

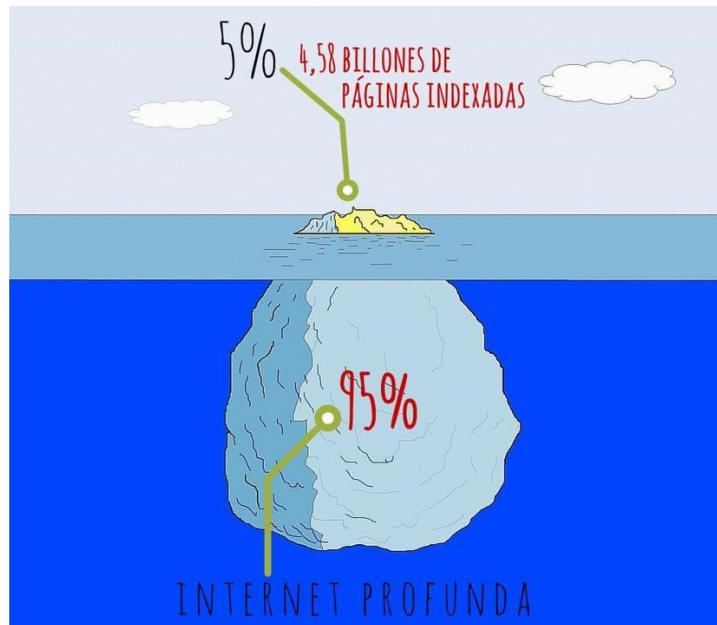
UDI 3: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN POR INTERNET

1. TIPOS DE REDES DE INTERNET

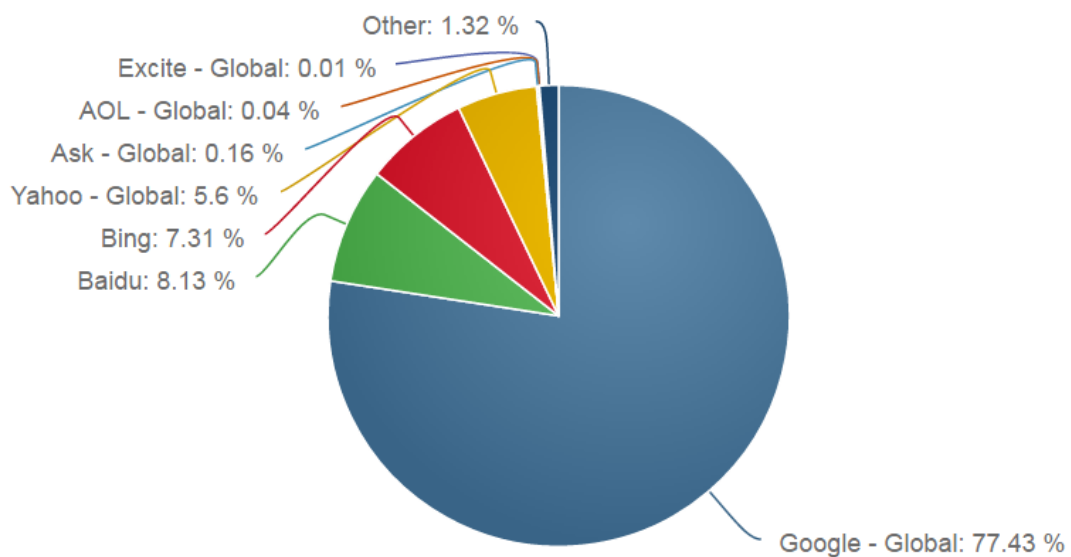
El acceso a Internet se divide en 2 partes:

- **Internet visible:** con unas 4,6 billones de páginas web, lo que supone un 5% del total de páginas existentes.

- **Internet profundo (Deep Web):** con el 95% de las páginas restantes.



2. BUSCADORES



Se indican los más importantes con el porcentaje de uso:

- **Google (77%)**: perteneciente a la empresa Alphabet. Es el sitio web más visitado de Internet.

