

Fórmulas para expresar a fondo Google

Los internautas disponen de numerosos procedimientos y trucos para afinar al máximo los resultados que ofrece el buscador más utilizado en el mundo



Los buscadores son máquinas que rastrean el ciberespacio para clasificar las páginas web. Su función es ofrecer al usuario, de forma más o menos ordenada, las páginas que contengan un determinado término. En esta tarea Google no tiene rival, especialmente en nuestro país, en el que es, de largo, el más utilizado. Pero la cantidad de información que pulula por la Red es cada día más voluminosa, por lo que conviene conocer algunas de las numerosas estrategias que permiten sacar el máximo rendimiento a Google.

Corrección ortográfica y precisión

El éxito de una búsqueda depende más del modo en que el usuario especifique el término o concepto que se desea hallar, que de la habilidad del buscador para encontrarlo. Es decir, si se 'pregunta'

inapropiadamente, es muy difícil que Google o cualquier otro buscador responda de forma adecuada sobre lo que necesitamos saber.

El concepto de 'inapropiado' se aplicaría tanto a lo incorrecto (escribir con faltas de ortografía o errores de teclado) como a lo impreciso. Por lo tanto, el primer paso para buscar y encontrar lo que deseamos es acotar al máximo los límites de la búsqueda. Para ello el usuario dispone de diversos métodos.

El sistema más sencillo es poner más de una palabra en el cajón de búsqueda. Por ejemplo, no es lo mismo escribir 'Landa' (que ofrece como resultados en Google desde un hotel o un lenguaje de escritura silábico, hasta la biografía de un actor de cine o una genealogía de un apellidado vasco), que escribir "Alfredo Landa", con comillas

incluidas. La unión de ambas palabras contextualiza la búsqueda; con las comillas, Google sabe que debe ceñirse a buscar las dos palabras juntas y en el orden que se le ha indicado (no mostrará las páginas donde ponga "Alfredo se apellida Landa").

Búsquedas avanzadas

Para no tener que aprenderse todos los signos que afinan las búsquedas, Google posee un servicio de búsquedas avanzadas (se accede desde la parte derecha de la página principal del buscador). Un completo formulario le ayudará a definir lo que busca. Lo primero es lo mismo que se escribiría en el cajón del buscador (por ejemplo: Alfredo y Landa). Luego se le pregunta si hay una frase exacta que defina su búsqueda (el equivalente de las comillas).

En caso de que no sea posible escribir una frase exacta, hay otras alternativas, como definir las palabras que deben figurar en los resultados (por ejemplo: Alfredo, Landa y actor), o bien palabras que no deben aparecer en los resultados (por ejemplo: actor, si se quiere buscar a un Alfredo Landa distinto del actor).

Si se está intentando encontrar un documento en concreto, se puede definir en las búsquedas avanzadas el tipo de formato del documento, así como el idioma o la fecha en la que entró en Internet. También se puede pedir que las palabras buscadas figuren en la dirección de la página, en su título o en su contenido.

Hay opciones que son útiles cuando lo que se persiguen son propósitos muy específicos. Por ejemplo: que el documento tenga una determinada licencia de propiedad intelectual que permita su reproducción. Éste sería el caso de quien quiere obtener una fotografía de Alfredo Landa para colocarla en otro sitio web sin problemas legales. Otra muestra, que el buscador sólo ofrezca resultados procedentes de una determinada página web, como un periódico o una revista online especializada en cine.

La importancia de la lógica

En numerosas ocasiones, el internauta se ahorrará tiempo, más que con complejas búsquedas, usando la lógica. Un caso práctico: se desea saber el número de teléfono para reservas de un restaurante. Si se escribe: "¿Cuál es el número de teléfono de reservas del restaurante 'X'?", no se está haciendo una búsqueda sino una pregunta

directa: algo imposible de responder por una máquina, al menos de momento.

