



Localización y recuperación de información efectiva con Google.



Autor:	Fernández Sánchez Néstor
Contacto:	nfs@unam.mx
Fecha de elaboración:	Enero, 2011.
Propósito:	Apoyar a estudiantes y docentes de nivel superior en el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. De manera específica, en el tema de localización y recuperación de páginas Web con Google.
Descriptor:	Internet, Metabuscador, Filtros, Web 2.0.
Objetivo:	Buscar, localizar y recuperar información en sitios de Internet de manera expedita por medio del Metabuscador Google.

Los motores de búsqueda son una herramienta muy útil para la localización de información en Internet¹. Hoy en día es más práctico utilizar **metabuscadores** o buscador de buscadores. En la tarea de localización de información, el uso de estos motores puede arrojar resultados de miles de páginas que debemos filtrar para identificar su pertinencia con nuestros intereses. Estas páginas pueden ser archivos de diferente tipo, usualmente son documentos tipo HTML o PHP (páginas web), documentos portables (PDF), documentos de escritura (DOC) o de presentación de láminas (PPT), etc.² Existen varios metabuscadores potentes, la mayoría de los usuarios opinan que los más efectivos son: Google, Yahoo, Live Search (msn), ixquick, AOL, Lycos, Altavista, AlltheWeb, Excite, Terra y el Hispavista. Esta selección depende de los intereses de los usuarios, pero es Google el que más adeptos tiene, caso que atenderemos en este documento.



¹ Véase una amplia lista de motores de búsqueda en http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Motores_de_b%C3%BAsqueda_de_Internet

² Debido a la variedad de tipos de documentos que se localizan, los denominaremos aquí de manera genérica como *página* o *documentos*.

Contenido

¿Cómo funciona Google?	3
Resultados de búsqueda.....	3
Sugerencias para mejores búsquedas	6
Filtros en texto	6
Las opciones Booleanas	6
Sintaxis especiales.....	7
Búsqueda avanzada para texto	8
Filtros clasificados	10
Localización de imágenes	10
Herramientas y filtros para imágenes.....	11
Búsqueda avanzada de imágenes	11
Google académico	12
Resultado de búsqueda en Académico.....	13
Búsquedas en Académico	15
Sintaxis	15
Búsquedas avanzada en Académico.....	16
Índice.....	17

Documento elaborado en apoyo a la especialización *Formación de especialistas en Educación Abierta y a Distancia*, Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México, Programa de Apoyo a Proyectos para la Innovación y Mejoramiento de la Enseñanza (UNAM-PAPIME) # PE305409

¿Cómo funciona Google?

Google, es un motor de búsqueda de texto completo, diferente de otros motores que sólo localizan información en los primeros 255 caracteres de la página que están en Internet. Es decir, incluye en su índice páginas Web completas, en lugar de incluir sólo los títulos y las descripciones. Este motor hace su propia indexación³ de datos e incluye los de otros buscadores.

Resultados de búsqueda

Es interesante conocer los elementos que arroja Google en una búsqueda para identificar la información que puede ser de utilidad a nuestros propósitos.



1. **Barra de búsqueda.**- Para realizar una búsqueda en Google, sólo tienes que escribir alguna expresión que consideres se relaciona o pertenece al contenido que buscas. A continuación, pulsas tecla *Intro* o haces *click* en el botón *Buscar*. El sistema desplegará la lista de lo que encontró. En la parte inferior derecha o al lado derecho de esta barra, puedes utilizar la opción de *Búsqueda avanzada* (más adelante se detalla la opción avanzada para texto y para imágenes).
2. **Resultados de búsqueda.**- El listado de resultados muestra varios elementos. Supongamos que realizamos la búsqueda de la expresión "google". Veamos los elementos en dos resultados:

³ Indexar se refiere a la acción de registrar ordenadamente información para elaborar su índice.



- a. **Título** – Enlace con la expresión que el autor del documento asignó a ésta ([Google](#) en el primer registro y [Google Maps](#) en el segundo⁴). Dependiendo de la configuración de tu Google, podrás también ver una pequeña lupa a la derecha del título , lo que indica que puedes tener una vista previa del documento si colocas el cursor encima de ésta.
- b. **Descripción** – Resumen explicativo que se asignó al sitio, en color negro (“Buscador internacional que da...” e “Ir a la página principal de Google...”).
- c. **URL**– La ubicación o URL⁵ en que se encuentra el documento, en verde ([www.google.com.mx](#) y [maps.google.com.mx](#)).
- d. **Información extra** –
 - i. **En caché.**– Cuando Google rastrea la Web, almacena en memoria *instantáneas* de todas las páginas. Al hacer clic en [En caché](#), podrás ver la página web tal como era la última vez que se indexó, aunque ésta haya desaparecido del sitio original.
 - ii. **Similares.**– Al pulsar sobre ésta expresión se muestran sitios relacionados con ese resultado.

