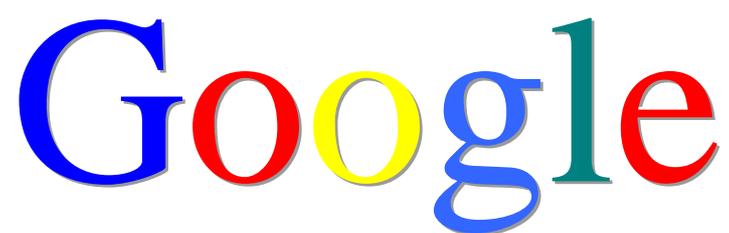


Cómo afinar las búsquedas en:

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font: 'G' is blue, the first 'o' is red, the second 'o' is yellow, 'g' is blue, 'l' is green, and 'e' is red.

Índice:

- NOCIONES BÁSICAS
- BOOLEANO BÁSICO
- SINTAXIS
- LOS SECRETOS ESCONDIDOS DE Google

## NOCIONES BÁSICAS

- Google no distingue entre **mayúsculas y minúsculas**.
- \* (**asterisco**): sirve de comodín de palabras completas, no de una parte de la palabra  
"three \* mice" daría "three blind mice" "three red mice" etc
- " (**comillas**): sirven para buscar frases completas
- **Esta página permite buscar páginas procedentes sólo de un determinado país:** [http://www.google.es/language\\_tools?hl=es](http://www.google.es/language_tools?hl=es)
- Sólo reconoce 10 palabras por búsqueda. Cuando tengamos que hacer búsquedas de más palabras, sustituir algunas por el comodín \*
- Google ignora los artículos, los pronombres y determinadas preposiciones. Para forzarle a que las tenga en cuenta, colocar delante el signo más (+)  
+the
- Búsqueda de palabras repetidas: Si buscamos casa, tendremos distintos resultados que si ponemos "casa casa" o "casa casa casa"
- Podemos crearnos nuestros propios formularios personalizados de Google:  
Este es un ejemplo  
<http://www.faganfinder.com/google.html>
- **Para encontrar un glosario:** se escribe la palabra seguida de "glossary" o "glosario".
- **Para encontrar el significado de una palabra:** Por ejemplo, para encontrar el significado de la palabra pressbook, probamos con las frases:  
pressbook means, what does pressbook mean?
- **Introducir las palabras relacionadas:** Por ejemplo, si queremos una definición contextual para la utilización de la acupuntura equina y en como se usaría para tratar la laminitis, buscamos:  
"equine acupuncture" laminitis.
- **Para encontrar siglas:** XSLT stands +for o bien +is short +for (el más se pone para decir a Google que "for" no es una palabra vacía, que debe tenerla en cuenta. Si por ejemplo, la sigla es de una empresa y tiene página web, acotamos la búsqueda a esa web con site: err.es
- **Para encontrar definiciones:** por ejemplo, de pressbook:  
define: pressbook

## BOOLEANO BÁSICO

La opción booleana establecida como predeterminada en Google es **AND**; esto significa que, cuando introduzca palabras de búsqueda sin modificadores, Google buscará todas ellas. Si busca:

```
snowblower Honda "Green Bay"
```

Google buscará todas las palabras. Si desea especificar que la búsqueda de cualquiera de las palabras es aceptable, ponga un **OR** entre cada uno de los elementos:

```
snowblower OR snowmobile OR "Green Bay"
```

Si lo que quiere es tener un término y uno de los otros dos o más términos, agrúpelos dentro de un paréntesis, de esta forma:

```
snowblower (snowmobile OR "Green Bay")
```

En este caso se buscará la palabra "snowmobile" o la frase "Green Bay" junto con la palabra "snowblower". Se puede sustituir OR por un carácter que se toma prestado del reino de la programación informática, como puede apreciarse en este ejemplo:

```
snowblower (snowmobile | "Green Bay")
```

Si desea especificar que uno de los elementos de la búsqueda no aparezca en los resultados, utilice un - (signo menos o guión).

```
snowblower snowmobile -"Green Bay"
```

Lo que se hará aquí es buscar páginas que contengan las dos palabras "snowblower" y "snowmobile", pero no la frase "Green Bay".

## SINTAXIS

### **intitle:**

**intitle:** restringe su búsqueda a los títulos de las páginas Web. Su variante **allintitle:** encuentra páginas en las que todas las palabras especificadas formen el título de la página Web. Es probable que sea mejor evitar la variante **allintitle:** porque no combina bien con algunas de las otras sintaxis.

```
intitle: "george bush"  
allintitle: "money supply" economics
```

### **inurl:**

**inurl:** restringe su búsqueda a los URL de las páginas Web. Esta sintaxis tiende a funcionar bien para encontrar páginas de búsqueda y de ayuda, porque tienden a tener una composición bastante regular. Su variante **allinurl:** encuentra todas las palabras que aparecen en un URL, pero no va bien en combinación con otras sintaxis especiales.

```
inurl:help allinurl:search help
```

### **intext:**

**intext:** busca sólo en el cuerpo de texto (es decir, ignora texto de vínculos, URL y títulos). En este caso existe también la variante **allintext:** pero, también en este caso, no se lleva muy bien con el resto de las sintaxis. Aunque sus usos son limitados, resulta perfecto para encontrar palabras de búsqueda que podrían ser demasiado comunes en los URL o títulos con vínculos.

```
intext: "yahoo.com" intext:html
```

### **inanchor:**

**inanchor:** busca texto en las anclas de vínculos de una página de vínculo es el texto que describe un determinado vínculo. P ancla de vínculo en el código HTML `<a href="http://www.linux.com">O'Reilly and Associates</a>` es "O'Reilly and Associates".

```
inanchor: "toro peters"
```

### **site:**

Algunas de estas sintaxis funcionan bien cuando se combinan. A otras no les va tan bien. Es más, hay algunas que no funcionan en absoluto.