- **Baidu (8%)**: es un buscador chino.

- **Bing (7%)**: antiguo **Live Search** y **MSN Search**, perteneciente a Microsoft.

- **Yahoo (6%)**: utiliza el motor de búsqueda de Bing pero adaptando los resultados. Tiene un acuerdo con Google para la búsqueda de imágenes. Funciona como portal de información.

- **Resto (2%)**:

- **Ask**

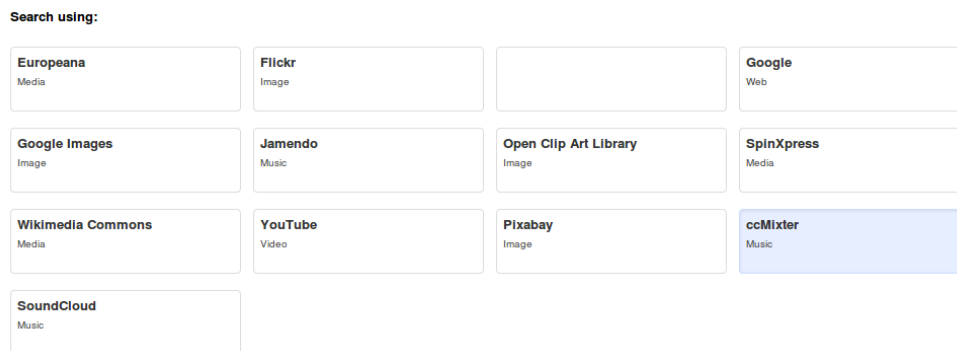
- **AOL**: buscador y portal de noticias.

- **aolsearch**: depende de Google.

- **DuckDuckGo**: respeto a la privacidad al no recoger información que pueda identificar al usuario. Es de código libre y tiene una extensión para Firefox.

- **carrot2**: resultados por categorías.

- **search.creativecommons**: es muy interesante al buscar contenidos libres multimedia a partir de otros buscadores. Ejemplo de búsqueda:



- **wolframalpha** realiza cálculos de distintas materias, ver ejemplos.

- **gigablast** con menús que facilitan el filtrado de la búsqueda.

- **yacy** necesita instalación, basado en búsqueda social descentralizada.

- **apocalx** es un buscador basado en una versión simplificada de la versión español de Google y el uso de un filtro que elimina los sitios para adultos.

- **yandex** principal buscador ruso.

- **so.com**: buscador chino.

Después de muchas pruebas comparativas que se han realizado, se deduce lo siguiente:

- **Bing tiene el mejor buscador de vídeos** por la interfaz que tiene y disponer de más servidores de vídeos, mientras que Google solo se centra en **YouTube**. Como otro servidor de vídeo citamos a **Vimeo**.

- Si queremos la máxima actualidad, debemos consultar **Twitter**.

- Si queremos la mayor privacidad y que no se guarden nuestras búsquedas, usar **DuckDuckGo**.

3. METABUSCADORES

No tienen motores de búsqueda (*salvo para algunas búsquedas específicas en foros o bancos de imágenes*) sino que envían la información a varios buscadores. Los resultados se presentan según el criterio del metabuscador.

Relación de **metabuscadores**:

- **Ixquick**: es muy potente. Se caracteriza por la confidencialidad al no guardar los datos del usuario o de la búsqueda.

- **Copernic**: es un software que se instala en el ordenador. Posee versiones gratuita y de pago.

- **Dopppile**: incluye **SearchSpy**, que permite búsquedas en tiempo real (*en redes sociales*).

- **WebCrawler**: tiene un potente motor de búsqueda de recursos generales.

- **Yippy**: mantiene la confidencialidad y no comercia con los datos.

- **Metacrawler**: organiza la información por categorías y admite operadores de búsqueda.

