GOOGLE IT! HERRAMIENTAS Y BÚSQUEDAS EN *GOOGLE*.

Polina Chatzí
Ministerio de Educación y Cultura de Chipre

Pedro Jesús Molina Muñoz
Universidad de Chipre

RESUMEN:

El presente artículo pretende recoger de manera compilada las diferentes herramientas que *Google* nos ofrece y cómo poder llevarlas al aula y obtener el mayor partido posible. Son varias las herramientas que se expondrán, junto a una breve descripción de las mismas, sus ventajas e inconvenientes. Sí es verdad, que al tratarse de aplicaciones o herramientas de uso, por parte de los usuarios, no debemos entenderlas simplemente como meras fuentes de datos, sino que ofrecen mucho juego a la hora de usarlas en el día a día en nuestras clases.

De igual modo, hablaremos sobre las búsquedas en *Google* o en otros buscadores y cómo podemos conseguir búsquedas más eficaces.

PALABRAS CLAVE

Google, herramientas, búsquedas, buscadores, claves, pautas.

Introducción.

Cuando emprendemos una búsqueda de datos, imágenes u otros recursos en la web, en ocasiones nos sentimos saturados por la inmensa cantidad de información que recibimos. Además, muchos de los resultados que obtenemos no tienen nada que ver con lo que en origen nos hayamos buscando. Esto se debe a que el buscador no regula ni delimita los resultados que ofrece, pues persigue aportar el mayor número posible de respuestas.

El problema reside en que no hay un catálogo estandarizado de los contenidos y que existe una gran mutabilidad de información. Es posible que lo que busquemos no esté siempre en el mismo lugar, haya sido enlazado desde otro punto o que haya desaparecido y sólo dispongamos de una ruta a ningún lado. Por otra parte, los contenidos alojados en la web van creciendo a pasos agigantados, de modo que una búsqueda hoy, no tiene por qué ofrecer los mismos resultados dentro de una semana.

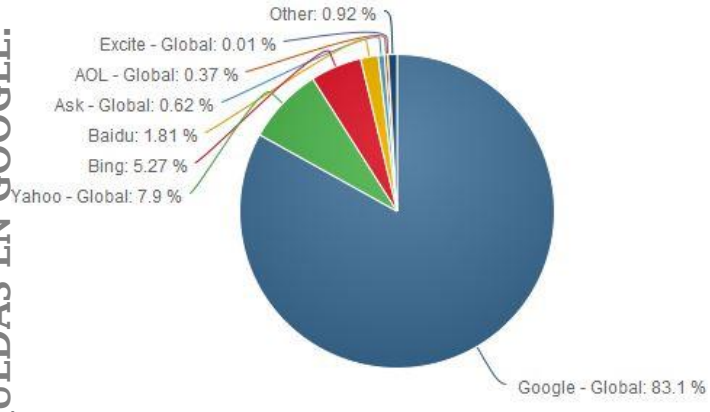
Además de información, en la web nos encontramos con una gran cantidad de herramientas y aplicaciones disponibles. A veces, esta gran cantidad nos lleva a tener

cuentas de usuario en muchas de ellas, pudiendo perder el control y seguimiento de las mismas. Complicamos así una labor en parte sencilla, que puede tener varias soluciones o, por lo menos, varios modos de hacerlo todo más sencillo.

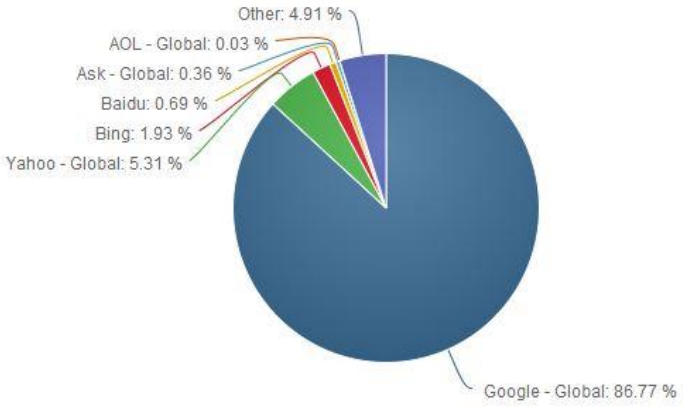
1. Buscadores.

