígen de la información, de forma totalmente independiente del idioma. Por ejemplo, podremos buscar publicaciones en *Español* que se hayan realizado en *Francia*.

- última actualización. Podemos buscar páginas teniendo en cuenta la fecha en que Google al indexó por última vez. Hay un desplegable como el que ves aquí que permite formar condiciones como la siguiente, **en el último mes.**



en cualquier momento en cualquier momento en las últimas 24 horas durante la última semana en el último mes en el último año

De lo cual se deduce que sólo mostrará las páginas que han sido modificadas en el último mes.

Si buscas páginas recientes puedes seleccionar **en las últimas 24 horas**, esto puede parecer que es lo mismo que en la búsqueda normal seleccionar **Noticias**, pero no es así, ya que en este último caso suelen aparecer páginas de medios de comunicación (diarios, periódicos, ...) mientras en el el primer caso pueden aparecer páginas de cualquier tipo.

- **sitio o dominio**. Esta condición es muy útil porque nos permite buscar sólo en un dominio o sitio web. Un sitio web se escribe de la forma *www.elpais.com*, un dominio es del tipo .com, .org, .net, es, .com.mx, .co

Si ponemos el dominio de un país sólo buscará páginas de ese país, por ejemplo, si escribimos .co, sólo buscará páginas de Colombia. En este enlace puedes ver la correspondencia entre países y dominios de internet: <u>wikipedia</u>.

Es equivalente a poner site:sitio o dominio, en la búsqueda tradicional.

- los términos que aparecen. Mediante esta condición podemos restringir en qué parte de la página web se realizará la búsqueda. Tenemos el desplegable que ves a continuación para elegir la parte de la página que quieras. Por ejemplo, podríamos buscar resultados en los que los términos estén presentes **en el título de la página**.

en cualquier lugar de la página en cualquier lugar de la página en el título de la página en el texto de la página en la URL de la página en enlaces a la página

El título de una página web es lo que aparece en la barra de título del navegador que está en la parte superior del navegador. La URL de la página es



la dirección que aparece en la barra de dirección del navegador. Por ejemplo, *http://www.aulaclic.es/Internet/index.htm*.

También puede ser en enlaces a la página.

- **SafeSearch**. Como vimos en apartados anteriores utiliza este desplegable para filtrar el contenido sexual explícito que aparecerá en la búsqueda. De todas formas es muy raro que si buscas *manzanas* aparezcan páginas no deseadas, así que la mayoría de las veces no debería preocuparte.

- **tipo de archivo**. Tenemos dos cuadros desplegables con los que formar una condición sobre qué tipo de archivo nos interesa. En el primer desplegable podemos elegir entre las opciones **Solamente** y **No**.

En el segundo desplegable tenemos las opciones que ves en la sigueinte imagen. Por lo tanto podemos formar condiciones como: **Solamente devuelve** *resultados del tipo de archivo Adobe Acrobat PDF (.pdf)*, o de este tipo, **No devuelve resultados del tipo de archivo Microsoft Word (.doc)**. Esta opción es muy útil si queremos buscar documentos descargables, en vez de páginas web.



- **derechos de uso**. Utilizando este desplegable podrás encontrar contenido que pueda ser copiado o modificado, incluso sin ningún tipo de restricción.



Cómo funciona un buscador por dentro. PageRank

Ahora que ya hemos aprendido el manejo básico de un buscador podemos entrar a ver cómo **funciona internamente**. Sólo veremos los conceptos básicos ya que es un tema complejo y los buscadores tampoco dan mucha información al respecto para no dar pistas a la competencia.

Para comprender mejor la tarea de un buscador pensemos primero qué hay en Internet, como está organizada la información. A continuación hablaremos de la propia estructura del buscador para adaptarse a la estructura de los datos de Internet.

Estructura de datos en Internet.

Ya vimos en la unidad 1 que cualquiera puede introducir información en Internet. Simplemente tiene que disponer de un servidor donde alojarla. Cada nueva página que se crea en Internet tiene una dirección única. Cuando alguien decide crear un sitio web elige el nombre que le parece apropiado, y también da el nombre que quiere a las carpetas y páginas que va creando. De forma que **los millones de páginas que existen en Internet no tienen porqué tener una estructura común ni una relación prefijada entre ellas**.

Si comparamos Internet a una gigantesca biblioteca, donde cada libro representa un servidor, no habría manera de colocar los libros en las estanterías de forma que respondiesen a un orden lógico según su contenido. Tampoco habría una forma estándar de ordenar las páginas dentro de cada libro.

Puesto que un servidor puede contener páginas de diferentes temas, y que dentro de un tema las páginas están agrupadas de distinta forma. Si tomamos una página cualquiera de Internet pueden darse diferentes situaciones, desde que sea una página aislada, que esté relacionada con una anterior y una siguiente, o que esté relacionada con millones de páginas.

Así como cuando se cataloga un libro existe una clasificación de materias aceptada universalmente dentro de la cual se puede ubicar un libro según su tema, en Internet no existe esto.

Las páginas de Internet no están escritas en forma de texto normal sino en lenguaje HTML. Este lenguaje consta de texto y de código, el código dice en qué forma se presentará el texto, de qué tamaño, color, posición, etc.



Otro factor a tener en cuenta es que las **páginas son dinámicas**, es decir, pueden modificarse, crearse y destruirse sin previo aviso. Además, están en diferentes idiomas.

Y para acabarlo de poner difícil la naturaleza del contenido de las páginas es muy variada, pueden contener texto, gráficos, imágenes, sonido, vídeos, programas, etc.

Dado este aparente caos, es fácil suponer que pronto surgieran herramientas que intentasen poner un poco de orden y facilitar la localización de la información. También es fácil deducir que estas herramientas se hayan convertido en algo imprescindible.