En ocasiones, el resultado mostrará más ligas a títulos de páginas destacadas que se encuentran dentro de la misma URL localizada, como en el primer ejemplo en el que se agrega dos columnas: [¡Google](#), [Traductor de Google](#), [Herramientas de idioma](#), etc.

De igual manera, puede anteceder al *Título*, entre paréntesis, la expresión PDF, DOC, PPT, XLS o algo similar, lo cual indica que se trata de un documento con dicha extensión.

⁴ Las ligas o links se presentan en color azul, pero una vez que se ha visitado uno de los sitios el color cambia a púrpura.

⁵ Localizador Uniforme de Recursos, más comúnmente denominado URL (Uniform Resource Locator). Cadena de caracteres con la cual se asigna una dirección única a cada uno de los recursos de información disponibles en Internet.



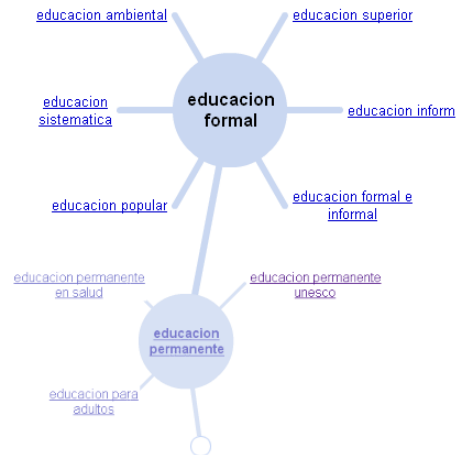
3. **Herramientas y filtros.**- El panel lateral de resultados muestra **filtros** y modos de búsqueda que resultan más útiles para cada búsqueda. Con la misma expresión asignada a la barra de búsqueda, al presionar sobre alguno de los iconos o texto del mismo, el buscador localizará **Imágenes, Videos, Noticias, Libros, Blogs, Twitters (Tiempo real) o Foros (como Flickr, Facebook).**

En la casilla **Ubicación**, podrás escribir el lugar (país) en el que deseas se realice con prioridad la búsqueda. Por omisión, busca con prioridad en la ubicación que Google detecta de tu computadora.

En la sección **La Web** podrás seleccionar el idioma de los documentos a localizar.

En **Cualquier fecha** puedes seleccionar un intervalo o precisar aquél en el que los documentos a localizar se han visto previamente o modificado.

Con **Rueda de búsqueda**, se presenta una especie de red de expresiones que Google ha identificado como relacionadas.



Si activas **Sitios con imágenes**, se mostrará una lista de sitios y algunas de las imágenes que tienen estos.

- 4. **Anuncios.**- En el área derecha de la página se listan sitios que han pagado por aparecer en esta sección. Normalmente son sitios comerciales.
- 5. **Navegador de páginas.**- Ya que normalmente se localiza una gran cantidad de documentos, en las letras "o" de Google que se muestra en la parte inferior de la pantalla o con las flechas que a su lado aparecen, puedes pasar a la siguiente serie de resultados.

Como se podrá apreciar, con la lista de *Resultados de búsqueda* es posible identificar visualmente aquellos documentos que podrían coincidir mejor con nuestro interés, ya sea porque el título, la descripción o la URL contienen información cercana a nuestro objetivo.



Si localizas un documento extenso puedes buscar dentro de éste una expresión específica. Para ello que es útil aprovechar el teclado. Presiona y continúa sosteniendo la tecla **CTRL** y luego la **F**. Deja de presionar las teclas y aparecerá una casilla para que escribas ahí lo que buscas. En una página Web, la casilla se presenta en la parte inferior izquierda de la pantalla. En un PDF puede mostrarse ahí o en la parte superior derecha de la página que estás viendo. Si es un DOC, usa **CTRL + B**. Si usas IExplorer, la ventanilla se muestra en la parte superior izquierda de la página.

Si lo que buscas es específicamente documentos PFD, DOC, PPT, XLS o DOC, existe la el metabuscador DOCJAX: <http://www.docjax.com>. Google proporciona más opciones en *Busqueda avanzada*.

