

Google, factoría de ideas.

24/06/2006 instantánea.

- 1.- Proceso de búsqueda
- 2.- Criterios de valoración de los documentos

- 1.- Búsquedas en Google
- 2.- Buscadores
- 3.- Aplicaciones
- 4.- Publicidad
- 5.- Utilidades
- 6.- Servicios para webmasters
- 7.- Otros
- 8.- Herramientas
- 9.- Posicionamiento
- 10.- Curiosidades
- 11.- Enlaces

- 12.- Práctica de distintas estrategias de búsqueda
- 13.- Elementos de sintaxis.- Resumen
- 14.- Cuadro de interpretación de los resultados de búsqueda
- 15.- Anexo: Plantilla de búsqueda



Cuaderno provisional

Txetxu Garaio ©

DIOCESANAS
Biblioteka

Mediatheka Alejandría
DIOCESANAS - Arriaga

2006eko uztailaren 6-ean

Txetxu Garaio Urruela

txetxu.garaio@gmail.com




tirteafuera.blogspot.com (mejor con Mozilla Firefox)

www.euskalnet.net/jm.garaio/Roma/Hasiera.htm (mejor con Internet Explorer)

Responsable de la Mediateca Alejandría, cursos 1998-2006.

Profesor de Lengua Castellana y Literatura.

Lcdo. en Filosofía y Letras.- Universidad de Deusto.

| | |
|---|---|
|  | |
|  | <p>Reconocimiento - No comercial - Compartir igual:</p> |
|  | <p>Estos apuntes pueden ser distribuidos, copiados y exhibidos por terceros si se muestran en los créditos el título original y el autor, tal como constan en la portada. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.</p> |

Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento-NoComercial-Compartir Igual de Creative Commons. Para ver los términos de esta clase de licencia Creative Commons, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/> o envíe una carta a Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.

1.- Proceso de búsqueda 5**2.- Criterios de valoración de los documentos** 6**1.- Búsquedas en Google** 8**1.1 Búsquedas básicas** 8

- 1.1.1 Consultas automáticas
- 1.1.2 Términos superfluos
- 1.1.3 Búsquedas parciales
- 1.1.4 No importan los acentos y las mayúsculas
- 1.1.5 Google nos ayuda en la búsqueda

- Restricción en el idioma del documento
- Acotar búsquedas
- Calculadora

1.2 Búsquedas restringidas 11

- Información sobre un sitio web
- Buscar sinónimos, sólo en inglés
- Búsqueda restringida a páginas dentro de un dominio
- Páginas similares
- Páginas dentro de un dominio
- Formato de archivo
- Título de la página
- Contenido de la página
- Dirección de la página
- Vínculos a la página
- Según el filtro SafeSearch
- Enlaces a la página
- Caché de la página

2.- Buscadores 16

- Google Print
- Google Scholar
- Google Local
- Google Groups
- Google Account
- Google Answers
- Google Buscador de Spam
- Google Catalogs
- Google Sets
- Google Suggest
- Google WebQuotes
- Google Maps
- Google Mobile
- Google Froogle
- Google Base
- Google Finance
- Google Thesaurus Reference
- Google Glossary
- Google Definitions
- Google Trends
- Google ZeitGeist Dmoz.org
- Google Co-op
- Google Romance

3.- Aplicaciones 33

- Google Picassa
- Hello
- Blogger
- Google Page Creator
- Google Toolbar
- Google Compute
- Google Desktop Search
- Google Earth

- Google Moon
- Google Mars
- Google DeskBar
- Writely
- Spreadsheets

4.- Publicidad

40

- Google Adwords
- Google Adsense

5.- Utilidades

41

- GMail
- Google Talk Beta GMail Drive Alertas
- Google
- Google Notebook
- Google Herramientas del idioma
- Google Reader Orkut Dodgeball
- Google Accelerator
- Google Personalize Homepage
- Google Calendar

6.- Servicios para masters

46

- PageRank
- Google Analytics
- SiteMaps
- Google Transit
- Google Ridefinder
- Google Movies Showtimes
- Google TouchGraph
- Google Monitor
- Google Tracking
- Google API

7.- Otros

50

- Google More More More
- Google Downloads
- Google Store
- Google Search Appliance
- Google Code

9.- Posicionamiento

53

4.1 Tecnología Google

4.2 Concursos de posicionamiento en Google

9.- Curiosidades

56

5.1 Googlism

5.2 Google Bombing

5.3 Google Whack

10.- Enlaces

58

11.- Práctica de distintas estrategias de búsqueda

60

12.- Elementos de sintaxis.- Resumen

65

13.- Cuadro de interpretación de los resultados de búsqueda

69

14.- Anexo: Plantilla de búsqueda

71

15.- Anexo: Google TradeMarks

1.- Proceso de búsqueda

| | |
|-----------------------------|---|
| Planificación | <p>1. El tema y el objetivo</p> <p>Contenido: ¿Qué busco? Objetivo: ¿Para qué lo busco?</p> |
| | <p>2. Los condicionantes</p> <p>¿Cuál es mi grado de experiencia a la hora de buscar información en Internet? ¿Cuáles son mis conocimientos sobre el tema al que se refiere la búsqueda? ¿De cuánto tiempo dispongo para buscar?</p> |
| | <p>Las herramientas ¿Dónde busco?</p> <p>Los métodos de búsqueda más adecuados: ¿Cómo busco la información?</p> |
| Ejecución | <p>4. Desarrollo: ¿Qué he encontrado?</p> <p>Valoración de los resultados de a búsqueda: ¿En qué medida se ajusta a la demanda?</p> |
| | <p>5. Evaluación: ¿Cuál es la calidad y fiabilidad de la información?</p> <p>Selección de la información: ¿Cuáles son los recursos que responden a los objetivos de la búsqueda?</p> |
| Valoración y Gestión | <p>6. Gestión de la información:</p> <p>¿Cómo puedo guardar la información? ¿Cómo puedo recuperarla cuando sea necesario? ¿Cómo voy a utilizar y presentar la información?</p> |

2.- Criterios de valoración de los documentos

| CREDIBILIDAD | |
|-------------------------------|--|
| Autoría | <p>Autor: Es conocido o facilita su currículum.</p> <p>Productor: La página ha sido desarrollada por una organización reconocida, por una institución académica o por una empresa comercial de reputación.</p> |
| Datos de contacto | Se incluyen datos para contactar con los responsables de la web (e-mail, dirección o teléfono). |
| Url | El URL puede dar pistas sobre la fiabilidad de la fuente. Por ejemplo: edu (educación), gov (agencia gubernamental), com (comercial), net (proveedor de redes). |
| ACCESIBILIDAD Y DISEÑO | |
| Accesibilidad | <p>Puede utilizarse con distintos navegadores y sistemas operativos.</p> <p>La página se carga rápidamente en el navegador.</p> <p>Se puede acceder siempre a la página porque es estable o cambia con frecuencia de URL.</p> <p>Es de libre acceso o requiere del pago de una suscripción.</p> |
| Diseño | <p>Usa una buena combinación de colores, tamaños y tipos de letras, fondos e ilustraciones, que permite leer en la pantalla y navegar de una manera adecuada y atractiva.</p> <p>Hay un mapa del sitio y/o tiene enlaces para moverse entre las páginas y volver a las visitadas.</p> <p>Funcionan todas las páginas, enlaces, etc.</p> <p>El usuario puede moverse por el sitio intuitivamente.</p> |
| RIGOR Y FIABILIDAD | |
| Actualidad | La información está actualizada y la página es objeto de revisiones periódicas. |
| Rigor científico | La información está documentada de forma precisa e incluye citas y bibliografía actualizadas. |
| Enlaces | Incluye enlaces pertinentes y operativos. |
| Otros indicadores | Los datos y otras informaciones concuerdan con conocimientos certeros que tú tienes sobre el tema o con el aportado en otras fuentes de información. |
| CALIDAD DEL CONTENIDO | |
| Organización | Los contenidos del sitio están ordenados lógicamente y cada segmento de información se relaciona con los demás. (Se tendrán en cuenta la presencia de herramientas de ordenación, como índices, esquemas, títulos, etc.) |
| Redacción y estilo | La ortografía y gramática son correctas y el texto está escrito en un estilo adecuado al tema. |

| OTROS INDICADORES | |
|--------------------------------|---|
| Frecuencia de consultas | La página recibe un número importante de visitas. |
| Popularidad | La página está citada en diversos sitios web y aparece en los primeros puestos de algunos buscadores. |

1.- Búsquedas en Google

Google¹ es un esfuerzo gigantesco, realizado de forma creativa, para organizar la búsqueda en los materiales soportados en Internet. El uso, y mejor el conocimiento y la experimentación con esta herramienta, nos permite ir superando algunos de los inconvenientes de la red de redes: exceso de información, ausencia de controles y de filtros, falta de organización de la información, dificultades en la navegación, problemas de acceso a la información por frecuentes cambios de ubicación de esta, barreras idiomáticas etc.

Google nos permite personalizar la página inicial del buscador. Después de registrarnos, podremos pedir a Google que cada vez que hagamos una consulta nos sirva automáticamente un tipo de información, en general, nos servirán documentos sobre un tema que le habremos marcado con antelación (Cervantes, Quijote, Educación, LOE,...) obtenido de Grupos, Noticias Google o Cuadernos de bitácora

Si quieres que Google sea tu buscador por defecto, escribe en la barra de direcciones:

www.google.com/google.reg

Después de bajar e instalar la aplicación, cuando presiones /Buscar/ aparecerá la interfaz de Google, y no MSN Search; además, contarás con dos ventanas: a la izquierda, los resultados de la búsqueda; a la derecha, contenido del enlace que hayas consultado de forma que siempre podrás conservar los resultados de la búsqueda para seguir con tu investigación.

Cuando quieras volver a la situación inicial, escribe en la ventana del navegador:

www.google.com/default.reg

1.1 Búsquedas básicas

1.1.1 Consultas automáticas que incluyen "and": No es necesario incluir "and" entre sus términos. Para acotar la búsqueda un poco más, agrega más términos.

| Restricción en el idioma del documento | |
|--|---|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 3/953 3/791 | Google recupera de su base de datos 953 en la búsqueda /Buscar en la web/. Y recupera 791 en la búsqueda /Buscar sólo páginas en español/ |

| Acotar búsquedas | |
|------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input -población"="" biblioteca="" escolar"="" type="text" value="tirteafuera barataria "/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 1,2,3/75 | En este caso estamos pidiendo a Google que nos devuelva de entre los 8.000 millones de páginas indexadas aquellas que contienen al menos una vez los términos /tirteafuera/, /barataria/, /"biblioteca escolar"/, excluidas las que contienen el término /población/ |

Como puedes observar en el ejemplo anterior, es muy conveniente conocer la herramienta para hacer un uso más eficaz de ella: /buscar/ y /encontrar/ no son términos sinónimos. El conocimiento teórico de la herramienta, la experimentación en la búsqueda y la reflexión sobre ejercicio de buscar son caminos que llevan al mismo lugar: en menos tiempo con menos esfuerzo, el máximo de información.

¹ El nombre del buscador parece que responde a una broma basada en la paronomasia: sus creadores buscaron un nombre que se pareciera a un término matemático /googol/, 10 elevado a 100.

1.1.2 Términos superfluos: Google automáticamente descarta términos como "*http*" y "*.com*", así como ciertos dígitos o letras, porque raramente estos términos ayudan a acotar la búsqueda y pueden demorarla en forma significativa.

Usa el signo "+" para incluir términos superfluos en tu búsqueda. Asegúrate de incluir un espacio antes del signo "+". [También puedes incluir el signo "+" en tus frases de búsqueda.]

Fíjate en la presencia de tus términos de búsqueda en el contexto: Cada resultado de búsqueda Google contiene uno o más fragmentos de la página web que te muestra como sus términos se usan en el contexto de esa página.

1.1.3 Búsquedas parciales: Google no usa "búsquedas parciales" ni realiza búsquedas con "comodines". En otras palabras, Google busca exactamente los términos que ingresa en la casilla de búsqueda. Buscar "sal" o "sal*" no devolverá búsquedas que contengan "salero" o "salamandra". Si tienes dudas, prueba varias formas distintas: "calle" y "calles", por ejemplo.

1.1.4 No importan los acentos y las mayúsculas: Todas las letras, independientemente de como estén escritas, se consideran minúsculas. Por ejemplo, buscar: "google", "GOOGLE" o "GoOgLe" generará los mismos resultados.

Las búsquedas Google en español en forma predeterminada no distinguen los acentos diacríticos, diéresis ni la letra ñe. Es decir, [Martín] y [Martin] encontrarán las mismas páginas. Si desea distinguir estas dos palabras, use el signo +, es decir, escriba [+cana] en vez de [+caña].

1.1.5 Google nos ayuda en la búsqueda corrigiéndonos los errores ortográficos: /Quizás quiso decir/
Una posibilidad que está a nuestra disposición es utilizar Google como corrector ortográfico de términos. Para ello, hacer dos consultas /guttenberg/ y /gutenber/; de las dos las que tenga mayor número de páginas en los resultados es probablemente la palabra correcta. De todas formas, podemos encontrar casos muy curiosos

También Google nos ayuda en la búsqueda proponiéndonos sugerencias, por ejemplo:

/Sugerencia: Elimine las comillas de la búsqueda para obtener más resultados/

/Sugerencia: Buscar sólo resultados en español. Puede especificar el idioma de búsqueda en Preferencias./

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://inventory.overture.com>. The page title is "Keyword Selector Tool". The main content area contains the following text:

Not sure what search terms to bid on?
Enter a term related to your site and we will show you:

- Related searches that include your term
- How many times that term was searched on last month

Get suggestions for: (may take up to 30 seconds)
quijote

Note: All suggested search terms are subject to our standard editorial review process.

Searches done in May 2006

| Count | Search Term |
|-------|-------------------------------------|
| 3594 | don quijote de la mancha |
| 3052 | don quijote |
| 1359 | quijote |
| 1085 | resumen don quijote de la mancha |
| 768 | resumen don quijote |
| 677 | el quijote |
| 462 | el quijote de la mancha |
| 427 | resumen de don quijote de la mancha |
| 351 | quijote de la mancha |
| 199 | resumen del quijote |
| 163 | resumen de don quijote |
| 148 | resumen del quijote de la mancha |
| 125 | el quijote restaurant |
| 84 | don quijote restaurant |
| 83 | foto don quijote |
| 81 | don quijote de la mancha summary |
| 81 | imagenes del quijote |
| 73 | personajes de don quijote |
| 68 | don quijote translation |
| 66 | don quijote estubo |

Terminado

Una forma de aprender a elegir los términos significativos puede ser observar el comportamiento de los buscadores: en la captura inferior tenemos como ejemplo las consultas que se han hecho contra el buscador Overture. Para el término /quijote/ en el mes de mayo de 2006 fíjate qué términos de búsqueda y cuantas veces se han utilizado.

Si quieres experimentar, consulta

<http://searchmarketing.yahoo.com/rc/srch/> en el enlace siguiente:

[Keyword Selector Tool](#)

| Preguntas directas | |
|---------------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="¿qué es tirteafuera?"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 1/11.100 | El buscador interpreta la pregunta, identifica el término significativo y devuelve los resultados. Estos son, de todas las formas, más restrictivos que si hiciéramos una consulta de un solo término, /tirteafuera/: 2/ 23.400. |

| Calculadora | |
|--|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| <p>La calculadora puede evaluar expresiones matemáticas de aritmética básica ($5+2*2$ o 2^{20}) y matemáticas más complicadas ($e^{(i \pi)+1}$). También puede experimentar con otros sistemas numéricos como hexadecimales o binarios.</p> <p>Los operadores son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> + suma - resta * multiplicación / división ^ potencia () paréntesis | |
| http://www.googleguide.com/calculator.html | |

Para mayor información, puedes consultar un manual sobre cómo manejar la calculadora de Google:

<http://manuales.ojobuscador.com/google/calculadora/>

1.2 Búsquedas restringidas

Google te da posibilidades de restringir la búsqueda según varios criterios que puedes aplicar independientemente o combinándolos entre sí. Es interesante experimentar con búsquedas avanzadas que restringen en resultados el número de documentos; a medida que profundizas en un tema de investigación documental, puedes estar más capacitado para acotar con mayor eficacia las búsquedas.

| Información sobre un sitio web | |
|--------------------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera.blogspot.com"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 1/224 | <p>Google puede mostrarle la siguiente información sobre esta URL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la caché de Google de tirteafuera.blogspot.com • Encontrar páginas Web similares a tirteafuera.blogspot.com • Encontrar páginas Web que tengan un enlace con tirteafuera.blogspot.com • Encontrar páginas del sitio tirteafuera.blogspot.com • Encontrar páginas Web donde aparezca el término "tirteafuera.blogspot.com" |

| Buscar sinónimos, sólo en inglés | |
|----------------------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="/Java tutorial/ o /Java ~tutorial/, no es lo mismo"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| | <p>Para escribir la virgulilla ~/ en el teclado numérico, ALT + 126.</p> <p>La diferencia en la consulta es que con la virgulilla es más amplia ya que incluye en ella los sinónimos de tutorial: documentation, introduction, guide,... En el primer caso, la consulta nos devuelve 19.200.000 documentos, y en el segundo, 227.000.000.</p> <p>Podemos utilizar también otros signos: /*/ incluye cualquier otro término próximo. Por ejemplo, /cervantes "biblioteca */", 1.710.000 documentos; / cervantes "biblioteca escolar", tan solo, 686./</p> |

| Búsqueda restringida a páginas dentro de un dominio | |
|---|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera site:tirteafuera.blogspot.com"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| | <p>En este ejemplo queremos buscar el término /tirteafuera/ solo dentro de las páginas web del sitio http://tirteafuera.blogspot.com</p> |

| Páginas similares | |
|-------------------|---|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="related:tirteafuera.blogspot.com/"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 1/31 | <p>Google recupera de su base de datos las páginas que según el criterio que él utiliza puedan estar relacionados con la seleccionada en la búsqueda.</p> |

| Páginas dentro de un dominio | |
|------------------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera site:tirteafuera.blogspot.com"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 44 | <p>En este ejemplo queremos buscar el término /tirteafuera/ solo dentro de las páginas web del sitio http://tirteafuera.blogspot.com</p> |

| Formato de archivo | |
|--|---|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera filetype:doc"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| <p>En este ejemplo queremos buscar el término /tirteafuera/ solo en documentos que tengan el formato de archivo .DOC. Otros formatos con los que puedes restringir la búsqueda son .PDF (Adobe Acrobat), .PS (Post script), .XLS (Excel), .PPT (Power Point) y .RTF (Formato de Texto Enriquecido)</p> <p>También se puede excluir de la búsqueda un formato de archivo determinado: /tirteafuera -filetype:pdf/</p> | |

| Título de la página | |
|---------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="allintitle: tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 2/101 | Esta restricción en la búsqueda es eficaz si el autor de la página que consultamos propone títulos significativos. |

| Contenido de la página | |
|------------------------|---|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="allintext: tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 3/757 | |

| Dirección de la página | |
|------------------------|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="allinurl: tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 3/102 | |

| Vínculos a la página | |
|----------------------|---|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="allinanchor: tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| 3/58 | |

| Según el filtro SafeSearch | |
|---|--|
| <i>Ejemplo:</i> | <input type="text" value="tirteafuera"/> <input type="button" value="Búsqueda en Google"/> |
| <p>SafeSearch de Google filtra los sitios que sirven contenido sexual explícito y los elimina de los resultados de su búsqueda. No hay ningún filtro preciso al 100%, pero SafeSearch debería eliminar la mayoría del material inadecuado. Puedes elegir entre tres configuraciones de SafeSearch: Filtro moderado excluye las imágenes más explícitas de los resultados de Búsqueda de imágenes de Google, pero no filtra los resultados de búsqueda web normal. Filtro estricto aplica el filtro SafeSearch a tanto a búsqueda de imágenes como a búsqueda web normal. Y, por último, Sin filtro, desactiva totalmente el filtro SafeSearch.</p> | |

| Enlaces a la página | | | |
|-------------------------------|--|-------------------------------|--------------------|
| <i>Ejemplo:</i> | <table border="1"><tr><td>link:tirteafuera.blogspot.com</td><td>Búsqueda en Google</td></tr></table> | link:tirteafuera.blogspot.com | Búsqueda en Google |
| link:tirteafuera.blogspot.com | Búsqueda en Google | | |
| | | | |

| Caché de la página | | | |
|--|---|--|--------------------|
| <i>Ejemplo:</i> | <table border="1"><tr><td>En la información que devuelve la consulta</td><td>Búsqueda en Google</td></tr></table> | En la información que devuelve la consulta | Búsqueda en Google |
| En la información que devuelve la consulta | Búsqueda en Google | | |

Google guarda en la red de sus servidores una copia de las páginas indexadas. En ocasiones esta búsqueda suele ser útil cuando ya la página no está alojada en el servidor, o cuando queremos consultar una versión anterior de una página actualizada.

