

Xarxa Punt TIC



MÓDULO 1 NIVEL BÁSICO

Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

→ UD1 - La importancia de la información en la sociedad del conocimiento.

El concepto “sociedad del conocimiento” ocupa un lugar estelar en la discusión actual en las ciencias sociales así como en la política europea. Se trata de un concepto que aparentemente resume las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna y sirve para el análisis de estas transformaciones. Al mismo tiempo, ofrece una visión del futuro para guiar normativamente las acciones políticas.

Orígenes históricos de la noción

La noción “sociedad de conocimiento” tiene sus orígenes en los años 1960 cuando se analizaron los cambios en las sociedades industriales y se acuñó la noción de la sociedad post-industrial. Así, por ejemplo, el sociólogo Peter F. Drucker pronosticó la emergencia de una nueva capa social de trabajadores de conocimiento (P.F. Drucker, 1959) y la tendencia hacia una sociedad de conocimiento (Drucker, 1969). Este tipo de sociedad está caracterizada por una estructura económica y social, en la que el conocimiento ha substituido al trabajo, a las materias primas y al capital como fuente más importante de la productividad, crecimiento y desigualdades sociales (véase Drucker, 1994).

Sin embargo, más conocido es el trabajo de D. Bell (1994) sobre la sociedad post-industrial (*El Advenimiento de la sociedad post-industrial*; Alianza Editorial). Este concepto expresó la transición de una economía que produce productos a una economía basada en servicios y cuya estructura profesional está marcada por la preferencia a una clase de profesionales técnicamente cualificados. El conocimiento teórico se ha convertido, según este enfoque, en la fuente principal de innovación y el punto de partida de los programas políticos y sociales. Este tipo de sociedad está orientado hacia el progreso tecnológico y la evaluación de la tecnología y se caracteriza por la creación de una nueva tecnología intelectual como base de los procesos de decisión.

En esta época, y hasta el final de los años 70, el análisis de los cambios en la sociedad moderna resaltó tres aspectos:

-La expansión de las actividades de investigación estatales y privadas era la causa principal de la influencia científica en una serie de sectores industriales (véase Lane, 1996). En esta diagnosis se reflejó la expansión histórica de los gastos en I+D que se habían producido en la posguerra.

-Paralelamente a la expansión de los sectores de servicios, se incrementaron las actividades económicas basadas en el conocimiento. Con la importancia creciente del conocimiento teórico creció también el peso económico de las actividades basadas en el conocimiento (véase, para los años 50 y 60, Machlup, 1992 y Porat, 1977)

-La estructura profesional estaba marcada por los trabajadores de conocimiento profesionalizado y con una cualificación académica. Bell (2001) estimó que

alrededor de una cuarta parte de la población pertenecía a esta nueva clase de conocimiento, en la que se incluyó a los empleados con un diploma universitario o de un escuela superior, a los empleados y los funcionarios de altas categorías y a los empresarios.

Estos análisis apuntaron, por lo tanto, a una sociedad altamente influenciada por la ciencia, academizada y centrada en los servicios; diferenciada de la sociedad industrial que, a su vez, estaba caracterizada por el conocimiento experimental, el predominio de los sectores industriales, las actividades manuales y el conflicto entre capital y trabajo.

Competición de conceptos

Desde luego, el concepto de “sociedad del conocimiento” no es el único empleado para describir los cambios sociales en las sociedades actuales. También se usan otras nociones como, por ejemplo, la “sociedad de la información” y “sociedad red”.

La noción de “sociedad de la información” se utiliza sobre todo cuando se tratan aspectos tecnológicos y sus efectos sobre el crecimiento económico y el empleo. Esta discusión tiene como punto de partida la consideración de que la producción, la reproducción y la distribución de la información es el principio constitutivo de las sociedades actuales. Pero en la reciente discusión europea, tanto en el ámbito de las ciencias sociales como en el ámbito político, se observa que este concepto es reemplazado por el de la “sociedad del conocimiento”, lo que implica un cambio conceptual de la información al conocimiento, considerándolo como principio organizador de la sociedad moderna y resaltando su importancia para la sociedad actual, para los cambios en la estructura económica y en los mercados laborales, para la educación y para la formación.

Otra noción alternativa es la de “sociedad red”, noción promovida por M. Castells. Se trata de un concepto que está situado entre la “sociedad de la información” y la “sociedad del conocimiento”. Castells marca diferencias respecto a la “sociedad de la información”, distinguiendo entre información e informacional. Información, es decir, la comunicación del conocimiento, ha sido, según Castells, “fundamental en todas las sociedades. (...) En contraste, el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico” (Castells, 1996. Vol. 1. Pág. 47).

Similar al concepto de “sociedad del conocimiento”, el de “sociedad red” sostiene que la transformación actual de la sociedad indica un cambio de modo de producción social, dada la creciente importancia de la información o del conocimiento para los procesos socioeconómicos. Información y conocimiento se convierten en los factores productivos más importantes. Sin embargo, y a pesar de que Castells declara que ni la tecnología determina la sociedad ni la

sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, el enfoque de la sociedad red parte de la idea de una tecnología hecha e investiga los efectos de la aplicación de los inventos tecnológicos sobre la sociedad. No tiene en cuenta que la tecnología es una construcción social en cuyo desarrollo intervienen múltiples actores y diferentes intereses y tampoco profundiza más en la idiosincrasia del conocimiento y su relevancia para los procesos socioeconómicos y los efectos sobre el propio conocimiento, cuando se ha convertido en el factor productivo más importante.

Actualidad del concepto

Desde los años 90, el concepto de “sociedad del conocimiento” ha resurgido tanto en la política como en las ciencias sociales (véase, por ejemplo, Reich, 1992; Drucker, 1994; Lundvall & Johnson, 1994; Stehr, 1994; OCDE, 1996; Krohn, 1997; Knorr-Cetina, 1998; Willke, 1998; y Weingart, 2001). Al contrario que el concepto de “sociedad de la información”, este término no hace referencia solamente a la base tecnológica para caracterizar la sociedad actual y para resaltar las diferencias con la “sociedad industrial”. Pero queda menos claro qué se entiende por “sociedad del conocimiento”. Heidenreich distingue, en primera instancia, cuatro definiciones:

1. Similar a “sociedad de la información”, la noción “sociedad de conocimiento” indica la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su utilización en los procesos económicos.
2. La noción resalta las nuevas formas de producir conocimiento. El conocimiento es considerado como uno de los principales causantes del crecimiento junto con los factores capital y trabajo. En este sentido, se concede una relevancia crucial a la producción de productos intensivos en conocimiento y a los servicios basados en el conocimiento.
3. Se resalta la creciente importancia de los procesos educativos y formativos, tanto en su vertiente de educación y formación inicial como a lo largo de la vida.
4. Se destaca la creciente importancia de los servicios intensivos en conocimiento y comunicación, que generalmente se denominan trabajo de conocimiento (véase OCDE, 2001 y Reich, 1992).

El concepto de “sociedad del conocimiento” hace referencia, por lo tanto, a cambios en las áreas tecnológicas y económicas estrechamente relacionadas con las TIC, en el ámbito de planificación de la educación y formación, en el ámbito de la organización (gestión de conocimiento) y del trabajo (trabajo de conocimiento).

Sin embargo, frente a un concepto tan general se debe mantener, según Heidenreich (2003), una postura escéptica. Se debe preguntar, por ejemplo, si es posible basar la definición de un tipo de sociedad en el concepto conocimiento teniendo en cuenta que ninguna sociedad existe sin disponer de conocimiento. Tampoco queda muy claro, si conocimiento es más que una categoría residual para explicar la parte del crecimiento económico que no se ha podido explicar a través de las otras categorías. El hecho de que el término esté

siendo utilizado por instancias políticas como la OCDE, la Unión Europea y gobiernos nacionales para promover estrategias políticas, hace sospechar que se trata más bien de una visión directriz en lugar de un concepto sociológico contrastado. Para aclarar estas sospechas, se hace a continuación una revisión de la trayectoria sociológica de la noción, prescindiendo de su carrera política, pero antes se exponen brevemente algunos indicadores que justifican que se está hablando de una sociedad del conocimiento.

Indicadores de una sociedad del conocimiento

Ya hemos mencionado anteriormente algunos de los indicadores que apuntan a la emergencia de una sociedad del conocimiento.

En el ámbito económico, se observa que los sectores de producción de bienes pierden importancia en la estructura económica a favor del sector servicios. Más concretamente, crece la importancia de los mercados globalizados de divisas, de finanzas y de capitales frente a los mercados de productos. Además, la estructura ocupacional cambia radicalmente a través del crecimiento de las categorías profesionales altamente cualificadas y de la disminución de las categorías menos cualificadas. Y dentro de las empresas, crece la relevancia de tener sistemas adecuados de gestión del conocimiento y adaptar las estructuras organizativas y de gestión a un entorno cambiante.

También se observan cambios profundos en el ámbito político en el sentido de que las decisiones políticas dependen cada vez más de una legitimación científica, lo que causa que los actores políticos dependan cada vez más de expertos y asesores. Además, parece que están disminuyendo los márgenes de decisión y de la capacidad de gestionar procesos sociales por parte del sistema político, lo que es más evidente frente al sistema económico que depende cada vez menos de las decisiones políticas a causa de la globalización de los procesos económicos (véase Willke, 1998).

Relacionado con los cambios en las estructuras ocupacionales, se observa una creciente importancia de la educación, que queda reflejada en el nivel de educación más alto de la población. Un indicador es la transformación de las universidades como instituciones de élite en instituciones de educación superior masificada. No obstante, en el debate alrededor de la sociedad del conocimiento no está resuelta aún la cuestión de si el progreso tecnológico es el causante del incremento de nivel educativo o si el incremento del nivel formativo ha impulsado la innovación tecnológica y, por consiguiente, la transición hacia la sociedad del conocimiento.

También en el ámbito cultural se han producido cambios profundos. A pesar de que apenas se debaten estos cambios en el ámbito cultural relacionado con la transición hacia la sociedad del conocimiento, se ha producido un intenso debate en torno a la globalización y al uso de Internet, que indica un profundo cambio en los procesos culturales y las interacciones sociales relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación y los avances en las tecnologías de tráfico.

Definición de la sociedad del conocimiento

El concepto actual de sociedad del conocimiento no está centrado en el progreso tecnológico, sino que lo considera como un factor del cambio social entre otros, como, por ejemplo, la expansión de la educación. Según este enfoque, el conocimiento será cada vez más la base de los procesos sociales en diversos ámbitos funcionales de las sociedades. Crece la importancia del conocimiento como recurso económico, lo que conlleva la necesidad de aprender a lo largo de toda la vida. Pero igualmente crece la conciencia del no saber y la conciencia de los riesgos de la sociedad moderna.

Estas consideraciones implican la necesidad de preguntarse por los fundamentos del concepto. Un punto de partida debe ser la pregunta: ¿Qué es conocimiento?

Heidenreich, en el artículo anteriormente mencionado, propone partir de las teorías de Kant, James, Dewey y Luhmann para responder a esta cuestión. Ya Kant indicó que conocimiento no es una representación objetiva del mundo. Sin embargo, tampoco es una representación meramente subjetiva y discrecional. Somos capaces de distinguir entre “sueños” y “realidad”, independientemente de qué se entiende por ésta. Algunas representaciones se confirman en la práctica, otras no.

Lo que hace falta es conseguir un equilibrio entre lo subjetivo y lo objetivo de la noción conocimiento, para lo cual se puede recurrir a las propuestas conceptuales del pragmatismo norteamericano de James y Dewey y a la teoría de sistemas desarrollada por el sociólogo Luhmann.

Este último define conocimiento como un esquema cognitivo que se considera verdadero, pero que, al mismo tiempo, es variable. Estos esquemas regulan la relación de sistemas sociales y físicos con su entorno. A diferencia de las expectativas normativas, que no se revisan ni siquiera en caso de decepción, las expectativas cognitivas si se revisan y se corrigen en caso de que sea necesario según las experiencias adquiridas.

A pesar de que el conocimiento no representa el mundo de forma objetiva, hay un criterio de su adecuación (su verdad), que reside en su convalidación práctica (James, 2001 y Dewey, 1960), aunque estos efectos prácticos no están dados de forma objetiva, sino que a su vez se constituyen a través de las interrelaciones entre las personas perceptoras y actuantes, por un lado, y la realidad, por otro lado. De esta forma se construye socialmente una certeza de la realidad, *Realitätsgewißheit* (Luhmann, 1995. Pág. 166), que es condición imprescindible para cualquier formar de pensar y de actuar. En este sentido, conocimiento implica la “capacidad de acción social” (véase Stehr, 1994. Pág. 208).

La utilización de esta definición del conocimiento implica que no se puede hablar de la sociedad del conocimiento refiriéndose sólo al hecho de que se está produciendo cada vez más conocimiento, tomando como indicador, por

ejemplo, que el 90 por ciento de todos los científicos de todos los tiempos están viviendo ahora. No se trata de un indicador de la sociedad del conocimiento, sino, como mucho, de un indicador de la constitución de un sistema autónomo de la producción de conocimiento. Basándose en la definición expuesta, la sociedad actual no dispone de más conocimiento que otras sociedades, sino que la definición de conocimiento, como variable y verificable en cuanto al no cumplimiento de expectativas, hace pensar que la sociedad del conocimiento está caracterizada por la decreciente importancia de los rituales, de las tradiciones y de las normas aceptadas sin más. Al contrario, la sociedad del conocimiento está marcada por la disposición de poner en cuestión las percepciones, suposiciones y expectativas tradicionales y socialmente aceptadas. La tesis implícita es que las sociedades actuales consideran cada vez más la expectativas basada en conocimiento en lugar de normas. Es decir, las expectativas son cada vez más variables y revisables. Las reglas y evidencias de nuestra sociedad están cada vez más sometidas a procesos de reflexión, lo cual tiene su expresión en el deterioro acelerado de las estructuras reguladoras tradicionales

La consideración de que una sociedad se basa en el conocimiento no depende, por lo tanto, del tipo de bienes producidos (es decir bienes inmateriales o intensos en I+D) y tampoco de las competencias específicas de los empleados, que se manifiestan por ejemplo en certificaciones académicas. Las organizaciones muchas veces citadas como ejemplos del trabajo basado en el conocimiento –como consultorías, los bancos de inversión, los corredores de bolsa, los laboratorios de *software* o las agencias publicitarias– no lo son por sus exigencias laborales específicas o sus productos como organizaciones basadas en conocimiento. De entrada, los conocimientos y experiencias requeridos para la producción de ropa y de acero no son menos intensos que el conocimiento requerido para las actividades en las organizaciones mencionadas. Tampoco se puede definir la sociedad del conocimiento a través de la inmaterialidad de sus procesos económicos (Stehr, 2000. Pág. 63). No hay duda de que se está reduciendo el peso de las actividades relacionadas con la obtención de materias primas, su tratamiento y la producción de bienes materiales. Pero también las actividades inmateriales podrían ser altamente estandarizadas, dejando poco margen de acción y de decisión individual. El criterio esencial es la disposición de poner en duda las normas y reglas establecidas. Por lo tanto, la capacidad innovadora es constitutiva para la “sociedad de conocimiento”. Solamente se puede hablar de una sociedad de conocimiento cuando las estructuras y procesos de la reproducción material y simbólica de una sociedad están tan impregnados de operaciones basadas en conocimiento, que el tratamiento de información, el análisis simbólico y los sistemas expertos se convierten en dominantes respecto a los otros factores de reproducción. Otro requisito imprescindible de la sociedad del conocimiento es que el conocimiento en general y el conocimiento de los expertos en particular sean sometidos a un proceso de revisión continua convirtiendo de esta forma la

innovación en un componente cotidiano del trabajo basado en conocimiento (véase Willke, 1998. Pág. 355).

Se puede suponer que todo tipo de sociedad tiene esta disposición. No se puede imaginar una sociedad invariable en el tiempo, como tampoco se puede imaginar una sociedad sin tradiciones, normas y reglas institucionalizadas. Pero sólo la sociedad moderna altamente diferenciada, cuyo origen se encuentra en el Renacimiento italiano, ha sido capaz de crear dinámicas transformadoras permanentes a través de la constitución de subsistemas de la sociedad orientados al cambio (sobre todo la ciencia, la economía y la tecnología). En este sentido, la validez del concepto de la sociedad del conocimiento depende de obtener indicios claros de que la producción, distribución y reproducción del conocimiento han cobrado una importancia estratégica y dominante en las sociedades actuales. En primera instancia, se deben identificar los espacios sociales estratégicos de la producción y distribución del conocimiento, como las prácticas y los objetos constitutivos, y descubrir su puesta en red y la institucionalización de las estructuras locales en regímenes globales (véase Rammert, 1999).