Sugerencias para mejores búsquedas

Filtros en texto

Frases exactas.- Escribe la expresión textual que estás buscando, encerrada entre comillas. Por ejemplo, no es lo mismo buscar *La valuación de la personalidad* que “*La evaluación de la personalidad*”.

Palabras clave.- Cuanto más específica sea la palabra, mayor será la probabilidad que encuentres resultados relevantes. Las palabras que no son muy descriptivas, como artículos (el, la, los, un, uno...), adverbios (a, ante, bajo, con...), o palabras comunes (documento, sitio web, empresa, información), no suelen ser necesarias. Sin embargo, debes tener en cuenta que, aunque la palabra tenga el significado correcto, si no es el término más utilizado, es posible que no encuentres la página que necesitas. Por ejemplo, *evaluación personalidad MMPI* arrojará menos resultados que *evaluación de la personalidad MMPI* y menos serán aún si buscas *evaluación personalidad MMPI mexico*.

Las opciones Booleanas

Mediante los comandos adicionales, denominados *sintaxis*, podemos realizar búsquedas en partes determinadas de páginas Web o tipos específicos de información. Esto resulta práctico cuando se está tratando con dos mil millones de páginas y necesitamos aprovechar cualquier oportunidad para restringir esos criterios.

AND.- Esta opción está establecida como predeterminada en Google, siempre que introducimos las palabras busca a lo largo de todo el contenido. Es decir, para *evaluación personalidad MMPI*, Google lo toma como *evaluación AND personalidad AND MMPI*

OR.- Se usa para que el buscador localice cualquiera de las expresiones. Por ejemplo, en *evaluación OR personalidad OR MMPI*, arrojará resultados de todo aquello que encuentre como *evaluación o personalidad o MMPI*.

Negación (“-“).- Con base a la lógica Booleana⁶ la negación excluye la expresión que le sigue. Usaremos éste signo cuando queremos que esa palabra no aparezca en los resultados. En ejemplo que hemos utilizado, la búsqueda restringirá la expresión definición, cuando solicitemos *evaluación personalidad MMPI –definición* o *evaluación personalidad MMPI –“definición”*.

Sintaxis especiales

intitle:- Devuelve las páginas que contengan en su título alguna(s) de las palabras especificadas dentro del título del documento. Por ejemplo, la expresión **intitle: evaluación de la personalidad**. Restringirá la búsqueda a documentos cuyo título contenga **evaluación o personalidad**⁷.

allintitle:- De forma similar a **intitle:**, devuelve las páginas que contengan todas las palabras en el mismo título. No se usa muy a menudo ya que no se combina muy bien con algunas de las otras sintaxis. Ejemplo... **allintitle: evaluación de la personalidad**.

inurl:- Devuelve las páginas donde en su URL⁸ aparecen ALGUNAS de las palabras de la expresión buscada... **inurl: evaluación de la personalidad**.

allinurl:- De forma similar que **allintitle:**, ahora **allinurl:** devuelve los documentos donde en su URL están todas las palabras solicitadas. Esto es muy útil cuando ya tenemos previamente el dato de una URL de interés.

intext:- Busca sólo en el cuerpo del texto que contenga alguna(s) palabras solicitadas, ignorando el texto del título y la URL. En este caso, es más específico si combinamos el uso de comillas, por ejemplo **intext: “evaluación de la personalidad”**.

link:- Devuelve una lista de las páginas que tienen vínculos al URL especificado. No hemos de olvidar las “www” pero sí podemos ahorrarnos el “http://” ya que Google ignora ese texto. Usemos, por ejemplo: **link: www.psicol.unam.mx**

cache:- Encuentra una copia de la página que Google muestra en el índice incluso si esa página ya no está disponible en su URL original, o si ha cambiado su contenido completamente desde entonces debido a que la tiene almacenada en su memoria caché.

⁶ Lógica de conjuntos que sirve, principalmente, para definir formas de intersección entre conjuntos.