Utilizando esta información también podemos

- realizar **navegación anónima**: colocamos el cursor en /En caché/, copiamos el enlace en la ventana del navegador al que añadimos la cadena de texto /&lr=&strip=1/. De esta forma estamos viendo la página indexada por Google y desde su servidor. Nuestra IP no habrá quedado al descubierto en el servidor que aloja la página que nos interesa consultar. Por ejemplo:

http://66.249.93.104/search?q=cache:tirteafuera.blogspot.com&num=50&hl=es&hs=KrK&lr=&client=firefox-a&rls=org.mozilla.es-ES:official_s&sa-G&strip=1

- Google, como **servidor proxy**, si utilizamos su servicio de traducción automática en herramientas del idioma:

<http://google.com/translate?u=http://tirteafuera.blogspot.com&langpair=es/es>

A partir de este momento navegaremos en el servidor de Google con las páginas que tenga indexadas del sitio en el que nos interesa navegar sin dejar rastro. Le hemos pedido una traducción del castellano al castellano a partir de la versión que Google tiene guardada en sus servidores.

- **Auditoría de hacking** Google: Ejemplos,

/intitle:index.of "parent directory"/

Entre la información que sirve esta consulta, están las páginas con listados de directorios, que ofrecen información sobre la estructura de documentos del servidor, nombre y versión del servidor.

/intitle:index.of password/

Archivos de contraseñas expuestos.

Si quieres saber más, consulta la base de datos llamada Google Hacking DataBase, GHDB, o la página siguiente:

johnny.ihackstuff.com

Una herramienta gratuita que facilita esta consulta de forma automática es SiteDigger.

Google ofrece la posibilidad de que los creadores de páginas web restrinjan el acceso a la indexación de sus servidores. Este consejo y otros los puedes encontrar en el Centro de asistencia para Webmasters:

google.es/support/webmasters

Podemos consultar la “caché” de Google desde otro servidor, incluso en páginas de 1998:

<http://www.archive.org/>

Este servidor puede, por otra parte, sernos de gran utilidad ya que pretende ser la biblioteca de internet, una nueva Biblioteca Alejandría que archiva todo tipo de documentos digitalizados como forma de asegurar que estén disponibles incluso en la circunstancia de que ya no exista el servidor en el que fueron soportados. Creado en 1996, por Brewster Kahle2, sin ánimo de lucro, recoge todo tipo de ficheros digitalizados para ser leídos, consultados, visualizados, escuchados,... Almacena unos 40 billones de páginas

Un servicio caché gigante lo ofrece la /Máquina del tiempo/, WayBack Machina; creada en 1996, almacena aproximadamente 10.000 millones de páginas, 100 Terabytes. Se puede consultar en

www.waybackmachine.org

De todas formas, en línea tienes el Centro de Asistencia de Google; su consulta puede resolver muchas dudas y, sobre todo, ayudarte a manejar con más precisión esta herramienta de búsqueda

<http://www.google.es/support?hl=es>

2.- Buscadores

Continuamente están experimentando con servicios y herramientas que permiten a Google mantenerse en una posición hegemónica². Cada vez más en foros y en comunicaciones de blogs, Google está despertando una actitud de reserva cuando no de desconfianza por la cantidad de información que controla y por la posibilidad de obtener, por ejemplo, a través de Google Toolbar, Google Desktop Search y Google Accounts, información personalizada de sus usuarios.

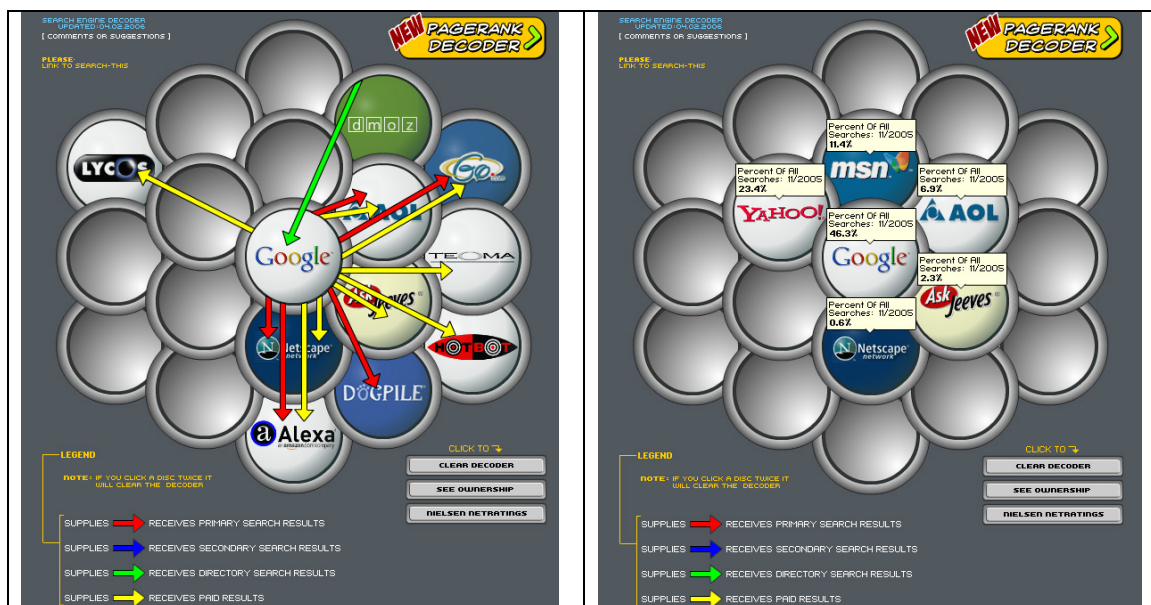
Por todo ello, no olvides que también tienes otros buscadores y otros directorios a tu disposición:

| Buscadores | |
|---|--|
| Soople, Vivísimo Groxis Lycos Ask Jeeves Turbo10 Search Engine Decoder Teoma Wisenuit HotBot Noxtrum Rastreador Buscopio OjoBuscador | www.soople.com/soople_int.php vivisimo.com/ o, más interesante, www.clusty.com www.grokker.com search.lycos.com/default.asp? www.ask.com/?q=turbo10.com www.search-this.com/search_engine_decoder.asp www.teoma.com www.wisenuit.com www.hotbot.com www.noxtrum.com www.rastreador.com www.buscopio.com http://www.ojobuscador.com/ |
| Yahoo Biwe Altavista Alltheweb MSN Search GigaBlast EuroSeek | www.yahoo.es www.biwe.es es.altavista.com www.alltheweb.com www.msnsearch.com www.gigablast.com www.euroseek.com |
| Buscadores todo en uno | |
| MultiSearchs Engines ALphaSearch Proteus PureSearch SearchBug Skworm | www.bjorgul.com www.alphasearch.org www.trall.org/proteus.html www.puresearch.com www.searchbug.com www.skworm.com |
| Metabuscadore | |
| Buscamultiple Clusty Dogpile Ez2fin Ixquick Kart00 Metacrawler Search WebCrawler | www.buscamultiple.com clusty.com www.dogpile.com www.ez2find.com eu.ixquick.com www.kartoon.com www.metacrawler.com www.search.com www.webcrawwe.com/ |
| Agentes inteligentes | |
| Copernic | www.copernic.com/ |

² Véase <http://www.googleguide.com/more.html> , o http://www.googleguide.com/feature_history.html , para ver la cronología de algunos chismes de Google.

| | |
|--|--|
| Webferret | www.ferretsoft.com |
| Directorios | |
| Web Site Collation Project Internet Invisible Directorio Web Yahoo Galaxy Lukor | www.websitecollationproject.com/ www.internetinvisible.com www.invisible-web.net es.dir.yahoo.com/directory/ www.galaxy.om/directory/ www.lukor.com/directorio |
| Bases de datos | |
| Complete Planet Direct Search, The Big Hub Find Articles Infomine | aip.completeplanet.com www.freepint.com/gary/direct.htm www.thebighub.com www.findarticles.com infomine.ucr.edu |

En estas dos capturas podemos observar las relaciones que hay entre los buscadores:



Puedes realizar estas consultas en

http://www.search-this.com/search_engine_decoder.asp

No olvides tampoco que los navegadores nos permiten, si incluimos los términos de búsqueda en la barra de direcciones, ir directamente a los resultados: en el caso, de Firefox, iremos al resultado que Google considera más oportuno (equivalente a “Voy a tener suerte”), y en el caso de Internet Explorer a un listado de resultados; para ello antes que los términos de búsqueda hay que poner el signo /?/.

Si utilizas el navegador FireFox, algo que es muy conveniente, puedes mejorar tu capacidad de búsqueda si le añades la extensión BetterSearch ya que te presentará imágenes de previsualización de las páginas seleccionadas previa consulta en Google, MSNSearch, Yahoo Search, A9, Answers.com, AllTheWeb, del.icio.us y Simpy.com. Esta extensión la puedes descargar desde

ackroyd.de/googlepreview

Más que el prestigio de marca, el impulso de tal motor de ideas es consolidarse en el mercado de los metadatos asociado a los servicios de publicidad: en el 2004, Google obtuvo 3.000 millones de dólares de beneficio; para el 2006 se prevén 6.000. En su séptimo aniversario, el valor de la empresa supera los 90.000 millones de dólares, por ahora menos que Microsoft, Intel o Coca-Cola.

De todas formas, el valor de Google en bolsa va creciendo: ha pasado de 80 dólares a 471. La gran ventaja que tiene Google es que en las encuestas de usuarios no se han recogido valoraciones de rechazo. Hechos como la negación a cumplir una orden de la administración Bush que obliga a revelar los términos de búsqueda de sus usuarios han sido valorados positivamente³. Sin embargo, otros hechos son contradictorios: por ejemplo, la aceptación de la censura del gobierno de Pekín para poder así competir en un mercado de 100 millones de potenciales clientes; para Reporteros sin Fronteras, *Google.cn* es un buscador “eunuco”. Recientemente, la empresa ha comprometido sus principios al aceptar las exigencias de autocensura del Gobierno. Responsables de Google accedieron a limitar los resultados que ofrece su servicio chino después de que Pekín bloqueara su página web y, a la vez, se quejaron de que sus rivales habían hecho otro tanto sin que se produjera la misma crítica internacional.

Las tres fuentes publicitarias, o las tres formas de convertir en dinero su situación hegemónica en los metadatos, son los **enlaces patrocinados** que Google, con otro formato, coloca al principio en la lista de resultados, **AdWords**, enlaces en columna en la parte derecha de la lista de resultados, y **AdSense**, la publicidad que un creador de páginas inserta en sus propias páginas.

Todo esto sucede gracias a la información sobre información (más de 5 PB, más de 5242.880 GB) que Google controla por medio de la indexación de más de 8.000 millones de páginas, imágenes: más de 880 millones, mensajes de Usenet: más de 845 millones; idiomas en los que puede utilizarse la interfaz de Google: más de 100, idiomas en los que Google ofrece resultados: 35; dominios internacionales: más de 100, empleados: más de 2.500 en todo el mundo. Con todo, esta ingente cantidad de información sólo viene a representar el 15% de la información sostenida en Internet. La infraestructura que sostiene este imperio de los metadatos está basada en 54.000 servidores, 100.000 procesadores y 261.000 discos duros repartidos por varios países.

Con todo, Google⁴ busca consolidarse ampliando continuamente su negocio: creación de un paquete de herramientas ofimáticas que funcione desde internet; la compra del procesador de texto en línea Writely (crear, editar y publicar documentos en internet entre varios usuarios a la vez) así parece indicarlo

Más información en el enlace de información corporativa:

<http://www.google.es/intl/es/corporate/address.html>

Esta posición hegemónica de Google en la indexación de datos para la búsqueda despierta el recelo de algunos intelectuales y estadistas franceses y alemanes, sobre todo, que buscan en el proyecto **/Quaero/**, del latín ‘yo pregunto’, una iniciativa que haga posible la biblioteca digital europea frente a la pujanza de la cultura anglosajona. De consolidarse este proyecto, podríamos llegar a buscar textos en Google, e imágenes, sonido y vídeo, en Quaero ya que uno de los aspectos más innovadores de este proyecto va a ser la posibilidad de búsqueda de archivos de audio, imágenes y vídeo sin las descripciones escritas convencionales utilizadas para encontrar este tipo de documentos.

Igualmente te puede ser útil consultar esta página sobre Google en donde puedes localizar el Google Site Map:

<http://www.google.com/sitemap.html>

³ ¿Qué protecciones tengo contra las intrusiones del gobierno en mi uso de los servicios de Google?

Google cumple con los procesos legales válidos, como órdenes de registro, órdenes judiciales, o mandamientos solicitando información personal. Estos mismos procesos se aplican por todas las compañías respetuosas de las leyes. Como siempre ha sucedido, las primeras protecciones que tiene contra las intrusiones por parte del gobierno son las leyes aplicables en el lugar donde resida.

[Preguntas frecuentes sobre la privacidad](http://www.google.com/privacy_faq.html#account) en http://www.google.com/privacy_faq.html#account

⁴ Si quieres saber un poco más de la historia de esta factoría enlaza con

<http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html>

Para información corporativa:

<http://www.google.es/intl/es/corporate/>

Una idea de la creatividad de esta factoría de ideas la podemos intuir en los chismes en los que Google está ahora experimentando, Google Labs⁵. Véase:

| | |
|---|--|
| Google Labs | |
| http://labs.google.es/ | |



Google Labs es el laboratorio tecnológico de Google.

Google Labs expone algunas de las ideas en experimentación que aún no están suficientemente desarrolladas para integrarlas en Google.com. Por ejemplo, entre los servicios ideados y en experimentación:

Google Video: <http://video.google.com/>

Si quieres buscar ficheros de vídeo, programas de televisión. Es necesario tener instalado Google video Player que puedes bajar de

<http://video.google.com/playerdownload.html>

Google Mobile: <http://mobile.google.es/>

Si quieres obtener respuestas precisas a tus consultas especializadas en tu dispositivo o teléfono móvil.

Glosario Google: <http://www.google.es/search?hl=es&q=define%3Ainternet&meta=>

Si quieres buscar la definición de palabras, frases y acrónimos.

Grupos de Google 2: <http://groups.google.es/?hl=es>

Para crear y unirse a grupos de debate y listas de distribución.

Google Desktop: <http://desktop.google.es/?hl=es>

Para encontrar inmediatamente mensajes, archivos, archivos multimedia, historiales web y chats, también en tu disco duro.

Búsqueda personalizada: <http://www.google.es/psearch/?hl=es>

Si quieres obtener los resultados de búsqueda más relevantes.

Google Maps (en inglés): <http://maps.google.com/>

Consulta mapas y obtiene indicaciones para dirigirte a un lugar en coche, buscar empresas y servicios locales en EUA.

Google Scholar (en inglés): <http://scholar.google.com/>

Si quieres realizar búsquedas en artículos de periódicos, resúmenes y demás materiales de referencia académicos.

Search by Location (en inglés): <http://www.google.es/lochp>

Para restringir la búsqueda a un área geográfica determinada

Google Ride Finder (en inglés) <http://labs.google.com/ridefinder>

Si quieres encontrar en EUA un taxi, una limusina o un microbús con la posición de vehículos en tiempo real.

Google Suggest (en inglés) <http://www.google.com/webhp?complete=1&hl=en>

A la vez que introduce la búsqueda, Google te sugiere palabras clave en tiempo real.

Site-Flavored Google Search Box (en inglés) <http://www.google.es/services/siteflavored.html>

⁵ Para ver una relación de los últimos productos lanzados por Google, consulta

http://google.wikia.com/wiki/Main_Page

Dispón de un cuadro de búsqueda que personalice los resultados de acuerdo con tu sitio web.

Google Sets (en inglés) <http://labs.google.com/sets>
Crea conjuntos de elementos de forma automática a partir de unos ejemplos.

Google Web Accelerator <http://webaccelerator.google.com/>
Un acelerador de bajadas de páginas para consulta en desconexión.

Google Extensions for Firefox <http://toolbar.google.com/firefox/extensions/index.html>
Buscador de nuevas extensiones para Firefox.

De todas formas, Google advierte: “Por favor tome nota: Estas tecnologías aún están en la etapa de desarrollo, por lo que pueden desaparecer sin advertencia previa o bien funcionar erráticamente. Si algo en esta página no funciona, por favor vuelva más tarde e intente nuevamente.”

Tal diversidad en la experimentación hace que, a veces perdamos, la visión de conjunto. Si quieres ver qué servicios de búsqueda especializada ofrece en estos momentos Google, puedes consultar esta página:

<http://google.dirson.com/todos/#>

Tenemos que tener claro que alguno de estos chismes ya no estén en funcionamiento cuando vayamos a consultarlos, hayan cambiado de Url, o estén integrados en el buscador general. Si quieres ver los nuevos servicios activos de Google, consulta:

www.google.com/options

| | |
|--------------------------|--|
| Google Directorio | |
|--------------------------|--|

| |
|---|
| http://www.google.es/dirhp?hl=es |
|---|



El directorio web de Google organiza la web por temas, de modo que puedes consultar las diferentes categorías para encontrar palabras relevantes y usarlas en la búsqueda. O bien, puedes hacer clic en los vínculos de la categoría hasta encontrar la página que buscas.

Si no puedes encontrar exactamente lo que buscas en el directorio, entonces debes buscar en toda la web.

Empezar en las búsquedas por el directorio puede ser una estrategia doblemente útil si desconocemos totalmente la materia sobre la que queremos buscar (no tenemos siquiera un cabo de hilo para desenmadrar el ovillo), o si queremos hacer una búsqueda complementaria a la búsqueda web.

| | |
|------------------------|--|
| Google Imágenes | |
|------------------------|--|



Permite buscar imágenes. Como consejo, si tenemos mucho interés en una imagen determinada, partir de términos clave en inglés y, a continuación, utilizar búsquedas restrictivas por medio de elementos de sintaxis (buscar imágenes según tipo de fichero: `/filetype:jpg quijote/`, o por medio del tamaño de ficheros: grande, mediano o pequeño).

Si las imágenes que te interesan, son los logotipos de Google que van cambiando, puedes encontrar varias series en los enlaces que señalamos a continuación:

<http://www.google.es/intl/es/logos.html>

<http://www.google.com/doodle11.html>



Día de la Tierra - 22 de abril de 2005



Cumpleaños de Leonardo Da Vinci - 15 de abril de 2005



Cumpleaños de Vincent van Gogh - 30 de marzo de 2005

Para poder disfrutar de más logotipos, tienes que ir reduciendo el número de /doodle11/ a /doodle10/, etc.