Para que un buscador responda hay que preguntarle en su idioma, engañándole para que ofrezca el mejor resultado. Así, se escribirá en el cajón de búsqueda: "restaurante El Mesón, teléfono, reservas, Madrid", por ejemplo, si el restaurante está en Madrid. De este modo, es muy probable que el teléfono de reservas del restaurante 'El Mesón' esté entre los primeros resultados que ofrezca Google. Para conocer la población de Francia, por ejemplo, se escribirá: "la población de Francia es", o las palabras "Francia, habitantes, censo". Pero no: "¿Cuál es el número de habitantes de Francia?".

Algo más que un buscador

Con esta filosofía se puede usar Google para otros fines distintos. Por ejemplo, cuando se tienen pocas cosas en la nevera y se quiere cocinar algo creativo se puede optar por el 'Googlecooking' (algo así como 'cocinar al estilo Google'). Consiste en escribir en el cajón el listado de ingredientes disponibles y unir a ellos la palabra 'receta' para ver qué resultados salen (curiosamente, suele funcionar). Google también puede ser un buen diccionario. Basta con escribir "define:" delante de la palabra de la que se quiere conocer el significado para que ofrezca todas las definiciones que haya encontrado en páginas como Wikipedia y otras publicaciones de referencia. ¿Y calculadora? Pruebe a escribir una operación matemática ("2+2") o un cambio de divisas en inglés ("15 dollars in euros"). ★



ABRACADABRA

Para realizar rastreos avanzados en Google directamente desde la barra de búsquedas es suficiente con dominar un número de palabras mágicas, las que se incluyen a continuación entre paréntesis, que acercarán el resultado deseado.

(link:) Se utiliza para buscar todas las páginas con enlaces a una web concreta. Por ejemplo, **link:www.consumer.es** mostrará las páginas que enlazan a la portada de la web de CONSUMER.es EROSKI.

(-:) El signo menos unido a una palabra significa que se quiere omitir todas aquellas páginas que contengan dicha palabra.

(site:) Hace referencia a búsquedas exclusivamente en un determinado sitio web y sólo en éste. Así, con **site:consumer.es ordenador** mostrará las páginas de CONSUMER.es EROSKI en las que aparezca la palabra "ordenador".

(-site:) Se desea excluir todos los resultados que aparezcan en el sitio web que se indica. Es lo contrario del anterior.

Comillas: Las comillas ("") sirven para buscar frases exactas, que se incluirán dentro de las comillas.

(define:) Busca la definición de una palabra en muchos libros de referencia. Por ejemplo, **define:kilogramo** nos devolverá las definiciones de kilogramo en varios diccionarios y enciclopedias.

(filetype:) Sirve para definir el tipo de archivo que se busca. Por ejemplo, **filetype:pdf** indica que sólo se buscan formatos PDF.

(allintitle:) Busca sólo páginas donde el término aparezca en el título.

(allintext:) Busca sólo páginas donde el término aparezca en el texto.

(allinurl:) Busca sólo páginas donde el término aparezca en la dirección url (la propia dirección de la página).

(allinanchor:) Busca sólo páginas donde el término aparezca en los enlaces que les ponen otras páginas. ★

NAVEGAR A LA CARTA

Salir 'de vídeos' por la Red



YouTube

(www.youtube.com)

El secreto del incontestable éxito de YouTube el año pasado se basó en tres factores: es gratuito, es fácil de manejar (tanto para 'subir' vídeos a la página como para verlos) y es social, lo que significa que está pensado para que los vídeos puedan estar al alcance de todo el mundo. Con estas tres premisas, YouTube se ha convertido en la página de vídeos más visitada del planeta. Los internautas la usan tanto para dejar sus vídeos personales graciosos como fragmentos curiosos de televisión, extractos de conciertos musicales memorables, anuncios reseñables o escenas de películas míticas. Pero, aunque lo más frecuente es que el usuario reciba numerosos correos de amigos con enlaces a páginas de YouTube con vídeos curiosos, hay muchos otros sitios donde se pueden ver vídeos que están 'colgados' en la Red y también 'subir' los propios.