⁷ Nótese que lleva dos puntos “intitle:”

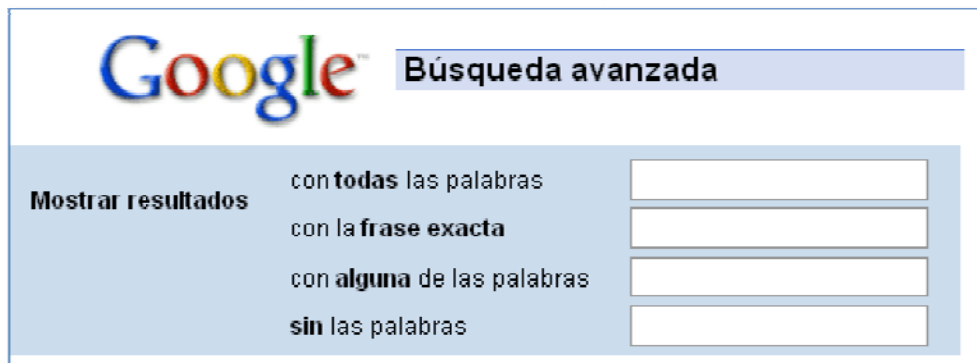
⁸ Recuerde que la URL es la expresión – dirección de la página o documento “www.la_personalidad.com”

related:- Encuentra páginas relacionadas con la página que especifiquemos, pero no todas las páginas están relacionadas con otras. En mi ejemplo, obtendríamos como resultado una variedad de motores de búsqueda. Por ejemplo... **related:** www.psicol.unam.mx

Búsqueda avanzada para texto

Google ofrece al usuario una página para filtrar las búsquedas sin la necesidad de utilizar parte de las recomendaciones mencionadas anteriormente. En la parte baja de la Barra de búsqueda, pulsa sobre "Búsqueda avanzada para ver las opciones que trabaja Google cuando se trata de localizar contenidos (texto).

Filtro de expresión.- Esta sección presenta cuatro opciones de ingreso de texto. Los enunciados que corresponden a las casillas son evidentes.



The image shows a screenshot of the Google Advanced Search interface. At the top left is the Google logo, and to its right is a blue header box containing the text "Búsqueda avanzada". Below this, there is a section titled "Mostrar resultados" (Show results) which contains four radio button options, each followed by a text input field:

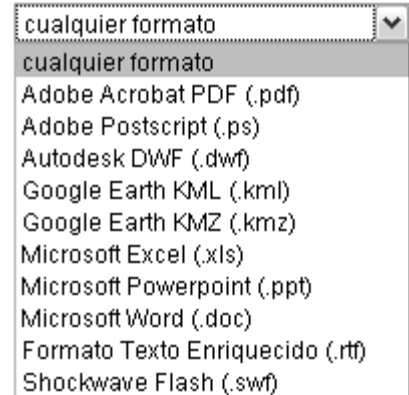
- con **todas** las palabras
- con la **frase exacta**
- con **alguna** de las palabras
- sin** las palabras

- a) con todas las palabras
- b) con la frase exacta
- c) con alguna de las palabras
- d) sin las palabras

Filtro de formato.- La siguiente sección filtra los resultados de acuerdo a...

- a) Idioma
- b) Región
- c) Formato de archivo
- d) Fecha
- e) Presencia
- f) Dominios
- g) Derechos de uso
- h) SafeSearch

- a) **Idioma.**- Puedes personalizar el idioma de la página principal de Google. Elige el idioma que quieras utilizar en el menú desplegable. Por ejemplo, si eliges "español" (que lo toma por omisión al detectar tu Sistema Operativo), los mensajes y los botones del sitio web de Google aparecerán en este idioma. Además, Google dará prioridad automáticamente a las páginas web escritas en español en los resultados de búsqueda. Nótese que esta función es similar a **Herramientas y filtros**, sección **La Web**.
- b) **Región.**- Puedes buscar los documentos de interés forzando a Google lo haga en alguno de los países que se listan en el menú.
- c) **Formato de archivo.**- Esta opción nos permite seleccionar entre 10 tipos específicos de documentos →.
- d) **Fecha.**- En el menú puedes seleccionar *las últimas 24 horas, durante la última semana, último mes o año* para que muestre las páginas Web vistas por primera vez en ese criterio.
- e) **Presencia.**- Aquí se selecciona dónde se mostrarán los resultados de la búsqueda: en el *título, contenido*, en la *URL* o en los *enlaces*.
- f) **Dominios.**- Elige entre *Solamente* o *no* para que se desplieguen resultados del dominio o sitio Web de tu interés.
- g) **Derechos de uso.**- Puedes filtrar documentos que tengan diferentes especificaciones de derecho de autor como *compartir libremente, compartir con fines comerciales* o *modificables*, en varias combinaciones.
- h) **SafeSearch.**- Selecciona entre Sin filtro o Filtrar usando. La primera opción es la que aplica por omisión Google. La segunda excluye imágenes y vídeos sexualmente explícitos de las páginas de resultados, así como resultados que podrían dirigir a contenido explícito.