De vez en cuando aparecen titulares sobre demandas hechas a Google por uso indebido de información (violar derechos de una web erótica, Perfect 10, Los Ángeles, marzo de 2006, por ejemplo); estas noticias están planteando un nuevo equilibrio en el conflicto de intereses entre la propiedad de la información y el la facilidad de acceso incluido la oportunidad de negocio de quines quieren mejorar este acceso a la información. Demandas semejantes han sido presentadas también contra Google News, Google Web.

Google BlogSearch

<http://blogsearch.google.com/>



Este buscador de blogs de Google devuelve búsquedas específicas entre la blogsfera. Sus resultados están ordenados por fecha.

Al buscar un término, aparte de los enlaces a los post relacionados con él, en la cabecera te ofrece los blogs cuya temática es similar a la del término

buscado

Google BlogSearch rastrea los blogs basándose en su feed, y los rastrea con mucha más frecuencia que el boot de Google; por tanto, para aparecer en Google BlogSearch es necesario que tu blog tenga feed y que hagas ping a algún servicio conocido como, por ejemplo, weblogs.com

Podemos también usar otros buscadores de cuadernos de bitácora o blogs:

Technorati: www.technorati.com

Bloogz: www.bloogz.com

Ljseek : www.ljseek.com

Daypop : www.daypop.com

Blogpulse: www.blogpulse.com

Por ejemplo, entre los más conocidos, está Technorati: a los cinco minutos de la publicación de la entrada de una bitácora ya está incorporada en los resultados. Según su creador, David Sifry, Google es un buscador de documentos profesionales, mientras que Technorati lo es de documentos personales; Si Google es el gran bibliotecario, Technorati es el buscador más rápido precisamente cuando internet ha pasado de ser una biblioteca a una conversación entre sus usuarios.

Google News

<http://news.google.es/nwshp?hl=esb>



Google News es un servicio automatizado que clasifica y publica noticias actualizadas. Permite buscar y consultar más de 700 fuentes de información actualizadas continuamente.

Los titulares son seleccionados por algoritmos informáticos que se basan en varios factores, como cuántas veces y dónde aparece un tema en Internet. En la recolección de noticias no se produce intervención humana por lo que es más difícil filtrar contenidos: puede ocurrir a menudo que de una misma noticia tengamos diferentes versiones una junto a la otra. Pulsar sobre un enlace nos lleva a la fuente de la noticia para que podamos leerla entera. Según fuentes de Google, este servicio incluye más de 4.500 fuentes de

noticias (de ellas, 700 en castellano consultadas y actualizadas continuamente) y cada día reciben peticiones para incluir nuevas, incluso los editores que cobran por tener acceso a su información.

Estos titulares suelen tener una vigencia de 30 días. Suele ser conveniente restringir las búsquedas, términos clave en el título de la noticia; por ejemplo, si queremos que en el título esté el término /quijote/ y en el documento alguna vez al menos presente el término /tirteafuera/:

/intitle:quijote tirteafuera/

Para más información, consulta http://news.google.es/intl/es_es/about_google_news.html

Como suele ser habitual, podemos personalizar este servicio solicitando que nos sirvan titulares sobre determinadas palabras clave, o colocando en portada noticias sobre un país concreto, o pidiendo que nos envíen por correo noticias sobre un tema específico.

| | |
|---|---|
| Google Vídeo Beta | |
| http://video.google.com/ | https://upload.video.google.com |



Google ha lanzado su herramienta de búsqueda de TV, Google Video. Este servicio busca "dentro de los programas de TV". Con esto, la información dada a través de imágenes se integra con la restante información ya disponible y "buscable".

Google Video beta busca también subtítulos para personas sordas o con impedimentos auditivos, así como en las guías de programas. Las búsquedas son presentadas con una transcripción del texto e imágenes del programa.

Requiere la instalación de un programa y permite subir vídeos, señalando que debemos tener los derechos sobre ellos. De momento el único efecto es que será indexado con el tiempo en su buscador de vídeos, a través del que podrán ser previsualizados y descargados por otros usuarios. Por lo tanto, parece que Google quiere guardar estos ficheros en sus servidores para permitir que los usuarios suban y añadan información sobre su contenido.

Google también ha presentado, como decíamos más arriba, Google video Player, un reproductor que permite ver los contenidos de proveedores como Independent Televisión News, The Charlie Rose Show, Sony BMG o Classic Media.

De todas formas, es posible descargar de forma artesanal los ficheros en formatos compatibles y no en el que es propietario Google, .GVP. Para ello, seleccionamos el vídeo para visualizarlo y, si nos interesa, procederemos a bajarlo artesanalmente. Fijémonos en la captura siguiente:

Google Local and Google Maps

1 min 25 sec - Jun 1, 2005
local.google.com

[Download](#) for Windows/Mac

The download is starting. Please select **Run/Open** when prompted.

No Google Video Player? [Install it](#)

[Manually download the video](#)

Questions? Check [Download FAQ](#)

Tenemos la posibilidad de pulsar /Download/, pero vamos a elegir /Manually download the video/. Cuando lo tengamos guardado en el disco duro, con el botón derecho abrimos este fichero con NotePad y en el texto seleccionamos desde <http://...> Hasta el final de una serie muy larga de números, copiamos en la ventana de un navegador y, después de un breve tiempo, empezamos a descargar el fichero con extensión .AVI.

Sin embargo lo más interesante es que Google permite que el dueño del vídeo cobre porque otros accedan y descarguen su contenido. Cuando subes uno, puedes indicarle un precio (en dólares) y Google se lo cobrará a los que accedan, quedándose una comisión. Sencillamente un modelo de negocio eficaz, por el que el editor del vídeo se puede olvidar de cualquier tema relacionado con la comercialización o con la distribución, dejándolas en mano de Google, sin coste alguno para él. Google llegará a ser un servicio de pago por distribución de contenidos en formatos de vídeo. Para el usuario la ventaja que ofrece es facilitar una plataforma de distribución independiente a todo aquel que tenga contenidos que vender.

Google dispone hace algún tiempo de un buscador de música, que según parece pretende "mejorar" con una tienda musical online. Además, Google ha incorporado el directorio /music en el archivo robots.txt.

Esto probablemente signifique que Google creará el directorio google.com/music, eventualmente combinado con music.google.com. Otra indicación sería que los directores de Google se han reunido recientemente con representantes de la industria discográfica para discutir una posible cooperación. Para nadie es un secreto que Google se siente incómoda con el gran éxito que Apple ha tenido con su servicio iTunes, y que por ende estudia la posibilidad de entrar a ese mercado

Este rumor hace especial hincapié en una tienda que además de música ofrecería vídeos musicales; probablemente se integraría en Google Desktop al que se incluiría como reproductor multimedia "Google Video Player".

Casi con toda seguridad los contenidos se distribuirían con tecnología DRM que evite las copias. La tienda podría llamarse Google Music, aunque tampoco se descarta GMusic, dominio desde hace tiempo en poder de Google.

| | |
|---|---------------------------|
| Google Print | Búsqueda de libros |
| http://print.google.es/ | |



Google Print pretende llevar a cabo la organización de la información proveniente de todo el mundo colocando el contenido de los libros en un lugar en el que pueda encontrarlo con facilidad: justo en sus resultados de búsqueda de Google.

Si, al realizar una búsqueda con unos términos determinados en la página principal de Google Print, en la base de datos de Google se encuentra un libro cuyo contenido los incluye, también será enlazado con sus resultados de búsqueda.

Al hacer clic sobre el título de un libro, se visualizará la página de éste que contiene sus términos de búsqueda, junto con información adicional sobre el libro y los vínculos "Comprar este libro" que enlazan con librerías en línea. En caso de que el libro sea de dominio público, podremos visualizar el contenido completo de libro; si se trata de libros protegidos por derechos de autor, sólo se mostrarán algunas páginas o, en algunos casos, sólo los datos bibliográficos y fragmentos breves del texto.

Nos permite hacer tres vistas de páginas del libro:

Libros de dominio público: Si escaneamos un libro de dominio público en una biblioteca, podrá ver la página completa así como consultar todo el libro.

Libros enviados por un editor afiliado: En el caso de libros enviados por editores afiliados, podrá visualizar una página completa y algunas páginas que la preceden o la siguen.

Vista de información exclusiva del libro

Libros de biblioteca protegidos por derechos de autor: En el caso de libros que hemos escaneado en una biblioteca y que están protegidos por derechos de autor, sólo podrá visualizar información bibliográfica y algunas frases cortas del texto que aparecen junto a su término de búsqueda.

Como muestra exponemos las tres formas de consulta que devuelve:



Puedes consultarlas en

<http://books.google.es/intl/es/googlebooks/screenshots.html#bookpage>

Entre los proyectos que también nos pueden ser útiles por pretender igualmente preservar la cultura y ponerla al alcance de quien lo desee:

www.gutenberg.org
www.librosgratis.org

O el proyecto Open Content Alliance

www.opencontentalliance.org/

Particularmente tendríamos que considerar la propuesta de /Biblioteca Digital Europea/. Los dirigentes de Francia, Alemania, España, Italia, Hungría y Polonia, con la colaboración de un total de diecinueve bibliotecas estatales de Europa, han propuesto a Unión Europea crear esta biblioteca como una forma de preservar la variedad y riqueza de la cultura europea frente a la propuesta anglosajona.

| | |
|---|---|
| Google Scholar | |
| http://scholar.google.com/ | http://scholar.google.es/ |
| | |



A finales de 2004 Google lanzó esta versión beta de este buscador especializado en tesis, artículos, resúmenes de investigación, libros y todo tipo de informes técnicos. Esta dirigido a la comunidad científica y educativa, ya que permite acceder a información de fuentes con publicaciones académicas, sociedades profesionales o repositorios de reimpresión.

Temas diversos: física, música, economía, informática. Todos sus temas se encuentran en inglés por ahora; su intención es incluir documentos en otros idiomas: alemán, español, francés, italiano y portugués. La versión en español ya está operativa y la puedes consultar en



Es un buscador de tesinas en castellano; es un servicio gratuito que ayuda a localizar trabajos de investigación provenientes de diversas fuentes: publicaciones y tesis universitarias, documentos de libre acceso y artículos publicados en internet.

Un estudiante de Medicina, por ejemplo, puede buscar información sobre patologías de la información ingresando en la ventana de consulta el término /enfermedad cardíaca/ y obtener una lista de resultados con trabajos de investigación, artículos y publicaciones

<http://scholar.google.es/>

| | |
|---|--|
| Google Local | |
| http://local.google.com/local | |



Es un buscador especializado: información en línea sobre servicios y productos consultados. Localiza en EUA, Canadá y Gran Bretaña tiendas a las que podemos recurrir.

A la hora de buscar, tenemos que facilitar a Google dos datos /what/, qué buscamos, y /where/, dónde lo buscamos.

Este servicio es muy similar al de Google Maps.

| | |
|----------------------|--|
| Google Groups | |
|----------------------|--|

| |
|---|
| http://groups.google.es/?hl=es |
|---|



Permite realizar búsquedas avanzadas en Grupos de Google. Es uno de los servicios más interesantes de Google: los grupos de noticias, ya que en ellos los internautas plantean temas y preguntas que otros usuarios responden. Para evitar que estos mensajes se mezclen, se organizan en una estructura clasificada por temas.

Ofrece para su consulta, entre otros, el archivo de grupos de noticias de los foros de discusión Usenet: la primera entrada data del 11 de mayo de 1981. A partir de esta fecha por los foros se han ido cumpliendo muchos hitos; si quieres consultarlos, accede a

http://groups.google.com/googlegroups/archive_announce_20.html

Es, en definitiva, una forma muy interesante de compartir información y conocimiento. Merece la pena dedicar tiempo a este servicio. Incluso están tan sencillo que podemos suscribirnos a un grupo determinado a través de Outlook.

Después de realizar una consulta, Google nos devuelve distintas categorías de información: grupo, fecha, autor y conversación. Según el tema, la actualidad, la fuente o el interés, dedicaremos más atención a una o a otra: si bien los colaboradores no se identifican por su propio nombre, los que están implicados en un grupo suelen mantener el mismo alias; este dato puede sernos de mucha utilidad cuando la lectura de una entrada leída anteriormente nos haya permitido verificar la pertinencia y la fiabilidad de la fuente.

Como en el caso del buscador Google, Grupos Google también podemos marcar las preferencias de búsqueda: /idioma de interfaz/, /idioma de búsqueda/, /número de resultados/ y /ventana de resultados/, o incluso realizar una búsqueda avanzada según formulario.

| | |
|-----------------------|--|
| Google Account | |
|-----------------------|--|

| |
|---|
| https://www.google.es/accounts/ |
|---|



La Búsqueda personalizada puede mejorar tu experiencia en Google de manera clara ya que puedes:

- Crear bookmarks para poder acceder desde cualquier computadora.
- Conseguir los resultados de búsqueda más relevantes para ti, basados en las búsquedas anteriores.

• Ver y gestionar tus búsquedas pasadas, incluyendo páginas web e imágenes sobre los que hayas hecho clic anteriormente.

26 Nov 2005

[google personalized](#)

- ☆ [Nuevo Google personalized](#) - 11:59pm
www.genbeta.com/.../07/26-nuevo-google-personalized.php
- ☆ [Google permite leer nuestros blogs favoritos](#) - 11:59pm
google.dirson.com/noticias.new/1522/

[google definitions](#) - Historial relacionado

- ☆ [Google Definitions in Multiple Languages | Foros de buscadores ...](#) - 11:14pm
www.forobuscadores.com/foros/index.php?showtopic=4033&a...
- ☆ [Google Guide: Definitions \(Google Glossary\)](#) - 11:14pm
www.googleguide.com/glossary.html
- ☆ [Google Help: Search Features](#) - 11:13pm
www.google.com/help/features.html

[google definitions](#) - Historial relacionado

- ☆ [Deakialli DocuMental](#) - 11:11pm
deakialli.bitacorras.com/.../06/google-y-las-definiciones
- ☆ [Google Deskbar: Buscador en la barra de herramientas.](#) - 10:53pm
www.xeoweb.com/google/google-deskbar.php
- ☆ [¿Cómo buscar información en Internet de forma eficaz y eficiente?](#) - 10:52pm
ciberconta.unizar.es/LECCION/BUSCAR/200.HTM
- ☆ [Foros de buscadores - Alta y Posicionamiento > Google Definitions ...](#) - 10:52pm
www.forobuscadores.com/.../index.php/4033.html

Puedes ver y editar todas estas opciones en tu Historial de búsqueda.

Modificar información personal

Contraseña
 Pregunta de seguridad e información de contacto
 Nombre y otros datos
 Change authorized websites

Modificar información de los servicios

Grupos de Google
 Gmail

Probar nuevos servicios

AdWords de Google
 Alertas de Google
 Google Noticias
 Lista de compra Froogle
 Google en su idioma

Suprimir la cuenta

Suprimir toda la información de la cuenta
 Suprimir el servicio Gmail
 Suprimir Sincronización del navegador
 Suprimir Búsqueda personalizada

Tan pronto como empieces a usar la /Búsqueda personalizada/ puede ser que no observes un gran impacto en tus resultados, pero con el tiempo verás que tus resultados continuarán mejorando. De todas formas, lo que ganamos en comodidad lo vamos perdiendo en privacidad y nos conviene, por tanto, saber cuál es el límite hasta el que nos interesa llegar.

Google Answers

<http://answers.google.com/>



Este es el lugar en el que, en teoría, puedes preguntar cualquier cosa y, además, encontrar la respuesta. Este servicio no es gratuito, aunque no tendrás que pagar por leer las respuestas, y los comentarios a estas, a las preguntas que otras personas han realizado mediante pago.

Google Buscador de Spam

<http://www.spamgoogle.com>

**Google Catalogs**

<http://catalogs.google.com/>



Permite el acceso a catálogos digitalizados con imágenes en distintos tamaños de cada producto. La búsqueda se realiza a través de un directorio o por medio de una consulta; por ahora, en inglés:

Apparel & Accessories
Computers
Home & Garden
Arts & Crafts
Consumer Electronics
Lifestyle & Gift
Arts & Entertainment
Education

Sports & Outdoors
Automotive
Food & Gourmet
Toys & Hobbies
Books,
Music & Film
Health & Personal Care
Business To BusinessHome

Google Sets

<http://labs.google.com/sets>



A partir de dos o tres términos, creación de series homogéneas de términos. Por ejemplo, si en los cajetines ingresas términos como /Seat/ y /renault/, te devolverá un largo listado con términos de la misma serie: marcas de coche

Google Suggest

<http://www.google.com/webhp?complete=1&hl=en>



Nos devuelve búsquedas más avanzadas. Es el mismo buscador Google; la diferencia radica en que en el cuadro de búsquedas, Google intenta adivinar los términos de nuestra búsqueda. Para conseguir esto Google Suggest se comunica mediante Java con el servidor y busca rápidamente los términos de búsqueda anteriores a tu consulta y te los muestra en una lista desplegable. ¿Cómo lo hace? Emplea un algoritmo en el que combina gran cantidad de información como las búsquedas más populares o las palabras más comunes, por ejemplo.



A medida que vamos escribiendo, nos va haciendo propuestas de términos de búsqueda, así como nos advierte del número de documentos que contiene el índice.

Google WebQuotes

<http://labs.google.com/cgi-bin/webquotes>

A veces, la descripción de una página no es suficiente para saber si es lo que estás buscando. En este caso, el sistema de citas de Google te puede servir de mucho ya que te mostrará varios párrafos de cada una de las páginas que aparezcan en los resultados.

| | |
|---|---|
| Google Maps | |
| http://www.googleguide.com/maps.html | http://maps.google.es/ |



Activo en Google en inglés: al hacer una consulta en una dirección, presenta enlaces a mapas que localizan el término de búsqueda. Coincide con Google Local.



Permite a los usuarios ir a una dirección determinada: /Vitoria-Gasteiz/, /"calle adriano IV" Vitoria/, buscar un negocio: /"Hoteles cerca de Bilbao"/, /pizza/, o trazar una recorrido /"de Pamplona a Zaragoza"

Podemos seleccionar también en qué idioma: Català Galego Euskara

| | |
|---|--|
| Google Mobile | |
| http://www.google.es/mobile/ | |



Este servicio de búsqueda en el móvil te permite buscar en más de ocho mil millones de páginas una receta de pastel de selva negra siempre que estén adaptadas a las consultas propios de un teléfono móvil.

Así mismo, permite la búsqueda en más de mil millones de imágenes, en sitios específicamente diseñados para adaptarse a la pantalla de su teléfono móvil.

Particularmente la apuesta está en la combinación de consulta con servicios de localización: con tu teléfono móvil podrás buscar establecimientos locales, mapas y rutas en cualquier momento y desde cualquier lugar. Todo esto funcionará si tu teléfono dispone de tecnología WAP 2.0.

Este servicio de búsqueda se complementa con la posibilidad de escribir correos electrónicos a través del servicio Gmail: m.gmail.com

| | |
|--|--|
| Google Froogle | |
| www.froogle.google.com | |



Es la herramienta de e-commerce de Google, en definitiva, es el buscador de productos y precios de Google: permite buscar sitios web dedicados a la venta de productos por Internet; no realiza ventas, sólo facilita la búsqueda.

La búsqueda es muy sencilla: escribir el nombre del producto que deseas comprar en el cuadro de búsqueda y Froogle se encargará de buscarlo. Froogle presenta los resultados en tres columnas: en la primera, nos permite alterar la presentación de los productos, su ordenación restringir el rango de precios, buscar por categorías, etc.; en la medio, resultados de la búsqueda: imagen, nombre, enlace, precio, etc.; y en la tercera, enlaces patrocinados.