Paradoja de la sociedad del conocimiento: el crecimiento del no conocimiento

Basándose en el concepto del conocimiento de la teoría de sistemas, surge la cuestión ¿qué es lo específico de la sociedad del conocimiento actual? La respuesta debe partir de las incertidumbres, las sombras, los dilemas y las paradojas de la sociedad del conocimiento.

El sociólogo N. Stehr (2000) resalta, por ejemplo, la fragilidad de la sociedad del conocimiento moderno cuando subraya que los avances tecnológicos y científicos son una de las causas de la incertidumbre actual. Así, por ejemplo, los avances en las tecnologías de información y comunicación han aumentado la fragilidad de los mercados financieros y comerciales, lo cual obliga a las organizaciones a aumentar su flexibilidad para poder adaptarse a los cambios en los mercados. También el aumento del conocimiento científico y su amplia difusión causan más incertidumbre, fragilidad y contingencia (véase Stehr, 1996). En este sentido se considera que el mayor conocimiento produce también más desconocimiento. Mientras los conocimientos aumentan con gran rapidez, el saber de lo que no sabemos aumenta con velocidad aún más vertiginosa. (H. D. Evers, 2000. Pág. 8). Por lo tanto, uno de los rasgos de la sociedad del conocimiento es el aumento de las zonas de incertidumbre, convirtiendo la ignorancia, entendida como el desconocimiento del no-conocimiento, en incertidumbre, entendido como el conocimiento del no-conocimiento (sé que no sé).

Hasta ahora, se observaba esta dinámica solamente en los subsistemas de la ciencia y de la tecnología. Pero las fronteras entre los sistemas de producción de conocimiento son cada vez más permeables, lo cual aumenta la incertidumbre hacia el conjunto de la sociedad y sus procesos de innovación. En

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

otras palabras, en la sociedad del conocimiento la percepción y el tratamiento de la incertidumbre cobra cada vez más importancia, lo que es inmanente al proceso de generación del conocimiento moderno (véase Krohn, 2001. Pág. 16).

El procedimiento experimental y los discursos hipotéticos típicos del sistema de ciencia empiezan a formar parte de los procesos del conjunto de la sociedad, es decir, las formas en que se están llevando a cabo las prácticas científicas entran en las prácticas cotidianas de las sociedades (véase Krohn & Weyer, 1989, y Krohn, 1997). La práctica experimental es más que la simple “prueba y error”, es el intento sistemático de procesar colectivamente y aprender de la experiencia. Según Krohn (1997. Pág. 66) se puede hablar de una práctica experimental cuando:

- ➔ –Se usan las nuevas tecnologías basadas en el conocimiento en un contexto organizativo determinado.
- ➔ –Una red de actores integra diferentes formas de aprendizaje (*learning by using, doing, designing, researching, reflecting*).
- ➔ –Existen posibilidades institucionalizadas de retroalimentar los procesos de innovación con las experiencias adquiridas en la práctica.

Las ventajas de los procedimientos basados en la práctica experimental son obvias. Existe una disposición permanente para buscar nuevas soluciones y caminos. Y al contrario que la sociedad medieval, no hay tanta resistencia frente a las innovaciones, a pesar de que se conocen sus efectos destructivos (discutido por Schumpeter) y sus riesgos. Se construyen aviones y, después de utilizarlos durante 20 años, resulta que la explosión de una rueda hace caer el avión; se cambia la alimentación del ganado introduciendo carne en su alimentación, para descubrir luego que, por causa de esta innovación, enfermedades cerebrales de algunos animales traspasan las barreras de las especies y producen también en los humanos este tipo de enfermedad. En este sentido, la sociedad del conocimiento es también una sociedad del riesgo, en la que las consecuencias de la aplicación de teorías dudosas y de tecnologías deficientes contrastan con las perspectivas positivas de los avances científicos y tecnológicos, ya que los efectos negativos ya no se producen solamente en un subsistema sino que afectan a la sociedad en su conjunto. Por lo tanto, la sociedad del conocimiento no se caracteriza por la extensión del conocimiento reduciendo el desconocimiento, sino por unas prácticas experimentales que producen conocimiento, pero al mismo tiempo más desconocimiento, incertidumbre e inseguridad.

Esto queda reflejado en el hecho de que se cuestionan cada vez más reglas y evidencias aceptadas por el conjunto de la sociedad. La sociedad del conocimiento está marcada por la erosión acelerada de sus estructuras reguladoras y del desarrollo de nuevas reglas y normas. Por lo tanto, uno de los indicadores claves para el desarrollo de la sociedad del conocimiento es la oscilación acelerada entre la desregulación y la nueva regulación.

Nuevos riesgos de exclusión en la sociedad del conocimiento

El concepto de “sociedad del conocimiento” llama la atención sobre el hecho de que los procesos socioeconómicos cobran una nueva calidad, porque el conocimiento se convierte en el factor de producción más importante. En este sentido, se está hablando de un nuevo modo de producción, pues el capitalismo sigue siendo el principio dominante del sistema económico actual y no se oculta el riesgo de que aparezcan nuevas formas de exclusión social relacionadas con el conocimiento. Sin embargo, el término usado como visión política parece que promete una sociedad más equilibrada y más justa en la que cada uno puede esperar que en el futuro vaya a recibir más, siempre y cuando realice los esfuerzos necesarios. En este sentido, se trata de una proyección al futuro del objetivo de reducir las injusticias sociales (véase Castel, 2000. Pág. 326). Los riesgos de exclusión social en la sociedad del conocimiento están relacionados con el acceso a la información y al conocimiento y con los efectos de la globalización socioeconómica.

Uno de los problemas más discutidos actualmente es la “división digital”. Este término hace referencia a las diferencias en el acceso a la información a través de las tecnologías de información y comunicación. En principio, los ordenadores y Internet podrían facilitar la conexión de todas las personas a una red. El uso cada vez más extenso de la misma red implica que cada vez más transacciones sociales y económicas sean realizadas por la Red. En consecuencia, el acceso a la Red y la capacidad de saber usarla es cada vez más importante para la participación en la vida social, económica y política. Por lo tanto, es importante la igualdad de oportunidades para acceder a la Red y la capacitación de poder usar estos medios metódica y efectivamente.

Ahora bien, el término “división digital” expresa el hecho de que existe una desigualdad geográfica y social a la hora de poder utilizar estas tecnologías, sea por el acceso a Internet o por la disponibilidad de un ordenador o por la competencia de saber usarlo. Aunque se pueden mencionar las diferencias geográficas en el acceso a Internet a escala global, por ejemplo, el olvido del continente africano, aquí se quiere poner el enfoque en las diferencias sociales en la sociedad europea. En el marco de la Unión Europea y de sus estados miembros hay programas políticos específicos para fomentar el uso de ordenadores y el acceso a Internet en los diferentes ámbitos de la vía social, pero se observa que se reproducen las desigualdades sociales o se producen nuevas desigualdades a través del uso de la Red y de la información disponible en la Red (véase Welsch, 2002). Los programas tecnológicos son, desde luego, imprescindibles para ofrecer más posibilidades de acceso, pero no son suficientes dado que el no uso de las redes tiene múltiples causas sociales.

En el concepto de sociedad del conocimiento se proyecta la visión de que se puede alcanzar una mayor igualdad social a través de esfuerzos educativos y formativos. Sin embargo, hay varios argumentos de peso que inducen más bien a una versión pesimista. Hay, por ejemplo, el argumento de que un aumento

general del nivel de cualificación de la población y un aumento de las titulaciones académicas causarían una devaluación de estos títulos. En otras palabras, una alta cualificación no serviría ya para conseguir subir escalones sociales sino “solamente” evitaría bajarlos. Otro argumento hace referencia a la desilusión de las políticas educativas de los años 70 y 80, que han contribuido al aumento del nivel de cualificación, pero que no han producido cambios significativos en la (des-)igualdad de oportunidades sociales (Bittlingmayer, 2001. Pág. 22). Sin que se cambien los mecanismos básicos de la socialización, es decir, si los mecanismos de competencia y del mercado siguen siendo las instancias centrales de la socialización en la sociedad moderna, seguirán produciéndose desigualdades y discriminaciones sociales.

El concepto de sociedad del conocimiento insiste en la transformación de los mercados laborales hacia una desestandarización de las relaciones laborales. Las relaciones laborales estables y altamente reguladas de la sociedad industrial no son ya el punto de referencia. Las relaciones laborales hasta ahora consideradas atípicas, por ejemplo el trabajo parcial, el trabajo de autónomo (falso), el trabajo temporal etc., son cada vez más frecuentes, como también las salidas y “reentradas” en el mercado laboral. Y este tipo de trabajo no se limita ya solamente a los puestos de baja cualificación, al contrario, la desregularización de trabajo afecta también a puestos de alta cualificación.

Recogiendo estos y otros argumentos, Gorz (2001) argumenta que actualmente no se debe hablar de una sociedad del conocimiento sino del “capitalismo del conocimiento”, que pretende convertir el conocimiento en un forma de capital inmaterial y, por lo tanto, en propiedad privada de empresa, dándole el mismo trato que al capital material. Solamente se da el paso decisivo hacia la sociedad del conocimiento cuando se deja de considerar el conocimiento como conocimiento de expertos y se abre la vía para que sea considerado como un elemento esencial de la cultura y cuando se relaciona el desarrollo del conocimiento con el objetivo de desarrollar las capacidades, competencias y relaciones humanas. En este sentido, Gorz asigna al concepto de sociedad del conocimiento la función de una visión política que podría romper con las reglas del juego del sistema capitalista.

Conclusión

En una sociedad del conocimiento las estructuras y procesos de la reproducción material y simbólica de la sociedad están tan impregnados de operaciones de conocimiento que el tratamiento de información, el análisis simbólico y los sistemas expertos cobran primacía frente a otros factores de reproducción como capital y trabajo. Las sociedades del conocimiento no son simplemente sociedades con más expertos, más infraestructuras y estructuras tecnológicas de información, sino que la validez del concepto depende de la verificación de que la producción, la distribución y la reproducción del conocimiento ha cobrado una importancia dominante frente a los otros factores de la reproducción social.

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Una de las características de la sociedad del conocimiento es la transformación radical de la estructura económica de la sociedad industrial, de un sistema productivo basado en factores materiales hacia un sistema económico en que los factores simbólicos y basados en conocimiento son dominantes. Factores cognitivos, creatividad, conocimiento e información contribuyen cada vez más a la riqueza de las empresas.

Otra característica es la influencia científica en áreas esenciales de la sociedad. N. Stehr constata las siguientes tendencias:

- Sustitución de otras formas de conocimiento por la ciencia.
- Tendencias hacia la constitución de la ciencia como fuerza productiva directa.
- Constitución de un sector político específico (política de educación y ciencia).
- Constitución de un nuevo sector productivo (producción del conocimiento).
- Transformación de las estructuras de poder (debate de la tecnocracia).
- Transformación de la base legitimadora del poder hacia el conocimiento especial (poder de expertos).
- Tendencia a que el conocimiento se constituya como factor básico de la desigualdad social y de la solidaridad social.
- Transformación de las fuentes dominantes de conflictos sociales.

La sociedad del conocimiento no está solamente caracterizada por la ampliación del conocimiento verificado, sino también por el creciente conocimiento del no-conocimiento y las incertidumbres y las inseguridades producidas por ello. El conocimiento en general y más específicamente el conocimiento de los expertos son sometidos a un proceso de reflexión y revisión continua, y de esta forma las reglas y las suposiciones de la sociedad se ponen cada vez más a menudo en cuestión. Las sociedades del conocimiento se distinguen por poner a disposición de cada vez más actores nuevas y más amplias opciones de acción y, al mismo tiempo, por la creciente puesta en duda de las estructuras de acción generalizadas y homogeneizadas.

En una sociedad del conocimiento se erosionan las estructuras reguladoras de forma más rápida y este tipo de sociedad está caracterizada por el desarrollo de nuevas reglas. Por lo tanto, las sociedades del conocimiento ganan en estabilidad, pero también en inseguridad y fragilidad. En las sociedades del conocimiento no se constituyen necesariamente unidades sociales e intelectuales homogéneas, sino que están caracterizadas por la existencia paralela o conjunta de diferentes formas de organización y pensamiento social.

Una sociedad del conocimiento no es necesariamente más igualitaria que la sociedad industrial. Teniendo en cuenta que la sociedad del conocimiento sigue estando, según los diversos analistas, dominada por los principios básicos del capitalismo, se prevé que se seguirán reproduciendo las desigualdades sociales y se producirán nuevas desigualdades. Por lo tanto, sería más conveniente hablar de un “capitalismo de conocimiento” o “economía del conocimiento”,

teniendo en cuenta que los principios básicos de las sociedades avanzadas siguen siendo la acumulación de capital y que se pretende someter la generación y el uso del conocimiento a las reglas del mercado.

ACTIVIDAD 1. Establecer un posicionamiento personal respecto a las opiniones formuladas en la conclusión. En qué puntos estamos de acuerdo, en cuáles no y por qué.

ACTIVIDAD 2. Ver el fragmento video1.conocimiento.flv. Hacer un resumen de los puntos más significativos en función de nuestra experiencia.

→ UD2 - ¿Qué entendemos por habilidades informacionales?

Para comenzar a hablar del fenómeno de la alfabetización digital, se hace necesaria la referencia de la información como objeto implicante en una sociedad de consumo de información; las comunidades reciben elementos diversos de los cuales no es posible realizar una selección o segregación de datos buenos, por lo que la sobreinformación resulta caótica, por momentos, al tratar de “ensayar” frente a la alfabetización digital.

Básicamente, la alfabetización digital tiene que ver con la manera más efectiva de educarnos en el hoy y el mañana por medio de la inclusión de las tecnologías de información y comunicación, en un marco que delimita a los sujetos – habilitados o no-.

La anteriormente mencionada sociedad de información determina y da paso a una sociedad dicotómica: sujetos cualificados y sujetos no cualificados.

→ • Los sujetos cualificados serán capaces de asimilar ciertas reglas y de adquirir algunas habilidades informacionales tales como:

- a) Autonomía.
- b) Pensamiento crítico.
- c) Aprender a aprender a lo largo de la vida.

→ • Los sujetos no cualificados no podrán, o al menos están imposibilitados, asumir y ser parte de una comunidad global informada a través de las nuevas tecnologías.

La aprehensión de la información cumple otro proceso, quizás el más difícil, que es el hábito y la costumbre de hacer “autonecesaria” la constante capacitación y preparación en cuanto a la evolución de la sociedad y sus individuos. Este proceso graficado en la “Pirámide Informacional” nos indica:

- - La cantidad abismal de datos, recursos e información son totalmente objetivos, lo cual nos permite aportar el carácter subjetivo de cada sujeto que lo está tomando.
- - Esa necesidad de informarnos nos lleva a la necesidad de comprender, seleccionar y evaluar lo que, posteriormente, queremos comunicar (objetivo básico de este proceso).
- - El desarrollo de ese conocimiento, de esa captación del entorno, nos invita a aplicar lo aprendido en nuestra vida y a aplicar una inteligencia permanente y constante.

Frente a todo lo anterior, entonces es posible y casi inherente la evolución de cambios en la sociedad:

- • Cambios económicos.
- • Cambios valóricos.
- • Cambios en la sociedad.
- • Cambios tecnológicos.

Los sujetos de esa sociedad son los agentes del cambio y, como tales, deben estar capacitados y poseer habilidades; entonces es necesaria la reflexión: ¿existen políticas reales sobre la alfabetización digital?.

Ciertamente las hay, pero orientadas a la adhesión de las nuevas tecnologías, a la promoción y apoyo, al reforzamiento, a la interconexión, etc.; los recursos humanos quedan relegados como instrumentos que deben ser entrenados para un trabajo sistemático en el campo social (saber cómo usar la información y no saber para qué sirve).

Por lo tanto, es fundamental tener factores sociales que posean habilidades como reconocer que sí existen necesidades de información, que es posible aplicar el carácter crítico, que se puede evaluar y, lo más importante, el objetivo final de esta gran tarea, que se puede comunicar un nuevo conocimiento.

➔ UD3 - El proceso de búsqueda de la información:

Tipología de búsquedas

Parte de las horas que pasamos delante del ordenador buscando información se pueden ahorrar aprendiendo cómo obtenerla, y otra gran parte examinando y cribando datos completamente irrelevantes para nosotros.