Idioma	Mostrar páginas escritas en	<input type="text" value="cualquier idioma"/>
Región	Buscar páginas ubicadas en:	<input type="text" value="cualquier región"/>
Formato de archivo	<input type="text" value="Solamente"/> mostrar resultados en formato	<input type="text" value="cualquier formato"/>
Fecha	Mostrar las páginas web vistas por primera vez en	<input type="text" value="en cualquier momento"/>
Presencia	Mostrar resultados en los que mis criterios estén presentes	<input type="text" value="en cualquier parte de la página"/>
Dominios	<input type="text" value="Solamente"/> mostrar resultados del dominio o sitio Web	<input type="text" value=""/> Ejemplos: .org, google.com Más información
Derechos de uso	Mostrar resultados que	<input type="text" value="sin filtrar por licencia"/>
SafeSearch	<input type="radio"/> Sin filtro <input checked="" type="radio"/> Filtrar usando SafeSearch	

Filtro relativo de página.- Si escribes la URL de algún sitio de interés, el buscador localizará *páginas similares*, por su contenido, descripción o título, de esa URL. También puedes usar la casilla *con enlaces* para localizar documentos que en su interior tengan enlace hacia la URL que escribas.

Similares	Encontrar páginas similares a la página	<input type="text"/>	Buscar
Enlaces	Encontrar páginas con enlaces a la página	<input type="text"/>	Buscar

Filtros clasificados

Toda vez que Google ha identificado que las diversas búsquedas se refieren a diferentes tipos de recursos a encontrar, cuenta con una barra de filtros que responden a una clasificación de éstos: *La Web* (por omisión), *Imágenes*, *Videos*, *Noticias* y *Libros*. Asimismo, la barra también cuenta con ligas específicas a aplicaciones de Google, como su *Traductor*, el correo *Gmail*, Comunidades (*Tiempo real*), *YouTube*, *Agenda* (Calendario), etc.



Retomando el contexto que aquí nos ocupa, el aprovechamiento del metabuscador con fines educativos, revisaremos dos utilidades de búsqueda: *Imágenes* y *Académico*.

Localización de imágenes

Si elegimos esta opción, el motor intentará encontrar todo tipo de archivos de imagen aplicables a las páginas Web que. Es decir, JPG, GIF, PNG o BMP.

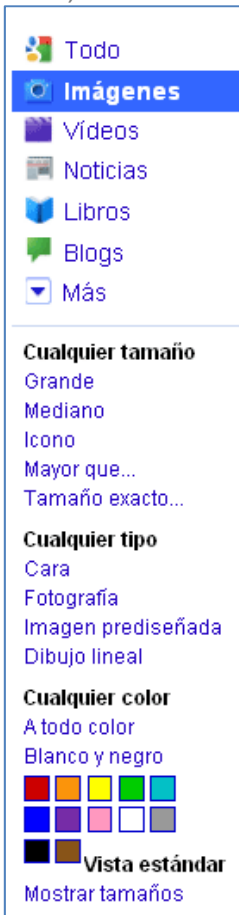
Con base a la expresión que se escribe en la Barra de Búsqueda, el motor localizará *Títulos* de documentos, *descripción*, *URL* y *texto alternativo*⁹ de imágenes que ha indexado en su sistema. Debido a la gran cantidad de elementos que puede encontrar, es mejor aprovecha la *Búsqueda avanzada* para imágenes.

⁹ *Texto alternativo* se refiere a una característica que toda imagen incluida en la Web debe tener (que no todas lo tienen) y que la identifica.

Herramientas y filtros para imágenes

De manera similar a *Herramientas y filtros* de la búsqueda de texto, Google ofrece al usuario opciones para delimitar la localización de las imágenes de acuerdo a:

- a) Tamaño
- b) Tipo
- c) Color
- d) Mostrar tamaño



En sustitución de los *Filtros clasificados* en la búsqueda de texto, al buscar imágenes se presenta una barra lateral, del lado izquierdo, donde se listan éstos filtros.

- a) **Tamaño.**- Las expresiones Grande y Mediano son relativas. Sin embargo, es útil saber a qué se refiere esto. Las imágenes grandes son aquellas que van, aproximadamente, de los 800px x 700px a los 3100px x 3600px¹⁰. La imagen *ícono* es muy pequeña. Sus valores convencionales, en pixeles, son: 16 x 16, 32 x 32 y 48 x 48. Con las opciones Mayor que... y Tamaño exacto se puede filtrar la búsqueda a medidas específicas de la imagen a conseguir.
- b) **Tipo.**- La lista es evidente, Google podrá buscar Caras, Fotografías, Imagen prediseñada (de las que normalmente aportan programas de cómputo, listas para usarse) o Dibujo lineal (viñetas o dibujos).
- c) **Color.**- Esta opción buscará imágenes cuyo principal color sea lo más similar al seleccionado.
- d) **Mostrar tamaño.**- Una vez localizadas algunas imágenes, al pulsar sobre esta opción, cada imagen mostrará sus dimensiones (en pixeles).

