

Programa ALFIN

Buscar na web

CEIP Milladoiro. Malpica
M^a Olga Rodríguez Díaz

1. Buscadores

Un buscador é unha páxina cun programa de ordenador que che axuda a encontrar información en internet.

Hai diferentes buscadores que funcionan de forma diferente, polo que os resultados que se obteñen tamén son distintos. Algúns comprobán cada palabra dunha páxina web. Isto significa que obteñen un gran número de resultados anque moitos de ellos non che serán moi útiles. Outros motores fan búsquedas por tema. Encuentran menos resultados pero son máis útiles.

Utilización de buscadores – tarefa

Pensa nunha palabra clave para un tema e escríbea en cada un destes buscadores. Apunta o número de resultados que obteñas en cada buscador. Despois bota un vistazo a algunha das páxinas web encontradas por cada buscador. Chegará con que observes os tres primeiros resultados de cada buscador.

Palabra clave	Buscador	Nº de resultados obtidos	¿Útil?
	www.google.com		
	www.yahoo.com		
	www.bing.com		

Debes ter presente que os tres parécense en que:

- Ofrecen os resultados en función da popularidade das páxinas (primerio as máis visitadas)
- Contan cun diccionario, de modo que si erramos na ortografía ofrécennos outra que consideran máis correcta.
- Non teñen en conta os acentos
- Non distinguen entre maiúsculas e minúsculas
- Buscan tamén sobre blogs e foros
- Permiten seleccionar idioma (non o Galego)
- Cualqueira espazo entre os termos da búsqueda, interpretao como “e”
- Contan cun formulario para búsquedas avanzadas no que o usuario pode establecer as súas preferencias (no menú desplegable de MAS)
- Ofrecen o número de resultados obtidos na búsqueda.

E diferencianse en que:

- Google ofrece *páxinas similares* asociadas a cada un dos resultados obtidos.
- Yahoo, conceptos relacionados coa búsqueda
- Bing, “búsquedas relacionadas” que necesariamente conteñen a palabra buscada (non o concepto)
- Yahoo distingue entre singular e plural.
- Yahoo móstrase como o máis respectuoso na búsqueda: ofrece os resultados do que tecleamos e pregunta se, tal vez, nos equivocamos. Mentres que Google parte directamente da base de que nos equivocamos . Nin Google nin Bing tiveron en conta os resultados en Galego

Fai ti a proba tecleando nos tres a palabra: **MARABILLA**.

2. Modos de interrogar

1. **Un espazo entre dúas palabras** produce o mesmo efecto que escribir + entre ambas. Así: *ecosistema marino* producirá os mesmos resultados que *ecosistema + marino*, aunque na segunda forma a búsqueda é máis rápida.

Os documentos encontrados serán os que teñen **ambos** termos de búsqueda. Por ese motivo, cada palabra engadida á cadea de búsqueda contribúe a afinar os resultados pois exclúen os documentos nos que **NON** aparece algunha delas: cada documento encontrado **CONTERÁ TODOS** os termos que teñamos tecleado.

2.2 O **operador OR** (en maiúsculas e en inglés) entre dúas palabras fai que o buscador nos ofrezca páxinas que conteñen unha, a outra e ambas.

Así: *pintura OR naif OR subrealista*, produciu 173.000.000 de resultados mentres que *pintura naif subrealista*, deunos 309.000

2.3- O **signo –** (menos) entre dous termos exclúe as páxinas que conteñen o segundo. A secuencia correcta será con espazo entre a primeira palabra e o operador e sin espazo entre el e a segunda palabra.

Así: *malpica –toledo* daranos só resultados que exclúen Malpica de Tajo (Toledo)

2.4- Unha **cadea entre comiñas** “ “ daranos resultados de páxinas que conteñen todas as palabras exactamente no orde que as puxemos.

Así: *“biblioteca milladoiro malpica”* daranos só os resultados que conteñan as tres palabras e nese mesmo orden.

Esta búsqueda é axeitada para títulos de cancións, películas... en xeral para algo que coñezamos por un slogan ou frase completa.

2.5- Se na la cadea anterior engadimos o operador OR e outra palabra, os resultados son moito máis completos: daranos uns e outros.

Así: *“biblioteca milladoiro malpica” OR bemilladoiro*.

¿Demasiada información?

A veces acabas con centos de resultados. ¿Cómo decides cal é a mellor páxina web?

Habitualmente, os resultados máis apropiados aparecen entre os primeiros.

Adoitan aparecer un par de líñas describindo o **contido** de cada páxina web. Léas para decidir se o sitio che resultará **útil**.

Cando intentes decidir si unha páxina web é útil para ti, hai unhas cantas cousas nas que debes fixarte. Este proceso chámase **avaliación**.

3. Avaliar unha web

No todo cuanto aparece en la red son documentos de calidad contrastada antes bien, hay que pensar que esta es una de sus principales virtudes: TODOS podemos ser creadores de contenidos.

Es por ello que los aprendices de investigadores deben aprender algunas herramientas para contrastar la validez de una información.

Usaremos fundamentalmente cuatro descriptores (Cassany, 2008):

3.1 *¿Quen a fixo?*

Autoría e Autoridade.- Unha páxina debe ter en lugar accesible o nome do autor ou autores ou, no eu caso, da institución que la avala, así como alguna forma de contacto con eles. De non ser así, a información non debe ser tida en conta. Daremos prioridade a aquelas que estén avaladas por institucións de recoñecido prestixio (universidades, institutos, Reales Academias...)

3.2 *¿Está actualizada?*

Actualización.- A información caduca. Por elo, se unha páxina no se actualiza hai tempo ou ben unha información publicouse con moita anterioridade ao momento da consulta, debe descartarse, sobre todo en asuntos relacionados coa ciencia e/ou a actualidade.

Deberemos buscar sempre a data da última actualización.

3.3 *¿Ten enlaces?*

Enlaces- O número de enlaces que unha páxina recibe, así como o dos que dela mesma parten, con frecuencia é unha garantía de que o sitio está ben interconectado e non elude a conexión con redes de prestixio.

Un sitio sen enlaces non deberá merecer a nosa atención

3.4 *¿Para que se fixo?*

Intencionalidade.- É preciso averiguar a intencionalidade do autor e escoller aqueles documentos nos que está excluída a publicidade de calquiera índole. É claro que se obxectivo é *vender* algún produto, a información que alí apareza estará sesgada e carente de obxetividade. Isto inclúe a publicidade ideolóxica: organizacións políticas, relixiosas, empresariaies... Concluimos, pois, que calqueira información que ofrezcan terá que ser contrastada noutros documentos.

3.5 *¿Enténdela?*

Non perdas o tempo cunha páxina que sexa demasiado difícil de entender.

Decide rapidamente si che serve ou non.

Probablemente fas o miemo cos libros sin decatarte, fixándote en:

- A linguaxe – ¿demasiado difícil?
- A extensión- ¿Demasiado longa? ¿Ben organizada? ¿É doada de ler?
- Se hai fotografías ou gráficos que axuden a entender o texto.

¡Fai o mesmo coas páxinas web!

Usa esta plantilla:

URL http:// (endereço web)
¿Quen a fixo?
¿Cres que esa organización ou autor/es son de confianza? ¿Por qué?
¿Para que cres que foi feita?
¿Hai información de contacto?
¿Foi actualizada recentemente?
¿Ten a información que buscabas?
¿Ten enlaces? ¿Están activos? ¿Están rotos?
¿Ten publicidade?