Las herramientas más utilizadas en Internet se basan en el empleo de patrones de búsqueda. Casi nadie accede a bases de datos utilizando complicadas sesiones Telnet, normalmente se hace mediante sistemas de consulta más potentes y cómodos. La experiencia y habilidad para usarlos correctamente es mucho más importante si deseamos encontrar datos que nos sean útiles.

La crisis de la sobreinformación es bastante reciente y se debe a la incapacidad de una sola persona de retener ni siquiera una mínima parte de la información que le es útil. El problema se agrava cuando la información útil es a su vez una parte ínfima de toda la que recibe e inapreciable entre toda la que tiene a su disposición.

Con tanta información disponible lo que debemos saber es cuál nos interesa, dónde encontrarla, cómo obtenerla y la mejor manera de administrarla. Con la ayuda de los navegadores de WWW se facilitan las tareas de localización y obtención, pero saber qué es lo que hay, lo que nos interesa y cómo utilizarlo son cuestiones más complejas.

Hay varios métodos de afrontar el problema; lejos del “divagar” por la Red, que consiste en ir de enlace en enlace sin rumbo fijo, se puede intentar “navegar” utilizando guías, listas de recursos clasificados, recetarios, etc. con resultados muy diversos. Esto es probablemente lo que llevamos haciendo desde hace tiempo.

Una vez localizadas páginas que contienen referencias a aquellos ítems de mayor interés, es habitual que el usuario haga una lista de los mismos; de

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

hecho, con la mayoría de navegadores de Web, uno puede crearse una **lista de enlaces o marcadores** accesible directamente desde el visor e incluso generar páginas HTML, a partir de ella.

Para facilitar la tarea, cada día hay más sitios dedicados a la creación y mantenimiento de listas y directorios de recursos organizados según criterios geográficos o temáticos denominados generalmente “catálogos”. Pueden ser los puntos de partida ideales cuando buscamos información sobre un tema y queremos saber qué hay en la Red o buscamos algún servicio siguiendo criterios geográficos. A partir de las entradas del catálogo podemos ir descendiendo hasta encontrar lo que realmente nos interesa, simplemente siguiendo la estructura lógica que define el servicio.

De todos modos, el empleo de los catálogos deja de ser adecuado cuando lo que buscamos es más específico, ya que encontrarlo simplemente navegando puede resultar bastante difícil. Nos encontramos entonces con la necesidad de emplear herramientas para la búsqueda y selección de la información disponible en la Red. Estamos hablando de lo que hemos denominado “buscadores de información”.

Distinguiremos dos métodos de búsqueda en función de la manera de interactuar con las herramientas:

- **Métodos activos**, que serán controlados directamente por nosotros, como los sistemas de búsqueda por patrones relacionados con el tema que buscamos o el acceso a bases de datos y, si lo anterior no resulta, la interacción con otras personas, preguntando directamente a alguien que creamos capacitado para respondernos, ya sea mediante el correo electrónico o utilizando grupos de noticias o listas de distribución que tengan relación con aquello que buscamos.
- **Métodos pasivos**, que serán sistemas automatizados que localizarán la información que queramos a partir de una descripción de nuestro objetivo. Se trata de emplear agentes informáticas que puedan automatizar muchas de las tareas anteriores. Es decir, marcas tus intereses y el sistema se encarga de mantenerte informado únicamente de las novedades sobre esos temas que aparezcan en ciertas listas, grupos o páginas. También puedes optar por sistemas más completos que pueden realizar todo lo anterior y actuar sobre la información contenida en su máquina, funcionando como verdaderos gestores de información.

Búsquedas en la Web

Los sistemas de búsqueda más usados actualmente son los basados en páginas de hipertexto (servicio WWW) donde se introducen patrones o palabras clave a buscar. Estas páginas actúan como intermediarias entre el usuario y una base de datos almacenada en el servidor o accesible para éste. Algunos

sistemas restringen la búsqueda al espacio WEB, pero la mayoría permiten buscar cualquier tipo de recursos accesible mediante un URL.

Los sistemas de búsqueda deben indexar en una base de datos propia parte de toda la información para no tener que recorrer toda la Red cada vez que se consulta. Los algoritmos utilizados en los programas de búsqueda se basan en estructurar la información de manera que optimice las búsquedas. El resultado es que los sistemas son prácticamente instantáneos, aunque contengan millones de entradas.

En poco tiempo han aparecido un gran número de sistemas de búsqueda basados en el WEB, con una presentación y posibilidades cada día más atractivos. Los usuarios se percatan de su existencia por comentarios en la Red, en revistas o a partir de enlaces que aparecen en páginas muy visitadas. También ha contribuido mucho el hecho de que muchos navegadores permiten acceder directamente a algunos de ellos desde un submenú

Para incluir referencias a páginas personales, lo único que debes hacer es seguir las instrucciones que se suele indicar en algún lugar de las páginas de búsqueda (generalmente mediante formularios). Así puedes ir dándote de alta en aquellos sistemas que te parezcan más interesantes; el problema es que enviar un resumen de tus páginas a todos los buscadores se puede hacer pesado.

En los buscadores que ofrecen el servicio gratuitamente, la causa de sustento económico es la popularidad, que se traduce a efectos comerciales en "audiencia", lo que les permite incluir publicidad en sus páginas, y cómo no, cobrar por ello.

Cuando terminas una nueva página puedes enviar un mensaje anunciándolo a las listas de correo o anunciándolo en un grupo de *news* y también puedes introducir la referencia en algunos de los motores de búsqueda, como www.yahoo.com o www.ozu.com.

Motores de búsqueda geográfica

Es posible buscar información por aproximación geográfica. Este tipo de motor resulta útil si se busca un servicio en un país que aún no cuenta con un gran número de servidores Web. Este tipo de búsqueda se utiliza raramente salvo cuando se conoce con cierta exactitud el nombre del organismo buscado y especialmente su localización.

La interfaz muestra un mapa o lista de países y solicita la zona deseada. La búsqueda se realiza entonces por acercamiento progresivo, sobre mapas o sobre listas cada vez más refinadas (países, regiones, ciudades) hasta llegar a una compilación de los servicios disponibles.

Existe un gran número de este tipo de servicios que recogen geográficamente los recursos de la Web. Algunos están especializados en un continente mientras que otros son específicos de un país.

Motores de búsqueda temática

Son servicios que intentan recoger los recursos de la Web clasificados por temas. La búsqueda se hace a través de rúbricas cada vez más precisas, para llegar a una lista de sedes pertenecientes a una categoría lo más precisa posible.

El Servicio Google así como Yahoo son el ejemplo más clásico de motor de búsqueda temática. En su página de bienvenida ofrece varias opciones:

Por buscador (también llamado motor de búsqueda o search engine):

Es el método más usado y recomendado. Es una página web que nos permite encontrar otras páginas web a partir de palabras, estas palabras pueden ser: el nombre de la empresa que estamos buscando, una palabra que indique el tema que queremos buscar, el servicio buscado, etc. Los buscadores más conocidos son:

www.google.cat

www.yahoo.cat

Las páginas de inicio de estos dos buscadores son:

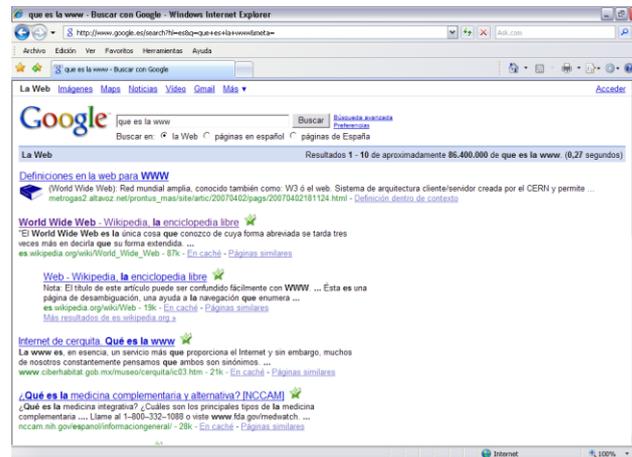


Este tipo de búsqueda es ideal para buscar información sobre un tema importante.

Una vez escritas las palabras en la casilla del tema buscado, se pulsa la tecla ENTER o bien el botón "Buscar con Google" o "Web". Como resultado, se nos mostrarán en el buscador muchas páginas que hablan de dicho tema. Cada página viene indicada con un título y una pequeña explicación, que nos puede dar una idea más concreta sobre lo que podemos encontrar en esa página sin necesidad de entrar a verla:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



En caso de que realmente nos interese ver toda la información de la página escogida, no tenemos más que pulsar sobre su título, y automáticamente el navegador nos llevará a la página web deseada. El tiempo que tarde depende en gran medida de lo saturada que esté la máquina que sirve esa página a Internet. Por ejemplo, si nos interesa el segundo enlace que hay en la lista anterior, le hacemos clic y veremos la nueva página con su dirección en la barra superior:

World Wide Web

El **WWW** (acrònim anglès de **World Wide Web**, *Teranyina d'abaix mundial*) o **web** és una xarxa de pàgines escrites en **hipertext** mitjançant el **llenguatge de marcatge HTML** i connectades entre si mitjançant vincles, de manera que formin un sol cos de coneixement pel qual s'hi pot navegar fàcilment. Per accedir-hi és indispensable un **navegador web**. Va ser creada per **Tim Berners-Lee** quan treballava al **CERN** de **Ginebra, Suïssa**. El mateix dirigeix el **W3C**, l'organisme encarregat de mantenir-ne el funcionament.

El web es basa en tres **estàndards** per funcionar: l'**Uniform Resource Locator (URL)**, que s'encarrega de donar una adreça única per tal de localitzar cada pàgina; l'**Hyper Text Transfer Protocol (HTTP)**, que especifica la manera com s'enviarà i es rebrà la informació entre el navegador i el servidor; i l'**Hyper-Text Markup Language (HTML)**, un mètode per especificar com s'ha de veure aquesta informació al navegador. Acompanyen a l'**HTML** el **CSS**, per definir aspectes de disseny. O el **JavaScript** per fer petites programacions dins la web. També s'ha posat de moda per jocs i webs amb molts efectes visuals, el **Flash** de Macromedia.

En català, quan es parla de "web" en masculí es fa referència al sistema web o bé a un **lloc web**, però quan es parla de "web" en femení es fa referència a només una de les **pàgines web** del sistema.

Taula de continguts [amaga]
1 Funcionament
2 Història
3 Publicar al web
4 Estadístiques
5 Cercar al web
6 Referències
7 Enllaços externs

Funcionament

La visualització d'una **pàgina web** normalment comença quan l'usuari introdueix una **URL** al **navegador web** o bé quan segueix un **hiper-enllaç** cap a aquella pàgina o recurs.

Aleshores la URL introduïda es tradueix a una **adreça IP** mitjançant **DNS**, una base de dades distribuïda globalment que conté les equivalències **domini**-adreça ip. Aquesta adreça IP és necessària per saber a quin **servidor** s'ha de dirigir la consulta. Després el navegador web envia la consulta al servidor **HTTP** concret i demanant per aquella pàgina en concret.

La típica plana web ens retorna un arxiu en format **HTML**. Aquest arxiu és interpretat immediatament pel navegador en un procés anomenat **parsing**. Aleshores, quan el navegador ja sap quins recursos necessitarà per mostrar la pàgina, torna a fer una consulta **HTTP** demanant les imatges i altres recursos que formen part de la pàgina (arxius css, javascript, applets java...). Finalment, la web és renderitzada segons ho especifiqui el document HTML, el CSS, i altres possibles llenguatges.

Por Palabras Clave:

Si queremos obtener información sobre el edificio "Empire State Building" de Nueva York, lo mejor es buscarlo mediante palabras clave poniendo precisamente estas palabras, Empire State Building, en el buscador.

Podemos hacer lo que hace todo el mundo: buscamos nuestro nombre en Internet. Introducimos en la casilla de búsqueda nuestro nombre. Si

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

especificamos demasiado, puede que no encontremos nada, pero si sólo ponemos un nombre y un apellido, seguramente encontremos páginas web donde aparezcan estos nombres, refiriéndose a personas que se llaman igual que nosotros, que pueden haber varias en el mundo.

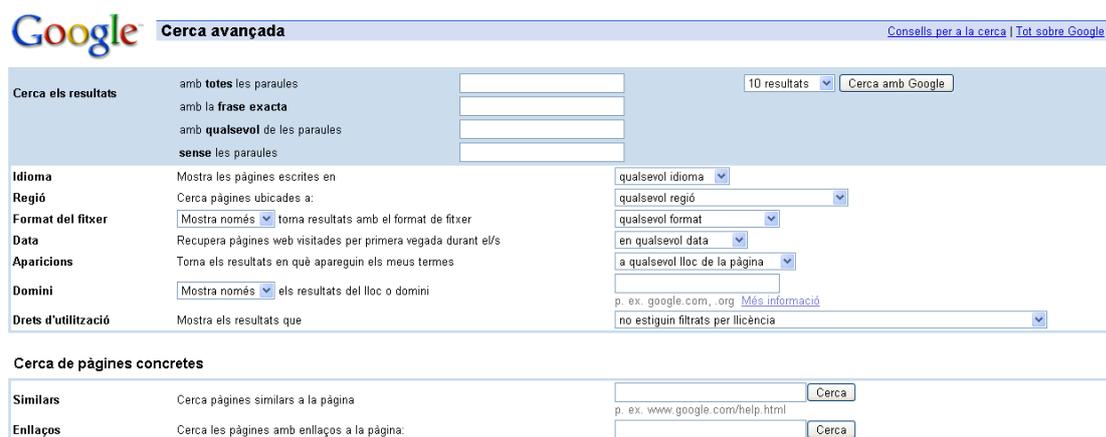
Los buscadores nos permiten concretar el tipo de búsqueda a realizar. Cuando buscamos algo con varias palabras clave, el buscador puede pensar que queremos las páginas web en las que aparezca alguna de esas palabras, o todas ellas en la misma página, o todas ellas en el mismo orden en que las hemos escrito, y seguidas una detrás de otra. Todo esto se puede especificar antes de realizar la búsqueda.



Es muy normal que Aundo. Los buscadores más usados los puedes ver en www.alexa.com/site/ds/top_500. Aquí también podrás ver las webs con más tráfico en España o cualquier otro país.

Búsqueda avanzada

Para obtener una búsqueda mucho más precisa podemos usar la opción de búsqueda avanzada de Google, que se encuentra en la parte derecha de la casilla de búsqueda:



©2009 Google

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Además de permitirte introducir los términos de tu búsqueda en el campo de búsqueda, Google ofrece un sinfín de opciones. Gracias a la Búsqueda avanzada, podrás buscar exclusivamente páginas que:

- ➔ contengan TODOS los términos de la búsqueda,
- ➔ contengan la frase exacta de la consulta,
- ➔ contengan al menos uno de los términos de la consulta,
- ➔ NO contengan ninguno de los términos de la consulta,
- ➔ estén redactadas en un idioma determinado,
- ➔ se hayan creado en un formato de archivo específico,
- ➔ se hayan actualizado en un periodo de tiempo determinado,
- ➔ pertenezcan a un dominio o sitio web en particular,
- ➔ no contengan material para adultos.