Hoy nadie puede imaginarse Internet sin los buscadores. Actualmente **los buscadores hacen su tarea de forma increíblemente eficaz**. Pueden buscar cualquier cosa que se te ocurra en muy poco tiempo y de forma precisa.

Sin embargo tienen **limitaciones**. Por ejemplo, no pueden buscar entre la información que requiere de una **identificación** previa para el acceso. Obviamente esto es precisamente lo que persiguen las páginas protegidas o restringidas. De hecho, si nosotros mismos fuésemos quienes tuviésemos que buscar la información en la red, nos toparíamos con la misma limitación, con la salvedad de que nosotros podríamos interactuar con la página o registrarnos en ella para acceder a la información que nos interesa.

De todas formas, en general, podemos decir que la mayor parte de la información disponible en Internet está accesible a través de los buscadores de forma rápida y fácil. Así que no hay problema, Internet puede seguir creciendo en la forma como lo ha hecho hasta ahora y nosotros seguiremos encontrando lo que buscamos. Un buscador tarda menos de un segundo en buscar entre miles de millones de páginas. La pregunta es ¿Cómo diablos lo hacen?

Estructura de un buscador.

Acabamos de ver que la estructura de la información en Internet no facilita su organización. ¿Qué han hecho los buscadores? La respuesta es **crearse su propia copia de Internet**.

¿Cómo lo hacen? Lo hacen unos **robots**, por supuesto no son robots de metal, en realidad son unos programas que van visitando las páginas de Internet y **copiándolas en los discos de los buscadores**. Sabemos que hay millones



de páginas, por lo tanto copiar las páginas cuesta unos días, debido a esto puede ocurrir que un buscador dé un resultado de una página que ya no existe. El buscador ha consultado la copia que tenía de esa página, llamada **caché**, realizada unos días antes y al mostrar el resultado esa página ya ha sido borrada por sus dueños.

En realidad, los robots no copian toda Internet cada vez, sólo actualizan los datos que han cambiado y copian las páginas nuevas. Sin embargo, copiar las páginas tal cual tampoco serviría de mucho ya que la estructura de la información seguiría siendo la misma.

Lo que hacen los buscadores es tomar los datos de Internet y **transformarlos** creando una estructura más favorable para la búsqueda. Detrás de un buscador hay una estructura de datos que contiene la información y unos sistemas de indexación, compresión y organización de los datos que permiten efectuar búsquedas rápidamente. Google utiliza el sistema BigTable. Por supuesto, también existen sistemas de ordenadores con gran capacidad de cálculo.

¿Qué es la **indexación**? Básicamente, el proceso es el mismo que cuando consultamos el índice de un libro. Buscamos en el índice y obtenemos un número de página, luego vamos directamente a esa página sin tener que recorrer todas las páginas del libro. Por ejemplo, si tenemos un sitio web, se puede crear un índice con todas las palabras que aparecen en el sitio web, y con los nombres de las páginas en las que aparecen; así, dada una palabra podremos ir rápidamente a las páginas en las que aparece. El único problema es construir y mantener actualizado el índice.

¿Qué es la **compresión**? Si estamos buscando texto, las imágenes no nos interesan, tampoco el formato del texto, todo esto se puede eliminar para realizar las búsquedas más rápidas. Además, existen técnicas complejas para lograr que las páginas ocupen menos espacio.

Relevancia. Una vez seamos capaces de encontrar rápidamente todas las páginas en las que aparece la palabra que buscamos, se plantea otro problema: ¿En qué orden mostramos las páginas de resultados?

Esta cuestión tiene una gran importancia ya que va a determinar, en gran medida, la calidad del buscador. Todos esperamos que se nos muestren primero las páginas más interesantes relativas a lo que estamos buscando, es decir, las páginas más relevantes.



Para ayudar a solucionar este problema Google ha creado un complejo y secreto algoritmo. El primer algoritmo que utilizo Google fue el **PageRank**, luego se han ido añadiendo más elementos que no contemplaba el PageRank. Por ejemplo, ahora se tienen en cuenta las redes sociales, como Facebook y Google+.

El **PageRank** mide la importancia o relevancia de una página en base al número y calidad de las páginas que la referencian. Una página que sea citada por 10 páginas tendrá **menor** PageRank que otra página que sea citada por 1000 páginas. Sin embargo, si las 10 páginas que citan a la primera son muy importantes y las 1000 páginas que citan a la segunda son muy poco importantes, la primera página tendrá mayor PageRank que la segunda. Es decir, se tienen en cuenta el **número de enlaces y la relevancia de las páginas que los contienen**.

Cada página de Internet tiene asignado un PageRank, cuando se obtienen los resultados de una búsqueda, estos se ordenan, entre otras cosas, según su PageRank. Google no hace público el método exacto por el que ordena los resultados, por lo tanto, no sabemos qué importancia real se otorga al PageRank.

El PageRank es un número de *0* a *10*. Si quieres ver el PageRank de una página desde el navegador Chrome, sólo tienes que instalar una de las extensiones que lo muestran.

Para poder realizar todas estas funciones los ingenieros de Google han creado programas que contienen **millones de fórmulas** y para poder trabajar con tantos datos utilizan miles de ordenadores trabajando en paralelo, se habla de **más de 60.000 ordenadores**, además son ordenadores personales comunes. El trabajo en paralelo permite que una búsqueda no se ejecute en un sólo ordenador, sino en varios ordenadores a la vez, de modo que cada ordenador hace una parte del trabajo. En el primer semestre del 2005 Google informó que tenía indexadas más **11.000 millones de páginas**, y en 2008 informó que había llegado al **billón** (un millón de millones).

Fuente: www.aulaclic.es