4. BUSCADORES TEMÁTICOS

- **BÚSQUEDA DE EMPLEO:**

- <http://www.jobshunters.es/bolsa-de-empleo/> (EMPLEATOR)
- www.opcionempleo.com
- <http://www.indeed.es/>
- <https://buscadorde trabajo.es/>

- <http://es.jobrapido.com/>
- <http://www.trabajorapido.org/>
- <http://joble.com.es/> (Trabajo en el mundo)
- <http://www.njobs.es/>
- <http://www.jobcrawler.info/>
- <http://www.jobijoba.es/>
- <http://www.123trabajo.com/>
- <http://www.freeforjob.com/>
- <http://empleo.renego.es/>
- <http://empleo.trovit.es/>
- <http://www.simplyhired.es/>
- <http://www.tablerostrabajo.com/>
- <http://www.empleon.com/>
- <http://empleo.donkiz.es/>
- <http://trabajo.mitula.com/>
- <http://trabajo.posot.es/>
- <http://www.freeforjob.com>
- <http://www.ofertasdetrabajoyempleos.com/>
- <http://www.empleoin.com/>
- www.yovijob.com
- <http://empleo.wickedin.es/>
- <http://empleo.yakaz.es/>
- <http://www.jobtonic.es/>
- <http://www.jobatus.es/>
- <http://neuvoo.es/es>

- ENCICLOPEDIAS ON-LINE

- [Wikipedia](#)

- [Enciclopedia Libre Universal en español](#)

- [Vikidia](#): está orientada a jóvenes.

- [Icarito](#): es un proyecto de Chile para estudiantes.

- [Enciclopedia Espasa](#): con temas adaptados por niveles educativos. Son muy interesantes sus estadísticas y cronologías.

- [Wikifaunia](#): dedicada a los animales.

- [Biblioteca Digital Mundial](#): centrada en la Historia.

- [Wikilengua](#): sobre el idioma español.

- [Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española](#)

- [Fundación del Español Urgente \(Fundeu\)](#): sobre dudas de la lengua española.

- BANCOS DE IMÁGENES LIBRES Y DE DOMINIO PÚBLICO:

- [Pixabay](#)

- [Free Images](#)

- [Open Photo](#)

- [Stockvault](#)

- [All the free stock](#)

- [Free Digital Photos](#)

- [Morguefile](#)

- [Pexels](#)

- [Freepik](#)

- [Free Photos Bank](#)

- [Public Domain Pictures](#)

- [FreeRangeStock](#)

- [500px](#)

- [Commons Wikimedia](#)

- [4 Free Photos](#)

- [Photopin](#)

- PORTALES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR VÍDEOS EN LA RED:

- [YouTube](#)

- [Vimeo](#)

- [Metacafe](#)

- [Daily Motion](#)

- [Ustream](#)

- [Yahoo](#)

- [Break](#)

- [Tu TV](#)

- [Metatube](#)

- [Veoh](#)

- [TED](#)

- SERVICIOS WEB PARA PUBLICAR Y COMPARTIR DOCUMENTOS Y PRESENTACIONES:

- [Slideshare](#)

- [Scribd](#)

- [Calameo](#)

- [Issuu](#)

- [Authorstream](#)

- [Slideserve](#)

- [Slideboom](#)

- [Youblisher](#)

- SERVIDORES DE MÚSICA LIBRE:

- [FreeMusicArchive](#)

- [Smartsound](#)

- [Audiosocket](#)

- [Dig.ccmixer](#)

- [Soundcloud](#)

- [Audionautix](#)

- [Flashkit](#)

5. CÓMO FUNCIONA UN BUSCADOR

Los buscadores no almacenan las páginas webs, solo tienen **bases de datos** con **índices** que permiten el acceso a esas páginas.

El **índice** se construye a partir de las etiquetas y código de la página.

Los índices los elaboran los buscadores con un software llamado **arañas**, que rastrean Internet de forma continua y van recogiendo información.

El **motor de búsqueda** trata esa información, la organiza y prioriza.

6. CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Normalmente se emplean 2 sistemas para clasificar una información:

- **TAXONOMÍAS:** es un sistema de clasificación por categorías de forma jerárquica de tipo "árbol". Por ejemplo la taxonomía biológica que clasifica los seres vivos en reinos, especies y razas o la taxonomía geográfica que clasifica un territorio en continente, país, región, provincia y municipio.

- **FOLKSONOMÍAS:** es un sistema de clasificación basado en etiquetas (*tags*). Las etiquetas no son jerárquicas, es decir, no se anidan unas dentro de otras. En Internet muchas folksonomías son abiertas (*indexación social*) y se basan en la participación popular (*folk*).

7. PROBLEMAS EN LOS RESULTADOS DE UNA BÚSQUEDA

1º) Obtener muchos resultados no clasificados según nuestros intereses (**infoxicación**).

2º) Obtener escasos resultados (**silencio**).

3º) Dificultad para distinguir las fuentes fiables de las que no lo son.

4º) La "**Burbuja de filtros**" nos impide acceder a una información más amplia debido a que los resultados que aparecen cada vez se orientan más a nuestros gustos personales y eso limita el acceso a otros contenidos que pueden ser de interés.

Eli Pariser (*destacado activista de Internet*) nos advierte del riesgo que tiene la "Burbuja de filtros" para la democracia.

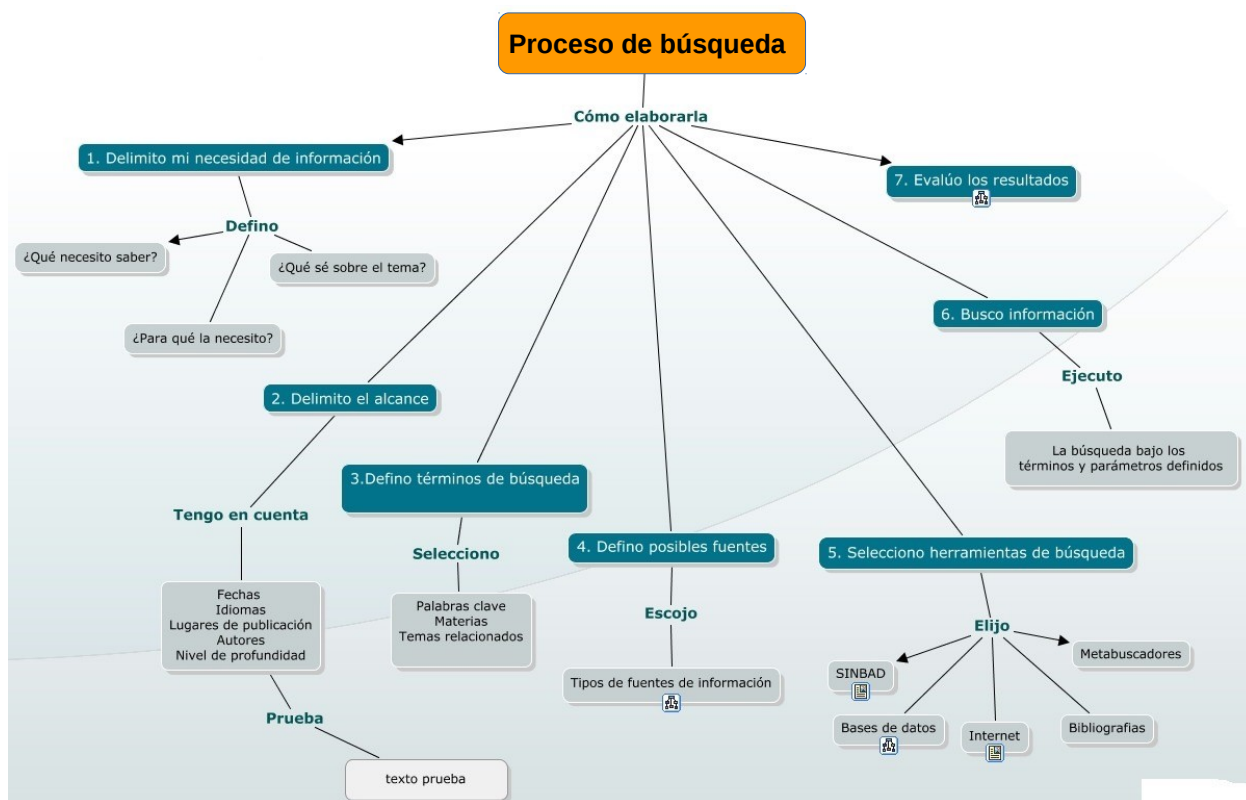
"Internet nos va a mostrar lo que piense que queremos ver y no necesariamente lo que tenemos que ver" - Eli Pariser -

8. CURACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

Curar contenidos digitales supone:

1. **Buscar** en fuentes que hay que mencionar.
2. **Seleccionar**, que significa organizar y filtrar la información.
3. **Personalizar**, preparándola para que se adapte a lo que necesitamos.
4. **Difundir**, para publicar lo seleccionado.

9. PROCESO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN



10. DEFINIR TÉRMINOS DE BÚSQUEDA

El buscador nos dará los resultados de las páginas webs teniendo en cuenta que la importancia de una palabra aumenta mientras antes aparezca en la búsqueda, por eso al cambiar el orden de las palabras, cambian los resultados.

A veces los resultados se alejan del contexto de la búsqueda.

NORMAS PARA REALIZAR BÚSQUEDAS:

- **Escribir las palabras clave del tema a buscar, por orden de importancia.** Deben estar escritas en **minúsculas** y **con tildes**. Las palabras comunes (*y, del, la, etc.*) no se tienen en cuenta, salvo que vayan entre comillas.

- PARA COMBATIR EL RUIDO:

A) Aumenta el número de términos de búsqueda.

B) Usar frases entre comillas, de esta forma aparecerán las palabras en el orden introducidas.

Por ejemplo: *"el edificio más alto"*

C) Usar operadores:

- Operador -

Para que en los resultados no aparezcan otras palabras que puedan dar lugar a otras búsquedas no deseadas, sobre todo en el caso de palabras homónimas.

Por ejemplo: *velocidad jaguar -coche*

- Operador AND

Si queremos que aparezcan los resultados donde están presentes **TODAS** las palabras. En este caso no importa el orden de las palabras.

Por ejemplo: *andalucía and sevilla*

- Operador site:

Se emplea para hacer búsquedas dentro de la URL de las páginas web. Muy recomendable para acceder a las páginas de las hemerotecas de periódicos y revistas.

No lleva espacio después de los 2 puntos (:).

Por ejemplo: *robots site:http://www.muyinteresante.es/*

- Operador title:

Se emplea para hacer búsquedas dentro en la barra de título de las páginas web.

No lleva espacio después de los 2 puntos (:).

Por ejemplo: *title:venus*

- Operador OR

Se realiza la búsqueda en páginas donde aparezca al menos alguna palabra.

- Operador @

Realiza las primeras búsquedas en Twitter e Instagram.

Por ejemplo: *"coche eléctrico" @twitter*

- Operador **language:**

Realiza la búsqueda en páginas del idioma indicado.

Es útil si queremos obtener resultados de páginas en español, en las búsquedas que contengan términos en inglés.

Por ejemplo buscar: *computer language:es*

- Operador **filetype:**

Se realiza la búsqueda en un determinado formato de archivo, se usa mucho para buscar archivos **pdf**, presentaciones powerpoint **ppt** o animaciones flash **swf**.

No lleva espacio después de los 2 puntos (:).

Por ejemplo: *filetype:pdf programación*

- Operador ***** para sustituir una palabra:

Si no recordamos una palabra, podemos sustituirla por un asterisco:

Por ejemplo: *"la isla del *"*

- Buscar por precio:

Escribe \$ o € delante de una cifra.