Búsqueda de archivos

Muchos sitios de Internet guardan un montón de archivos que no son accesibles a través de páginas web. La característica que tienen estos archivos es que se muestran en el navegador con la siguiente forma:



Name	Last modified	Size	Description
Parent Directory		-	
(V)Silvestre Dangond...>	16-Jul-2008 21:50	5.4M	
(V)Silvestre Dangond...>	16-Jul-2008 22:16	9.4M	
(V)Silvestre Dangond...>	16-Jul-2008 21:50	4.8M	
(V)Silvestre Dangond...>	16-Jul-2008 22:11	4.4M	
(V)Silvestre dangond...>	16-Jul-2008 21:56	6.8M	
01 - Las mujeres hay...>	27-Oct-2006 10:14	4.5M	
01. Me va tocar Olvi...>	11-Sep-2008 16:18	227K	
01 Caso cerrado- pil...>	21-Apr-2007 21:24	10M	
01 ENAMORADO DE TI.mp3	21-Oct-2006 19:33	6.3M	
01El Mosaico del Aqi...>	11-Jan-2008 14:51	4.4M	
01 Lo mas lindo que ...>	18-Apr-2008 18:14	3.9M	
01 POR QUE TE AMO (...>	30-May-2007 21:10	4.2M	
01Serealizaronmissue...>	02-Feb-2007 05:47	1.8M	
01 UN NOVIO COMO YO.mp3	31-May-2007 22:56	5.1M	
01 No Me Atrevo.mp3	03-Feb-2007 18:03	5.8M	
01 te pinto en mis s...>	11-Jun-2007 00:31	496K	
02 A mi me gusta la ...>	18-Apr-2008 18:10	4.5M	
02Larumbera-KillySan...>	27-Jan-2007 18:39	3.4M	
03 Me gusta, me gust...>	13-Jun-2008 19:50	5.8M	
04. Diferentes a Tod...>	11-Sep-2008 16:18	0	
05. Si estuvieras Aq...>	11-Sep-2008 16:18	32K	
05 Caja de Ilusiones...>	18-Apr-2008 18:03	3.3M	
05 Huele a Caribe.mp3	08-Nov-2007 05:34	3.9M	
06 6. EL MISTERIOSO.mp3	11-May-2007 01:57	4.3M	
08. No te Vallas - M...>	11-Sep-2008 16:18	32K	
08 El dueño del circ...>	24-Sep-2007 18:12	3.4M	
09 - Pendiente de Ti...>	11-Nov-2007 16:05	5.8M	
10 - El amor de mí Vi...>	11-Sep-2008 16:18	420K	

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Fijaos que en la parte superior aparece la frase “*Index of*”; lo que hay que hacer es usar una búsqueda en Google que busque la frase “*Index of*” seguida de los tipos de archivos que queremos, separados por una pipa (|), que se obtiene pulsando las teclas ALT GR + 1; por ejemplo, una búsqueda de canciones en formato mp3 o vídeos mp4 y .avi de archivos sin página web sería: “*Index of* mp3|mp4|avi”:



O bien una búsqueda de documentos Word (.doc), PDFs (.pdf) o PowerPoints (.ppt), que traten de la enfermedad celíaca: “*index of*” pdf|doc|ppt “*enfermedad celiaca*”:



En la mayoría de los casos suelen aparecer páginas web que en realidad son una lista de archivos.

Entonces basta con elegir un archivo y hacer clic en el archivo para reproducirlo. Si no se reproduce o no se descarga, entonces conviene ir a la *home* de la página web; para ello, borrar la dirección de la barra de direcciones del navegador para dejar solamente el nombre del dominio:

Buscador de buscadores

Hay tantos buscadores, que se ha creado un buscador de buscadores en www.buscopio.net.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Buscadores semánticos

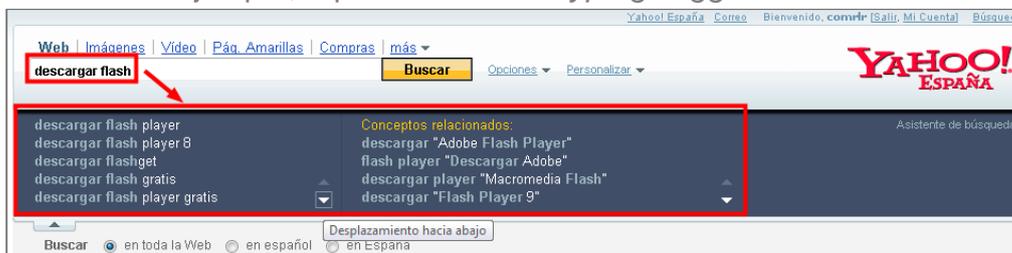
Hay también buscadores a los que les puedes hacer preguntas, llamados buscadores semánticos, que en vez de que tú escribas unas palabras clave, les haces preguntas como si fuesen un persona, como www.ask.es, demos.bitext.com y muchos más. En inglés, www.hakia.com o www.lexxe.com.

Buscador de búsquedas

¿Qué es lo que la gente busca por Internet y qué respuestas han obtenido? Míralo en www.answers.com.

Buscador con typing suggestions

A medida que buscas, te sugiere palabras de búsqueda: www.cuil.com. Además tabula los resultados. Yahoo también tiene *typing suggestions* basadas en las búsquedas de otros usuarios. Esta característica es configurable y se puede desactivar. Por ejemplo, aquí tenemos las *typing suggestions* de Yahoo:



Bloqueo de webs peligrosas

Los buscadores suelen bloquear las webs que se sabe que son peligrosas, pues pueden descargar virus, spyware, adware, troyanos y otros. Por ejemplo, esta es una página bloqueada en Yahoo:



Motores de búsqueda por palabras clave

El servicio indexa previamente un cierto número de páginas de la Web de todo el planeta. Esta indexación se efectúa por texto completo y todas las palabras

de todas las páginas referenciadas se convierten en entradas del índice, potencialmente objeto de la búsqueda.

La indexación previa de las páginas puede hacerse de dos formas distintas:

- **Declaración voluntaria del responsable de la sede Web** remota que indica al motor de búsqueda, rellenando un formulario, la existencia de un servicio. El motor indexa entonces todas las páginas del servicio así referenciado.
- **Robots que recorren de modo automático la Web y sus páginas de información.** Estos robots parten de un cierto número de páginas básicas y persiguen todos los enlaces de hipertexto en cada una de las páginas encontradas.
 - Cada página encontrada se indexa seguidamente por texto completo. Cada indexación de página provoca una captura de las informaciones presentes en ellas y un almacenamiento del archivo obtenido en los discos duros del motor de búsqueda.
 - Este servicio evita la declaración previa de un servicio, desde el momento en que un enlace de hipertexto apunta hacia él en cualquier parte del mundo. Sólo indexan información encontrada en las páginas HTML y no tiene en cuenta la información contenida en las bases de datos específicas de los organismos presentes en la Web, accesibles mediante formularios.
- **Generación del catálogo a mano:** no es realmente así; algunos de los buscadores trabajan sobre catálogos que son gestionados por una o varias personas. En este caso, el índice se genera a partir de entradas realizadas a mano, de modo que el que introduce una referencia puede indicar qué palabras se deben indexar.

Visión general de la tecnología de indexación

Google es la única empresa dedicada a desarrollar el "motor de búsqueda perfecto", definido por su cofundador, Larry Page, como algo que "comprende exactamente lo que el usuario quiere decir y le entrega exactamente lo que está buscando". Con ese fin en mente, Google insiste en continuar innovando y se niega a aceptar las limitaciones de los modelos existentes. Por ello, desarrolló su propia infraestructura de servidores y la avanzada tecnología PageRank™, que cambió la manera de llevar a cabo las búsquedas.

Desde el principio, los programadores de Google reconocieron que, para proporcionar los resultados más rápidos y precisos, era necesaria una nueva configuración de servidores. A diferencia de la mayoría de los motores de búsqueda que emplean un grupo de servidores grandes que suelen ralentizarse cuando procesan picos de carga, Google utiliza equipos conectados para encontrar rápidamente la respuesta a cada consulta. Esa innovación permitió lograr tiempos de respuesta más veloces, mayor escalabilidad y menores costes. Es una idea que otros han copiado desde entonces, mientras que

Google sigue puliendo su tecnología interna para hacerla cada vez más eficiente.

El *software* integrado en la tecnología de búsqueda de Google realiza una serie de cálculos simultáneos en tan sólo una fracción de segundo. Los motores de búsqueda tradicionales se basan, en gran parte, en la frecuencia con que una palabra aparece en una página web. Google, en cambio, emplea la tecnología PageRank™ para examinar toda la estructura de vínculos de la web y determinar qué páginas son las más importantes. A continuación, realiza un análisis de concordancia de hipertextos para establecer qué páginas son relevantes para la búsqueda específica que se esté procesando. Al combinar la importancia general con la relevancia específica respecto a una consulta en particular, Google puede colocar los resultados más relevantes y fiables en primer lugar.

Tecnología PageRank: PageRank realiza una medición objetiva de la importancia que tienen las páginas web. Para ello, resuelve una ecuación que contiene 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 Página B como un voto que recibe la Página B de parte de la Página A. PageRank evalúa, de esa manera, la importancia que tiene una página determinada al contar la cantidad de votos que recibe.

PageRank también considera la importancia de cada página que emite un voto, dado que a los votos procedentes de determinadas páginas se les otorga un valor mayor, incrementando así el valor de la página vinculada. Las páginas importantes reciben una valoración de PageRank más alta y aparecen en la parte superior de los resultados de búsqueda. La tecnología de Google emplea la inteligencia colectiva de la Web para determinar la importancia de una página. Los resultados se obtienen sin ningún tipo de participación humana; por este motivo, los usuarios han llegado a confiar en Google como fuente de información objetiva, libre de la manipulación que se genera cuando los sitios pagan por ocupar determinada posición en los resultados.

Análisis de concordancia de hipertextos: el motor de búsqueda de Google también analiza el contenido de cada página. Sin embargo, en lugar de explorar simplemente el texto de la página (que los editores de sitios pueden manipular mediante metaetiquetas), la tecnología de Google analiza todo el contenido de una página y tiene en cuenta también las fuentes, las subdivisiones y la ubicación precisa de cada palabra. Asimismo, Google analiza el contenido de páginas web vecinas para garantizar que los resultados encontrados son los más relevantes para la consulta del usuario.

Las innovaciones de Google no se limitan al escritorio. Para que los usuarios que acceden a la web a través de dispositivos portátiles puedan obtener resultados de búsqueda rápidos y precisos, Google desarrolló también la primera tecnología de búsqueda inalámbrica que traduce al momento el código HTML a formatos optimizados para WAP, i-mode, J-SKY y EZWeb. Actualmente, Google provee su tecnología inalámbrica a diferentes líderes del

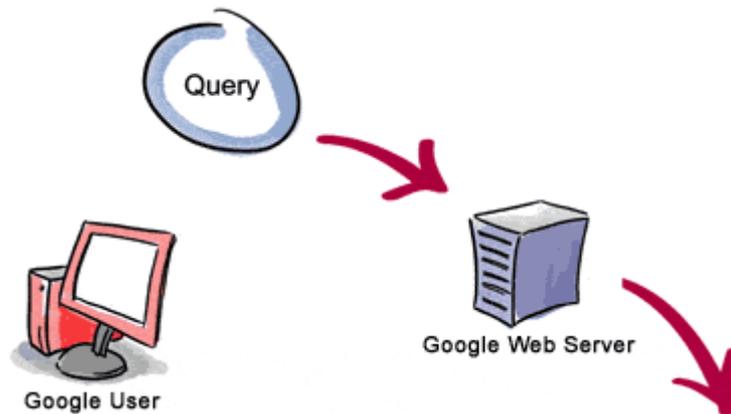
➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

mercado, por ejemplo, a AT & T Wireless, Sprint PCS, Nextel, Palm, Handspring y Vodafone, entre otros.

La vida de una consulta de Google

Una consulta de Google suele durar menos de medio segundo y, sin embargo, implica toda una serie de pasos que se deben completar antes de que la persona que está buscando información pueda ver los resultados.



3. El usuario recibe los resultados de su búsqueda en una fracción de segundo.

1. El servidor web envía la consulta a los servidores de indexación. El contenido que se encuentra en los servidores de indexación es similar al índice de un libro: indica qué páginas contienen las palabras que coinciden con la consulta.

2. La consulta viaja hasta los servidores de documentos, en los cuales se recuperan los documentos almacenados. Se generan fragmentos para describir cada resultado de búsqueda.



Simple Search o búsqueda simple:

- ➔ Search: permite efectuar búsquedas en páginas web o en Usenet.
- ➔ Display The Results: da la opción de obtener los resultados de las búsquedas bajo distintos aspectos más o menos detallados.
- ➔ Formato de palabras clave:
 - Si se escribe en minúscula, busca texto en mayúsculas y minúsculas en cualquier posición.
 - Si escribe alguna letra en mayúsculas, busca la ocurrencia exacta.
 - Los acentos siguen las mismas reglas que en los casos anteriores.
 - Permite comodines con restricciones: detrás de la tercera letra, sustituye de cero a cinco letras, sólo minúsculas, las mayúsculas y cifras no se tienen en cuenta.
 - Búsqueda de palabras adyacentes separadas por “;” o con comillas separadas por espacio.
 - Signo + para AND y signo - para O.
 - Pueden combinarse todas las posibilidades anteriores.

Búsquedas específicas:

- ➔ Búsqueda por un enlace hipertexto, anchor:page.
- ➔ Búsqueda de applet Java, applet:javaclass10.
- ➔ Búsqueda en el nombre del servidor, host: nombre.org.
- ➔ Búsqueda de una imagen, image: logonodo50.gif.
- ➔ Búsqueda en el URL de un enlace, link:nodo50.org.
- ➔ Búsqueda únicamente en el texto, text:nodo50.
- ➔ Búsqueda por un título de página, title:homepage.
- ➔ Búsqueda en el interior de un URL, url:tintin.html.

Búsqueda de direcciones de correo

Los principales servicios de búsqueda de direcciones de correo son:

- ➔ WHOWHERE: www.whowhere.com o spanish.whowhere.com
- ➔ FOUR11 DIRECTORY SERVICES: www.four11.com
- ➔ INTERNET ADDRESS FINDER: www.iaf.net

Búsqueda de listas de distribución

El principio de las listas de distribución se basa en la mensajería electrónica, pero la diferencia principal es que no se envía un mensaje a una persona sino a una lista de distribución, que representa un grupo de usuarios que se han abonado previamente.

Cuando alguien dirige un mensaje a una lista, la información se distribuye a todos los abonados de ésta, que pueden ser miles. Usted mismo recibirá en su buzón todos los mensajes enviados a una lista a la que se haya abonado.

Estas listas de mensajería están normalmente relacionadas con un tema concreto. Todo ámbito de reflexión es susceptible de ser objeto de una lista. Cualquier persona puede implementar una de estas listas sin ninguna restricción, contrariamente a los foros de discusión.

Una lista de distribución tiene dos direcciones de correo: una dirección administrativa, que sirve para abonos, bajas, etc., y una dirección para las propias discusiones. Para abonarse a una lista envíe un mensaje de este tipo: "subscribe lista apellido nombre", donde lista es el nombre de la lista a la que desea abonarse.

Búsqueda de servidores FTP

Los programas de FTP permiten acceder a distancia a ordenadores llamados servidores FTP, que ponen a disposición de la comunidad documentos o aplicaciones para su descarga. FTP permite conectarse a estos servidores mediante un *login* anónimo. Permite realizar transferencias desde el servidor remoto al disco local, y en algunas ocasiones en sentido inverso. Pero esto no es normal sobre todo por medidas de seguridad.

Búsqueda de foros de discusión

Los *News* o Foros de discusión se encuentran a menudo en paralelo con las listas de distribución. Los dos procedimientos permiten el intercambio de información entre personas, en el interior de comunidades interesadas por un mismo tema de reflexión más o menos amplio.

Las listas de distribución se basan en el correo electrónico, mientras que los foros de discusión se basan en una red específica llamada Usenet.

En las listas de distribución los mensajes se almacenan en las máquinas de los abonados y son éstos los que deciden cuándo borrarlos. En los foros los mensajes se archivan en los servidores y se borrarán cuando el servidor lo crea necesario. Hay que tener en cuenta que varias veces al día todos los servidores se intercambian los mensajes para estar al día. Cada propietario de servidores de *News* decide cuáles son los temas y, por tanto, los grupos que difundirá. Hay aproximadamente unos 22.000 en todo el mundo.

Para obtener informaciones sobre el servicio *News*, por ejemplo: <http://groups.google.com/> o <http://groups.yahoo.com/>

Metodología de búsqueda

No toméis nunca una información encontrada en Internet al pie de la letra. La información que se encuentra es mayoritariamente gratuita y por ello tiene sus ventajas e inconvenientes. No existe un estándar en la definición de un documento en Internet: autor, fecha de creación, tamaño, fecha de actualización, et., todos estos datos son difíciles de encontrar si el creador de la información no los proporciona.

Traducción de la consulta al lenguaje documental

Para explicar este punto os pedimos que os descarguéis el siguiente pdf (lenguaje_documental.pdf)

Ejecución de la estrategia de busca

Valoración de los resultados

Sabemos que si un buscador es más eficaz que otro tiene que tener unos resultados de búsqueda tan depurados que el visitante logre encontrar aquello que busca en el menor tiempo posible; esto quiere decir en las primeras páginas de resultados.

Leyendo un interesante artículo de [Bill Slawski en su Blog \(http://www.seobythesea.com/\)](http://www.seobythesea.com/), podemos aprender algo más acerca de los planteamientos futuros de buscadores en relación con una patente que ha adquirido Google y que combina novedosas técnicas para encontrar contenido duplicado y filtrarlo convenientemente.