Vimeo

(www.vimeo.com)

Su funcionamiento y sus posibilidades son prácticamente las mismas de YouTube. Sin embargo, Vimeo añade la opción de descargar los vídeos al ordenador, cosa que, en principio, no es posible en YouTube. El usuario también puede publicar los vídeos que más le hayan gustado en su blog mediante un sencillo enlace (algo que también se puede hacer con YouTube). Además, muestra al autor del cortometraje qué blogs le están enlazando. Sus inconvenientes son que algunos vídeos sólo se reproducen en la versión más avanzada de QuickTime (lo que implica la descarga del pesado reproductor de música iTunes) y que no permite el uso de la tecnología RSS para informarse de las actualizaciones del web.



Videoegg

(www.videoegg.com)

Se trata de un sistema de publicación de vídeos en blogs (práctica conocida como 'vloggin') que traduce cualquier archivo multimedia a un formato único de compresión y reproducción. La principal ventaja de este sistema de publica-

ción es que hace compatibles todo tipo de formatos, de modo que el usuario no tiene que descargar versiones variadas de programas de reproducción para ver los vídeos, ni preocuparse por los diversos formatos en los que graba su videocámara.



Yashi y Vsocial

(www.bolt.com
y www.vsocial.com)

Son dos ejemplos de nuevas páginas para alojar vídeos. Su principal ventaja es que aceptan más formatos de compresión que las anteriores. Por lo demás, por su funcionamiento y filosofía, son muy parecidas a la de mayoría de sitios web precedentes.



Darlugo

(www.darlugo.com)

Algunas páginas trabajan en una vertiente más elaborada de los vídeos compartidos. Para que un vídeo sea aceptado en ellas, debe tener una mínima calidad técnica, además de aportar originalidad y un cierto sentido argumental, casi siempre guiado por el sarcasmo. En este apartado se sitúa Darlugo, un portal en el que los cortos pasan un control de calidad previo y reciben una calificación de referencia por parte de los editores. En Darlugo se pueden encontrar vídeos que parodian anuncios televisivos, escenas cómicas o burlas de destacadas personalidades.



Google video

(<http://video.google.es>)

El futuro de Google Video es incierto ahora que Google ha comprado su antiguo competidor YouTube, pero de momento sigue siendo el portal ideal para ver y albergar vídeos con más duración y calidad de imagen. Se pueden encontrar numerosos documentales, anuncios multimedia y programas televisivos (e incluso películas de corte independiente) para visionar. El servicio tiene algunos vídeos de pago, pero la mayoría son gratuitos. ★

B CADA MES UN BLOG

**Lláname Lola,
no me llames Dolores**

<http://www.llamamelola.com>

El nombre de este blog dice mucho sobre el grupo que lo sostiene y alimenta. 'Lláname Lola' lo componen cuatro internautas especializados en periodismo, programación, diseño y, sobre todo, publicidad online, que rastrean incansablemente la Red en busca de perlas audiovisuales que ofrecer en su blog; preferiblemente anuncios, pero también noticias, cortos y otros contenidos audiovisuales de lo que se ha dado en llamar 'Pop Culture'. El pasado 2005 recopilaron en un CD descargable de Internet todo el materia que habían publicado en el blog y se espera que hagan lo mismo en 2006.

LA PÁGINA DEL MES

"Las fotos de Bichito"

<http://www.flickr.com/photos/bichito>

Bichito es un artista callejero. Su trabajo, que discurre paralelamente a una dilatada carrera profesional como periodista en diversos medios, se desarrolla en las calles de Madrid y sus modelos son habitantes del asfalto capturados por su cámara, en ocasiones al azar, en ocasiones con intencionalidad estudiada. Sea como fuere, Bichito es un especialista del retrato urbano que rastrea la Gran Vía madrileña y sus alrededores en busca de la máxima expresividad facial, aquella que refleja no sólo un rostro sino todo lo que ocurre en torno a éste. Para lograrlo, Bichito se basa en técnicas como el desenfoque, el ángulo imposible, el desencuadre... Sus fotografías nos recuerdan tanto a los recientes Francis Bacon y Lucien Freud como a los expresionistas alemanes de la escuela de 'El puente' (en especial a Kirchner, Nolde o Munch).

El secreto del éxito de YouTube es que es gratuito, fácil de manejar y está al alcance de todo el mundo