Por ejemplo: *cámara \$400*

cámara €400

- Obtener definiciones:

No lleva espacio después de los 2 puntos (:).

Por ejemplo: *define:procastinar*

- Hacer cálculos:

Por ejemplo: *50*4*

- Hacer búsquedas dentro de un intervalo numérico como fechas, precios, etc.:

Ponemos 2 puntos seguidos entre los números.

Por ejemplo: *iphone 440..650*

- Ver el contenido de páginas con enlaces rotos:

Si al visitar una página sale el mensaje **404 page not found**, podemos intentar ver el contenido dándole al triangulito verde que sale en el listado de páginas del buscador > **En caché**.

- PARA COMBATIR EL SILENCIO:

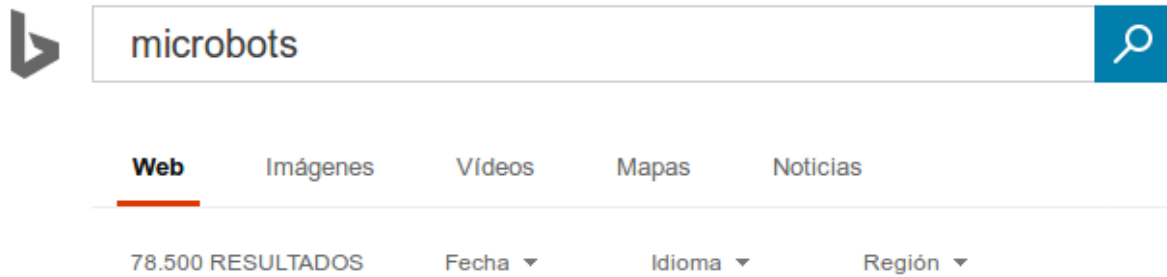
A) Comprobar que los términos de búsqueda están escritos de forma correcta.

B) Incluir operadores OR entre los términos de búsqueda.

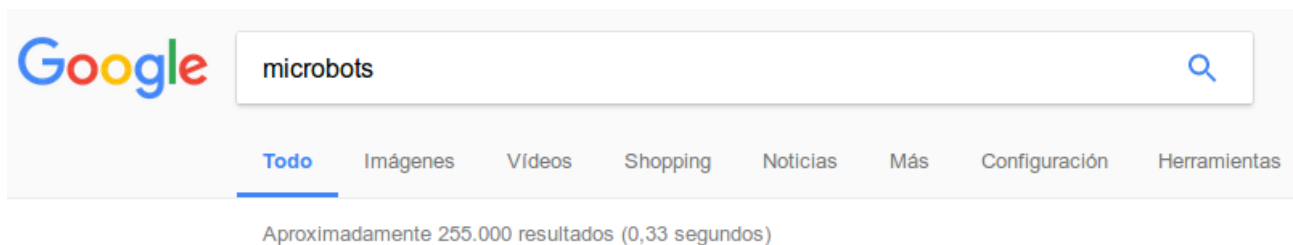
C) Sustituir algunos términos de búsqueda por la raíz de la palabra junto a comodines. Por ejemplo, si en lugar de floristería ponemos *flor**, la búsqueda se realizará en todas las palabras que empiecen por flor.