No es la primera vez que abordamos este tema y las incógnitas que nos suscita. Saber discernir el contenido duplicado en la Red pasa por encontrar su autoría, conocer lo que el autor propone hacer con sus derechos, otorgarles la importancia por encima de copias piratas y no permitidas, etc. En el caso de informaciones comerciales, fichas de productos, catálogos, etc., hasta el momento parece que se valoraba la fecha de expansión en buscadores y su autoría. Sí sabemos que no sirve de nada posicionar un producto los primeros si luego no reunimos otros privilegios para el buscador que nos ayude a mantenernos en un posicionamiento óptimo. Vamos a quedar relegados en los resultados de búsqueda rápidamente por debajo de nuestros competidores.

Tratamiento de documentos cercanos a la duplicidad

El buscador deberá discernir y tratar la información cuidadosamente en función del análisis que haga de la misma, teniendo en cuenta factores como la originalidad, tipo de copia y los derechos de autor.

- ➔ Nos encontramos con el mismo texto publicado en diferentes soportes (HTML, pdf, doc, xls, texto plano...) o en soportes para impresión o enfocados a teléfonos móviles.
- ➔ Compartir noticias y artículos en fuentes RSS publicadas en Blogs y otro tipo de webs.
- ➔ Utilización de páginas “espejo” con fines transparentes, como intentar evitar demoras de carga de webs o facilitar el uso en condiciones adversas.
- ➔ Detección de páginas que han violado los derechos de autor.
- ➔ Publicación del mismo contenido repetidamente en el mismo sitio web.

Los recientes esfuerzos de Google para combatir el contenido duplicado

El año pasado, algunos empleados de Google hicieron un buen trabajo relacionado con el tema de conjuntos de procesos para la detección de duplicados y formas de valorarlos. [Detección de Proximidad para la web duplicados Rastreo](#) (pdf).

En el mencionado documento, uno de los procesos descritos en detalle fue desarrollado por Moses Charikar, un profesor de Princeton que trabajó para Google en el pasado y que fue el inventor de una patente comprada por Google el pasado año en la que se hace referencia a una serie de métodos en relación con el tema de la duplicidad de contenidos.

- Encontrar archivos similares en una gran Red.
- Huellas digitales en documentos.
- Copiar mecanismos de detección de documentos digitales.
- Agrupación sintáctica en la Web.
- Similitud de técnicas de estimación de redondeos en algoritmos.
- Similitud con el sistema de búsqueda de estructuras de datos compactos.
- Métodos par la identificación de documentos versionados y plagiados.

La conclusión de estos estudios ha sido que ninguno de los algoritmos está funcionando perfectamente para ayudar a encontrar duplicidad de pares en el mismo sitio web, pero sí logra una alta precisión y acerca lo que podría incorporarse a las nuevas técnicas de Google en su continua mejora en su buscador.

Como conclusión, [Bill Slawski](#) apunta que el proceso descrito en esta nueva patente no introduce un nuevo método de identificación de contenido duplicado, pero sí aporta un nuevo enfoque en cuanto a sus métodos de detección. ¿Quién sabe si estas técnicas se utilizarán definitivamente por los ingenieros de Google para aportar más transparencia al buscador?

→ UD 4 - Herramientas de búsqueda de información

Los motores de búsqueda

Los motores de búsqueda surgieron como consecuencia de la gran cantidad de información que ofrece Internet y la falta de catalogación de la misma. La solución que ofrecen es parcial. En realidad no buscan en Internet, sino que son bases de datos de páginas accesibles a través de Internet que han sido recogidas por un programa (el robot), y que son indizadas a partir de algunos datos de estos archivos (título, encabezamientos, texto completo, tamaño, dirección). No suele haber criterio de selección para la adición de nuevas páginas a la base de datos de los motores. Como resultado, las bases de datos

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

contienen información de muy diversa calidad. Además, se debe tener en cuenta que las bases de datos de cada motor de búsqueda no son coincidentes. Los motores de búsqueda nos permiten introducir en su entorno de búsqueda un perfil, habitualmente con la utilización de [operadores booleanos](#). El resultado que obtenemos tras la búsqueda es una o varias páginas con enlaces a los documentos que cumplen el perfil de búsqueda especificado. Cada enlace cuenta con información variada según el motor (título, resumen o algunas líneas de texto, tamaño, fecha de la última actualización, porcentaje de adecuación con respecto a la petición, etc.)



Siempre que sea posible hay que utilizar las posibilidades de búsqueda avanzada que ofrecen los motores de búsqueda. Es necesario saber manejarlas bien. Se debe evitar que el proceso de búsqueda dé como resultado una frustrante lista de miles de páginas que apenas tienen que ver con nuestra necesidad de información. Para ello se recomienda leer detenidamente las ayudas de los motores de búsqueda.

Existen [cientos de motores de búsqueda](#) con los que se puede conectar.



Nos vamos a ocupar, de manera muy somera, de los más importantes:

Altavista es una buena opción de inicio. Fue en otro tiempo el motor más usado y todavía es una opción a considerar si lo que se quiere buscar es muy específico.

Google es un motor de búsqueda de muy fácil manejo, recomendado cuando se quiere hacer una primera búsqueda sobre un tema sobre el que no se conoce demasiado. Se distingue por su sistema de ordenar las respuestas, basado en las veces que las páginas web encontradas son enlazadas por páginas de calidad contrastada, junto con factores como la proximidad en el documento de las palabras clave o de las frases introducidas como palabras clave. Es uno de los motores de [segunda generación](#) que persiguen mejorar y hacer más pertinente el modo de presentar los resultados al usuario. Para muchos es hoy día el mejor motor existente, además de ser el más grande.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Otras características que lo hacen recomendable es sus 'búsquedas difusas', que permiten buscar sinónimos, definiciones, páginas similares y relacionadas, etc. Además posee motores específicos como el académico [Scholar Google](#), o el motor de búsqueda en libros [Print Google](#). En la misma línea de ofrecer motores específicos, ha surgido dentro de la gama de productos de [Windows Live Search](#), [Academic Live Search](#).

Alltheweb es hoy en día uno de los motores de búsqueda generalista más grande, con centenares de millones de páginas web en su base de datos. También es de los más rápidos. Es además fácil de usar, aunque ofrece capacidades de búsqueda sofisticada limitadas. Es por ello adecuado cuando se quiere buscar sobre un tema sobre el que no se conoce demasiado.

Ask.com es un motor de búsqueda más pequeño que otros en cuanto a número de páginas. Su sencillez y su capacidad de priorizar los resultados, en función de la especificidad de lo buscado y la popularidad dentro de la misma materia, hacen de este motor de búsqueda una opción interesante.

Como ya hemos señalado con anterioridad, las fronteras entre motores de búsqueda y directorios están muy difuminadas. Con frecuencia los motores de búsqueda presentan clasificaciones temáticas de los recursos que controlan en sus bases de datos, e incluso, a la hora de presentar los resultados de la búsqueda, combinan lo que han obtenido en su base de datos con recursos de directorios.

Hay muchas formas de buscar en cualquier buscador, simplemente poniendo una palabra te aparecen los resultados. Pero, cuando necesitas algo mucho más concreto ¿qué haces?

Búsqueda básica

Para ingresar una consulta en **Google**, simplemente debe escribir algunas palabras descriptivas y presionar la tecla "Intro" (o hacer clic en el botón de búsqueda en **Google**) para ver la lista de resultados relevantes.

Google usa sofisticadas técnicas de búsqueda de texto que encuentran páginas que son importantes y relevantes para su búsqueda. Por ejemplo, cuando **Google** analiza una página, comprueba el contenido de las páginas vinculadas con esa página. **Google** también prefiere las páginas en las que los términos buscados están cerca unos de otros.

Buscar: [coches](#)

Búsqueda por categorías

El [directorio Google](#) proporciona un método extremadamente útil que permite acotar la búsqueda basándose en un tema determinado. Por ejemplo, si busca

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

"[saturno](#)" en la categoría [Ciencia > Astronomía](#) del directorio **Google**, encontrará páginas solamente acerca del planeta Saturno. No muestra páginas del coche Saturno, del sistema de juegos Saturno ni de cualquier otro significado del término.

Buscar dentro de una categoría de interés permite rápidamente acotar la búsqueda a las páginas que son relevantes para el usuario.

Consultas automáticas que incluyen "and"

Google sólo le muestra aquellas páginas que incluyen todos los términos de la búsqueda. No es necesario incluir "and" entre sus términos. Para acotar la búsqueda un poco más, agregue más términos.

Buscar: [coches AND motos](#)

Buscar: [coches motos](#)

Palabras vacías

Google ignora las palabras y caracteres comunes, conocidos como 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 de forma significativa.

Use el signo "+" para incluir términos superfluos en su búsqueda. Asegúrese de incluir un espacio antes del signo "+".

Buscar: [googlemania +com](#)

Buscar: [googlemania com](#)

Vea sus términos de búsqueda en contexto

Cada resultado de búsqueda **Google** contiene uno o más fragmentos de la página web que le muestra cómo sus términos se usan en el contexto de esa página.

Si buscamos "coches", aparecerían resultados como: Volver al Inicio de **Coches. Coches** Nuevos.

Búsquedas parciales

Para proporcionarle los resultados más exactos, **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 tiene dudas, pruebe varias formas distintas: "calle" y "calles", por ejemplo.

Buscar: [calle](#)

Buscar: [calle*](#)

¿Importan los acentos y las mayúsculas?

Las búsquedas **Google** no distinguen entre mayúsculas y minúsculas. Todas las letras, independientemente de cómo estén escritas, se consideran minúsculas.

Buscar: [google](#)

Buscar: [GoOgLe](#)

Buscar: [GOOGLE](#)

Las búsquedas **Google** en español en forma predeterminada no distinguen los acentos diacríticos, la diéresis ni la letra eñe.

Buscar: [Martín](#)

Buscar: [Martin](#)

Si desea distinguir estas dos palabras, use el signo +.

Buscar: [caña](#)

Buscar: [+caña](#)

Consejos generales

Puesto que **Google** sólo encuentra las páginas web que contienen todas las palabras de la consulta, para acotar la búsqueda basta con agregar más palabras a los términos de búsqueda que ya ha ingresado. Al agregar más palabras, los resultados contendrán un subconjunto específico de las páginas devueltas por la consulta inicial que era "demasiado amplia".

Exclusión de palabras

Puede excluir una palabra de la búsqueda colocando un signo menos ("-") inmediatamente antes del término que quiere excluir. (Asegúrese de dejar un espacio antes del signo menos.)

Buscar: [radio online](#)

Buscar: [radio -online](#)

Búsqueda de frases

Google permite buscar frases agregando comillas. Las palabras entre comillas dobles ("como esto") aparecerán juntas en todos los documentos encontrados (a menos que sean palabras superfluas, palabras especiales que requieren un signo "+"). La búsqueda de frases mediante comillas es útil para buscar dichos populares o nombres específicos.

Ciertos caracteres sirven como conectores de frases. **Google** reconoce guiones, barras oblicuas, puntos, signos igual y apóstrofes como conectores de frases.

Buscar: [Puerta de Alcalá](#)

Buscar: ["Puerta de Alcalá"](#)

Restricción de dominio

Algunas palabras, cuando se anexan con dos puntos, tienen un significado especial para **Google**. Una de esas palabras es el operador "site:". Para buscar en un sitio o dominio específico, use la sintaxis "site:ejemplodedominio.com" en la casilla de búsqueda **Google**.

Por ejemplo, para encontrar información de artículos en el sitio **Google**, ingrese:

Buscar: [artículos site:www.google.com](#)

Búsquedas múltiples

Google permite realizar búsquedas en las que podemos encontrar una determinada palabra u otra. Para ello usaremos "OR" ó "|".

Por ejemplo, para buscar páginas en las que aparezca 'tienda' y 'bolígrafos', o bien 'tienda' y 'lápices'.

Buscar: [tienda \(bolígrafos OR lápices\)](#)

Buscar: [tienda \(bolígrafos | lápices\)](#)

Uso de comodines

Si buscamos una Frase Exacta, pero queremos incluir palabras entre nuestra búsqueda, **Google** permite el uso de unos comodines.

Por ejemplo, si buscamos frases tipo "los tres días", "los tristes días", "los tristes oscuros días"...

Buscar: ["los * días"](#)

Buscar: ["los * * días"](#)

Los directorios:

Un directorio web es un tipo de sitio web que contiene un directorio organizado de enlaces a otros sitios web, con una estructura de categorías y subcategorías. Habitualmente, los directorios web permiten a los *webmasters* o creadores de sitios web que informen de su sitio para que sea incluido, y después los editores autorizados revisan esas solicitudes antes de incluir sus enlaces para comprobar que se adecuan a los requisitos de aceptación determinados por el directorio web.

Entre los directorios web más conocidos, se encuentran el directorio web de Yahoo!, isearch y el Open Directory Project (también conocido como DMOZ).

The screenshot shows the DMOZ website header with the logo and text "open directory project" and "In partnership with AOL search". Below the header is a search bar with a "Search" button and a link to "advanced" search. The main content area is a grid of category links, each with a sub-link list: Arts (Movies, Television, Music...), Business (Jobs, Real Estate, Investing...), Computers (Internet, Software, Hardware...), Games (Video Games, RPGs, Gambling...), Health (Fitness, Medicine, Alternative...), Home (Family, Consumers, Cooking...), Kids and Teens (Arts, School Time, Teen Life...), News (Media, Newspapers, Weather...), Recreation (Travel, Food, Outdoors, Humor...), Reference (Maps, Education, Libraries...), Regional (US, Canada, UK, Europe...), Science (Biology, Psychology, Physics...), Shopping (Clothing, Food, Gifts...), Society (People, Religion, Issues...), Sports (Baseball, Soccer, Basketball...), and World (Català, Dansk, Deutsch, Español, Français, Italiano, 日本語, Nederlands, Polski, Pyccкий, Svenska...). At the bottom, there is a "Become an Editor" button with the text "Help build the largest human-edited directory of the web" and a green lizard logo. The footer shows "Copyright © 1998-2009 Netscape" and "4,603,789 sites - 82,183 editors - over 590,000 categories".

Los directorios web regionales integran en un mismo sitio a comercios o participantes de determinado sector, creando de esta manera una comunidad cerrada que facilita la navegación, localización y mercadeo. Estos directorios promueven el crecimiento económico del sector al que están enfocados, puesto que ponen al alcance del usuario la posibilidad de descubrir proveedores que desconocía y con esto pueden resolver una necesidad de compra.

Directorios especializados

Para catalogar al menos parte de Internet diversas empresas, organizaciones, bibliotecas, universidades e incluso grupos de voluntarios crean directorios y guías de materias. La entidad que realiza el directorio es la que escoge los recursos y los clasifica o, en otras ocasiones, se limita a clasificar e introducir en su base de datos todos los recursos que les envían los autores. Estos directorios están organizados por grandes áreas temáticas, que se van subdividiendo en campos más restringidos. Consisten en listas de enlaces a recursos de Internet relacionados con cada una de las materias. Los principales directorios de materias disponibles en Internet tienden a tener bases de datos parcialmente coincidentes pero diferentes. Hoy en día, la mayoría de directorios también proporcionan la posibilidad de buscar en la base de datos aquello que interesa mediante un pequeño motor de búsqueda.



Los directorios de materias suelen ser valiosos porque dan acceso a un pequeño conjunto de buenos recursos escogidos. Pero a la vez, con frecuencia resulta difícil encontrar lo que se busca y es complicado saber bajo qué categoría ha sido clasificado el recurso que buscamos.



Veamos algunos de ellos:

- Algunas bibliotecas universitarias tienen selecciones de recursos sobre las titulaciones que imparten, que resultan verdaderos directorios de materias. Véanse por ejemplo los casos de la [Universitat de Barcelona](#).
- [Librarians' Index to the Internet](#). Más de 8.000 recursos compilados y anotados por bibliotecarios públicos. Ofrece la posibilidad de buscar recursos sobre Internet sobre muy variados temas, que han sido cuidadosamente escogidos y anotados.

Hoy en día, las fronteras entre los directorios de materias y los motores de búsqueda tienden a borrarse. Como hemos señalado, muchos directorios presentan motores de búsqueda que permiten buscar en su propia base de datos. Y muchos portales comerciales unifican en su oferta directorios y motores de búsqueda. La consulta de estos últimos no resulta nada recomendable para la búsqueda de información académica.

Los metabuscadores:

Para evitar los problemas que suponen las diversas características de los diferentes motores de búsqueda y las diferencias entre sus bases de datos de páginas web, surgieron los Metabuscadores de búsqueda, que permiten buscar en varias herramientas de búsqueda al la vez y obtener una página con un compilación de los resultados.



Los metabuscadores permiten realizar una primera aproximación a lo que puede haber en Internet sobre el tema que nos interesa. Sólo buscan en parte de las bases de datos de los motores de búsqueda que exploran y no permiten especificar demasiados argumentos de búsqueda.