Búsqueda avanzada de imágenes

Al activar Búsqueda avanzada, Google nos muestra una serie de filtros similares a los de Búsqueda avanzada para texto revisado anteriormente. La función de *Filtros de expresión* es igual. La diferencia es que, además de estos filtros, se puede **combinar** entre...

¹⁰ Px o píxel. Unidad homogénea de una imagen digital, ya sea esta una fotografía, un fotograma de vídeo o un gráfico. Véase <http://es.wikipedia.org/wiki/Píxel>

Tipos de contenido.- cualquier contenido (por omisión), caras, contenido de la fotografía, imagen prediseñada o dibujos lineales.

Tamaño exacto.- el usuario asigna la medida deseada.

Formato.- Selecciona entre Alargada, cuadrada, ancha o panorámica.

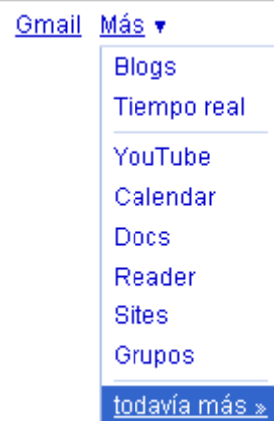
Tipos de archivo.- Se puede filtrar por JPG, GIF, PNG o BMP.

Coloración.- Se puede elegir entre cualquier color (por omisión), blanco y negro o color sólido.

Google académico

Google Académico permite buscar bibliografía especializada de una manera sencilla. Desde un solo sitio podrás realizar búsquedas en un gran número de disciplinas y fuentes como, por ejemplo, estudios revisados por especialistas, tesis, libros, resúmenes y artículos de fuentes como editoriales académicas, sociedades profesionales, depósitos de impresiones preliminares, universidades y otras organizaciones académicas¹¹.

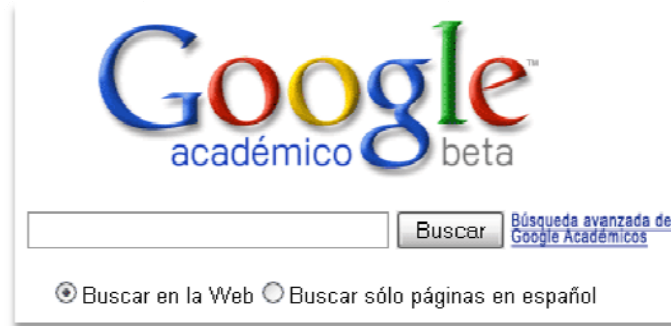
Para ingresar a esta opción, ingresa a la URL selecciona en la lista de [Filtros clasificados](#) la opción *todavía más*⇒.



En la lista de *Productos*, pulsa en la liga *Académicos*



¹¹ Es importante señalar que Google Académico indexa documentos que provienen de fuentes previamente identificadas. No obstante, existen documentos relevantes en la Web que no están integradas a su banco de datos Académico.



Desde aquí puedes indicar si la búsqueda se hará en toda la Web (sin filtrar idioma) o si buscará sólo documentos en el idioma identificado.

Google Académico lista los resultados de tu búsqueda por orden de relevancia. Así, al igual que sucede con las búsquedas web en Google, las referencias más útiles aparecerán al inicio de la página. La tecnología de ranking de Google toma en consideración el texto completo de cada artículo, así como el autor, dónde fue publicado y con qué frecuencia ha sido citado en otras fuentes especializadas.

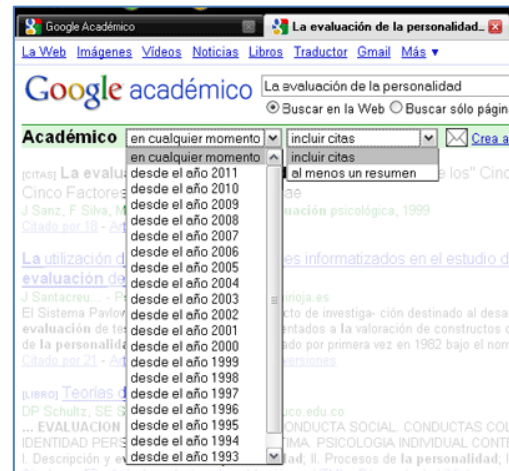
Resultado de búsqueda en Académico

El resultado de la búsqueda muestra varios elementos para cada **referencia u obra**, los principales son:

1. **Tipo de documento.**- Indica, entre paréntesis, si se trata de CITAS, o el formato del documento (PDF, HTML o DOC). En el caso de *Citas* se refiere a que la expresión localizada se encuentra en la Bibliografía de algunos documentos. Estos se pueden ver si pulsamos en la liga de la sección *Relaciones* que se ubica debajo de la referencia. En el primer caso de la imagen de ejemplo, donde dice *Citado por 18* y *Citado por 21* en el segundo. Cuando se trata de citas, no hay liga en el Título de la obra.

2. **Título de la obra.-** Se presenta en la primera línea de la referencia. En negritas se marca la expresión buscada. A diferencia del resultado de *citas*, el documento localizado se puede ver directamente al pulsar en la liga del título (en azul).
3. **Autor/origen/fecha.-** Abajo del título (en verde) se presenta apellido de autor(es) de la obra, el origen del documento (en algunos casos, el nombre de la revista), la fecha de publicación y el sitio que lo aloja (en su caso).
4. **Descripción.-** Presenta un extracto de la obra, a manera de resumen de su contenido. En ocasiones se especifica esto antecediendo al resumen la palabra ABSTRACT.
5. **Relaciones.-** Dependiendo de las características de la inscripción de la referencias, en el pie de éstas podemos encontrar...
 - a. **Citado por.-** Indica el número de documentos que tienen la expresión localizada en la Bibliografía de algunos documentos.
 - b. **Archivos relacionados.-** Como su nombre lo indica, Google Académico identificó otras obras que tiene relación cercana con la obra localizada. Al pulsar sobre la liga se presenta nueva lista de referencias.
 - c. **Versiones.-** En caso de haber localizado varias versiones de la misma obra localizada, Google Académico indica el número de éstas.
6. **Filtro primario.-** En la parte superior del listado de resultados se presentan dos menús para filtrar la búsqueda:

- a. **Desde el año.-** En el menú encabezado por “en cualquier momento” puedes seleccionar *desde el año* en que se publicó el documento de interés.
- b. **Incluir citas.-** Por omisión se muestran la localización de documentos que se encontraron como CITAS en los resultados. Puedes omitir este tipo de información si seleccionas en el segundo menú la opción “al menos un resumen”.



✉ Si te interesa tener actualizadas tus búsquedas en un tema particular, pulsa sobre *Crear alerta de correo electrónico*. El sistema registrará la expresión de búsqueda y frecuentemente localizará documentos con dicha expresión. Si hay novedades en los resultados, enviará una notificación a tu cuenta registrada en Google (Gmail).

7. **Documento.-** A la derecha de cada referencia, se confirma el tipo de documento y la liga hacia la fuente original de éste. En el segundo caso del ejemplo de la imagen (*La utilización de tests comportamentales informatizados...*), se expresa que es un documento portable (PDF) y que se encuentra en la Universidad de Rioja, en España (uniroja.es). Cuando este dato no se muestra, es muy probable que se trate CITAS o de una ficha localizada dentro de una base de datos o una biblioteca. Dependerá del sistema que guarda esa información que el documento esté o no disponible para su visualización pública.

Búsquedas en Académico

Sintaxis

Comillas.- Siguiendo la mecánica ya revisada, en una expresión de búsqueda *La evaluación de la personalidad*, los resultados tendrán las palabras *evaluación* o *personalidad* en el *título*, *descripción* o la *URL* de los documentos indexados. En cambio, "*La evaluación de la personalidad*" arrojará una lista de documentos en los que la expresión exacta se incluye en dichos elementos.

Negación.- Funciona como se comentó anteriormente en el filtro de texto. Por ejemplo, *La evaluación de la personalidad -teorías -teorías* listará documentos que no incluyen las expresiones *teoría* o *teorías*.

autor:.- Si conoces al autor de la obra que deseas encontrar, puedes anteponer a la búsqueda su apellido (de preferencia) o su nombre y apellido, antecediendo este filtro. Como en, *autor: N Fernandez* (es igual si escribes el punto de la inicial). Ya que se puede localizar un gran número de autores *Fernandez*, acompaña a la búsqueda el tema o palabra clave del contenido que deseas. Ejemplo: *autor:n fernandez andragogía*. La simple separación entre *autor:n fernandez* y *andragogía* forzará al buscador a localizar autores que incluyen ese apellido, más la palabra *andragogía* en el título, descripción o enlaces.