El servicio Froogle, de todas formas, ha acabado convergiendo con Google Base, donde los usuarios podrán realizar compras y ventas entre ellos, y también con Google Maps, para mostrar mucha de la información de los artículos que necesitan una posición geográfica.

Ahora, en el 'Froogle Merchant Center', el espacio donde los comerciantes podían gestionar la información de sus artículos, se informa que ha sido reemplazado ya por la interfaz que Google Base ofrece para poder subir productos a los servidores de Google.

| | |
|--------------------|--|
| Google Base | |
|--------------------|--|

| |
|---|
| http://local.google.com/local |
|---|



Google Base permite almacenar todo tipo de contenidos.

Si dispones de una cuenta en Google, podrás introducir cualquier tipo de contenidos (coches para vender, ofertas de empleo, recetas de cocina, cursos de álgebra, materiales complementarios, prácticas,...). Todos estos datos podrán ser localizados a través de un buscador propio de 'Google Base' (por ejemplo, buscando 'mercedes') y, si son relevantes, también aparecerán en las búsquedas web de Google, en Froogle o en Google Local.

Google Base también permite introducir contenidos según las preferencias de cada usuario: modelos, características, precio etc. Se trata de un servicio que permite volcar información clasificada sobre productos y servicios.

Su contenido es en realidad muy amplio, y va más allá de los anuncios por palabras con los que competiría con eBay y con Craigslist. Google Base alimentará a otros buscadores de Google (como Froogle o Local entre otros) e incluirá anuncios de eventos. Los usuarios podrán incluir contenidos como artículos, recetas, notas.

| | |
|-----------------------|--|
| Google Finance | |
|-----------------------|--|

| |
|---|
| http://finance.google.com/finance |
|---|



Google Finance es el servicio que Google ofrece a los usuarios sobre información económica, acompañada de datos y gráficos interactivos de los mercados bursátiles.

En la portada del servicio aparecen las noticias más destacadas provenientes de la sección financiera de Google News . Además, incluye gráficos interactivos que, mediante la tecnología Macromedia Flash, permiten conocer mayor información sobre la evolución de los valores. Estos gráficos están acompañados de noticias ocurridas durante los últimos meses, junto a datos financieros y perfiles de los directivos de las compañías y enlaces a entradas de blogs y grupos de discusión que hablan sobre cada empresa.

Además, si estás registrado con tu cuenta de usuario de Google, podrás acceder a una página de inicio personalizada de Google Finance (con noticias referentes a los valores en los que estás interesado) y tendrás la posibilidad de diseñar tu propia cartera de acciones, y poder seguir así su evolución.

| | |
|-----------------------------------|--|
| Google Thesaurus Reference | |
|-----------------------------------|--|

| | |
|---|---|
| http://deskbar.google.com/ | http://thesaurus.reference.com/ |
|---|---|



En inglés, Google nos ofrece un buscador con recursos para la referencia: diccionarios, enciclopedias, thesaurus, o recursos lingüísticos: traductores, la palabra del día, ...

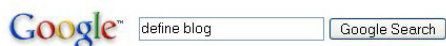
| | |
|------------------------|--|
| Google Glossary | |
|------------------------|--|

| | |
|---|---|
| http://deskbar.google.com/ | http://thesaurus.reference.com/ |
|---|---|

Permite la búsqueda de definiciones de términos recientemente creados. Por ejemplo, en la consulta /define blog/, nos devuelve más de 13.000.000 de posibilidades.

Google Definitions

<http://www.googleguide.com/glossary.html>



Escribe en la ventana de búsqueda /define: Cervantes/, sin las barras, y Google automáticamente te devuelve una definición.

También puedes preguntar /qué es Cervantes/. Por supuesto, funciona mejor en inglés.

Google Trends

<http://google.es/trends>



Este servicio de búsqueda permite combinar términos para comparar entre ellos el grado de popularidad según el criterio de ciudades, regiones y lenguas. Si, por ejemplo, hacemos la consulta /Quijote/ los resultados que aparecen son los siguientes:

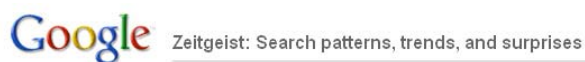
- Por ciudades, Zaragoza
- Por países, Panamá
- Por idiomas, catalán.

La fecha en que se hicieron búsquedas con el término /Quijote/ el mayor número de veces coincide con el 25 de abril de 2005.

Esta información puede convertirse en una herramienta muy útil para sociólogos, psicólogos, para campañas de marketing, para atraer a internautas a una página determinada, ...

Google ZeitGeist

<http://www.google.com/press/zeitgeist.html>



Este servicio nos permite observar cuáles son las consultas más frecuentes que realizan los usuarios de Google. Los informes que puedes consultar se presentan según distintos criterios: páginas web, imágenes, vídeos; por países; por fechas. Un ejemplo:

Zeitgeist: Search patterns, trends, and surprises

Zeitgeist This Week

Gaining Search Queries: Week Ending June 5, 2006

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. the omen | 9. criss angel |
| 2. french open | 10. pirate bay |
| 3. father's day | 11. AFI |
| 4. katie couric | 12. ncaa baseball |
| 5. jaleel white | 13. miami heat |
| 6. anna nicole smith | 14. maria sharapova |
| 7. michelle wie | 15. spelling bee |
| 8. sarah silverman | |

Como puedes observar, son las consultas de la semana del 5 de junio de 2006. Una reflexión que provocan estos resultados es que éstos son indicadores de la globalización de la cultura de consumo y de la cultura de masas; están estrechamente relacionados con el urgente apremio de consumir ideas o productos de forma que difícilmente podemos entender los términos de búsqueda si no es en una estrecha relación con el instante de la búsqueda.

Para otro tipo de consultas, clic en:

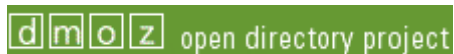
<http://www.google.com/press/zeitgeist/archive2006.html>

Basado en la información dada por ZeitGeist, aquí tienes otra pági-

na para enredar, Google Current:

<http://www.current.tv/google>

| | |
|---|--|
| Dmoz.org | |
| http://www.dmoz.org | |



Un proyecto de directorio abierto que se va consolidando con la colaboración de voluntarios que trabajan un tema específico. En este caso, no se trata de un programa que automáticamente indexa páginas, como el robot de Google, sino que se parte del trabajo cualificado de personas. Esto permite conseguir resultados como los siguientes: 5.209.562 sitios, 70.604 editores o colaboradores y más de 590.000 categorías de clasificación.

Un ejemplo claro de ello es el buscador en euskara **Aurki**, www.aurki.com/, en el que tú puedes colaborar.

Una de las aplicaciones de este directorio abierto es utilizar como fuente de votos para ganar posiciones en PageRank ya que Google utiliza la información que contiene este directorio para su propia índice.

| | |
|---|--|
| Google Co-op | |
| http://www.google.com/coop | |



Es una utilidad que permite a los usuarios registrados de Google suscribirse a diferentes fuentes de información. Una vez que te has suscrito a esta fuente, sus datos más relevantes sobre un tema aparecerán cuando busques cualquier información. Por ejemplo, si te suscribes a /Digg/, y buscas 'linux' podrás ver una página de resultados con enlaces a páginas específicas de Digg en la parte superior,

También se puede ver la lista de usuarios que se han suscrito a Digg ,por ejemplo, y hay una lista de 22 fuentes iniciales con las que Google ha llegado a acuerdos para que suministren información en los campos de la salud, viajes o noticias.

De todas formas, cualquier usuario se puede convertir en una fuente de información mediante los 'labels' o los 'subscribed links'. Los 'labels' consisten en etiquetar cualquier sitio web, determinando el patrón de su URL, con un determinado nombre. Por defecto, cualquier usuario está suscrito a los 'labels' creados por diferentes instituciones médicas y también por varios sitios web relacionados con los viajes. Así, cuando buscamos 'aspirin' o 'sevilla' nos topamos con etiquetas como "drug uses" o "for patients" para el primero, y "shopping" o "dining guides" para el segundo.

Google Co-op permite establecer, al igual que en las redes sociales conocidas, perfiles personales de los usuarios (este es el mío) y permite relacionarse (en forma de suscripción a su información) con otras personas con los mismos intereses.

| | |
|---|--|
| Google Romance | |
| http://www.google.com/romance/index.html | |



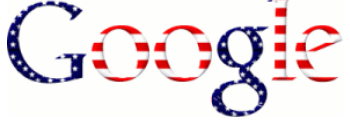




Dentro de esta diversidad de ensayos y de búsquedas, también hay espacio para las bromas. Este aspecto desenfadado, aventurero, creativo, lúdico de Google es una de sus mejores inversiones.

Si quieres perder un poco el tiempo, puedes buscar aquí tu pareja ideal.

Podemos disfrutar con más pasatiempos: uno de los idiomas con los que trabaja Google es el /Klingon/, precisamente el que utilizaban una tribu de guerreros que intervenían en la película Star Trek. O con otro buscador "sui generis", MentalPlex, en

<http://www.google.com/mentalplex/>

Dentro de Google como has podido observar, hay buscadores especializados. Si quieres afinar más la búsqueda, en función del tipo de documentos que te interesan, puedes recurrir también a estos otros buscadores Google:

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| U.S. Government | Linux | BSD |
|  | |  |
| Apple Macintosh | | Microsoft |

<http://www.google.com/options/specialsearches.html>

Para solucionar dudas en la búsqueda en los distintos servicios que ofrece Google el enlace está en

<http://www.google.com/help/features.html>

3.- Aplicaciones

| | |
|----------------------|--|
| Google Picasa | |
|----------------------|--|

| | |
|---|--|
| http://google.es/index.html | |
|---|--|



Programa para visualizar imágenes

Picasa es un software que te ayudará a encontrar, editar y compartir de forma instantánea todas las imágenes de tu PC. Cada vez que abras el programa, éste buscará de forma automática todas tus fotos, incluso aquellas que habías olvidado que tenías, y las clasificará por fecha en álbumes visuales. Además, les asignará nombres de carpeta para que las reconozcas. Puedes reorganizar tus álbumes arrastrándolos y colocándolos allí donde desees, y crear etiquetas para incluir grupos nuevos. Con Picasa tus fotografías podrán estar más ordenadas.

Además, este programa te permite realizar ediciones avanzadas mediante arreglos de un solo clic y potentes efectos. Compartir tus fotos es fácil: puedes enviarlas por correo electrónico, imprimirlas en casa, crear CD de regalo e incluso publicarlas en tu propio blog (muy fácil si combinas Picasa, Hello y Blogger)

| | |
|--------------|--|
| Hello | |
|--------------|--|

| | |
|---|--|
| http://www.hello.com/ | |
|---|--|



Este programa, que habrá que bajar e instalar en nuestra máquina, facilita la publicación de contenidos en Internet: nos permite subir textos e imágenes, publicar y compartir álbumes, etc. Funciona incluso como un programa de mensajería.

Si tienes instalado en tu máquina Picasa, además de las ventajas ya comentadas podrás editar las imágenes.

| | |
|----------------|--|
| Blogger | |
|----------------|--|

| | |
|--|--|
| www.blogger.com | |
|--|--|



Es la plataforma de Google para el mantenimiento de un cuaderno de bitácora o weblog. Facilita la subida de imágenes, la publicación de texto con distintos formatos, ofrece distintas plantillas para variar la apariencia de nuestro blog, permite a través de la configuración personalizar el funcionamiento de la bitácora, es versátil. Entre otras ventajas la fácil y pronta indexación en Google.

Está en castellano

| | |
|----------------------------|--|
| Google Page Creator | |
|----------------------------|--|

| | |
|---|--|
| https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=pages&continue=http%3A%2F%2Fpages.google.com%2F | |
|---|--|



Según algunos, puede considerarse un Geocities 2.0, en definitiva, una página web para crear páginas web. Sin conocimientos de código html puedes diseñar páginas. Tú sólo tienes que clicar, escribir y publicar. También permite, si tienes conocimientos para ello, desarrollar en mayor grado la arquitectura de tu sitio, porque Page Creator te proporciona la llave para explotar tu creatividad

más allá de los elementos estándar que ofrece de serie: Google Page Creator te permite también la edición html.



La creación, como se puede intuir, es muy fácil; en menos de cinco minutos fue publicada al pulsar el botón /published/. Puedes consultarla en

<http://txetxu.garaio.googlepages.com/home>

Es otra pieza más del arsenal de betas de Google. Entre las características que ofrece están:

- 100 Mb de hosting gratuito.
- Editor WYSIWYG, con soporte para arrastrar y soltar imágenes.
- 41 plantillas predefinidas.
- Número de columnas personalizable...
- 41 plantillas a dos o tres columnas.
- Posibilidad de cambiar el tamaño y el color del texto. Igualmente puedes cambiar la fuente (7 modelos básicos), la justificación, el estilo (negritas y cursivas) y elaborar listas desordenadas.
- Inclusión de imágenes, bien subiéndolas desde tu ordenador o bien enlazándolas desde la Red, previsualización incluida. Aunque al colocarlas te sale un cuadro de diálogo para redimensionarlas, esta utilidad no funciona todavía.
- Inclusión de enlaces hacia otras páginas de tu sitio, páginas externas, direcciones de correo o archivos, por ejemplo imágenes, vídeo o mp3.
- Todo esto cómodamente pulsando sobre los botones correspondientes de la paleta de herramientas
- Espacio de trabajo en el que vas viendo a tiempo real cómo van quedando los cambios introducidos
- Editor html.
- Herramientas undo y redo para corregir errores fácilmente.
- Posibilidad de previsualizar cuando quieras el trabajo realizado antes de publicarlo.
- Alojamiento gratuito con dirección [http://\(tu nick en Google Account\).googlepages.com/home](http://(tu nick en Google Account).googlepages.com/home) (si tienes varias páginas, 'home' será sustituido por el nombre de cada página en cuestión).

Por supuesto, también tiene limitaciones:

Defectos:

- La herramienta de inclusión de imágenes no permite determinar automáticamente su ubicación y su relación con el texto.
- El código html generado no valida. Por ejemplo no incluye la barra '/' al final de la dirección de imágenes ('img src').
- Las plantillas proporcionadas no presentan demasiada variedad ni en colores ni en conceptos.
- Algún que otro cuelgue del servidor, debido probablemente a la saturación por la novedad.

Google Toolbar

<http://toolbar.google.com/intl/es/install>



La barra Google, si sabes utilizarla, puedes mejorar tu capacidad para encontrar información desde cualquier punto de la web. Para adaptar su funcionalidad a tus necesidades selecciona el botón /opciones/. Es gratuita, fácil de instalar e incluye funciones muy interesantes, como por ejemplo: Búsqueda Google, Búsqueda en sitio, Encuentra-Palabras, Subrayador y PageRank.

Requisitos de sistema

La barra Google está disponible para Internet Explorer y para FireFox

- Microsoft Windows 95/98/ME/NT/2000/XP
- Microsoft Internet Explorer versión 5 o posterior



Esta barrita, que se sitúa en la parte superior del navegador, te puede ser útil para varias tareas:

- Buscar en Google desde cualquier página
- Eliminar los molestos pop-ups
- Añadir en un weblog las páginas que estás visitando.
- Limitar tus búsquedas a un determinado país
- Realizar búsquedas inmediatas por palabras dentro de la página visitada (también con el menú contextual, botón derecho)
- Subrayar los términos buscados
- Ver el pagerank de la página
- Corrector ortográfico
- Traductor de palabras
- Información sobre la página visitada: /páginas similares/, /páginas vinculadas/

Por supuesto, también puedes instalar Toolbar en Mozilla Firefox; incluso, cuentas con una serie de extensiones que pueden aumentar la funcionalidad del tu navegador. Consulta en

<http://www.google.com/tools/firefox/index.html>

Encontrarás las extensiones Google Toolbar 2.0 for Firefox, Google Browser Sync, Blogger Web Comments y Google Send to Phone.

La nueva versión de Google Toolbar 4 ha mejorado mediante la posibilidad de incluir botones personalizados que incorporan los widgets, pequeños programas que dan mayor funcionalidad: por ejemplo, facilidad para etiquetar las páginas favoritas, búsqueda por bloques que van sugiriendo búsquedas, corrector de ortografía, historial de búsqueda, compartir la página web por e-mail,...

<http://www.google.com/tools/toolbar/buttons/gallery>



Google Compute

<http://toolbar.google.com/dc/offerdc.html>



A través de este servicio puedes compartir los tiempos muertos de tu ordenador conectado a internet para proyectos científicos a escala mundial. Para ello, tendrás que instalar un programa /Install Google Compute/; una vez hecho, podrás decidir cuándo compartes el ordenador para tiempos distribui-

dos

| | |
|--|--|
| Google Desktop Search | |
| http://desktop.google.com/?hl=es desktop.google.es/ | |



Este buscador de escritorio Google es una aplicación de búsqueda en el escritorio, permite encontrar texto en mensajes de correo electrónico, archivos del equipo, chats y páginas web que hayas visitado. Si lo instalas en tu equipo, podrás acceder fácilmente a toda esta información. Entre otras ventajas, te evita tener que organizar manualmente tus archivos, mensajes y marcadores.

Concretamente, podrás buscar en:

- Mensajes de correo electrónico de Outlook 2000+, Outlook Express 5+, Netscape Mail 7.1+, Mozilla Mail y Thunderbird
- Todos los archivos de tu equipo, incluidos los de texto, html, Word, Excel, Powerpoint, PDF, MP3, imagen, audio y vídeo. Incluso puedes realizar búsquedas en archivos multimedia por metacódigo: no sólo por nombre de archivo, sino también por nombre del intérprete y título de la canción, por ejemplo.
- Chats de AOL 7+ y AOL Instant Messenger 5+
- Páginas web que has visitado mediante los navegadores Internet Explorer 5+, Netscape 7.1+, Mozilla o Firefox

Google Desktop Search es compatible con Windows XP y Windows 2000 Service Pack 3 y superior. Requiere 500 MB de espacio libre en la unidad de disco duro y se recomienda un mínimo de 128 MB de memoria RAM y un procesador Pentium a 400 MHz.

Google Desktop Search, por defecto, ordena los ficheros por fecha aunque se puede cambiar aplicando el criterio de relevancia. En nuestra opinión merece la pena probarlo ya que integra en una misma página de resultados consultas realizadas en el del disco duro, la caché de la máquina, la bandeja de correo y, por supuesto, internet.

Las búsquedas las podremos realizar desde una ventana en la barra de tareas o desde un navegador. La profundidad de la búsqueda aconseja desactivarlas en aquellas carpetas que tengamos documentos confidenciales. En los resultados obtenidos, podemos ver los documentos por tipos; o podremos eliminar resultados en la búsqueda.

A tu disposición, Google tiene extensiones que mejoran la funcionalidad de búsqueda. Para ello, solo tienes que bajarte los plugins necesarios e instarlos. Puedes encontrarlos en

<http://desktop.google.com/plugins.tml>

En /My Search Hisitory/, Google te ofrece la posibilidad de acceder a tu historial de búsqueda desde cualquier ordenador conectado a Internet a través del enlace:

www.google.com/searchhistory

Cada vez más en círculos especializados se habla del Google Dektop 3

Su principal novedad es "Search Across Computers", es decir, permitir buscar en el escritorio de todos tus ordenadores desde cualquiera de ellos. Si estás en el trabajo y quieres consultar algo del equipo de casa, usas **Google Desktop 3** con esta funcionalidad activada y puedes acceder a todo lo que indexa (correos, documentos de ofimática, conversaciones de mensajería instantánea, ficheros de texto. Para poder ofrecer esto, **Google Desktop 3** se lleva toda la información a sus servidores, es decir, todo lo que tengamos en nuestro equipo y dejemos que indexe, será enviado a un servidor de Google para que podamos buscar desde cualquier otra máquina (lógicamente, sólo nosotros). A algunos usuarios de Google esta posibilidad le plantea más de una inquietud.