11. BÚSQUEDAS DESDE EL NAVEGADOR

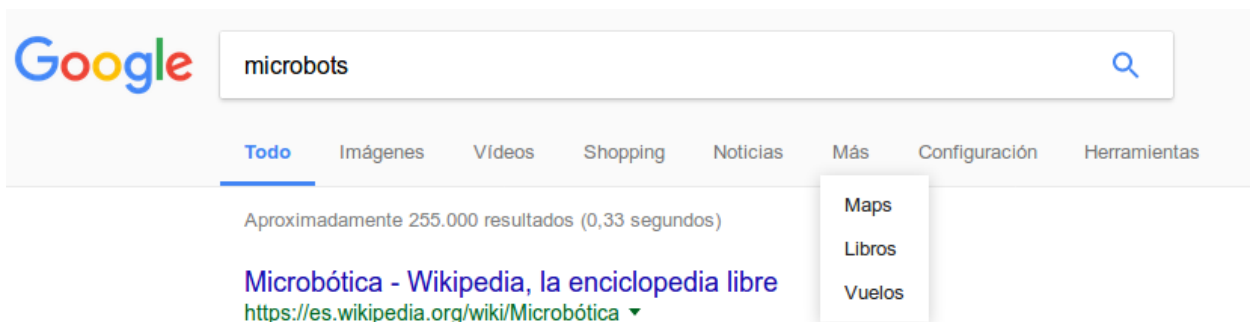
BING



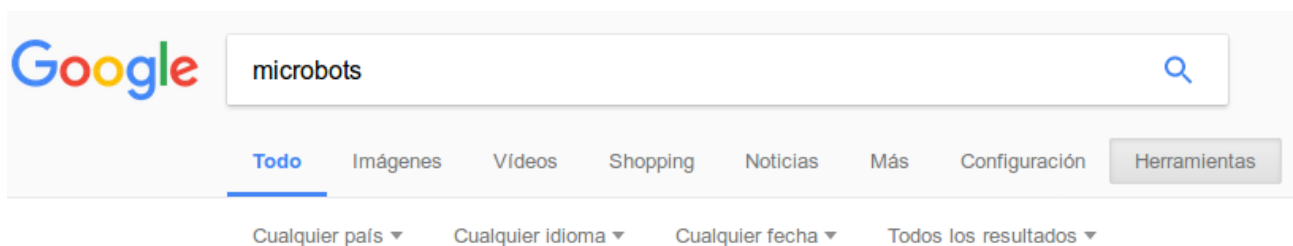
GOOGLE



Clic sobre **Más**



Clic sobre **Herramientas**



12. BÚSQUEDAS AVANZADAS CON GOOGLE

Clic sobre **Configuración**



A) DE SITIOS WEB:

[Enlace Todo > Configuración > Búsqueda avanzada](#)

B) DE IMÁGENES

[Enlace Imágenes > Configuración > Búsqueda avanzada](#)

C) DE VÍDEOS

[Enlace Vídeos > Configuración > Búsqueda avanzada](#)

13. DEFINIR LA FIABILIDAD DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

¿Es fiable la información obtenida?

Debes tener en cuenta que la información que se publica no está sometida a ningún tipo de examen previo, ni a normas de calidad. Por este motivo, debes realizar un riguroso análisis que te asegure la calidad de la información.

Estos son algunos criterios para evaluar los contenidos de Internet:

→ **Autoría:** ¿quién es el autor?, ¿aporta alguna credencial?

- **Filiación:** ¿pertenece a alguna Institución?, ¿alguien controla la publicación?
- **Actualidad:** ¿está actualizada? ¿aparecen fechas de creación?
- **Propósito:** ¿cuál es el propósito de la página: informar, explicar, vender, persuadir?
- **Audiencia:** ¿quién se supone que es la audiencia?
- **Legibilidad:** ¿es fácil navegar por ella? ¿están los contenidos bien estructurados?, ¿es agradable visualmente?

14. OTROS USOS DE GOOGLE

1) Acceder a tu historial de búsqueda y a las estadísticas sobre el uso que haces de Google a través de <https://myactivity.google.com/>

2) Traducir al momento cualquier frase introduciendo en el buscador **translate agua azul to árabe**, por ejemplo.

3) Consultar el clima de cualquier ciudad del mundo introduciendo en el buscador **Dublín tiempo** o **tiempo Dublín**, por ejemplo.

4) Consultar los resultados del último partido de fútbol que jugó tu equipo introduciendo su nombre en el buscador.

5) Consultar los horarios de las películas que se proyectan en los cines de nuestra ciudad, introduciendo en el buscador **películas**.