Algunos de los metabuscadores que podemos consultar son:

- · **Ixquick**: busca en la mayoría de los motores de búsqueda y directorios más importantes, traduciendo la búsqueda que introduce el usuario a la sintaxis propia de cada motor. Sólo muestra en los resultados aquellas páginas que están entre las diez primeras de las bases de datos consultadas. Permite opciones de búsqueda complejas. Resulta una buena opción de inicio cuando se quiere buscar algo que no se conoce demasiado bien.
- · **SurfWax** es un motor de búsqueda que permite echar un vistazo al contenido de las páginas que aparecen en las páginas de resultados y escoger palabras de ellas que permiten focalizar la búsqueda.
- · **Clusty** busca en un serie de motores de búsqueda gratuitos, pero no en Google ni en Yahoo. Permite búsqueda compleja con operadores booleanos y limitadores. Muestra los resultados agrupados en temas.
- · **MetaCrawler** realiza búsqueda en los motores más importantes – se puede elegir en cuáles–. Permite la búsqueda compleja.

Existe una tendencia a que los metabuscadores de búsqueda se transformen en portales, en la misma línea de polivalencia que las herramientas de búsqueda que existen en el conjunto de Internet.

Agentes de búsqueda:

La aparición de una serie de agentes que puedan consultar y recuperar la información por nosotros es atractiva a la vez que sorprendente. Sin embargo, el sistema de trabajo de estos agentes, unido a su reducida cobertura, hacen imposible que, hoy por hoy, puedan ocuparse de un área tan extensa como es Internet.

La integración es un problema para los sistemas de agentes de información. ¿Cómo crear y mantener un agente en cada una de las bases de datos de la Red? ¿Cómo utilizar agentes personalizados para cada usuario y asegurar una buena intercomunicación entre ellos? Las respuestas a estas preguntas parecen, de momento, insalvables mientras las webs continúen realizándose en HTML y sigan manteniendo su actual estructura de información.

“Es necesario abandonar el poco operativo, aunque fácil, lenguaje HTML para la construcción de páginas web y adoptar xml”.

En la situación actual, un agente autónomo de información deberá estar saltando constantemente de página en página para satisfacer la consulta que se le ha encargado, pues le resultará imposible comunicarse con otros agentes que se pueda encontrar en la Red. Igual ocurrirá con un multiagente de consulta si no consigue dar una respuesta con la información contenida en su dominio, pues deberá generar agentes que vayan de web en web hasta que se pueda responder a dicha consulta.

Darpa (*Defense Advanced Research Project Agency*) está trabajando en una serie de estándares que permitan la comunicación y la transferencia de conocimientos entre agentes: Kqml, que hace posible la comunicación entre agentes, y Kif (*Knowledge interchange format*), que permite el intercambio de conocimiento en distintos tipos de formato. El objetivo de estos proyectos es dar respuesta a las preguntas anteriormente expuestas, pero para poder conseguir una verdadera solución es necesario además abandonar el poco operativo, aunque fácil lenguaje HTML, para la construcción de páginas web, y adoptar xml.

El desarrollo de los agentes para la recuperación de la información es muy deseable. No sólo por el hecho de que exista demasiada información disponible en la Red para una persona que desee realizar una consulta, sino porque es mucho más fácil encargarle ésta a un agente y dejar que él realice el trabajo por nosotros, a la vez que nos evita la pérdida de tiempo y el tedio de ir pasando de conexión en conexión.

La Web

Web es una palabra inglesa que significa telaraña o tejido. La Web, la WWW, la w3 o la *World Wide Web* (Telaraña Mundial), es un sinónimo de Internet. Gracias a la WWW podemos ver en la pantalla de nuestro ordenador los documentos albergados en ordenadores como los de la NASA, el museo del Hermitage o el Ministerio de Fomento. El nombre de “telaraña” viene del hecho

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

de que es posible recorrer millones de documentos haciendo clic con el ratón en los enlaces de estos documentos. Para recorrer los documentos enlazados en esta telaraña, se desarrollaron unos programas llamados “Navegadores” con los que saltar de vínculo en vínculo, pasando de un documento a otro.

Sin embargo, a pesar de que se usa WWW como sinónimo de Internet, en realidad Internet son más cosas, como Outlook, Gmail, Messenger, Skype, las “descargas” y otras.

Definición de Internet

Internet es una impresionante red, una red de computadores dispersos por todo el mundo y que atiende a millones de personas. Su nombre es una apropiación del término Inter-net (*net=red*) que en inglés designa a la conexión entre muchas redes. Eso es Internet, una serie de redes institucionales (en buena medida académicas) de diversas arquitecturas, interconectadas por una plataforma común conocida como familia TCP/IP.

¿Dónde está Internet?

Está en todas partes y en ninguna, porque es una red a la que se conectan millones de ordenadores que se extienden por todo el mundo.

¿Qué es el ICANN?

ICANN es el acrónimo en inglés de *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* o Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números. Es una organización sin ánimo de lucro creada el 18 de septiembre de 1998 que depende de forma indirecta del Departamento de Comercio de Estados Unidos, aunque su gobierno está formado por voluntarios de todo el mundo. Su principal función es la gestión del sistema DNS, que es una tarea puramente técnica, equivalente a “códigos postales” de Internet. En resumen, y simplificando, ICANN guarda el “listín” de Internet que permite la comunicación entre todos los ordenadores.

¿Dónde se guarda el “listín” de Internet?

Existen 13 ordenadores, llamados servidores raíz, donde se guardan los datos de los dominios genéricos (.com, .net, .org, .edu, .gov...). Diez de ellos están en Estados Unidos, dos en Europa y uno más en Tokio. Sin embargo, hay otras 50 copias repartidas por todo el mundo. Dos de estos servidores están en España. Además, cada dominio de país, como el “.cat” para Catalunya, tiene otro servidor donde se clasifican sus direcciones y también establece sus propias reglas. Pero el sistema está bastante centralizado para evitar que una misma dirección apunte a dos páginas distintas. ICANN permite que 250.000 redes privadas actúen como una sola red: Internet.

¿Puede ICANN combatir la delincuencia en Internet?

No, ICANN no puede combatir este tipo de problemas. Sus funciones son mucho más modestas. En la cumbre de Túnez, donde se ha decidido finalmente mantener en manos de ICANN la administración de los dominios, también se ha acordado crear un foro internacional sobre estos temas.

Más información del ICANN

ca.wikipedia.org/wiki/Internet_Corporation_for_Assigned_Names_and_Numbers. Hay otras asociaciones que "gobiernan" Internet, todas ellas compuestas por voluntarios, pero su papel es más bien tecnológico.

Historia de Internet

Internet tuvo su origen en 1969, durante la Guerra Fría, con ARPANET, un proyecto financiado y propulsado por el Ministerio de Defensa de EE.UU., diseñado para investigación militar. ARPANET era una red de enlaces remotos (a velocidad de 0,056 Mbps, si lo comparamos con los 3 a 25 Mbps que se ofrecían en 2008), creada para intercambiar mensajes y archivos entre instituciones militares, académicas e industriales. ARPANET mostró la factibilidad de un proyecto de red a escala nacional en los EE.UU. Fue a mediados de los años '70 cuando los investigadores del proyecto desarrollaron una plataforma de comunicaciones común, que convirtió a esa red en una sola red lógica.

Quizás uno de los movimientos estratégicos que más favoreció el desarrollo de Internet fue el empeño del Ministerio de Defensa en lograr implementaciones de bajo costo y que soportasen una guerra. En esos días de ARPANET, se comenzaba a popularizar la implementación del sistema operativo UNIX, hecha por la Universidad de California en Berkeley. El Ministerio de Defensa contrató a Bolt, Beranek and Newman Inc. (BBN), para el desarrollo que integraría la plataforma TCP/IP en el entorno UNIX. Esto consolidó una de las combinaciones más exitosas en el nuevo campo de la TELEINFORMÁTICA. El TCP/IP era un modelo de comunicación entre computadoras totalmente descentralizado, de manera que en caso de ataque nuclear a las instalaciones de la red, ésta seguiría funcionando, ya que no había ninguna computadora que fuese clave para el mantenimiento de las comunicaciones. Si las conexiones de la red eran atacadas por un sitio, sencillamente los datos eran enrutados por otro sitio.

En 1984, ante una serie de recortes presupuestarios que sufrió ARPANET, la National Science Foundation (NSF) norteamericana decide darle continuidad al proyecto académico, que era esencial "para conectar a los investigadores con los supercomputadores y entre ellos mismos". NSF decide aprovechar íntegramente la experiencia de ARPANET y adopta la familia TCP/IP para su plataforma de Red.

En 1982, a Internet incluía cientos de máquinas en una docena de lugares en Norteamérica. Para el primer trimestre de 1992, se contaban en 700.000 los computadores conectados a Internet, en 39 países, en 7 continentes. Y la tendencia era a duplicar su tamaño cada 10 meses. Un tercio de las 4500 redes que la conforman estaban ubicadas fuera de los EE.UU. En enero del '93 la cuenta iba por 1.300.000 computadores. En 1996 existían 12.88 millones de servidores conectados a Internet, teniendo presente que un computador servidor puede estar conectado a su vez con cientos de computadores más. Un estudio de Nielsen/Netratings, a mediados del año 2001, reveló que había 459 millones de personas en el mundo que se conectaban a Internet desde sus casas.

Se ha hecho un estudio profundo por parte del PIC, un programa de investigación desarrollado por el IN3 de la UOC. Es un programa de investigación básica, definido por los investigadores y codirigido por Manuel Castells e Imma Tubella. Se compone de 7 proyectos de investigación, todos ellos centrados en Cataluña, pero a partir del conocimiento de la investigación internacional en cada tema. El PIC ha estudiado las transformaciones de la sociedad catalana inducidas por el uso de Internet, en todos los ámbitos de la vida social, empresarial y administrativa. Pero también ha estudiado el conjunto de la sociedad, la economía y las instituciones, para establecer la relación entre tecnología y sociedad.

En el PIC han participado unos cuarenta investigadores y cada equipo ha tenido un director de proyecto. Se han realizado en total 15.390 entrevistas presenciales y 40.400 entrevistas por Internet. **Los resultados son públicos y están al alcance de todo el mundo.** Se publican en el web del IN3 (varios miles de páginas y varios miles de tablas estadísticas). La publicación se realizó en la web del IN3 entre octubre de 2007 y enero de 2008. También se publicaron siete volúmenes que resumen y analizan lo esencial de cada proyecto. Los siete volúmenes tienen una doble edición en castellano y en catalán y se publicaron por Ariel entre octubre de 2007 y mayo de 2008. El proyecto ha sido enteramente **financiado por la Generalitat de Catalunya**, varios departamentos, coordinados desde Presidencia y el Departamento de Universidades.

El PIC fue apoyado en primera instancia por el presidente Pujol. Posteriormente, el presidente Maragall y el presidente Montilla continuaron el apoyo y ampliaron la financiación.

El PIC se entregó formalmente al presidente Montilla el 26 de junio de 2007, y, posteriormente, se presentó a la comunidad científica y a los medios de comunicación.

El PIC, al menos desde el punto de vista cuantitativo, es el **mayor proyecto de investigación en ciencias sociales nunca realizado en Cataluña** y el proyecto más importante de investigación sobre la sociedad de la información nunca hecho en España, así como uno de los más importantes de Europa.

PIC sociedad red

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Se trata de un **estudio sobre los usos de Internet por las personas** y los efectos que estos usos tienen en los comportamientos, actitudes y relaciones sociales de los catalanes. Se basa en una encuesta por cuestionario mediante entrevistas presenciales a una muestra de 3.005 personas estadísticamente representativa de la población de Cataluña. Se realizó en la primavera del 2002 y se actualizó posteriormente con datos procedentes de otras fuentes. La encuesta tuvo 170 preguntas, a partir de las cuales se construyeron 1.000 variables y se analizaron las relaciones entre ellas. Los autores del estudio, del informe y del libro son Manuel Castells, Imma Tubella, Teresa Sancho y Meritxell Roca, y contaron con la colaboración de Isabel Díaz de Isla y del profesor Barry Wellman, de la Universidad de Toronto.

El estudio muestra los siguientes hechos:

- **El uso de Internet se ha difundido rápidamente en Cataluña** en la última década y la brecha digital se ha ido reduciendo. En estos momentos, un 41,5% son usuarios frecuentes de Internet y un 53,9% han sido usuarios en los últimos tres meses. La difusión de banda ancha es aún más significativa. En lo que se refiere a empresas, Cataluña es el país número uno de Europa en penetración de banda ancha y el número seis en lo que se refiere a los hogares. La principal diferencia en la frecuencia del uso es resultado de la edad. A partir de los cincuenta años, la proporción de usuarios se sitúa en menos del 10%, mientras que llega al 75% entre los menores de treinta años. Así mismo, hay más abonos de teléfono móvil que personas, en Cataluña.
- **Cataluña es una sociedad de la información desinformada.** Casi un 60% de los adultos no han terminado sus estudios secundarios. Y, por tanto, muchos de ellos no tienen muy claro qué hacer con Internet. Hay un 39% de la población que ni usa Internet ni quiere usarlo porque no ve su utilidad. Este grupo son fundamentalmente personas mayores de cincuenta años. Hay claramente un corte generacional en la adaptación a la sociedad de la información. Este es un problema social cada vez más importante, porque la población joven, incluidos los inmigrantes jóvenes, viven en un universo tecnológico distinto del de los mayores. Y los mayores tienen todavía una fuerte influencia en la política y en la gestión de la sociedad.
- **Internet no disminuye la sociabilidad ni fomenta el aislamiento.** Al contrario, en concordancia con los resultados de la investigación internacional, los usuarios de Internet son más sociables, más activos, tienen relaciones de amistad y familiares de alta intensidad y son también más participativos en la sociedad. Internet aumenta la sociabilidad. Las relaciones presenciales y virtuales se refuerzan recíprocamente.
- El estudio analiza la construcción de la identidad y sitúa el papel de Internet en ese proceso. La principal fuente de identificación de las personas es la familia, seguida de "uno mismo". La lengua, la nación, el territorio o la religión tienen un lugar muy subordinado en la conciencia de identidad en la población en general. Los jóvenes, aun siendo capaces

de hablar y escribir catalán en su inmensa mayoría, utilizan más el castellano que el catalán en su relación con la familia y los amigos. Pero, al mismo tiempo, el sentimiento de pertenencia a Cataluña está presente en el 37,5% de la población, y el sentimiento de ser español es tan solo del 19,7%, mientras que el 40% se considera tan catalán como español. Por tanto, **parece haberse diluido en cierto modo la identidad de resistencia catalana ante la relativa normalización de la expresión cultural propia del país.** Es decir, no hace falta afirmarse para saber que se es catalán. Pero hay un grupo minoritario muy activo, casi un 20% de la población, que se define con un fuerte componente nacionalista catalán. Es un grupo joven, profesional, educado y que es el más activo usuario de Internet. Es decir, el uso de Internet está asociado a un proyecto de construcción identitaria catalana que busca una nueva modernidad del país como cultura autónoma.

- **Internet activa los proyectos de autonomía de las personas:** autonomía personal, autonomía profesional, autonomía en la gestión de su cuerpo, autonomía comunicativa, autonomía emprendedora y autonomía sociopolítica. El estudio demuestra que cuanto más autónoma y más capaz de proyecto es una persona, más utiliza Internet. Y cuanto más utiliza Internet, más desarrolla su autonomía. Internet es una plataforma de expresión del emprendimiento, la iniciativa y la libertad.
- **La sociedad catalana no cree en los políticos y en la política.** Pero tiene un profundo interés en los asuntos del mundo y quiere intervenir en ellos mediante su autoorganización como sociedad civil y mediante sus movilizaciones propias. Internet se revela como un importante instrumento de esta autonomía sociopolítica.

PIC Escuelas

La investigación identifica y analiza la incorporación de Internet en la educación primaria y en la educación secundaria de Cataluña y su relación con la organización, la cultura y las prácticas educativas de los centros. Se basa en una encuesta por cuestionarios en una muestra de 350 centros, representativa del conjunto de centros públicos y privados de educación primaria y secundaria de Cataluña. La aplicación de la encuesta ha comportado la realización de un total de 350 fichas de centro y 9.876 cuestionarios, distribuidos, por colectivos, de la siguiente forma: 700 de directivos de centros docentes, 350 de profesorado coordinador de TIC, 2.187 de profesorado y 6.639 de alumnado.