Actualmente existen múltiples opciones de buscadores en la web que pueden ayudarnos en la búsqueda de la información requerida. Si bien, en el presente artículo y taller nos centraremos en el uso, ventajas y desventajas de *Google*, es conveniente traer a colación otros buscadores como son: *Bing, Yahoo, MSN Windows Live, Ask.com, AOL*, etc.

Como era de esperar, *Google* es el buscador más conocido y también más utilizado mundialmente, tanto en su versión global como en sus distintas versiones para diferentes países. Como podemos ver en la imagen a continuación (figura 1), el uso de este buscador supera el 80%, con respecto a otros.



Buscadores más usados en PC



Buscadores más usados en

Figura 1[1]

No obstante, no todos los buscadores ofrecen el mismo tipo de resultados, pues depende mucho de la popularidad de las búsquedas realizadas sobre esa página en cuestión, así como de otros factores: si los propietarios de la página han pagado por aparecer en los primeros puestos, el sistema de ordenación[2], si se ha delimitado la búsqueda, etc.

1. 1. Seleccionar el buscador:

[1] Extraído de: http://blog.uchceu.es/informatica/ranking-de-buscadores-mas-usados-en-2013/ (Consultado el 10/07/2013)

[2] El denominado *PageRank* mide como índice de calidad de una página el número de páginas del mismo tema que enlazan con ella.

Existen diferentes tipos de buscadores que ordenan los resultados ofrecidos siguiendo diferente parámetros. Si bien, como *Google*, algunos ofrecen sus resultados en base a un algoritmo predeterminado y protegido por la compañía y atendiendo a los parámetros mencionados anteriormente; otros, por su parte, clasifican los resultado en orden jerárquico (*Yahoo!*), o por categorías y subcategorías.

Existen también:

- Los multibuscadores, que pretenden ofrecer los resultados que se obtienen a través del uso de diferentes motores de búsqueda. Con ello podemos contrastar la información que obtenemos de uno u otro, así como combinar los diferentes resultados que puedan ofrecer. Es decir, se muestran los resultados atendiendo a los motores de búsqueda seleccionados. Dentro de este tipo podemos encontrar multibuscadores generales y temáticos o especializados[3], que nos ayudarán a obtener un mayor y variado número de resultados. Algunos de ellos son: *Multibusca*[4], *Multibuscador.net*[5].

- Los metabuscadores[6], que ofrecen los resultados obtenidos en varios buscadores y los ofrece en una página única, con lo que no se hace necesario una criba o selección de entradas nuevas. Algunos de ellos son: Copernic.com, Metacrawler, Fazzle, Ixquick, etc.

- Buscadores especializados, que ofrecen una serie de resultados más delimitada pues se circunscriben a diferentes aspectos o campos. Así tenemos buscadores para páginas que enlazan con otra, buscadores de vídeos, iconos, bancos de sonidos, blogs, wikis, imágenes, etc…

1. 2. Cómo funciona *Google Search*.

Google es una potente herramienta de búsqueda de información que, como hemos mencionado anteriormente, obedece a diferentes patrones a la hora de realizar la búsqueda y ofrecer los diferentes resultados. Pero ¿cómo funciona un motor de búsqueda? Los resultados ofrecidos aparecen en función de una serie de parámetros establecidos por cada compañía, como pueden ser la antigüedad de la página, el número de veces que aparece el término, el número de visitas, etc. En el caso de *Google Search* se utiliza un algoritmo protegido llamado ***PageRank***, que asigna a cada página indexada un valor jerárquico. Este *PageRank* depende de factores como:

- La frecuencia y localización del término en la página. Dependiendo de si el término en cuestión aparece en el título o en el cuerpo del texto, esto

[3] http://buscanet.tripod.com/multibuscadores/multibuscadores.html
[4] http://www.multibusca.org/
[5] http://multibuscador.net/
[6] http://www.ucv.cl/buscador/pags/busq_avanzada/pags/cont2_meta.html

determinará la puntuación otorgada; así como la frecuencia con la que aparece. De este modo, si sólo aparece en una ocasión el buscador no lo tendrá en cuenta o lo posicionará entre los últimos resultados de la búsqueda.

- Cuánto tiempo hace que existe la página web. Google otorga una mayor puntuación a páginas con un registro estable y que no ofrezcan mucha mutabilidad. Es lógico si tenemos en cuenta la gran cantidad de páginas nuevas que se crean cada año y que poseen una corta existencia y pervivencia.