Inclusión (+).- Este operador obliga al buscador a incorporar expresiones que usualmente omite, como los artículos o los conectivos (el, la, un, unos, de, desde, etc.) Por ejemplo, la expresión *teorías +de +la personalidad*, localizará lo mismo que *teorías "de la" personalidad*.

Búsquedas avanzada en Académico

Buscar artículos.- De la misma forma que los **filtros de expresión** para búsqueda abierta en la Web, puedes filtrar...

- a. con todas las palabras
- b. con la frase exacta
- c. con al menos una de las palabras
- d. sin las palabras
- e. donde las palabras aparezcan en
 - todo el artículo o
 - en título del mismo

Autor.- En lugar de usar la sintaxis *autor:*, escribe en la casilla el apellido del creador de la obra.

Publicación.- Si conoces el nombre de la revista o editorial que publicó el documento, escribe el nombre de ésta en la casilla.

Fecha.- En estas casillas puedes asignar el período, en años, en que se filtrará la búsqueda.

Como se puede apreciar, la tarea de localización de información con el metabuscador de Google puede ser más útil cuando filtramos la búsqueda. De esta manera, es más probable identificar documentos pertinentes a nuestros intereses.

Índice

Símbolos

+, 15

A

ABSTRACT, 14

Académico, 10

Agenda, 10

al menos un resumen, 14

al menos una de las palabras,
16

allintitle, 7

allinurl, 7

AND, 6

año, 14

apellido, 14, 15

Archivos relacionados, 14

artículos, 12

autor, 15

Autor, 16

Autor/origen/fecha, 14

B

Barra de búsqueda, 3

Bibliografía, 13

biblioteca, 15

botón *Buscar*, 3

Buscar artículos, 16

Búsqueda avanzada de
imágenes, 11

**Búsqueda avanzada para
texto**, 8, 11

C

cache, 4, 7

Citado por, 13, 14

CITAS, 13, 14, 15

Color, 11

Coloración, 12

Comillas, 15

conectivos, 15

correo electrónico, 14

Crear alerta, 14

CTRL, 6

D

Derechos de uso, 8, 9

Descripción, 4

DOC, 13

Documento, 15

Dominios, 8, 9

E

editorial, 16

editoriales, 12

en cualquier momento, 14

en título, 16

extracto, 14

F

fecha, 5

Fecha, 8, 9, 16

fecha de publicación, 14

ficha, 15

Filtro de expresión, 8

Filtro de formato, 8

filtro de texto, 15

Filtro primario, 14

Filtro relativo, 10

filtros, 5, 10, 11

Filtros clasificados, 10, 11

Formato, 12

Formato de archivo, 8, 9

frase exacta, 8, 16

Frases exactas, 6

fuelle original, 15

G

Google Académico, 12

H

Herramientas y filtros, 5, 9,
11

HTML, 13

I

idioma, 13

Idioma, 8, 9

Imágenes, 5, 10

Incluir citas, 14

Inclusión, 15

intext, 7

intitle, 7

inurl, 7

L

La Web, 5

Libros, 5, 10

link, 7

Localización de imágenes, 10

lupa, 4

M

Mostrar tamaño, 11

N

Navegador de páginas, 5

Negación, 7, 15

nombre de la revista, 14, 16

Noticias, 5, 10

notificación, 14

O

obra, 13

opciones Booleanas, 6

OR, 7

origen del documento, 14

P

Palabras clave, 6

panel lateral, 5

PDF, 13, 15

período, 16

Presencia, 8, 9

Productos, 12

Publicación, 16

R

referencia, 13

Región, 8, 9

Relaciones, 13

related, 8

Resultados de búsqueda, 3, 5

Rueda de búsqueda, 5

S

SafeSearch, 8, 9

Similares, 4

sin las palabras, 16

Sintaxis, 15

Sintaxis especiales, 7

Sitios con imágenes, 5

Sugerencias, 6

T

Tamaño, 11, 12

tesis, 12

Tipo, 11

tipo de documento, 15

Tipo de documento, 13

Tipos de archivo, 12

Tipos de contenido, 12

Título, 4

Título de la obra, 14

todas las palabras, 16

todavía más, 12

todo el artículo, 16

Traductor, 4, 10

U

ubicación, 4

Ubicación, 5

URL, 4, 5, 7, 9, 10

V

Versiones, 14

Videos, 5, 10

Y

YouTube, 10