Vista la potencialidad de esta herramienta, la competencia ofrece recursos similares:

Herramientas de búsqueda en escritorio

| | |
|-----------|---|
| Yahoo | http://desktop.yahoo.com |
| Microsoft | http://toolbar.msn.com |
| Beagle | http://www.gnome.org/projects/beagle |

Google Earth

<http://earth.google.com/>



Existen varias versiones, una de ellas es gratuita. Si quieres utilizarlo, tienes que bajarte previamente un programa (tamaño: 11.1 MB, S.O., Win2000/XP) e instalarlo en el ordenador. Debes tener en cuenta que entre los requisitos recomendados de tu máquina han de estar los siguientes: Procesador: 2,4 GHz, memoria RAM: 512 MB, vídeo: 32 MB, conexión a Internet de banda ancha.

Google Earth es un navegador geográfico en tres dimensiones; combina fotografías obtenidas vía satélite, mapas y toda la potencia de Google para ofrecerte un detallado atlas geográfico de todo el mundo por el que podrás moverte con absoluta libertad: volar desde un extremo a otro del mundo en apenas unos segundos, dejarse caer desde una vista general del planeta Tierra hasta una altura a la que podrás distinguir incluso los coches, trazar la ruta de un punto a otro del mapa, visitar los monumentos más importantes del mundo... El programa te permite además realizar búsquedas concretas (restaurantes, hoteles, puntos turísticos), visualizar carreteras y fronteras, y marcar tus propios puntos de interés y anotaciones en el mapa.

Las modificaciones realizadas sobre Google Herat han dado lugar a una nueva manía en internet, la *googlemapsmanía*, afición por situar gráficamente las pasiones de cada uno: el primer beso, la línea Maginot, las casas de famosos,... Estos hitos se llaman hacks. Consulta

googlemapsmania.blogspot.com
www.earthblog.com
www.googleearthhacks.com

A modo de ejemplo, Wikimapia; puedes saber las coordenadas del centro escolar en el que se ha redactado este manual sobre Google:

<http://www.wikimapia.org/#y=42867472&x=-2676941&z=17&l=0&m=a>

A medida que la escala sea menor, posiblemente necesite mayor precisión que la conseguida hasta ahora: recientemente, las autoridades burgalesas han protestado porque situaba este buscador geográfico la localidad de Miranda en la Comunidad Autónoma Vasca.

Tienes a tu disposición una herramienta que te puede ayudar a crear mundos en 3D para incluirlos en Google Earth: Google SketchUp (free).

http://sketchup.google.com/product_suf.html

También tienes una versión de pago: SketchUp Pro 5

Google Moon

<http://moon.google.com/>



Tenemos un servicio que pretende celebrar el primer aterrizaje del ser humano en la Luna, hace 36 años. Es la versión lunar de Google Maps y permite localizar en la superficie de la Luna todos los lugares donde han aterrizado las distintas misiones espaciales.

| | |
|--------------------|--|
| Google Mars | |
|--------------------|--|

| | |
|--|--|
| http:// www.google.com/mars/ | |
|--|--|



Esta aplicación permite explorar el planeta Marte de tres formas diferentes: con un mapa de altura en diferentes colores (imágenes obtenidas por el *Mars Orbiter Laser Altimeter* del *Mars Global Surveyor*); imágenes infrarrojas tomadas por el *Thermal Emission Imaging System* del *Mars Odissey*, Y una tercera opción que permite ver el planeta rojo tal como aparecen en las fotografías realizadas por *Mars Orbiter Camara* del *Global Surveyor*.

Google Mars permite hacer búsquedas para localizar y ver no solo cualquier lugar del planeta rojo, sino también los lugares en donde ha aterrizado todas las sondas espaciales enviadas desde la Tierra.

| | |
|-----------------------|--|
| Google DeskBar | |
|-----------------------|--|

| | |
|---|--|
| http://deskbar.google.com/ | |
|---|--|



Instant access to Google search

Las características de la Google Deskbar son las siguientes:

- Buscar en Google sin necesidad de un navegador
- Ver los resultados en una pequeña ventana que se cierra automáticamente
- Acceder a Google en cualquier momento pulsando Ctrl + Alt + G
- Accesos rápidos a Google news, Google images, Froogle, etc..

| | |
|----------------|-----------------------------------|
| Writely | Procesador de texto Google |
|----------------|-----------------------------------|

| | |
|---|--|
| http://www2.writely.com/info/WritelyOverflowWelcome.htm | |
|---|--|



Writely, un procesador de textos "online" que permite editar un mismo texto a varios usuarios al mismo tiempo. Es una de las últimas adquisiciones de Google.

Parece ser que el equipo de Writely es ahora parte de Google. Es aplicación aún está en versión de prueba y está muy lejos de ser perfecto. De todas formas, permite gestionar, editar y guardar documentos de texto con formatos de Word o PDF, entre otros.

Para saber más, consulta esta bitácora:

<http://writely.blogspot.com/>

La operación ha provocado además que se aviven los rumores sobre la intención de Google de crear un paquete ofimático que funcione a través de Internet capaz de competir con Microsoft Office. En esta línea tenemos a Spreadsheets.

Spreadsheets

Hoja de cálculo Google

<https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=wise&passive=true&nui=1&continue=http%3A%2F%2Fspreadsheets.google.com%2Fccc%3Fnew>

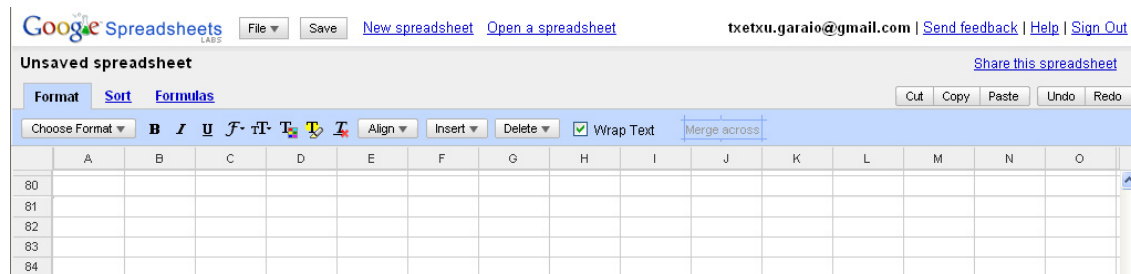


Y, ¿qué tiene de bueno un servicio así? Sobretodo el poder hacer hojas de cálculo y compartirlas, además de poder exportarlas en CSV o XLS. Se puede

- Leer documentos CSV y XLS ya creados.
- Restringir el acceso a tus documentos (documentos privados).
- Compartir documentos y editarlos en tiempo real.
- Almacenamiento automático para evitar que se borre o pierda.
- Exportación: CSV, XLS y HTML

Soporta más de 200 fórmulas.

Por ahora sólo se podrán tener hasta 100 documentos, cada uno de ellos con 20 hojas, 50.000 celdas, 256 columnas o 10.000 filas. Los ficheros importados han de ser menores de 400 KB. Además, como detalle, es que entre los usuarios con los que se comparta las hojas de cálculo, se podrá mantener una conversación de chat (como en GMail Talk) y que se podrá guardar su contenido. Una captura de T x 100:



También en internet están funcionando otros servicios semejantes:

Hojas de cálculo en internet

| | |
|-----------|---|
| Num Sum | http://numsum.com/ |
| gOffice | http://www.goffice.com/ |
| FlyCalc | http://flysuite.com/ |
| ThinkFree | http://flysuite.com/ |
| iRows | http://irows.com/ |

Para más información, por ejemplo de ThinkFree, sígase el enlace

<http://www.evaluamos.com/internal.php?load=detail&id=5274>

4.- Publicidad

Google Adwords

<http://adwords.google.com/select/Login?hl=es>



Google ofrece Adwords para hacer publicidad asociada a la búsqueda de un término significativo. Si quieres promocionar a través de una página web un producto o un servicio, puedes elegir Adwords. Para utilizar Adwords tienes que pagar solo por las visitas que genere el anuncio, es decir, solo

pagas cada click que te hacen en el anuncio. Tu anuncio sólo aparecerá asociada a la búsqueda de determinadas palabras que tú eliges. Crear un anuncio es tan fácil como llenar un formulario con los campos siguientes: /cabecera/, /primera línea descriptiva/, /segunda línea descriptiva/, /URL visible/ y /URL destino/

El anunciante también especifica la cantidad máxima a pagar. Se pueden hacer campañas Adwords desde 5 euros. El coste máximo por clic es de cinco céntimos. De todas formas, como es sabido, Google pagará 75,5 millones de euros para cerrar la disputa sobre este sistema de publicidad ya que, al parecer, el año pasado varios comerciantes denunciaron al buscador por cobrarles por clics fraudulentos al no haberles advertido sobre el riesgo que tenía esta forma de publicidad.

Google, a través de esta herramienta, ofrece la posibilidad de obtener términos de búsqueda relacionados con palabras clave. Se puede acceder a esta herramienta en la dirección siguiente:

<http://adwords.google.es/select/KeywordSandbox>

En la captura inferior puedes observar los resultados de Google Adwords para la página /<http://tirteafuera.blogspot.com/>. Estos resultados nos dan una información indirecta sobre los términos con los que accederíamos a la consulta de esta página.

| Keywords related to quijote - sorted by relevance [?] | | | | Match Type: |
|--|--------------------------|--|----------------------------|--------------------------|
| Keywords | Avg Search Volume [?] | Search Volume Trends (Jun 2005 - May 2006) [?] | Highest Volume Occurred In | [?] |
| cervantes | <input type="checkbox"/> | | Nov | Add > |
| quijote | <input type="checkbox"/> | | Jun | Add > |
| don quijote | <input type="checkbox"/> | | Jun | Add > |
| quijote | <input type="checkbox"/> | | Sep | Add > |
| dom quijote | <input type="checkbox"/> | | Dec | Add > |
| libro quijote | <input type="checkbox"/> | | Jun | Add > |
| quijote ilustrado | <input type="checkbox"/> | | | Add > |
| Add all 6 > | | | | |
| Miscellaneous keywords - sorted by relevance [?] | | | | Match Type: |
| Keywords | Avg Search Volume [?] | Search Volume Trends (Jun 2005 - May 2006) [?] | Highest Volume Occurred In | [?] |
| cervantes | <input type="checkbox"/> | | Apr | Add > |
| saavedra | <input type="checkbox"/> | | Mar | Add > |
| lectura | <input type="checkbox"/> | | Oct | Add > |
| animacion a la lectura | <input type="checkbox"/> | | Apr | Add > |
| cervantes | <input type="checkbox"/> | | | Add > |
| Add all 4 > | | | | |

Download all keywords: [.csv \(for excel\)](#), [.csv](#)

Si nos interesa una segunda opinión, podemos buscarla en Overture, una de las empresas de Yahoo. Su dirección:

<http://inventory.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>
<http://www.miva.com/es/content/advertiser/landing1.asp>

Más todavía, si quieres de una forma simultánea tener los resultados de Wordtracker y Overture, consulta Digital Point en

<http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion/>

| | |
|---|--|
| Google AdSense | |
| http://www.google.com/adsense/ | |



AdSense es un servicio de publicidad de Google por el cual el dueño de una página web inserta anuncios de texto llamados Adwords y recibe una cantidad prefijada de dinero por cada click que este anuncio reciba. Se empieza a cobrar a partir de tener al menos 100 dólares acumulados.

Todo ello de una manera muy sencilla ya que el webmaster tan sólo tiene que insertar un código javascript que llama a un servidor de Google y este introduce el anuncio correspondiente según la temática de la página. Esto es muy importante ya que el anuncio al ser de la misma temática que la página tiene un gran porcentaje de atracción por parte del usuario y así habrá más porcentaje de clicks y, por lo tanto, más dinero. Permite cambiar el formato de los anuncios, colores, letras, etc...

Si bien este servicio puede ser útil desde el punto de vista del desarrollador, desde el punto de vista del usuario no deja de ser molesto; quienes quieran desactivar este servicio pueden seguir los pasos que se aconsejan en este enlace:

<http://www.bitacoras.sidar.org/emmanuelle/index.php?2006/05/21/20-como-librarnos-de-google-adsense-y-google-tracking>

5.- Utilidades

GMail

www.gmail.com



Gmail experimenta una nueva forma de correo web basada en la idea de que nunca tengas que borrar tus mensajes y puedas encontrar siempre el que deseas. Sus principales funcionalidades son:

- **Busca, no ordenes**

Utiliza la búsqueda de Google para **encontrar el mensaje exacto** que deseas, sin tener en cuenta cuando fue enviado o recibido. Para ello, puedes ayudarte de las herramientas que el propio cliente de correo te presta: búsqueda mediante etiquetas y filtros. En este sistema no existen las carpetas.

- **No elimines nada**

Más de 2.668 megabytes (y sigue en aumento: 2.733 en 13/06/06) de almacenamiento gratuito, así que nunca tendrás que volver a borrar otro mensaje. Todos los correos están a tu disposición: a primera vista, en la bandeja de entrada, por decirlo de alguna manera, están aquellos que no has guardado porque te interesa seguir manteniendo un hilo de conversación con algún remitente determinado o por algún tema en concreto.

- **Siempre en contexto**

Cada mensaje se agrupa con todas sus respuestas y se muestra como una conversación.

- **Sin anuncios emergentes ni anuncios de banner *no orientados***

A cambio, verás anuncios de texto relevantes y vínculos a páginas web relacionadas que puedan ser de tu interés ya que han sido asociados en función del contenido del texto de los correos.

Gmail es, por tanto, el cliente mail web de **Google**. Si quieres conocer todos sus trucos, clica en <http://mail.google.com/mail/help/intl/es/about.html#ads>

De todas formas, si quieres saber más sobre utilidades, programas y tutoriales sobre Gmail consulta:

<http://google.dirson.com/utilidades-gmail.php>

<http://google.dirson.com/gmail/trucos.php>

En lugar de tener abierto de forma permanente el correo web, puedes leer el correo desde Outlook, o instalar en tu máquina un programita, GMail Notificier, y sabrás cuándo tienes correo. Descárgatelo en la siguiente dirección:

[http://mail.google.com/mail/help/notifier/index.html /](http://mail.google.com/mail/help/notifier/index.html/)

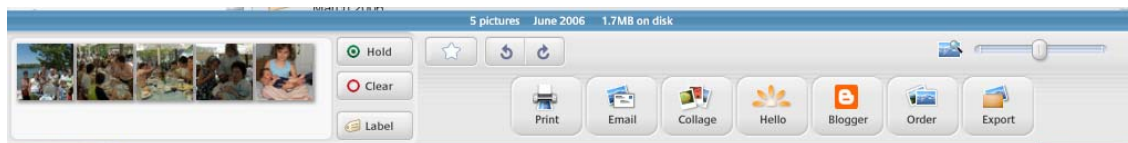
Solo se puede acceder por medio de invitación de un usuario ya registrado. Si nos facilitas la dirección de correo electrónico, te podemos invitar para que tengas tu propia cuenta.



Cada vez más, Google está consolidando un servicio que engloba dentro un espacio de información personal: por Gmail, GoogleTalk, Google Reader, Google Calendar, Google Desktop y Google Accounts. Este espacio permitirá a los usuarios ir apuntando cualquier información (textos, imágenes, enlaces) que vayan encontrando mientras navegan por Internet. Toda esta información, por otro lado, está indexada en los servidores de Google.

Como es natural: estamos alimentado con nuestros datos al buscador ¿o al monstruo?

Una prueba de esta integración puedes observarla en esta captura de pantalla:



Google Talk Beta

www.google.com/talk/



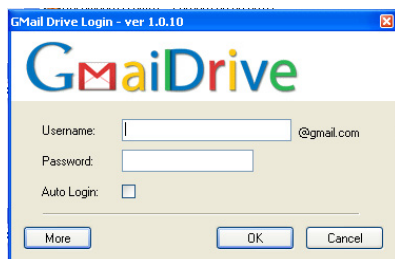
Google Talk es una utilidad de Google que ofrece comunicación por diferentes vías, tanto por llamadas de PC a PC, como Skype, o por mensajes instantáneos (como MSN Messenger y similares). Google Talk es, por tanto, el messenger de Gmail. Pretende ser la competencia de MSN.

Entre sus principales características:

- Su conexión se hace a través de una cuenta @gmail.com
- Requiere Windows XP o 2000
- Avisa cuando recibes correos de la misma forma que Msn messenger (subtituye al GMail Notifier)
- Se pueden personalizar lo estados (Disponible, Ocupado, etc...)
- Sonidos cuando los usuarios se conectan o te hablen
- Permite renombrar a los contactos
- Dispone de VozIp para hablar mediante micrófono con tus contactos.

GMail Drive

Disco duro virtual



Si tienes una cuenta de correo electrónico Gmail, un servicio Google totalmente gratuito sólo accesible por medio de invitaciones, tal vez estés interesado en convertir sus 2.7GB de capacidad de almacenamiento en una flamante unidad de disco virtual, accesible directamente desde /Mi PC/.

En realidad, se trata de una extensión shell capaz de crear un sistema de ficheros virtual en base a tu cuenta Gmail, posibilitando su uso a modo de unidad de disco local para almacenar ficheros de la misma forma que lo harías si se tratara de cualquiera otra unidad de disco externa, desde el explorador de Windows.

El truco usado por GMail Drive shell extensión consiste en enviar los ficheros como si de mensajes de correo se tratasen, generando el correo y enviándolo a tu cuenta Gmail con el archivo en adjunto. Si lo deseas, podrías crear una regla que actúe como filtro de forma que los mensajes de Gmail Drive se han trasladado automáticamente a los archivos de tu cuenta Gmail. En definitiva, esto es lo que podrás hacer:

- subir / bajar archivos de cualquier tamaño, más que los 10 Mb en fichero adjunto.
- borrar de ficheros.
- comprimir archivos subidos.
- saber el espacio restante.
- enviar de archivos a otras cuentas GMail

Pero de esto no hay que preocuparse, tu nueva unidad de disco aparecerá en /Mi PC/ como si de otra unidad se tratara, teniendo un comportamiento similar y soportando operaciones como el seleccionar y arrastrar, y demás funciones básicas inherentes al trabajo con archivos (copiar, pegar, eliminar, etc.).

Si quieres conocer cómo se instala, sigue la línea:

<http://blog.drc.uct.cl/2005/04/04/pendrive-o-gmail/>

| | |
|---|--|
| Alertas Google | |
| http://google.es/alerts | |



Las alertas de Google se envían por correo electrónico, cuando aparecen artículos de noticias online que coinciden con los temas que tú antes has señalado. Para suscribirse sólo tienes que facilitar los términos de la búsqueda de las noticias que te interesen, el tipo de suceso, la frecuencia y la dirección de correo para poder recibirlas.

Algunas aplicaciones prácticas de las alertas de Google incluyen:

- Seguir una noticia en desarrollo: LOCE
- Mantenerse informado acerca de los actos de celebración de El Quijote
- Obtener las noticias más recientes sobre una persona famosa o un acontecimiento
- Conocer las noticias más recientes acerca de tus equipos deportivos favoritos

Otra forma de leer las noticias podrás encontrarla si accedes a

<http://news.stamen.com>

| | |
|---|--|
| Google Notebook | |
| http://google.com/notebook | |



Esta nueva utilidad puede ayudarnos a recolectar y publicar información. Básicamente, es un plugin para los navegadores Microsoft Internet Explorer y Mozilla Firefox. La idea es funcionar como una especie de concentrador de recortes. Pero a la vez, es una interesante aplicación para aquellos que necesitéis recopilar información para la redacción de informes o la preparación de apuntes. Para usarlo, tienes que bajar el plugin /GoogleNotebooksetup.exe/ y tener una cuenta en Google: usuario y contraseña de Gmail. Una vez instalado, debemos reiniciar el navegador.