- El número de otras páginas que enlazan con la página en cuestión, lo que le otorga mayor importancia como página de referencia.

Para poder ofrecer la información sobre en qué páginas se encuentra el término solicitado, el buscador forma su lista de resultados siguiendo un proceso llamado ***Web crawling*** o rastreo web. Este proceso consiste en el empleo de unos robots especiales llamados **arañas** que realizan índices de palabras partiendo de páginas populares y siguiendo cada link encontrado en el *website.*

1. 3. Delimitar la búsqueda:

Cuando escribimos una palabra cualquiera en un buscador, el número de resultados, por lo general, suele ser bastante amplio. No obstante, está demostrado que el usuario medio sólo consulta no más de los veinte o treinta primeros enlaces, por lo que en muchas ocasiones se llega a sentir que la búsqueda no ha sido todo lo fructífera que se esperaba o no responde a nuestros criterios.

Para optimizar la búsqueda de información hemos de ser selectivos en cuanto al término que pretendemos buscar. De este modo un término o términos especializados ofrecerán un número más reducido de resultados que si se trata de un término cuyo significado es más amplio o tiene una mayor aplicabilidad. De este modo una búsqueda con los términos *gramática contrastiva* ofrecerá un menor número de resultados que si buscamos simplemente *gramática.*

Por ello, debemos establecer una serie de estrategias en nuestra búsqueda para que ésta sea lo más exacta posible y ofrezca unos resultados más adecuados. Estas estrategias son:

- Cuando realizamos una búsqueda simple de varios términos en el buscador, los espacios que dejamos entre una palabra y otra, éstos se entienden como “y” u “o”, por lo que no se hace necesario escribirlas.

- Puntuación y ortografía: El buscador no realiza discriminación alguna si escribimos mayúsculas o minúsculas, y la mayoría de signos de puntuación se ignoran al realizar la búsqueda. En cuanto a la ortografía el buscador utiliza la más común.

- Palabras/frases exactas: Si queremos buscar una/s palabra/s o frase/s exacta/s, debemos de escribirlas entre comillas (“”). De este modo el buscador ofrecerá solamente resultados en los que aparezca el/los término/s tal y cómo los hemos escrito. Es decir, se hará diferenciación entre el uso o no de la acentuación, singulares, plurales, preposiciones, etc.

- Excluir una palabra: Si añadimos un guion (-) delante de una palabra determinada, la excluiremos de los resultados. Por ejemplo, si buscamos información acerca del deporte más popular en España, que no sea el fútbol o el baloncesto, debemos escribir: *deporte más popular en españa -futbol -baloncesto*

- Comodín: Utilizamos un asterisco (*) en nuestra búsqueda para incluir en su lugar cualquier término. Es muy útil en el caso de frases y expresiones incompletas. Si utilizamos las comillas centraremos aún más nuestra búsqueda.

- Tipo de archivo: Si lo que estamos buscando es un tipo de archivo específico, como en el caso de artículos publicados en la Web, que suelen estar en formato *pdf*, debemos introducir la directiva *filetype:* y el tipo de archivo: *filetype:pdf*, *filetype:doc…*

- Búsquedas en un *site*: Si lo que buscamos es un término en una página específica, hemos de incluir la directriz *site:* y la dirección de la página. Si lo que buscamos es un término en una página de un dominio superior, la directriz habrá de ser *site:.gov, site:.org, site:.es…*

- Enlaces: Para buscar páginas que nos dirijan a una página específica, necesitaremos el comando *link:* seguido de la *url* del *site*. Por ejemplo: *link:elechipre.weebly.com*

- Intervalos de números: Para buscar páginas que contengan un intervalo de números, debemos escribir los números separados por dos puntos. Por ejemplo: *jornadas chipre 2011..2013*

2. Herramientas y aplicaciones (2013).

Como mencionábamos anteriormente, actualmente son muchas las herramientas y aplicaciones que podemos emplear en nuestras clases y, muchas de ellas, de muy diversa índole. A este respecto, *Google* nos ofrece la posibilidad de compilarlas todas dentro de una misma cuenta que facilitará su uso y gestión, así como el hecho de no tener que poseer cuentas de usuario en diferentes dominios. Esto ayuda a la hora de recibir menos correo *spam* y no tener que memorizar con qué dirección de correo electrónico hemos abierto la cuenta o qué contraseña hemos escrito para la aplicación en cuestión.