**site:** le permite restringir su búsqueda bien a un sitio bien de nivel superior. AltaVista, por ejemplo, tiene dos sintaxis (**host:** y **domain:**), pero Google sólo tiene ésta.

```
site:loc.gov site:thomas.loc.gov site:edu  
site:nc.us
```

### **link:**

**link:** devuelve una lista de páginas que tienen vínculos al cado. Introduzca `link: www.google.com` y obtendrá una lista de páginas vinculadas a Google. No se moleste en incluir la parte `http://` necesita y, de hecho, Google parece ignorado incluso si lo funciona igual de bien con URL "profundos", por ejemplo `http://raelity.org/lang/perl/bloxxoml` que con URL de nivel

\_ raelity.org.

### **cache:**

encuentra una copia de la página que Google muestra incluso si esa página ya no está disponible en su URL ori cambiado su contenido completamente desde entonces. Esto es útil para páginas que cambian con frecuencia.

Si Google devuelve un resultado que parece tener poco ql búsqueda, puede estar prácticamente seguro de que está bw ma versión almacenada en caché en Google de la página.

cache:www.yahoo.com

### **daterange:**

limita su búsqueda a una fecha o ámbito de que la página se incluyó en el índice. Recuerde también que Google vuelve a incluir páginas en su índice. Si el ámbito de fechas cambia o no depende de si el contenido de la página ha cambiado. Por ejemplo, pongamos que Google incluye una página en su índice el 1 de junio y vuelve a incluirla el 13 de agosto, pero el contenido de la página no ha cambiado. L\_ fecha para buscar utilizando daterange:

continúa siendo el 1 de junio. Observe que daterange: funciona con fechas de calendariojuliano, no gregoriano (que es el calendario que utilizamos todos los días). Existen convertidores online gregoriano/juliano, pero si quiere realizar búsquedas en Google sin todas esas tonterías, utilice la interfaz FaganFinder de Google (<http://www.faganfinder.com/engines/google.shtml>), que le ofrece la posibilidad de realizar una búsqueda con daterange: mediante un menú desplegable de fechas gregorianas. Algunos de los trucos tratan de la búsqueda con daterange: evitando dolores de cabeza, así que verá que este asunto surge una y otra vez en el libro.

"George Bush"--Qaterange: 2452389 -24523 89 neurosurgery daterange:2452389-2452389

### **filetype:**

filetype: lleva a cabo búsquedas en los sufijos o extensiones del nombre de los archivos. Normalmente son, aunque no obligatoriamente, tipos de archivos diferentes. Me gusta hacer esta distinción porque si busca filetype:htm y filetype:html los cómputos de resultados serán diferentes, incluso cuando es el mismo tipo de archivo. Incluso puede buscar distintos generadores de página, como ASP, PHP, CGI, etc., suponiendo que el sitio no los oculte detrás de redirección y *praxis*. Google incluye en su índice distintos formatos de Microsoft, entre los que pueden encontrarse PowerPoint (PPT), Excel (XLS), y Word (DOC).

homeschoo1ing fi1etype:pdf  
"leading economic indicators" fi1etype:ppt

### **related:**

es una sintaxis que encuentra páginas relacionadas con la página especificada. No todas las páginas están relacionadas con otras páginas. Es una buena forma de encontrar categorías de páginas; si realiza una búsqueda utilizando related: google. coro obtendría como resultado una variedad de motores de búsqueda, entre lo que se incluirían HotBot, Yahoo! y Northern Light.

re1ated:www.yahoo.com re1ated:www.cnn.com

**info:**

info: proporciona una página de vínculos que ofrecen más sobre un determinado URL. Esta información incluye un vínculo del URL, una lista de páginas que llevan a dicho URL, paginadas con el URL y páginas que la contienen. Observe que esta depende de si Google tiene en su índice dicho URL o no. Si n información será, obviamente, más limitada.

info:www.orei11y.com info:www.nytimes.com/techno1ogy

**phonebook:**

phonebook: esta sintaxis busca números de teléfono, como anteriormente. Sólo funciona con números de EE.UU.

phonebook:John Doe CA  
phonebook: (510) 555-1212

## LOS SECRETOS ESCONDIDOS DE Google

### **El traductor de Google** [http://translate.google.com/translate\\_s?hl=en](http://translate.google.com/translate_s?hl=en)

No se trata de una herramienta de traducción automática. Elegimos una lengua origen y otra meta, introducimos el término del que queremos encontrar la traducción y Google encuentra las páginas web con dos versiones en esas dos lenguas.

### **IGoogle** <http://www.google.com/ig>

Nos permite personalizar la página de inicio de Google, ya que podemos añadir distintos widgets, como convertidores de monedas, un recuadro con nuestro correo de Gmail, enlaces directos a diccionarios, posits, etc.

### **Google Labs** <http://labs1.google.com/>

Las funciones en fase de experimentación de Google. Merece la pena echar un vistazo.

### **Google Glossary** <http://www.google.com/search?q=define+clew>

Excelente, mejor que cualquier diccionario monolingüe. Encuentra definiciones en varios idiomas de la palabra introducida.