Antes de empezara a guardar la información relevante, primero abrimos el notebook –esta aplicación podrás verla en la barra inferior del navegador- y creamos una nueva carpeta con un nombre significativo. Comenzamos a navegar en Google y cuando encontramos una información interesante, la seleccionamos para guardar con clic derecho del ratón, y en el menú contextual cliqueamos en “Note This” para sumarlo a nuestra página. Los textos que vayamos encontrando los iremos sumando, y quedarán almacenados todos en la misma página.

Si bien se trata de un servicio muy útil, también tiene aspectos que considerar: no permite la colaboración entre usuarios y hay que tener cuidado en tener abierta la carpeta donde queremos enviar el recorte; si nos equivocamos, deberemos volver a repetir el procedimiento.

| | |
|---|--|
| Google Herramientas del idioma | |
| http://www.google.cl/language_tools?hl=es | |



Merece la pena dedicar tiempo a esta herramienta ya que puede mejorar nuestra eficacia en la búsqueda. Por medio de las herramientas del idioma podemos restringir la búsqueda en los documentos al seleccionar un idioma o un país determinado, hacer traducciones de y a varios idiomas, elegir la interfaz de Google en el idioma que queramos o seleccionar el sitio Google en el dominio local que nos interese (contamos con 112 dominios locales diferentes)

| | |
|----------------------|--|
| Google Reader | |
|----------------------|--|

| | |
|--|--|
| www.google.com/reader | |
|--|--|



Es un lector de feeds; con él podemos recibir los últimos post o noticias de cada blog con tan solo un click... Tienes más lectores de feeds (*Feed Demon, Sharp Reader, Sage, Bloglines, Rss Bandit, Omea, etc*) De ellos, quizás, el más eficaz sea Bloglines. De todas formas, uno de los más rápidos es **Google Reader**: en 30 segundos ya devuelve unos cuantos blogs sindicados con esta herramienta. Para acceder al Google Reader tienes que tener una cuenta de Gmail que te identifique como usuario. También nos permite buscar sobre cualquier tema y podemos encontrar enlaces al post y suscribirnos directamente a ese blog.

| | |
|--------------|--|
| Orkut | |
|--------------|--|

| | |
|---|--|
| http://www.orkut.com/ | |
|---|--|



Este servicio es una red de amigos de confianza, un lugar de reunión en línea donde socializar, conocer a nuevas personas y encontrar a gente con intereses en común. Necesitas ser invitado por un usuario registrado y registrarte.

| | |
|------------------|--|
| Dodgeball | |
|------------------|--|

| | |
|---|--|
| http://www.dodgeball.com/ | |
|---|--|



Forma parte de la nueva generación de las Redes Sociales, aplicaciones MoSoSo-s (Mobile Social Software). Se trata de herramientas que nos ayudan a contactar con otras personas (desconocidas o viejas conocidas) añadiendo un componente más: en qué lugar estamos situados. De esta forma puede resultar fácil saberse un amigo o uno de nuestros contactos están próximos al lugar.

Hace un año Google anunció la compra del MoSoSo más importante de EEUU: Dodgeball. Se trata de una Red Social móvil presente en 22 ciudades estadounidenses y con unos 20 mil usuarios, que funciona enviando mensajes de texto del lugar donde se encuentran, y cuyos contenidos son enviados a los posibles contactos que se encuentren en la zona.

Dodgeball fue fundada en el 2000 por dos amigos de Nueva York con el objetivo de explorar las posibilidades de la tecnología móvil, y en 2004 decidieron transformarlo en una Red Social.

| | |
|---------------------------|--|
| Google Accelerator | |
|---------------------------|--|

| | |
|---|--|
| http://www.google.com/webhp?complete=1&hl=en | |
|---|--|



Google permite acelerar la bajada de ficheros mediante este fichero que tienes que bajar e instalar. Está en fase beta. Los requisitos mínimos son XP o Windows 2000 con SP3.

Google Personalize Homepage

<http://www.google.com/ig>

<http://www.google.es/ig?hl=es>

Tenemos más de una posibilidad de trabajar con el buscador: en la imagen contigua, puedes observar una captura de pantalla de Google. En ella tienes varias opciones: configurar, añadir contenido, acceder a tu cuenta de Google, crear un historial de búsqueda, activar un sistema de alarmas, etc.

Google Calendar

<http://calendar.google.com/>



Después de un periodo de pruebas en usuarios aleatorios, Google Calendar ha abierto públicamente.

Es un servicio de Calendario que funcionará en varios lugares, PCs, PDAs, celulares, etc. Estará íntimamente integrado con Gmail, y tendrá un servicio RSS y de SMS. El registro es sencillo, tan solo necesitamos una cuenta de Google. La funcionalidad sin ser sorprendente es suficiente para realizar una planificación y permite la colaboración con otras personas.

Entre las opciones interesantes, realizar calendarios públicos.

6.- Servicios para masters

| | |
|--|--|
| PageRank | |
| Para bajar la Barra de Google, http://toolbar.google.com/firefox/T3/intl/es/install.html | |

Está incluido en ToolBar



PageRank es un valor numérico, de 0 a 10, que representa la importancia que una página web tiene en Internet. Google se hace la idea de que cuando una página coloca un enlace (link) a otra, es de hecho un voto para esta última.

Larry Page y Sergey Brin publicaron en 1998 un algoritmo⁶ que permite aproximar mucho este cálculo. Este algoritmo es una ecuación con 500 millones de incógnitas y más de 3000 millones de términos, de esta manera se calcula el pagerank google más o menos cada 30 días... Este algoritmo es secreto y utiliza una combinación de software y hardware muy avanzados. De todas formas, las ecuaciones se complican cada vez más al pretender evitar la contaminación de empresas que intentan engañar a Google y obtener los primeros resultados, la máxima visibilidad, por métodos fraudulentos.

Cuanto más votos tenga una página, será considerada más importante por Google. A fin de cuentas, millones de páginas que apuntan a otra no pueden estar equivocadas. Además, la importancia de la página que emite su voto también determina el peso de este voto. De esta manera, Google calcula la importancia de una página gracias a todos los votos que reciba, teniendo en cuenta también la importancia de cada página que emite el voto. Los links hacia una página no pueden perjudicarla, pero sí enlaces que una página coloque hacia sitios penalizados. No es el único factor que Google utiliza para clasificar las páginas, pero sí es uno de los más importantes.

Existen, asociadas a otros navegadores o buscadores, más barras de valoración:

PageRank en otros navegadores o buscadores

| | |
|-------------------|---|
| Yahoo | http://es.companion.yahoo.com |
| Alexa | http://download.alexa.com |
| Firefox / Mozilla | http://googlebar.mozdev.org |

| | |
|---|--|
| Google Analytics | |
| http://www.google.com/analytics/es-ES/ | |



Este nuevo servicio de Google que analiza tráfico de sitios web genera informes sobre los accesos realizados contra un determinado servidor. Google Analytics se promociona como un servicio de análisis para marketing y campañas online. Es escalable para sitios de todos los tamaños, fácil de usar, tiene un límite de 5

6

Todavía se puede consultar en línea un artículo de Sergey Brin y Lawrence Page en el servidor de la universidad de Stanford, titulado *The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine* (Anatomía de un motor de búsqueda de hipertexto a gran escala), en el que podemos encontrar la fórmula básica que rige el Page Rank:

We assume page A has pages T1...Tn which point to it (i.e., are citations). The parameter d is a damping factor which can be set between 0 and 1. We usually set d to 0.85. There are more details about d in the next section. Also C(A) is defined as the number of links going out of page A. The PageRank of a page A is given as follows:

$$PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$$

Note that the PageRanks form a probability distribution over web pages, so the sum of all web pages' PageRanks will be one.

<http://www-db.stanford.edu/~backrub/google.html>

millones de páginas vistas al mes y, como suele hacer Google, gratis. Además, está integrado con el sistema Google Adwords de publicidad online y, por ello, obtendrá más funcionalidades. También incluye un sitio llamado Conversion University, con consejos de optimización de contenidos, marketing, conducir tráfico y manejar a los visitantes.

Google Analytics monitoriza el rendimiento de banners, enlaces relacionados, búsquedas pagadas y orgánicas, de modo que se pueda saber como los visitantes han llegado a una página. Por ahora, las solicitudes están agotadas, aunque, siguiendo la política de Google en otros servicios, irá gradualmente abriendo el número de suscriptores. El mensaje puede ser este:

Gracias. Le enviaremos un mensaje de correo electrónico con el código de invitación en cuanto podamos añadir su cuenta al programa. Mientras tanto, puede encontrar las últimas actualizaciones relativas a Google Analytics en la página [Actualización del estado](#).

SiteMaps

<https://www.google.com/webmasters/sitemaps/login?hl=es>



SiteMaps hoy constituye un experimento en el rastreo web. Es una herramienta pensada para creadores de páginas web ya que proporciona a Google información adicional que de lo contrario es posible que figure en el buscador: de forma complementaria a la indexación automática por medio del robot de Google, el webmaster puede crear el SiteMaps de su sitio; de esta forma puede informar y dirigir los googlebots⁷ para ampliar la cobertura de Internet y acelerar el proceso de detección y adición de páginas al índice de Google.

Google Transit

<http://www.google.com/transit>



Constituirá una ayuda a quienes viajan con frecuencia ya que podrán planificar sus viajes.

Este será un servicio que nos permita planificar un viaje por una ciudad con ayuda de los datos y horarios de los diferentes servicios de transportes. De momento está solo operativo en Portland.

Para hacerlo funcionar, debemos indicarle al servicio las direcciones de salida y de llegada así como la fecha y hora. Con estos datos, Google nos indicará una ruta detallada por pasos, métodos de transporte y precios.

⁷ Además de este robot, Google cuenta con otro cuya función es indexar páginas que se renuevan con mucha frecuencia.

Puedes en esta dirección revisar los robots que están en funcionamiento.

<http://www.robotstxt.org/wc/active.html>

| | |
|--------------------------|--|
| Google Ridefinder | |
|--------------------------|--|

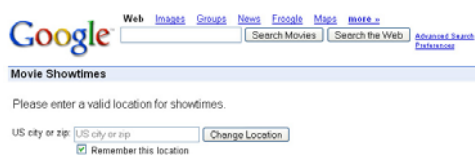
| |
|---|
| http://labs.google.com/ridefinder |
|---|



Permite localizar en algunas ciudades norteamericanas.

| | |
|--------------------------------|--|
| Google Movies Showtimes | |
|--------------------------------|--|

| |
|---|
| http://google.com/movies |
|---|



nos al código postal que indique.

Para buscar salas de cine cercanas y centros de ocio cerca-

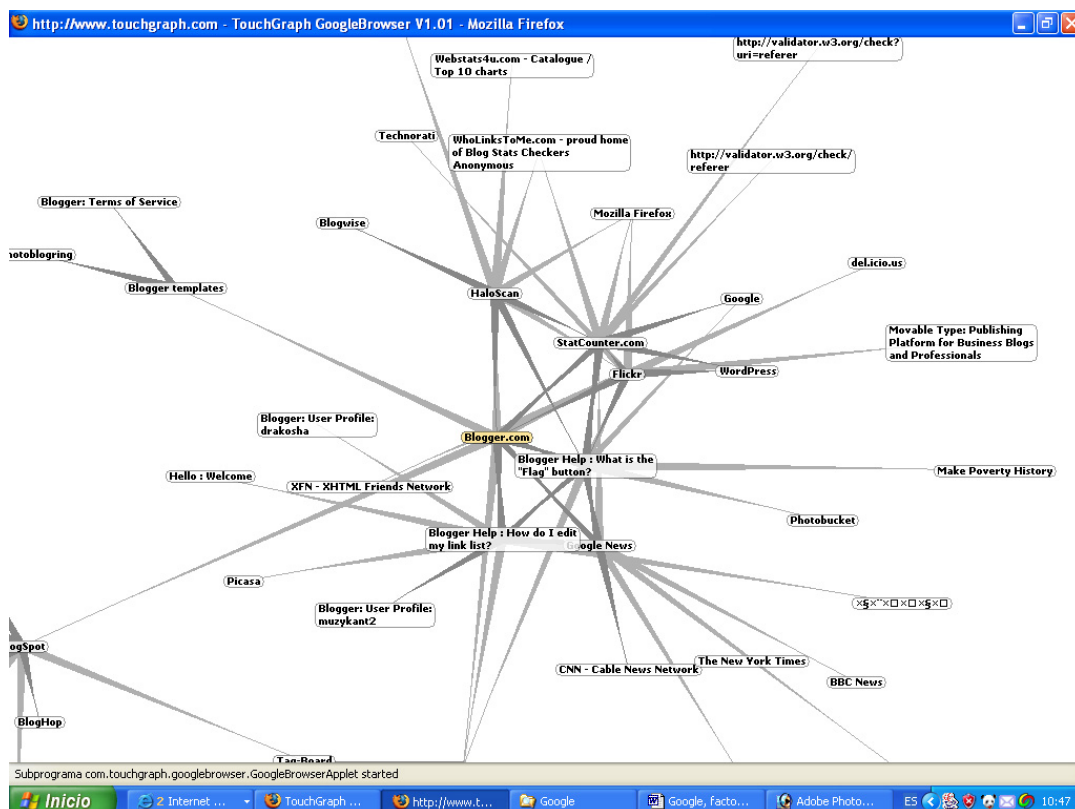
| | |
|--------------------------|--|
| Google TouchGraph | |
|--------------------------|--|

| |
|---|
| http://touchgraph.com/TGGoogleBrowser.html |
|---|

TouchGraph GoogleBrowser V1.01

Google nos permite de una forma gráfica observar las relaciones que interfieren con un sitio web. La información necesaria Google la extrae a partir de los datos que guarda sobre una determinada web, utilizando el elemento de sintaxis /related/.

El uso de Google TouchGraph es muy sencillo; basta con acceder a la página anteriormente señalada. En realidad, es un applet de Java, por lo que es necesario tener instalado en la máquina algún intérprete de Java. El propio servicio de Google nos ofrece la posibilidad de intalarlo. A modo de ejemplo, esta captura:



Puedes observar la maraña de relaciones tejida entorno a Blogger.

Google Monitor

<http://www.cleverstat.com/google-monitor-query.htm>



Google Monitor para conocer la posición de una página según qué palabras. Es útil para Webmasters, especialistas en el tema y curiosos. Si mantienes una página, te resultará interesante saber qué posición ocupa bajo una determinada búsqueda.

Google Tracking

Para saber cuántas páginas enlazan a una determinada página

Pero siendo muy útil desde la perspectiva del desarrollador, no todos los usuarios están dispuestos a que cierta información sea recibida por ellos. Existe un modo de evitar que en aquellos sitios en los que se haya instalado el javascript que hace el seguimiento pueda interactuar con la información que reside en nuestro ordenador.

Google API

<http://www.google.com/apis/>

Te permite crear tus propias herramientas



[Google APIs](#)

[AdWords API](#)
[AdSense API](#)
[AJAX Search API](#)
[Blogger API](#)
[Data APIs](#)
[Desktop SDK](#)
[Earth \(KML\)](#)
[Enterprise APIs](#)
[Gadgets API](#)
[Maps API](#)
[Related Links](#)
[Sitemaps](#)
[Toolbar API](#)
[Web Toolkit](#)

API son las siglas en inglés de Application Programming Interface. En otras palabras, son los métodos que el desarrollador de cualquier aplicación ofrece a otros desarrolladores para que puedan interactuar con su aplicación: visualizar mapas, por ejemplo.

En el caso concreto de Google, son los métodos que Google ofrece a los desarrolladores para que puedan hacer peticiones a Google desde sus propias aplicaciones mediante el uso de varios lenguajes, como Java, Perl o Visual Studio .NET, entre otros.

Las aplicaciones que escriben los desarrolladores se conectan remotamente con el servicio Web API de Google. Esta comunicación se realiza mediante un protocolo llamado SOAP (Simple Object Access Protocol). Está basado en XML, y se usa para el intercambio de información entre aplicaciones. Sin embargo, no es necesario tener conocimientos ni de SOAP ni de XML para trabajar con las APIs de Google. Una API contiene el nombre de los métodos y la función que realizan para que el programador pueda utilizarlos cuando quieran en su aplicación o página web.

Hay que descargar el 'kit' para desarrolladores que proporciona Google. Incluye algunos ejemplos en varios lenguajes de cómo hacer peticiones a Google

[Open Source Projects](#)

[AdWords API Clients](#)
[AjaxSLT](#)
[Coredumper](#)
[ExplorerCanvas](#)
[Goopy](#)
[Gtags](#)
[Kongulo](#)
[Libjingle](#)
[mMaim](#)
[Performance Tools](#)
[Sitemap Generator](#)
[Sparse Hash](#)

7.- Otros

Google More More More

<http://www.google.com/intl/en/options/index.html>



Google ha organizado en una página todos los servicios y herramientas; intenta que no nos perdamos en esta factoría de ideas.

More Google products

Aquí también puedes encontrar un acceso a Google Downloads.

Google Downloads

<http://www.google.com/downloads/>

http://pack.google.com/pack_installer_custom.html

Desde el primer enlace superior, podremos bajar programas creados en la factoría Google:



Google Talk
 Google Toolbar
 Google Desktop 2
 Picasa Photo Organizer
 Google Earth (BETA)
 Gmail Notifier (BETA)



Podrás también bajar programas por medio de un formulario que te permite elegir varios programas de propiedad o distribuidos por Google

Google Software

Google Earth
 Google Desktop
 Picasa
 Google Toolbar

Google Pack Screensaver

Google Talk
 Google Video Player
 Additional Software
 Ad-Aware SE Personal
 Norton Antivirus 2005 Special Edition
 Adobe Reader 7
 RealPlayer
 GalleryPlayer HD Images

Google Store

<http://googlestore.com/home.asp>

<http://www.google-store.com>



Esta es la tienda de Google; en ella se pueden encontrar artículos con el logotipo de Google.

En ella podemos encontrar una sección que ya mencionaremos en estos apuntes, Google Downloads: En este caso encontraremos programas gratuitos como Picasa, Google Desktop Search, etc.

| | |
|---|--------------------------------|
| Google Search Appliance | Buscador para intranets |
| http://www.google.es/enterprise/mini/index.html | |



Google ha empezado a vender en Europa un servidor (hardware + software) que permite realizar búsquedas en la intranet sobre toda la información corporativa almacenada en servidores web, incluyendo más de 200 formatos de fichero. La solución de hardware + software está pensada para buscar sobre toda la información existente dentro de la empresa.

Google appliance está pensado inicialmente para ser conectado directamente a la intranet y tras una breve configuración empezar a indizar todo el contenido de esta, esté donde esté. Además, Google incluye en su servidor de indización y recuperación de información, la definición de diccionario de sinónimos personalizado y específico del negocio del cliente y la tolerancia a fallos en la cadena de búsqueda.

Existen varias versiones; en la versión, Google Mini más barata, por ejemplo, se podrán realizar búsquedas en 50.000 documentos por 1995 dólares; dispondrá de todo el hardware y software necesarios, más un año de asistencia.

| | |
|---|--|
| Google Code | |
| http://code.google.com/ | |

Es el espacio donde Google comparte con todos los usuarios parte del código de programación que se utiliza dentro de la compañía. Este código se ofrece con licencia libre, para que cualquier desarrollador pueda utilizarlo en sus proyectos, o incluso modificarlo.

No se trata del código que clasifica las páginas web del potente buscador, sino de parte de lo utilizado para crear las numerosas herramientas que ofrece Google.