Mencionaremos a continuación algunas de las aplicaciones y herramientas que nos ofrece *Google*, así como sus ventajas y desventajas y las posibilidades para llevarlas a clase y que su uso nos reporte mayores beneficios.

- Google+

  "Servicio de red social operado por Google Inc., basado en HTML5. Los usuarios tienen que ser mayores de 18 años de edad para crear sus propias cuentas. Google+ ya es la segunda red social más popular del mundo con aproximadamente 343 millones de usuarios activos. Google+ integra los servicios sociales, tales como Google Perfiles y Google Buzz, e introduce los nuevos servicios: Círculos, Quedadas, Intereses y Mensajes".

  (Adaptado de Wikipedia).

  Puede ser una herramienta muy potente en clase al combinar, como red social, también el uso de otras múltiples herramientas: círculos (donde clasificaremos los contactos en diferentes categorías), comunidades (donde podremos crear distintos grupos de trabajo y de encuentro con diversos temas), *hangouts* (que permiten hacer videollamadas o videoconferencias con los diferentes contactos), editor de imágenes, compartir contenido de interés, mensajes de texto, etc.

  Además, el hecho de tratarse de una red social nos permite los mismos beneficios que nos ofrecen otras redes sociales, a la vez que mantenemos una independencia de la cuenta de *Facebook* o *Twitter*, y mantenemos nuestra privacidad. También, como decíamos anteriormente, al tratarse de un servicio unificado con *Gmail*, recibiremos las notificaciones en la cuenta que hayamos creado para tal uso, y no veremos nuestro correo personal saturado de mensajes con notificaciones varias.

- Google images y Google Art Project

  Tanto en *Google Images* como en *Google Art Project* podemos encontrar imágenes para usar en clase.

  En el primero de los dos, encontraremos imágenes de todo tipo de acuerdo a los patrones de búsqueda que hayamos establecido. Por lo que lo más adecuado sería establecer unos parámetros de búsqueda para que sea más eficaz. Es decir, podemos buscar por:

  - Color: imágenes en blanco y negro, a todo color, transparentes, etc.
  - Tipo: prediseñadas, dibujos lineales, fotografías, animadas, etc.
  - Tamaño: Además de diferenciar entre imágenes de gran tamaño, mediano o pequeño, podemos establecer, también, búsquedas en cuanto al tamaño exacto

que buscamos o el número de píxeles (no obstante, esta opción reduce en gran medida el número de resultados que obtendremos).

- Formato: PNG, GIF, JPG, ICO, etc.
- Licencia: que se puedan utilizar o compartir libremente; que se puedan utilizar o compartir libremente, incluso con fines comerciales; que se puedan utilizar o modificar libremente; y que se puedan utilizar, compartir o modificar libremente, incluso con fines comerciales.

En el segundo, por su parte, encontraremos imágenes de cuadros y pinturas aportados por los usuarios y por varias instituciones. La calidad de las imágenes que encontramos en *Art Project* suele ser superior a las que encontramos por regla general en la red. Por ello, puede ser una potente herramienta a la hora de acercar el arte a los alumnos y, con ello, desarrollar diferentes actividades. No obstante, el repertorio de obras es limitado, por lo que en ocasiones deberemos seguir acudiendo a una búsqueda general en la red, para encontrar la obra deseada. Con todo ello, la renovación y aportación de imágenes es continua, por lo que en un tiempo podremos disfrutar de una mayor variedad de obras de diversos autores.

La herramienta nos permite, a su vez, crear nuestra propia galería a fin de tener localizadas las imágenes que nos interesan. Esto agiliza mucho el trabajo en cuanto a la búsqueda y uso de las imágenes en sí.

- Google Drive

Google Drive es un servicio de almacenamiento de archivos en línea. Cada usuario cuenta con 5 *Gigabytes* de espacio gratuito para almacenar sus archivos, ampliables mediante pago. Es accesible a través de la página de entrada de *Google* desde ordenadores y dispone de aplicaciones para iOS y *Android*. Permite crear y editar en línea diferentes tipos de documentos: hojas de texto (tipo *Word*), hojas de cálculo, formularios, presentaciones de diapositivas (tipo *PowerPoint*) y dibujos. También permite compartir estos archivos y la edición conjunta y simultánea. Otra de las ventajas de *Google Drive* es la posibilidad de descargar los documentos en formato *pdf* de manera gratuita.