Principales resultados:

La inmensa mayoría del profesorado y el alumnado de educación primaria y secundaria de Cataluña accede a Internet en su vida cotidiana, se muestra interesado por esta herramienta y la considera importante para la educación. Sin embargo, **la presencia de Internet en las aulas es muy baja en comparación con el uso que hacen de ella profesorado y alumnado fuera de los centros docentes.** Este bajo uso de Internet también se hace

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

patente en las relaciones entre la comunidad escolar, especialmente entre la escuela y los padres.

- A pesar del incremento sostenido de dotaciones en infraestructuras y *hardware* (al final del curso 2005-2006 se esperaba llegar a una ratio de 6,43 alumnos por ordenador en los centros públicos), hasta hace poco **la mayor parte de ordenadores con conexión a Internet se concentraban en aulas de informática** a cuyos ordenadores los alumnos tenían acceso de una forma mucho más restringida que si los tuvieran en su propia aula. Éste ha sido uno de los grandes impedimentos materiales para la generalización del uso de la Red en las escuelas.
- La manera en la que los alumnos utilizan Internet en las aulas y la frecuencia con la que lo hacen depende de la forma en la que el profesorado integra esta herramienta en su práctica pedagógica. Internet se utiliza sobre todo para la preparación de la actividad docente y para la búsqueda de información relacionada con las distintas asignaturas. Los alumnos la utilizan principalmente para hacer los deberes y para preparar trabajos escolares. Pero la presencia de Internet en las actividades escolares como herramienta para la colaboración entre profesores y alumnos y para el desarrollo de proyectos innovadores es prácticamente testimonial. En definitiva, **el profesorado tiende a utilizar Internet para mantener los patrones de docencia “tradicionales”, más que para innovar.**
- **Una buena parte de los directivos de los centros docentes no tienen entre sus prioridades la integración de las TIC y de Internet con finalidades educativas.** Pero, incluso cuando esta prioridad se manifiesta, los directivos de los centros tienen poca capacidad para liderar este proceso y poder influir en las prácticas educativas que tienen lugar en los centros de su responsabilidad. Esta problemática se manifiesta tanto en los centros públicos como en los privados.
- **El profesorado es el elemento clave en la incorporación de Internet en la educación escolar.** El profesorado que utiliza Internet de una forma más frecuente y variada con sus alumnos tiene un buen nivel de competencias en la utilización instrumental de las TIC, ha recibido formación en el uso educativo de Internet, considera que la Red le es útil para sus propósitos educativos y adopta un tipo de prácticas pedagógicas personalizadas que fomentan la participación activa de los alumnos en las decisiones sobre el propio proceso de aprendizaje, el trabajo en equipo y la apertura al entorno.
- **No se han encontrado evidencias de que las diferencias en el uso de Internet en los centros docentes influyan en los resultados escolares de los alumnos.** En cambio, sí hemos encontrado diferencias por lo que refiere al uso de Internet en casa. Los chicos y chicas con mejor rendimiento académico acceden más a Internet cuando están fuera

del centro que los que obtienen peores resultados, pero, además, su rendimiento académico incide en la forma en la que utilizan la Red fuera del centro. Los alumnos que no tienen dificultades académicas utilizan más Internet para finalidades escolares que el resto, cuando están en casa. Asimismo, más uso de Internet por parte de los padres y madres comporta un nivel más elevado de acceso por parte de los chicos y chicas y más uso de Internet en casa para hacer trabajos escolares.

- En este sentido, el trabajo que se hace actualmente desde las escuelas y los institutos todavía no proporciona a los alumnos las competencias necesarias para sacar un provecho adecuado de las redes informacionales y, en consecuencia, **no contribuye lo suficiente a compensar las "desigualdades digitales" entre alumnos**, producto de las diferencias que se generan en los entornos sociales y familiares de procedencia.

PIC Comunicación

Los usos y los consumos de los medios de comunicación van cambiando en Cataluña, y parte de estos cambios se atribuyen a la penetración y la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), sobre todo de Internet. La alerta se dio en el año 2002, cuando el informe “Cataluña sociedad red” reveló que el 16,6% de los que navegaban por Internet miraban menos la televisión y, de éstos, el 61,7% tenían menos de treinta años. Ahora, cinco años más tarde –con el 54% de la población catalana que utiliza Internet–, la investigación “PIC Comunicación” ha analizado los **procesos de modificación de las prácticas de comunicación en Cataluña**, con la identificación de las tendencias más significativas.

El punto de partida ha sido la definición de una dinámica de transición, en la que las prácticas de información y comunicación tradicionales coexisten con una activa renovación de usos y estrategias, caracterizada por una tendencia a la gestión autónoma y personalizada de las prácticas de comunicación. En este sentido, **gran parte de la atención se ha centrado en el comportamiento de los jóvenes**, después que los niveles de penetración de Internet entre niños, adolescentes y jóvenes han llegado en Cataluña casi a la saturación: el 83% de los chicos y chicas de entre diez y catorce años utilizan Internet, y también lo hacen el 88% de los que tienen entre dieciséis y veinticinco años.

La investigación se ha planteado con la generación de un extenso grupo de trabajo –*focus group*– autoseleccionado, formado por usuarios mayoritariamente experimentados e intensivos de Internet en Cataluña. La interpretación de resultados se ha articulado en torno a las tendencias de las prácticas de información y comunicación y se han tenido en cuenta las características sociodemográficas de los entrevistados y su experiencia.

- La investigación “PIC Comunicación” ha confirmado el **desarrollo gradual de nuevos canales y maneras de informar, comunicar y entretenerse**, que permiten la participación activa, rápida y eficaz en el

plano personal en la gestión de una creciente cantidad y diversidad de contenidos; todo ello mediante el uso de aplicaciones que incrementan las posibilidades de generar, modificar, distribuir, compartir, intercambiar y consumir todo tipo de archivos, de texto, imagen y sonido.

- El 33% de los entrevistados suben fotografías y vídeos a Internet.
- El 25% de los entrevistados participan en blogs.
- El 18% de los entrevistados gestionan su propio blog.
- Así, se advierte que **la introducción al uso de las TIC por parte de los adultos –más de treinta años– se hace por la vía práctica, laboral y profesional**. Posteriormente, la integración gradual de las TIC la hacen en el entorno doméstico y familiar, y el resultado de este proceso es la generación de un entorno tecnológico en el que los más jóvenes –los menores de treinta y un años y, sobre todo, los menores de dieciocho años– desarrollan sus vidas.
- El “PIC Comunicación” ha permitido definir una **dinámica de transformación de prácticas de información y comunicación** caracterizada por los siguientes hechos:
 - La incorporación del uso de las TIC en la vivienda va modificando las prácticas de consumo de los medios de comunicación tradicionales, también en la hora punta (*prime time*), que, hasta ahora, es el horario preferente de consumo de la televisión.
 - Los más jóvenes utilizan Internet como plataforma de introducción, ensayo y explotación de las posibilidades que ofrecen las TIC de conectividad y participación activa.
 - Se establece una relación entre la presencia de Internet en casa y un impulso generalizado al consumo generalizado de contenidos y de medios de comunicación.
 - Hay una sustitución gradual o parcial de los medios de comunicación tradicionales basados en la imagen y el consumo familiar, sobre todo la televisión, por la gestión individual, flexible, personalizada y especializada de todo tipo de contenidos.
- Con Internet en casa, cambian los usos y los consumos de los medios de comunicación tradicionales y se abren nuevos canales. Con la edad y la experiencia, los usos se especializan y se diversifican, y abren nuevas perspectivas de un universo multicanal y multiplataforma.

PIC Salud

El proyecto “PIC Salud” ha estudiado mediante entrevistas presenciales y miles de entrevistas por Internet los **usos de Internet y las tecnologías informáticas en el sector de la salud**. En concreto, ha estudiado el conjunto del Institut Català de la Salut, el Hospital Clínic de Barcelona, los médicos colegiados en Barcelona, las enfermeras, los farmacéuticos, los usuarios del sistema de salud, las asociaciones de pacientes y los webs sanitarios de

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Cataluña. También se han analizado casos de experiencias pioneras de desarrollo de informatización de la salud con el proyecto de historia clínica compartida, en la comarca de Osona, en Palamós, Barcelona, Sabadell y Tarragona.

El estudio y el informe han sido realizados por Manuel Castells, Francisco Lupiáñez, Josefa Sánchez y Francesc Saigí.

En lo esencial, el estudio ha mostrado los siguientes hechos:

- La **apertura de los profesionales al uso de Internet**, pero con la limitación de los usos de interacción directa con los pacientes.
- El **papel central de las TIC** en la reorganización eficiente del sistema sanitario.
- La necesidad de proceder conjuntamente a la introducción de tecnología, la organización en red de las instituciones sanitarias y la **formación y desarrollo de recursos humanos** adecuados.
- La **necesidad de adecuar los modelos de financiación y de gestión** de la sanidad al nuevo entorno tecnológico.
- El avance tecnológico sustancial que se produce en la práctica clínica y en la telemedicina, en particular mediante el telediagnóstico por imagen.
- La **dificultad de cambiar el sistema tecnológico** sin cambiar en profundidad los modelos de gestión organizativa y de relación laboral.
- La **no integración de los pacientes en los sistemas de comunicación electrónica**.
- El **creciente interés de los pacientes** por los usos de la salud en Internet.
- La escasa interactividad de los **webs sanitarios**.
- El papel cada vez mayor de las asociaciones de pacientes en la información y autogestión de la salud.
- La compleja relación entre práctica privada y práctica pública en un sistema mixto como es el catalán.
- El éxito de proyectos de innovación tecnológica como el de la tarjeta farmacéutica y la información en red en los grandes hospitales, junto a la difícil implantación del proyecto de historia clínica compartida, que representaría una auténtica revolución en la gestión de la salud.
- La **actitud generalmente positiva de profesionales y pacientes** hacia los usos de Internet y redes informáticas en el sistema de salud.

PIC Empresas

El proyecto de investigación *La empresa red en Cataluña. TIC, productividad, competitividad, salarios y beneficios en la empresa catalana* ha tenido como principal objetivo **analizar las transformaciones de la actividad empresarial vinculadas a la inversión y la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)**. Básicamente, hemos querido constatar que la consolidación de un nuevo modelo estratégico,

organizativo y de actividad empresarial, vinculado a la inversión y el uso de las TIC (o empresa red), modifica sustancialmente los patrones de comportamiento de los resultados empresariales, en especial la productividad, la competitividad, las retribuciones de los trabajadores y el beneficio.

Algunos resultados de la investigación:

Al inicio del siglo XXI, **la empresa catalana se encuentra en un periodo de transición** a medio camino entre la consolidación de un nuevo tipo de economía, que basa su funcionamiento en el uso de dotaciones crecientes de tecnologías digitales y de conocimiento en un contexto de producción global, y el mantenimiento de las estructuras organizativas y productivas tradicionales de la economía industrial y de servicios. Entre otros, es oportuno destacar **tres elementos que limitan este proceso** de transición:

- En primer lugar, **el tejido productivo privado de Cataluña se caracteriza por una actividad empresarial todavía muy centrada en sí misma y poco abierta al exterior**. Según los datos obtenidos, menos del 10% (7,8%) de las empresas catalanas vende fuera de España más de una tercera parte de su producción.
- En segundo lugar, **el nivel medio de formación de la empresa catalana es, francamente, mejorable**. Aunque el trabajo directivo presenta un nivel de estudios mayoritariamente universitario (un 53%, frente a un 38% con estudios secundarios y un 8% con estudios primarios), el nivel de formación medio de los trabajadores no directivos son los estudios secundarios (con un 53,7% de los casos), seguidos prácticamente a partes iguales por los niveles de formación universitaria (21,5%) y de educación primaria (22,4%). Adicionalmente, hemos constatado que en torno al 20% de las empresas catalanas sigue programas de formación continua o a medida, fundamentalmente con una metodología presencial.
- Finalmente, y en tercer lugar, hemos observado que **la empresa catalana está digitalmente bien equipada, aunque el grado de penetración de los usos de las TIC es ciertamente bajo**. Debemos destacar que casi un 91% de las empresas catalanas tiene conexión a Internet, que un 87,4% dispone de correo electrónico, mientras que un 46,1% tiene página web. Sin embargo, sólo un 21,7% compra por Internet y un 11% vende mediante el comercio electrónico. En efecto, y atendiendo a los usos que hacen de las TIC las empresas en cada uno de los ámbitos de la cadena de valor, podemos concluir que el nivel de usos empresariales de las TIC es claramente mejorable. El 71,7% de las empresas catalanas presenta un nivel de uso de las TIC bajo. Esta insuficiencia se hace patente por la no disposición de ningún sistema tecnológico para ninguno de los ámbitos de las operaciones (productores y

proveedores/distribuidores), el márketing y la organización y los recursos humanos (básicos y complejos), o bien sólo por la disposición de uno de los cinco. Con respecto a los usos medios, un 24,2% de todas las empresas tiene sistemas para dos o tres de los cinco ámbitos. Finalmente, el 4,1% de las empresas catalanas tiene sistemas para cuatro o cinco de los elementos de valor mencionados (usos avanzados).

- Con la perspectiva del impacto de la inversión y el uso de las TIC **no se aprecia una relación directa entre los procesos de innovación digital y los resultados de la actividad de la empresa catalana**. De hecho, hemos tenido que considerar otras dimensiones no tecnológicas de los procesos de coinnovación para captar mejoras materiales, tanto para la empresa (productividad, competitividad y rendimiento) como para el trabajador (salarios). En este sentido, hemos tenido que segmentar el tejido productivo catalán, buscando las organizaciones en las que el proceso de coinnovación tecnológica digital y organizativa está más presente y en las que la intensidad del uso del conocimiento es un recurso muy frecuente, para poder captar impactos relevantes sobre los principales resultados empresariales.
- Probablemente eso es así porque **la economía catalana, hoy, presenta una estructura productiva dual**:
- Por un lado, tenemos **la mayor parte del tejido productivo** (alrededor de cuatro quintas partes) que **no hace un uso intensivo de las TIC**, tiene un nivel de capacitación de su fuerza de trabajo claramente mejorable, presenta estructuras productivas y organizativas poco flexibles y con una baja autonomía y capacidad de decisión por parte de los trabajadores, y en el que los procesos innovadores todavía son poco frecuentes. Este conjunto de empresas, que no podemos situar en un sector de actividad y en una determinada dimensión, muestra un patrón de crecimiento extensivo, es decir, fundamenta su dinámica de expansión a largo plazo, basándose en un incremento de su dotación de factores y, en especial, del factor trabajo con baja capacitación. Precisamente por este motivo la tasa de crecimiento de la productividad del trabajo en Cataluña evoluciona a unos ritmos preocupantemente bajos y, en un contexto competitivo dominado por la globalización, los problemas de competitividad son relevantes.
- Por contra, **otro conjunto de empresas más reducido** (en torno a una quinta parte) **basa su potencial de crecimiento en la interacción del capital humano, la reorientación de la producción y la organización del trabajo, y una dinámica continua de innovación, en especial de carácter digital**, pero también en la gestión de los recursos humanos. Precisamente en este conjunto de empresas, claramente inferior al anterior, pero con un potencial de crecimiento a largo plazo muy superior, se determina la evolución favorable de la

eficiencia, de la competitividad, de los salarios y de los rendimientos de nuestro tejido productivo.

PIC Universidades

El “Proyecto Internet Cataluña”, subproyecto Universidades, *La universidad en la sociedad red: usos de Internet en el sistema educativo superior de Cataluña*, inicia un nuevo periodo de investigación en marzo del 2005 con **la finalidad de realizar un amplio estudio cuantitativo y cualitativo sobre el uso de Internet en el sistema universitario catalán**. La población del estudio es el colectivo del profesorado y del alumnado de las ocho universidades públicas de Cataluña (UB, UAB, UPC, UPF, URV, UdG, UdL y UOC). La finalidad del estudio es detectar y evaluar los usos de Internet por parte del conjunto de la comunidad universitaria y observar las transformaciones que estos usos han producido en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la universidad.