Aquí es posible encontrar las bases del concurso que propone Google a los programadores para seleccionar a los candidatos que trabajen en sus proyectos. Por ejemplo, Marek Cygan ha sido el ganador de la edición 2005 del concurso de programación de Google, el Code Jam. Ha sido la edición en la que, hasta ahora, más participantes han concursado, y los 100 primeros del top han obtenido algún tipo de premio.



Fue curiosa la forma de ofertar empleo a través de carteles publicitarios, situados en sitios estratégicos, como en la universidad de Harvard o en Silicon Valley, que planteaba un enigma cuya resolución llevaba a más pistas y todas ellas conducían a una página que ahora no está activa

<http://www.7427466391.com>.

8.- Posicionamiento

8.1 Tecnología Google

Según Larry Page la tecnología de buscador Google pretende comprender exactamente lo que quiere decir el usuario y pretende ofrecerle exactamente lo que desea. Para ello PC enlazados sustituyen a grandes servidores para buscar respuestas más rápidas; el motor de búsqueda de Google que nutre a estas redes de PC realiza simultáneamente varios cálculos que van más allá de la estructura de vínculos de la web y de identificar las páginas más importantes ya que analiza la concordancia de hipertexto a fin de determinar qué páginas son relevantes respecto a la consulta concreta que se ha planteado.

Tecnología PageRank de Google realiza una valoración objetiva de la importancia de las páginas web resolviendo una ecuación de más de 500 millones de variables y 2.000 millones de términos. En lugar de contar los vínculos directos, PageRank interpreta un vínculo de la página A a la B como un voto para la página B por parte de la A. A continuación, valora la importancia de la página en cuestión contando la cantidad de votos recibidos.

Esta tecnología también tiene en cuenta la importancia de cada página que efectúa un voto, dado que los votos de algunas se consideran de mayor valor, con lo que incrementan el valor de la página con la que enlazan. Las páginas importantes reciben un PageRank más elevado y se sitúan entre los primeros resultados. La tecnología de Google utiliza la inteligencia colectiva de Internet para determinar la importancia de una página. Los resultados se determinan sin intervención ni manipulación humana

Además, el motor de búsqueda de Google también analiza el contenido de las páginas para fijar el grado **de concordancia de hipertexto**. Sin embargo, en lugar de limitarse a explorar el texto de una página (que los editores del sitio pueden manipular mediante metacódigos), la tecnología de Google analiza todo el contenido de ésta, incluidas las fuentes, las subdivisiones y la ubicación precisa de todas las palabras. También analiza el contenido de las páginas web cercanas para garantizar que los resultados son los más relevantes respecto a la consulta del usuario.

Se pueden utilizar herramientas para visualizar el posicionamiento de unas páginas en relación a un término o, incluso, a otras páginas que podamos considerar referentes porque tienen los mismos contenidos y objetivos:

| Herramientas de consulta de la popularidad de una página | |
|--|---|
| Marketleap | www.marketleap.com/publinkpop |
| LinkPopularity | www.linkpopularity.com |
| Bajar e intalar | |
| Urchin | www.urchin.com |
| Wentrends | www.wentrends.com |
| El siguiente, ejecutar en el servidor de la página | |
| AWStats | awstats.org awstats.sf.net |

El diseño de una página puede facilitar el posicionamiento en los primeros puestos de la lista de resultados como podrás leer líneas más abajo. De todas formas, entre los recursos que puedes utilizar hay una herramienta que te va a ser muy útil: la generación de metatags facilita la indexación de la página. Si quieres generar etiquetas a través de un formulario, consulta:

<http://www.mundopc.net/webmasters/utiles/metatags/>

Estas herramientas las puedes utilizar de forma inversa: no en la creación de páginas, sino en el análisis de páginas creadas por otro; de esta forma, obtendrás una lista de términos significativos que pueden ayudarte en la definición de próximas consultas. Si quieres experimentar, consulta

<http://www.searchengineworld.com/cgi-bin/kwda.cgi>
<http://www.webobjectives.com/keyword.htm>

Si bien el algoritmo con el que procesa el boot de Google las páginas es secreto, la experiencia de los webmaster, creadores de sitios de páginas web, empíricamente va definiendo alguno de los criterios utilizado por el motor de Google para devolver, después de una consulta, unas páginas en un orden determinado. Como aproximación nos pueden servir los siguientes:

- 1.- Título de la página web
- 2.- Anchor Text de los links hacia nuestra página web
- 3.- Usar palabras clave dentro del texto de nuestra página web: valoración semántica y densidad de palabras clave; palabras clave en la url y en los directorios del sitio
- 4.- Accesibilidad de nuestra página web
- 5.- Enlaces internos desde nuestro propio sitio web
- 6.- Temática principal de nuestro sitio web
- 7.- Enlaces externos que tiene la página desde donde nos enlazan
- 8.- Popularidad de enlaces de nuestro sitio web dentro de los webs de la misma temática
- 9.- Popularidad de enlaces global
- 10.- No efectuar 'Keyword Spamming' (abusar de palabras clave)
- 11.- Backlinks⁸: antigüedad, cantidad y calidad.

Dada la importancia económica de un posicionamiento estratégico en los resultados de Google, muchos creadores de páginas o especialistas en posicionamiento mediante prácticas fraudulentas (granjas de enlaces, por ejemplo) pretenden conseguir para sus empresas o socios la máxima visibilidad. Google penaliza estas conductas; un documento que nos sirve de aviso de la política que sigue Google lo tenemos en

<http://google.com/intl/es/webmasters/guidelines.html>

Tener en cuenta esta directiva puede llegarnos a ser imprescindible ya que, de ser penalizados, quedaríamos en una situación definida como "la pena de muerte" como ha ocurrido con una empresa importante, BMW Alemania, después de recibir de Google la confirmación que bmw.de ha sido retirado de los resultados de búsqueda por recurrir a prácticas poco éticas para incrementar el número de visitas.

Otras prácticas que pretenden engañosamente dirigir a los clientes de Google a sus páginas pueden ser las siguientes: textos y enlaces ocultos, redirecciones, páginas puerta, encubrimientos, NoFrames, NoScript, reiteración de palabras clave, palabras irrelevantes que camuflan repetición de palabras clave, repetición de contenidos, spam, ...

8.2 Concursos de posicionamiento en Google

Para ello, se propone una palabra que no existía, por ejemplo /telendro/⁹ y una fecha para realizar la prueba de consulta. Gana el concurso quien sea capaz de colocar su página en primera posición para la consulta de este término (no importa su contenido, diseño o tecnología utilizada). Se trata de aplicar los conocimientos que poseen los webmasters y SEOs (optimizadores de posicionamiento en buscadores) para conseguir aparecer en primer lugar de los resultados de Google para una determinada búsqueda".

Si hoy (17/11/2005) consultamos la palabra /telendro/ aparecen en Google 239.000 documentos. Y, sin embargo, es una palabra que no existía.

⁸ Backlinks es un término para denominar a los enlaces entrantes hacia una página, o lo que es lo mismo los enlaces que otros webmaster colocan en sus blogs o webs y que apuntan hacia esta página. Los backlinks es uno de los pilares del posicionamiento en buscadores, y cuantos más tenga una página web, mejor. También es importante la "calidad" de estos bakclinks o enlaces, ya que Google otorga mayor o menor relevancia a unas páginas que a otras.

⁹ Esta palabra ha dado lugar a una bitácora /Telendro/ que tiene como eje semántico el posicionamiento y los buscadores puedes consultarla en

<http://telendro.com.es/>

Para saber más:

¿Quieres **hacer un test** sobre posicionamiento? Prueba, después de registrarse, con este de SEO:
<http://www.xeoweb.com/buscadores/test.php>

Consulta este tutorial sobre posicionamiento en Google:

<http://google.dirson.com/posicionamiento.net/>

Consulta esta herramienta si quieres saber si ha cambiado en el **PageRank** el posicionamiento de una página (por ejemplo, Tirteafuera.blogspot.com):

<http://google.dirson.com/dance-machine.php>

9.- Curiosidades

9.1 Googlism

En esta página Googlism; se puede saber lo que Google "piensa" de ti, o de cualquier persona. Es decir, pones tu nombre o el de otra persona, y te aparecerá una lista con diferentes enunciados que Google encontró indexados con dicho nombre. Puede ser útil, divertido o una pérdida de tiempo según el uso que se haga. Algunas de las cosas que aparecerán en la lista del nombre que hayas puesto pueden ser inesperadas. Dependiendo de cual sea el nombre propio consultado, así serán los resultados: no es lo mismo poner /Bush/ que poner /Juan López/.

Solo está funcionando en inglés. Para que experimentes un poco, aquí tienes la dirección: Googlism (en inglés)

<http://www.googlism.com/index.htm?ism=&type=1>

Aquí tienes un ejemplo sobre la consulta del término /Cervantes/

```

“Cervantes is moving to a list serv
cervantes is a prisoner of war in algiers
cervantes is global managing
cervantes is currently a professor at the university of colorado at boulder
cervantes is a worldwide non
cervantes is er later zeer trots op dat hij
cervantes is a public institution founded by the spanish government in 1991 to promote spanish
language teaching and knowledge of the cultures of
cervantes is a pleasant
cervantes is available for piano and chamber music recitals and master classes
cervantes is located at 19
cervantes is full on the dates you try
cervantes is the director of the creative writing program at the university of colorado at boulder
cervantes is the 2001 winner of this poetry prize
<...>”

```

9.2 Google Bombing, o sabotaje Google

Se trata de conseguir que una determinada página web aparezca, en la búsqueda de una o varias palabras concretas, en la primera posición de los resultados de Google.

Los promotores del 'Googlebombing' piden a los responsables de otros sitios web que inserten enlaces del tipo:

```
<A href=http://url_de_la_pagina>palabra1 palabra2</A>
```

El 'Google Bombing' se basa en el núcleo del funcionamiento de Google: los [enlaces](#). Cuantos más enlaces obtenga una determinada página con una palabra (o palabras) en concreto, más posibilidades tendrá de aparecer en las primeras posiciones. Incluso puede ocurrir que dentro de la página web objetivo del 'Google Bombing' no aparezca ni una sola vez las palabras de la búsqueda. Se trata de la misma técnica que se utiliza en el [posicionamiento web](#), pero enfocada en una reivindicación social o política.

Los promotores pretenden que se identifique al protagonista de la página web víctima del 'Google Bombing' con la palabra buscada. Así, cuando se promovió el '[miserable failure](#)' contra George Bush, se perseguía que los usuarios de Google identificaran al presidente de EEUU con un 'miserable fracaso'.

Otros ejemplos:

[Petrolero Prestige](#)

[John Kerry - 'waffles'](#)

['jew' \('judío'\)](#)

[Jacques Chirac - 'magouilleur'](#)

[Jan Peter Balkenende - 'raar kapsel'](#)

El príncipe holandés [Willem-Alexander](#) para la búsqueda [slechte tanden](#) ('dientes malos'), debido a su mal cuidada dentadura.

['Memorias de un Geek'](#) propuso uno contra la SGAE, con la palabra 'ladrones'

[Microsoft Internet Explorer 'insecure'](#)

[Worst president](#) (George Bush)

[Bastards](#) (SCO group)

[Leave now](#) (Disney)

[Great president](#) (George Bush)

[Una vivienda digna a un precio razonable](#)

[encontrar un trabajo digno con un sueldo decente](#)

[Armas de destruccion masiva](#)

[Responsables del desastre del prestige](#)

9.3 Google Whack

En Google Whack, puedes como pasatiempo jugar con el buscador Google: el juego consiste en encontrar con dos términos de búsqueda un único resultado, es la búsqueda de lo único. Parece sencillo, pero no es nada fácil y cada vez lo será menos. Puedes intentarlo.

La página que te da más detalles es www.googlewhack.com

11.- Enlaces

Trucos de Google

<http://trucosdegoogle.blogspot.com/>

Noticias de Google en español

<http://google.dirson.com/>

Todo Google

<http://todogoogle.blogspot.com/>

Manuales

OJOBuscador

<http://manuales.ojobuscador.com/google/>

Bitácora de John Batelle

<http://www.battellemedia.com/>

Error500

<http://www.error500.net/google-desktop-3-privacidad>

Google logotipos

www.google.es/intl/es/logos.html

Google Guide (en inglés)

<http://www.googleguide.com/>

SoloRecursos

<http://www.solorecursos.com/google/>

Blog oficial sobre Google

<http://googleblog.blogspot.com/2005/11/first-base.html>

<http://www.google.com/googleblog/>

GoogleWatch

<http://www.google-watch.org/>

PageRank Search

<http://www.seochat.com/seo-tools/pagerank-search/>

Algoritmos de agrupación, la base de la indexación de Googlebot

http://www.ugr.es/~rruizb/cognosfera/sala_de_estudio/ciencimetrica_redes_conocimiento/temas.htm

Posicionamiento en buscadores

<http://bibo.bitacoras.com/>

Otros

Emmanuelle Gutiérrez y Restrepo

<http://www.bitacoras.sidar.org/emmanuelle/index.php?2006/05/21/20-como-librarnos-de-google-adsense-y-google-tracking>

La brújula verde

<http://www.labrujulaverde.com/2006/03/21/google-finance/>

Mangas Verdes

<http://mangasverdes.es/>

Términos de búsqueda más frecuentes en Google (ZeitGeist, el espíritu del tiempo):

<http://www.google.com/press/zeitgeist/archive.html>

¿Qué buscan otros en Hispavista?

[http://buscar.hispavista.com/espia.phtml?="](http://buscar.hispavista.com/espia.phtml?=)

¿Y en el Mirón de BIWE?

<http://www.biwe.es/miron.html>

Búsquedas de usuarios de MetaCrawler

www.metaspys.com

50 búsquedas mensuales más populares en Lycos

50.lycos.com

En Yahoo este servicio lo tienes en

buzz.yahoo.com

En /Web TeRespondo/ si introduces un término de búsqueda, te responde con el número de veces que ha sido consultado.

Si quieres experimentar más a través de las búsquedas realizadas por otros usuarios, aquí tienes otras direcciones:

<http://buzz.yahoo.com/>

<http://www.altavista.com/about/trends>

WHOIS

www.whois.net

<http://www.internic.net/whois.html>

www.betterwhois.com

www.nic.es

Wikipedia

<http://es.wikipedia.org/wiki/Google>

Dyndns, servicio dinámico de nombres gratuito

<http://www.dyndns.org>

12a.- Práctica de distintas estrategias de búsqueda

| | | Fecha de la consulta: 17/11/05 | |
|---|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| Términos y frases de búsqueda | | Documentos | Visibilidad |
| 1 | <i>Cervantes</i> | 7.020.000 | |
| <p>Conviene planificar la búsqueda. Según para qué, el término /cervantes/ puede provocar ruido o sermos útil. Puede ser eficaz, ante un trabajo de búsqueda documental, empezar con un término tan poco discriminatorio si lo que buscamos son servidores fiables sobre el tema: el algoritmo de indexación de GoogleBot nos garantiza que la página de máxima visibilidad es la más adecuada.</p> | | | |
| 2 | <i>Miguel de Cervantes</i> | 2.470.000 | |
| <p>El número de documentos se ha reducido porque hemos pedido que de las más de 8.000 millones de páginas nos devuelva aquellas en las que figuran al menos una vez /miguel/ y /cervantes/</p> | | | |
| 3 | <i>Miguel Cervantes</i> | 2.450.000 | |
| <p>20.000 páginas menos en una respuesta que parece no tener mucha lógica ya que la palabra /de/, por ser preposición, debería ser para Google una palabra vacía. No se sigue este criterio.</p> | | | |
| 4 | <i>Miguel +de Cervantes</i> | 2.410.000 | |
| <p>Hemos obligado a Google a que en los documentos que devuelva estén, al menos una vez, los términos /miguel/ y /cervantes/ y obligatoriamente (+) el término /de/</p> | | | |
| 5 | <i>Miguel Cervantes -de</i> | 71.700 | |
| <p>Le hemos pedido que excluya todas las páginas en las que aparece al menos una vez el término /de/. Google en /Buscar sólo páginas en español/ devuelve únicamente 704 porque /de/ es una preposición muy frecuente.</p> | | | |
| 6 | <i>“Miguel de Cervantes”</i> | 1.710.000 | |
| <p>Hemos realizado una búsqueda más exigente que la número 4 ya que hemos pedido al buscador que nos devuelva las páginas en las que puedan encontrarse los términos /Miguel/, /de/ y /Cervantes/ juntos, y en este orden.</p> | | | |
| 7 | <i>Miguel de Cervantes Saavedra</i> | 661.000 | |
| <p>El índice de probabilidades disminuye a medida que incorporamos más términos de búsqueda. Por ello, es muy importante planificar la definición de los términos de búsqueda: cada término excluye en los resultados páginas que podrían interesarnos. El encadenamiento adecuado de estos términos pueden acotar la búsqueda hasta llegar a los documentos más significativos. Elegir bien los términos es como, al jugar a las siete y media, no confiáramos en el azar y eligiéramos la carta que nos conviene.</p> | | | |
| 8 | <i>“M. de Cervantes”</i> | 13.100 | 3 |
| <p>En esta búsqueda vemos claramente como se ha acotado la búsqueda. Sin embargo, hemos perdido muchos documentos que nos podrían ser imprescindibles. De todas formas, también observamos que la visibilidad de la página de Barataria/Tirteafuera es muy alta, de 13.100 documentos, Google devuelve Barataria/Tirteafuera en 3ª posición.</p> | | | |

| | | | |
|-----------|--|------------------|----------|
| 9 | <i>Cervantes Quijote</i> | 1.500.000 | |
| | La intersección de los valores de estos dos términos significativos permiten reducir las páginas en resultados | | |
| 10 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar”</i> | 70.800 | 3 |
| | Jugando a las siete y media, hemos solicitado una búsqueda compleja al introducir una frase. Como puede observarse en resultados el número de documentos sigue reduciéndose, el posicionamiento de Barataria/Tirteafuera en el índice de Google para los términos de búsqueda empleados es muy alta. | | |
| 11 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” barataria</i> | 89 | 1 |
| | En los buscadores, en Google, por supuesto, los usuarios no suelen consultar más allá de las primeras cincuenta páginas. A pesar de ello, conseguir que, a través de la planificación de las búsquedas, el buscador nos devuelva menos de cien resultados puede ser garantía de un trabajo documental riguroso y contrastado. | | |
| 12 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” tirteafuera</i> | 65 | 2 |
| | Es interesante ver en el posicionamiento de una página, por ejemplo, Barataria/Tirteafuera; igualmente es interesante considerar cuáles son los vecinos. En este caso, nada menos que el servidor Cervantes Virtual. Internet permite dar oportunidades al grande y al pequeño puesto que el posicionamiento en el buscador no depende de los medios con los que se cuentan. | | |
| 13 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” tirteafuera - site:cervantesvirtual.com</i> | 64 | 1 |
| | El gradual conocimiento de la herramienta de búsqueda nos permite precisar gradualmente la búsqueda: mediante la búsqueda restringida /-site:cervantesvirtual.com/ hemos excluido los términos que consideramos ruido. | | |
| 14 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” “centros públicos” tirteafuera -site:cervantesvirtual.com</i> | 1 | 1 |
| | El ideal de una búsqueda puede ser éste: planificar los términos de forma que Google sólo nos devuelva una página. | | |