Es una herramienta muy útil en el campo del trabajo colaborativo y en grupo, ya que permite trabajar a los alumnos de manera conjunta y en la misma página, sin la necesidad de tener que encontrarse. Dispone además de un chat interno que permite la comunicación directa con las personas que se encuentran editando en ese momento la página.

Por parte del profesor, permite establecer un seguimiento del trabajo de los alumnos y de los distintos miembros del grupo. Resulta útil a la hora de desarrollar trabajos de portafolio escrito o de escritura creativa. Además, por medio de *Google Drive*, el profesor puede también crear formularios y cuestionarios (en los que se puede

incluir imágenes y diferentes tipologías de preguntas), que pueden ayudar tanto en la evaluación como en el desarrollo de diferentes actividades o pruebas.

- Google Académico y Google Libros

Google Académico es un buscador de *Google* especializado en artículos de revistas científicas. Está enfocado en el mundo académico y soportado por una base de datos disponible libremente en Internet que almacena un amplio conjunto de trabajos de investigación científica de distintas disciplinas y en distintos formatos de publicación.

Al realizar una búsqueda, podemos incluir además de las palabras clave del título o del autor, también las citas que se han hecho a los diferentes artículos. Establecemos así una red que nos permite pasar por diferentes autores que tratan temas similares, en cuanto al tema o el autor.

Podemos, además, crear nuestro propio perfil en Google Académico y añadir las referencias de nuestros artículos. De este modo podremos hacer un seguimiento del impacto de nuestras publicaciones y de nuestros trabajos.

- Google Maps y Google Earth

Google Maps es una aplicación de *Google* que permite navegar por mapas desplazables, establecer patrones de búsqueda de calles, lugares, negocios… así como una opción de callejero. Podemos crear nuestros propios mapas de rutas y enviarlos a otros usuarios o incrustarlos en nuestra web o blog. De este modo, también podemos generar una serie de actividades que incluyan localizaciones, indicaciones y direcciones que se pueden compartir y que pueden ser la base de diferentes temas de trabajo.

Del sistema de mapas de *Google Maps* se nutre *Google Earth*, que es un dispositivo que permite visualizar imágenes del planeta, combinando fotografías de satélite, mapas y el motor de búsqueda de *Google* que permite ver imágenes a escala de un lugar específico. Permite también un visionado en 3D. Al igual que *Google Earth*, otros *Mashups* se nutren de Google Maps como base de trabajo para añadir otro tipo de información como podcast (*Woices*), fotografías del lugar, puntos de referencia, etc.

- Otras aplicaciones interesantes:



Bibliografía:

Aranaz Tudela, J. (2009). Desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles sobre la plataforma Android de Google.

Calishain, T., & Dornfest, R. (2005). *Google. Los mejores trucos (2ª edición).*

Carr, N. (2008), Is Google Making Us Stupid?. Yearbook of the National Society for the Study of Education, 107: 89–94. doi: 10.1111/j.1744-7984.2008.00172.x

Franceschet, M. (2011). PageRank: Standing on the shoulders of giants. *Communications of the ACM*, *54*(6), 92-101.

García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007, September). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. In *SPDECE*.

Guzmán, P. L. Motores de búsqueda; soluciones con aplicaciones de Google. Revista e-FORMADORES. Disponible en: http://red.ilce.edu.mx/sitios/revista/e_formadores_ver_11/articulos/paola_ver11.pdf (Consultado en (07/2013)

Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: bringing order to the web.

Santos, J. I., Galán, J. M., Izquierdo, L. R., & del Olmo, R. (2010). Aplicaciones de las TIC en el nuevo modelo de enseñanza del EEES. *Dirección y Organización*, (39), 5-11.

Enlaces de interés:

- Ayuda Google:

  https://support.google.com/websearch/answer/142143?hl=es&ref_topic=3081620

- HowStuffWorks:

  http://www.howstuffworks.com/internet/basics/google.htm

  http://www.howstuffworks.com/google-chrome-browser.htm

  http://www.howstuffworks.com/internet/basics/google-tool.htm