12b.- Práctica de distintas estrategias de búsqueda

| | | Fecha de la consulta: 7/06/06 | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| Términos y frases de búsqueda | | Documentos | Visibilidad |
| 1 | <i>Cervantes</i> | 18.100.000 | |
| <p>Conviene planificar la búsqueda. Según para qué, el término /cervantes/ puede provocar ruido o sermos útil. Puede ser eficaz, ante un trabajo de búsqueda documental, empezar con un término tan poco discriminatorio si lo que buscamos son servidores fiables sobre el tema: el algoritmo de indexación de GoogleBot nos garantiza que la página de máxima visibilidad es la más adecuada.</p> | | | |
| 2 | <i>Miguel de Cervantes</i> | 6.520.000 | |
| <p>El número de documentos se ha reducido porque hemos pedido que de las más de 8.000 millones de páginas nos devuelva aquellas en las que figuran al menos una vez /miguel/ y /cervantes/</p> | | | |
| 3 | <i>Miguel Cervantes</i> | 6.220.000 | |
| <p>20.000 páginas menos en una respuesta que parece no tener mucha lógica ya que la palabra /de/, por ser preposición, debería ser para Google una palabra vacía. No se sigue este criterio.</p> | | | |
| 4 | <i>Miguel +de Cervantes</i> | 4.810.000 | |
| <p>Hemos obligado a Google a que en los documentos que devuelva estén, al menos una vez, los términos /miguel/ y /cervantes/ y obligatoriamente (+) el término /de/</p> | | | |
| 5 | <i>Miguel Cervantes -de</i> | 124.000 | |
| <p>Le hemos pedido que excluya todas las páginas en las que aparece al menos una vez el término /de/. Google en /Buscar sólo páginas en español/ devuelve 999.000; no deja de ser un resultado extrañota que la preposición /de/ como término excluyente es muy restrictiva.</p> | | | |
| 6 | <i>“Miguel de Cervantes”</i> | 3.200.000 | |
| <p>Hemos realizado una búsqueda más exigente que la número 4 ya que hemos pedido al buscador que nos devuelva las páginas en las que puedan encontrarse los términos /Miguel/, /de/ y /Cervantes/ juntos, y en este orden.</p> | | | |
| 7 | <i>Miguel de Cervantes Saavedra</i> | 1.960.000 | |
| <p>El índice de probabilidades disminuye a medida que incorporamos más términos de búsqueda. Por ello, es muy importante planificar la definición de los términos de búsqueda: cada término excluye en los resultados páginas que podrían interesarnos. El encadenamiento adecuado de estos términos pueden acotar la búsqueda hasta llegar a los documentos más significativos. Elegir bien los términos es como, al jugar a las siete y media, no confiáramos en el azar y eligiéramos la carta que nos conviene.</p> | | | |
| 8 | <i>“M. de Cervantes”</i> | 30.000 | 7 |

| | | | |
|-----------|--|------------------|-----------|
| | En esta búsqueda vemos claramente como se ha acotado la búsqueda. Sin embargo, hemos perdido muchos documentos que nos podrían ser imprescindibles. De todas formas, también observamos que la visibilidad de la página de Barataria/Tirteafuera es muy alta, de 30.000 documentos, Google devuelve Barataria/Tirteafuera en 7ª posición. | | |
| 9 | <i>Cervantes Quijote</i> | 2.030.000 | 23 |
| | La intersección de los valores de estos dos términos significativos permiten reducir las páginas en resultados. En esta consulta de dos términos, la visibilidad de /Barataria/ es muy alta (23). | | |
| 10 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar”</i> | 70.800 | 3 |
| | Jugando a las siete y media, hemos solicitado una búsqueda compleja al introducir una frase. Como puede observarse en resultados el número de documentos sigue reduciéndose, el posicionamiento de Barataria/Tirteafuera en el índice de Google para los términos de búsqueda empleados es muy alta. | | |
| 11 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” barataria</i> | 721 | 1 |
| | En los buscadores, en Google, por supuesto, los usuarios no suelen consultar más allá de las primeras cincuenta páginas. A pesar de ello, conseguir que, a través de la planificación de las búsquedas, el buscador nos devuelva menos de cien resultados puede ser garantía de un trabajo documental riguroso y contrastado. | | |
| 12 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” tirteafuera</i> | 75 | 1 |
| | Es interesante ver en el posicionamiento de una página, por ejemplo, Barataria/Tirteafuera; igualmente es interesante considerar cuáles son los vecinos. En este caso, nada menos que el servidor Cervantes Virtual. Internet permite dar oportunidades al grande y al pequeño puesto que el posicionamiento en el buscador no depende de los medios con los que se cuentan. | | |
| 13 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” tirteafuera - site:cervantesvirtual.com</i> | 73 | 1 |
| | El gradual conocimiento de la herramienta de búsqueda nos permite precisar gradualmente la búsqueda: mediante la búsqueda restringida -site:cervantesvirtual.com/ hemos excluido los términos que consideramos ruido. | | |
| 14 | <i>Cervantes Quijote “biblioteca escolar” “centros públicos” tirteafuera -site:cervantesvirtual.com</i> | 2 | 1 |
| | El ideal de una búsqueda puede ser planificar los términos de forma que Google sólo nos devuelva una página. En este caso, son dos porque incluye en la indexación la referencia a esta búsqueda en la bitácora /Barataria/ http://tirteafuera.blogspot.com/2005/11/barataria-en-el-firmamento-de-m-de.html | | |

Si la búsqueda la realizamos con términos más específicos, los resultados son mucho más significativos; la visibilidad, por tanto, de los documentos que nos interesan es rotundamente superior.

| | | | |
|-----------|--------------------|----------------|----------|
| 15 | <i>Tirteafuera</i> | 23.600 | 2 |
| 16 | <i>Barataria</i> | 733.000 | 4 |
| | | | |

| | | | |
|-----------|------------------------------|------------|----------|
| 17 | <i>Tirteafuera Barataria</i> | <i>541</i> | <i>1</i> |
| | | | |

13.- Elementos de sintaxis.- Resumen

Google posee un estupendo conjunto de elementos de sintaxis. Aquí puedes encontrar más detalles sobre cada uno de ellos para realizar búsquedas avanzadas. Conviene experimentar con ellos para realizar un uso más efectivo del buscador. Es posible combinar términos, frases y elementos.

Búsqueda de frases

Agrupamos palabras para formar frases que deben encontrarse de forma literal. Esa frase exacta debe aparecer en un documento para que la búsqueda produzca algún resultado.

"Por estas fechas Tirteafuera ha querido enredar un poco "

Booleanos AND/OR

Por defecto, todas las palabras que introduzcamos deben existir para que encontremos alguna coincidencia. Dicho de otro modo, en la consulta:

Quijote Barataria Tirteafuera

hay un booleano AND implícito.

Podemos utilizar OR (o una barra vertical |) entre cada una de las palabras:

Barataria OR Tirteafuera OR Bitácora

Barataria | Tirteafuera | Bitácora

si cualquiera de las palabras o frases nos vale para encontrar una coincidencia.

Paréntesis

Utilizamos los paréntesis para agrupar una lista de palabras que son alternativas en una búsqueda y sugieren orden de prioridad. Usamos el booleano OR para separarlas:

Quijote (Barataria OR Tirteafuera)

Inclusión explícita

El símbolo + sirve para que los términos superfluos (palabras cortas y comunes que de otra forma se ignorarían en la búsqueda) sean tenidos en cuenta:

Don quijote +de +la mancha

Negación

Introducimos un signo - en nuestra consulta para especificar que un término o frase no debe aparecer en los resultados:

tirteafuera -población

Comodines de palabras completas

Utilizamos el comodín de palabras completas en el interior de una frase entrecomillada para que actúe como sustituto de una palabra:

"M. de Cervantes *"

"* de * Saavedra " y "Miguel de Cervantes Saavedra " no son consultas coincidentes

intitle:

Restringe la búsqueda de la consulta a los títulos de las páginas Web:

`intitle:tirteafuera`

allintitle:

Encuentra páginas en las cuales todas las palabras especificadas se encuentran en el título de la misma:

`allintitle:"tirteafuera, barroco"`

intext:

Busca la consulta en el texto de la página (ignora los textos de los enlaces, URL y títulos):

`intext:barataria` 4/341.000

allintext:

Encuentra páginas en las que todas las palabras de la consulta aparecen en el cuerpo de texto:

`allintext:quijote barataria tirteafuera`

inurl:

Restringe la búsqueda a las URL de las páginas Web:

`inurl:Tirteafuera`

allinurl:

Busca todas las palabras de la consulta en las URL:

`allinurl:blogspot tirteafuera`

inanchor:

Busca el texto en la descripción de los enlaces de las páginas:

`inanchor:"celebración de la diversidad"`

allinanchor:

Busca todas las palabras de la consulta en la descripción de los enlaces de las páginas:

`allinanchor:barataria` 5 / 14.900

site:

Restringe la búsqueda a un sitio Web o un dominio de máximo nivel:

`site:tirteafuera.blogspot.com`

`"biblioteca escolar" site:tirteafuera.blogspot.com,`

podemos combinar con otros términos: /biblioteca escolar/, por ejemplo.

link:

Devuelve una lista de páginas que enlazan con la URL especificada:

`link:tirteafuera.blogspot.com`

Si queremos saber por qué una página ocupa una posición relevante para un término de búsqueda un procedimiento muy sencillo es hacer esta consulta.

cache.-

Encuentra una copia de la página en la caché de Google:

`cache:tirteafuera.blogspot.com`

daterange:

Limita la búsqueda a una fecha o rango de fechas concreto en el que la página fue catalogada (no creada):

`Barataria tirteafuera daterange:2450958-2450968`

`neurocirugía daterange:2452389-2452389`

Hay que traducir los datos de día, mes y año a un solo número.

filetype:

Restringe los resultados de la búsqueda al tipo de archivo que especifiquemos:

`Barataria tirteafuera filetype:html`

`marketing filetype:txt"`

related:

Encuentra páginas relacionadas con la que hayamos especificado:

`related:tirteafuera.blogspot.com`

info:

Proporciona una página de enlaces que nos proporcionan más información sobre la URL especificada:

`info:tirteafuera.blogspot.com`

phonebook:

Busca números de teléfono en EUA:

`phonebookJohn Doe CA phonebook:(510) Smirh CA 555-1212`

rphonebook:

Busca números de teléfono de particulares en EUA:

`rphonebook: Smit-h CA`

bphonebook:

Busca teléfonos de empresas en EUA:

`bphonebookJohn Deere IL`

Stocks:

Busca información bursátil en la página Yahoo! Finance:

`stocks:yahoo`

`stocks:apple`

El último ejemplo (dado que apple no existe como símbolo bursátil) nos lleva a la página "Stock not found" de Yahoo! Finance. Desde allí, podemos buscar el símbolo correcto para Apple Computer (AAPL).

14.- Cuadro de interpretación de los resultados de búsqueda



- A. Vínculos superiores**
Haz clic en el vínculo del servicio de Google que deseas usar: /Buscar en la Web/, /buscar sólo imágenes/, /ver los Grupos de Google/ (archivos de discusión Usenet), etc.
- B. Botón de búsqueda en Google**
Haz clic en ese botón para activar la búsqueda. También puedes realizar una nueva búsqueda presionando la tecla "Intro".
- C. Búsqueda Avanzada**
Muestra una página que permite acotar la búsqueda si es necesario. Es muy fácil ya que Google te presenta un formulario.
- D. Cuadro de búsqueda**
Para ingresar una búsqueda en Google, sólo tienes que escribir términos significativos o una combinación de ellos: palabras, frases o elementos de sintaxis. Presiona "Intro" o haz clic en el botón de búsqueda para ver la lista de resultados relevantes.
- E. Preferencias**
Muestra una página que permite configurar tus preferencias de búsqueda: número predeterminado de resultados por página, idioma de la interfaz, activación de filtros en los resultados, etc.
- F. Barra de estadísticas**
Proporciona una descripción de la búsqueda y te indica el número de resultados encontrados, así como el tiempo que llevó completar su búsqueda. Conviene que le prestes atención ya que es una información que te servirá para valorar la estrategia de búsqueda realizada: la especificidad de los términos, la visibilidad de una página, etc.
- G. Sugerencia**
Información que te ayuda a realizar una búsqueda más efectiva basándose en la búsqueda que acaba de efectuar. También te proporciona más información acerca de las características de Google y te guía a herramientas que te pueden ahorrar tiempo y esfuerzo.
- H. Resultados OneBox**
Google incluye muchas fuentes de información especializadas y aquellas que aparentan tener mayor relación con su búsqueda son incluidas al principio de los resultados de búsqueda. A esto se le llama "Resultados OneBox" porque no se requiere que realices la búsqueda en ningún lugar en especial. Cualquier cuadro de búsqueda las generará. Típicamente, los resultados OneBox incluyen noticias, cotización de acciones, foros, blogs, clima y sitios Web locales relacionados con tu búsqueda.
- I. Título de la página**
La primera línea del resultado es el título de la página web encontrada. A veces, en vez del título aparecerá una URL, lo que significa que la página no tiene título, o que Google no ha indexado el contenido completo de esa página. Aún así, podemos saber que es un resultado pertinente porque otras páginas web que sí han sido indexadas tienen vínculos con esta. Si el texto asociado con estos vínculos coincide con los criterios de la búsqueda, es posible que devuelva esta página como resultado aún cuando no se ha indexado el texto completo.

J. Texto debajo del título

Este texto es un resumen de la página devuelta con los términos de búsqueda resaltados. Estos fragmentos permiten ver el contexto en que los términos aparecen en la página, antes de hacer clic en el resultado.

K. URL del resultado

Es la dirección en la web del resultado encontrado.

L. Tamaño

Este número es el tamaño del texto de la página web encontrada. Se omite para los sitios que todavía no se han indexado.

M. En Caché


Al hacer clic en el vínculo almacenado en /caché/, verás el contenido de la página web tal como aparecía en el momento en que fue indexada por el robot de Google. Si por algún motivo, el vínculo del sitio no muestra la página actual, todavía puedes obtener la versión en caché y encontrar la información que necesitas. Los términos de la búsqueda aparecen resaltados en la versión almacenada en caché.

N. Páginas similares

Cuando seleccionas el vínculo /Páginas similares/ para un resultado en particular, Google busca automáticamente páginas en la web que estén relacionadas con este resultado.

O. Resultado jerarquizado

Cuando Google encuentra más de un resultado en el mismo sitio web, muestra primero el más relevante y las otras páginas relevantes del mismo sitio web aparecen escalonadas debajo de él.

| | |
|---|---------------------------------------|
|  | Lengua Castellana y Literatura |
| | Ikaslea: Ikaslea: |

| | |
|--|---------------------------|
| | Fecha de la consulta: / / |
|--|---------------------------|

Ensayos de búsqueda en **Barataria:** tirteafuera.blogspot.com



1.- Objetivo: obtener mayor visibilidad en mayor cantidad de documentos

| | Términos y frases de búsqueda | Documentos | Visibilidad |
|--|-------------------------------|------------|-------------|
|--|-------------------------------|------------|-------------|

Ejemplos:

| | | | |
|--|--|-----------|----|
| | Cervantes | 7.020.000 | ¿? |
| | Cervantes Quijote "biblioteca escolar" | 70.800 | 3 |

Ensayos:

| | | | |
|-----|--|--|--|
| 1.1 | | | |
| 1.2 | | | |
| 1.3 | | | |
| 1.4 | | | |
| 1.5 | | | |
| 1.6 | | | |
| 1.7 | | | |

2.- Objetivo: con dos términos máximo, obtener la mayor pertinencia en la búsqueda, 1/1

| | Términos y frases de búsqueda | Documentos | Visibilidad |
|--|-------------------------------|------------|-------------|
|--|-------------------------------|------------|-------------|

Ejemplos:

| | | | |
|--|--------------------|----|-----|
| | quijote beepblue | 4 | 1 |
| | Tirteafuera garaio | 47 | 1-4 |

Ensayos:

| | | | |
|-----|--|--|--|
| 2.1 | | | |
| 2.2 | | | |
| 2.3 | | | |
| 2.4 | | | |
| 2.5 | | | |
| 2.6 | | | |
| 2.7 | | | |

3.- Objetivo: con búsquedas avanzadas, obtener la mayor pertinencia en la búsqueda, 1/1

| | Términos, frases de búsqueda y elementos de sintaxis | Documentos | Visibilidad |
|--|--|------------|-------------|
|--|--|------------|-------------|

Ejemplos:

| | | | |
|--|--|---|---|
| | Cervantes Quijote "biblioteca escolar" tirteafuera - site:cervantesvirtual.com | 1 | 1 |
| | inanchor:"celebración de la diversidad" site:tirteafuera.blogspot.com | 1 | 1 |

Ensayos:

| | | | |
|-----|--|--|--|
| 3.1 | | | |
| 3.2 | | | |
| 3.3 | | | |
| 3.4 | | | |
| 3.5 | | | |

16.- Google Trademarks and Suggested Accepted Generic Terms

Trademarks

- Google™ search
- Google™ search engine
- Google.org™ non-profit foundation
- Google AdSense™ advertising program
- Google Advertising Professionals™ program
- Google AdWords™ advertising program
- Google Alerts™ email update service
- Google Answers™ research service
- Google Analytics™ web analytics service
- Google Base™ listing service
- Google Blog™ weblog
- Google Blog Search™ service
- Google Book Search™ service
- Google Calendar™ calendaring service
- Google Catalogs™ catalog search
- Google Code™ open source developer site
- Google Compute™ feature
- Google Dashboard Widgets™ for Mac software
- Google Desktop™ searching software
- Google Desktop Search™ search tool
- Google Deskbar™ software
- Google Directory™ web directory
- Google Earth™ mapping service
- Google Extensions™ for Firefox software
- Google Finance™ financial information service
- Google Foundation™ nonprofit organization
- Google Free™ search services
- Google Glossary™ glossary service
- Google Grants™ program
- Google Groups™ Usenet discussion forums
- Google Image Search™ image search service
- Google Images™ image search service
- Google Labs™ research division
- Google Mail™ webmail service
- Google Maps™ mapping service
- Google Mars™ mapping service
- Google Mini™ hardware
- Google Mobile™ wireless service
- Google Music Search™ service
- Google News™ news service
- Google News Alerts™ news alert service
- Google Pack™ software download service
- Google Page Creator™ web page creation service
- Google Personalized Home™ personalized homepage service
- Google Personalized Search™ personalized search service
- Google Q&A™ search service
- Google Reader™ feed reader
- Google Related Links™ service
- Google Ride Finder™ taxi search
- Google SafeSearch™ filtering
- Google Scholar™ scholarly texts search
- Google Search Appliance™ hardware
- Google Sets™ set prediction service
- Google Sidebar™ software
- Google Sitemaps™ service
- Google Site Search™ service
- Google SMS™ mobile messaging service
- Google Store™ online store
- Google Suggest™ suggestion service
- Google Talk™ instant messaging service
- Google Toolbar™ search bar
- Google Transit™ trip planning service
- Google Translate™ translation service
- Google Video™ video search

- Google Web Accelerator™ software
- Google Web Alerts™ alert service
- Google Web Search™ features
- Google Zeitgeist™ report
- AdWords™ advertising service
- AdSense™ advertising service
- Blogger™ web publishing service
- Blog*Spot™ hosting service
- Froogle™ product search
- Gmail™ webmail service
- I'm Feeling Lucky™ search service
- Orkut™ online community
- PageRank™ algorithm
- Picasa™ photo organizer software
- Hello™ picture instant message service
- Dodgeball™ social networking service
- Joga™ online community
- Keyhole™ mapping service
- Urchin™ web analytics service
- Oingo™ advertising service
- Quantified™ web analytics service
- Writely™ word processing software
- dMarc™ advertising services
- Scott Studios™ audio systems
- Maestro™ audio systems
- Sketchup™ sketching software
- Measure Map™ web analytics service
- Trustrank™ algorithm

Slogans

- It's All About Results™
- Advertise on the Neighborhood Wide Web™
- Picture Simplicity™

Logos

- Google Logo
- Google Balls Logo
- Google Desktop Logo
- Google Advertising Professionals Logos
- Google Labs Logo
- Toolbar Eye Logos
- Gmail Logo
- Blogger B Logo
- Picasa Logo
- Keyhole Logo
- Urchin Logo
- Hello Logo