- **El colectivo universitario estudiado** (alumnado y profesorado) **tiene un nivel de pericia elevado en habilidades informáticas** y en el uso de Internet, comparado con el resto de la población de Cataluña. El 82% del alumnado tiene más de 5 años de experiencia en el uso de Internet y el 81,76% del profesorado más de 7.
- Casi la totalidad de los dos colectivos **dispone de ordenador propio con conexión con banda ancha a Internet** y se conecta diariamente.
- La comunidad universitaria hace un **uso intensivo de Internet en sus actividades cotidianas**. Se detectan diferencias de género, edad y ámbito de estudio.
- Se muestran cambios en los hábitos sociales entre la comunidad universitaria como resultado del uso de Internet favorables a trabajar y estudiar desde casa, a leer la prensa digital, a escuchar música y a relacionarse con los amigos, ver menos la televisión o no hacer nada, entre otros.
- Existe una **predisposición favorable al uso de Internet en el proceso educativo**. El 73,94% del alumnado se manifiesta preparado para aprender con Internet y el 61,65% del profesorado para enseñar con Internet.
- El 53,80% del alumnado ha seguido asignaturas que han incorporado Internet y el 45,98% del profesorado ha impartido clases en las que ha incorporado Internet.
- El profesorado afirma que hay una **falta de estrategia institucional en la introducción de Internet** y el 48,71% pide más reconocimiento y apoyo para quien decide utilizar activamente Internet en la docencia.
- El 70,90% del alumnado y el 51,75% del profesorado considera que **el uso de Internet favorece el proceso de enseñanza y aprendizaje**.

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

- Las herramientas más usadas en docencia son el correo electrónico y las webs de búsqueda de información, seguidos de lejos por el uso de los foros. **El uso de las herramientas de Web 2.0 es muy escaso.**
- El 61,19% del alumnado y el 44,97% del profesorado se muestra **favorable a potenciar la oferta de cursos con uso intensivo de Internet.**
- El 63,29% del alumnado pide **cursos para aprender mediante el uso de la Red** y el 52,22% del profesorado para enseñar utilizando Internet.
- El 70% del profesorado y el 50% del alumnado declara utilizar mucho el **catálogo digital de la biblioteca** de su universidad.

Las principales conclusiones son las siguientes:

- **El uso experto y expansivo de Internet facilita el aprovechamiento máximo del potencial social y educativo de la Red.** El acceso no es hoy un problema para la comunidad universitaria catalana, pero el simple uso comunicativo y de búsqueda de información que se hace de Internet sí lo es. Se evidencia la necesidad de formación en el uso experto de la Red para universitarios.
- **Las universidades catalanas** han superado el estadio inicial de introducción de Internet en los ámbitos administrativos, pero ahora **se encuentran en la fase de introducción de la Red en los procesos docentes y de aprendizaje.** Se muestra una falta de estrategia institucional en este sentido. Tan sólo la dinámica del EEES parece actuar a favor.
- **La modalidad formativa híbrida** (mezcla de presencialidad y no presencialidad) **muestra un elevado potencial transformador** todavía por utilizar. Se reconoce en esta modalidad valores como la autonomía y la personalización de la enseñanza y la gestión del tiempo. Estos valores se reconocen también en la modalidad virtual de formación.
- **Hay que potenciar la formación**, tanto para estudiantes como para profesores, **de metodologías educativas de colaboración mediante la Red**, y hay que establecer estrategias institucionales de uso educativo de la Red y de incentivos y reconocimiento para el profesorado que las implante.
- Es necesario **fomentar el potencial transformador del trabajo coordinado y de intercambio de experiencias entre las universidades del sistema catalán** sobre qué supone el uso docente de Internet, para hacer frente a los cambios tecnológicos –*software* libre, plataformas, etc. – y educativos –metodologías innovadoras, contenidos abiertos en la Red, ambientes de colaboración, etc.–. Actuar como sistema aumenta el potencial transformador de la Red y permite ser más competitivo en el marco de formación universitaria global actual.

A nivel mundial, las estadísticas del 2008 eran las siguientes

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

World Regions	Population (2008 Est.)	Internet Users Dec/31, 2008	Internet Usage, August 2008	% Population (Penetration)	Usage % of World	Usage Growth 2000-2008
Africa	955,206,348	4,514,400	51,065,630	5.3 %	3.5 %	1,031.2 %
Asia	3,776,181,949	114,304,000	573,538,257	15.2 %	39.3 %	401.8 %
Europe	800,401,065	105,096,093	384,633,765	48.1 %	26.4 %	266.0 %
Middle East	197,090,443	3,284,800	41,939,200	21.3 %	2.9 %	1,176.8 %
North America	337,167,248	108,096,800	248,241,969	73.6 %	17.0 %	129.6 %
Latin America/Caribbean	576,091,673	18,068,919	139,009,209	24.1 %	9.5 %	669.3 %
Oceania / Australia	33,981,562	7,620,480	20,204,331	59.5 %	1.4 %	165.1 %
WORLD TOTAL	6,676,120,288	360,985,492	1,458,632,361	21.8 %	10.0 %	304.1 %

Cómo funciona Internet:

Internet es una red mundial de computadoras y funciona mediante la comunicación entre todas estas computadoras a través de diferentes medios, como cables telefónicos, redes de fibras ópticas, microondas, antenas parabólicas, satélites y hasta cables submarinos. Para que estas computadoras

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

se entiendan unas con otras sin importar su marca, estructura o tecnología, se usa un protocolo o lenguaje común en Internet llamado TCP/IP.

El TCP (*Transport Control Protocol*) o protocolo de control de transporte se encarga de asegurar que la información en “paquetes” se transporte correctamente entre dos computadoras que se conectan en la Red empleando para ello diferentes técnicas de detección y corrección de pérdida de datos.

El protocolo IP (*Internet Protocol*) se encarga de encontrar en la Red mundial la computadora con la que se desea hacer una conexión y de manejar, junto con el TCP, todo lo relacionado a la comunicación entre los dos terminales.

Las computadoras conectadas a Internet pueden clasificarse en tres tipos: los equipos *enrutadores*, las computadoras o equipos servidores y las computadoras o terminales PC.

Los *enrutadores* son computadores interconectados de manera permanentemente a Internet y que tienen el control de la información que pasa a través de ellos y conocen qué computadores servidores y terminales están conectados a ellos. Sirven para llevar la información de un *enrutador* a otro hasta que llegue a su destino. Existen varios *enrutadores* principales (*Core Gateways*) que forman la columna vertebral del Internet. A estos *Core Gateways* se encuentran conectados miles de *enrutadores* simples y servidores. El *enrutador* es, como hemos dicho, una consecuencia de la descentralización que se diseñó para Internet en la época de la Guerra Fría; si un *enrutador* o el camino para llegar a él es destruido, o simplemente en época de paz si hay un fallo técnico, entonces los otros *enrutadores* asumen la tarea de llevar los datos por otro camino.

Por otro lado, la información se envía en “paquetes”. Un paquete es un trozo de un fichero, de una imagen, de un documento, etc., es decir, cuando se envía la información a través de Internet, no se envía completa, sino que se trocea en partes y se va enviando cada trozo por separado. Esto significa que si un nodo es destruido, o falla en época de paz, la información que se ha perdido por el camino corresponde solamente a los trozos o paquetes perdidos, no a toda la información, con lo cual basta con volver a reenviar los trozos o paquetes de información que no han llegado al destino. Esto hace muy eficiente la comunicación, tanto en época de paz como de guerra; además, esto permite usar un mismo cable para muchas comunicaciones diferentes, ya que por un mismo cable se transmiten intercalados los paquetes correspondientes a muchas comunicaciones diferentes entre diferentes personas y empresas.

Los servidores son aquellos equipos que permanentemente están conectados entre sí mediante Internet y en ellos se encuentra almacenada información, como archivos para ser transferidos (servidores FTP), mensajes y buzones de correo electrónico (servidores de correos) y páginas de hipertextos y multimedia *World Wide Web* (servidores http).

Los ordenadores o PC están ubicados en redes de área local (LAN), redes de área metropolitana (MAN), redes de área extensa (WAN) o en residencias, hogares u oficinas. Mediante estos equipos el usuario tiene contacto con

→ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Internet, mientras que los servidores y *enrutadores* son invisibles para el usuario. Estos PC sólo se conectan a Internet cuando el usuario quiere.

Tecnologías de señal

Hemos visto ya que en Internet hay varios protocolos de transmisión de datos, como el famoso TCP/IP para la WWW, el protocolo POP3 y SMTP para el *email* y otros. Pero la tecnología de señales u ondas sobre la que se transmite esta información es otro asunto. Básicamente, el acceso a Internet se hace con 2 tecnologías:

- - Alámbrica (a través de cable).
- - Inalámbrica (a través de ondas).

Si queremos distinguir todavía más, tenemos:

- - Cable de cobre.
- - Cable óptico.
- - Wi-fi.
- Si queremos distinguir todavía más:
 - - Cable (cable óptico).
 - - ADSL (cable de cobre).
 - - ADSL2+ (cable de cobre).
 - - VDSL2 (cable de cobre).
 - - FTTN/B y FTTH (mezcla de cable de cobre y óptico).
 - - 3G, 4G... (Wi-fi).
 - - HSDPA (wi-fi).

Aplicaciones de Internet

La conexión a Internet incluye los servicios de correo electrónico, transferencia de archivos, acceso a computadoras remotas y los servicios de navegación gráfica bajo hipertexto e hipermedia (WWW), que incluyen videoconferencias, videoteléfono, radio y TV.

Para manejar el correo electrónico, el usuario debe conectarse mediante el navegador de Internet, o programas especializados como Thunderbird, a una máquina de correo que funciona de la misma forma que un buzón de correo tradicional. Allí deja todos sus mensajes para que la máquina se encargue de enviarlos y se copia a su computadora aquellos mensajes que estaban en el buzón. El tiempo que transcurre desde que se envía un mensaje desde un computador, pasando por varias máquinas de correo y hasta la máquina de correo destino, es de sólo unos minutos e incluso sólo segundos. El tiempo que tarde el destinatario en recibir ese mensaje depende de la frecuencia con la que revise él su cuenta de correo electrónico en la máquina de correos a la que está conectado.

Si el usuario desea navegar por el "*World Wide Web*" (conocida mundialmente como WWW o "telaraña mundial"), entonces se ejecuta el programa navegador que tiene instalado en su ordenador. Al ejecutar este programa navegador, el

usuario indica con quién se quiere comunicar a través de una dirección llamada URL, por ejemplo: `http://www.google.com`, que es el buscador más usado en el mundo. Esta solicitud es el nombre del sitio (*site*) o página a la que se quiere conectar.

Dicha solicitud pasa por unas máquinas que se llaman DNS (*Domain Name Service*), que se encargan de traducir el nombre introducido a la dirección correspondiente a esa máquina o servicio (dirección lógica o dirección IP); por ejemplo, 216.239.59.104, que era la de Google en el 2008. Obtenida esta dirección, la máquina *enrutadora* (*router*) se encarga de llevar la información hasta el destino por el camino más rápido y seguro, estableciéndose así la conexión. Hay que tener en cuenta que el computador servidor en el que se encuentra la página o sitio con el que desea comunicar el usuario puede estar al otro lado del mundo, por lo que la información podría pasar a través de varios computadores *enrutadores* de diferentes países; a pesar de ello, la comunicación puede durar sólo unos 5 segundos.

Existen millones de páginas web distribuidas en otros tantos millones de computadores servidores en todo el mundo. Estas páginas son realizadas por empresas comerciales, institutos, universidades, gobiernos o personas particulares. Las mismas personas que son usuarios de Internet también agregan páginas www a Internet por medio de su proveedor de conexión.

El proceso de transferencia de archivos por Internet o FTP (*File Transfer Protocol*) opera de forma similar al de navegación gráfica (WWW). El usuario ejecuta un programa, que puede ser el mismo navegador u otro programa especial para FTP, e indica el nombre o dirección a la cual se desea conectar. La diferencia principal entre el servicio de navegación gráfica y el FTP es que este último sólo sirve para transferir o copiar archivos de un computador a otro en Internet, mientras que mediante la navegación WWW puede realizarse esta operación y muchísimas otras.

Mediante FTP pueden copiarse archivos desde cualquier servidor hasta el computador del usuario que está conectado a Internet. Al igual que en el WWW, es ilimitada la información que se puede obtener, sólo que en archivos tipo texto (txt, doc), ejecutables (exe, com) y comprimidos (zip), por citar algunos. Como ejemplo de los archivos que pueden obtenerse mediante FTP tenemos los programas antivirus, los mismos programas navegadores y de FTP, manuales sobre temas variados, fotos, videos, etc.

¿Qué son las páginas web entonces?

Las posibilidades que hemos visto que ofrece Internet se denominan **servicios**. Cada servicio es una manera de sacarle provecho a la Red independiente de los demás. Una persona podría especializarse en el manejo de sólo uno de estos servicios sin necesidad de saber nada de los otros. Sin embargo, es conveniente conocer todo lo que puede ofrecer Internet, para poder trabajar con lo que más nos interese. Hoy en día, los servicios más usados en Internet son, como se ha dicho:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

- ➔ - Correo Electrónico (Thunderbird, Yahoo, Gmail).
- ➔ - *World Wide Web* (navegar por Internet).
- ➔ - FTP (descarga de archivos).
- ➔ - Grupos de Noticias.
- ➔ - Chat (Messenger, Salones de Chat.)
- ➔ - Servicios de voz y videomensajes (Skype).

La **World Wide Web**, o **WWW** como se suele abreviar, es el servicio de Internet al que todo el mundo llama “las páginas web”. Se inventó a finales de los 80 en el CERN, el Laboratorio de Física de Partículas más importante del Mundo. Se trata de un sistema de distribución de información tipo revista multimedia. En la Red quedan almacenadas lo que se llaman páginas web, que no son más que páginas de texto con gráficos, fotos, animaciones, vídeos, música, etc. Las personas que se conectan a Internet pueden pedir acceder a dichas páginas y acto seguido éstas aparecen en la pantalla de su ordenador. Este sistema de visualización de la información revolucionó el desarrollo de Internet. A partir de la invención de la WWW, muchas personas empezaron a conectarse a la Red desde sus domicilios, como mero entretenimiento. Internet recibió un gran impulso, hasta el punto que hoy en día casi siempre que hablamos de Internet, nos referimos a la WWW. Se accede con programas llamados **Navegadores o Browsers**, como Internet Explorer o FireFox.

El **Correo Electrónico** nos permite enviar mensajes con el ordenador a otras personas que tengan acceso a la Red. Estos quedan acumulados en Internet hasta el momento en que se piden. Es entonces cuando son enviados al ordenador del destinatario para que pueda leerlos. Se accede con programas llamados **clientes de correo**, como Thunderbird, o a través de webmail.

El **FTP (*File Transfer Protocol*)** nos permite enviar ficheros de datos por Internet. Especialmente se usa para descargar *software* por la Red, como antivirus gratuitos, programas de demostración y programas gratuitos de todo tipo. Con este servicio, muchas empresas informáticas han podido enviar sus productos a personas de todo el mundo sin necesidad de gastar dinero en miles de CD ni envíos. Muchos particulares hacen uso de este servicio para, por ejemplo, dar a conocer sus creaciones informáticas a nivel mundial. Se accede con programas llamados clientes FTP, como CuteFTP, aunque también Internet Explorer tiene acceso FTP.

El servicio **IRC (*Internet Relay Chat*)** nos permite entablar una conversación escrita en tiempo real con una o varias personas, siempre por medio de texto. Los **Servicios de Voz y Videomensajes** son las últimas aplicaciones que han aparecido para Internet. Nos permiten establecer una conexión con voz entre dos personas conectadas a Internet desde cualquier parte del mundo, sin tener que pagar el coste de una llamada internacional. Algunos de estos servicios incorporan, no sólo voz, sino también imagen. Un ejemplo es **Skype**.

Direcciones IP y nombres de dominio

Una dirección IP es un número que identifica de manera lógica y jerárquica a una interfaz de un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (*Internet Protocol*), que corresponde al nivel de red o nivel 3 del modelo de referencia OSI. Dicho número no se ha de confundir con la dirección MAC, que es un número hexadecimal fijo que es asignado a la tarjeta o dispositivo de red por el fabricante, mientras que la dirección IP se puede cambiar.

Es habitual que un usuario que se conecta desde su hogar a Internet utilice una dirección IP. Esta dirección puede cambiar al reconectar; y a esta forma de asignación de dirección IP se denomina una dirección IP dinámica (normalmente se abrevia como IP dinámica).

Los sitios de Internet que por su naturaleza necesitan estar permanentemente conectados generalmente tienen una dirección IP fija (se aplica la misma reducción por IP fija o IP estática), es decir, no cambia con el tiempo. Los servidores de correo, DNS, FTP públicos, y servidores de páginas web necesariamente deben contar con una dirección IP fija o estática, ya que de esta forma se permite su localización en la Red.

A través de Internet, los ordenadores se conectan entre sí mediante sus respectivas direcciones IP. Sin embargo, los seres humanos debemos utilizar otra notación más fácil de recordar y utilizar, como los nombres de dominio; la traducción entre unos y otros se resuelven mediante los servidores de nombres de dominio DNS.

Existe un protocolo para asignar direcciones IP dinámicas llamado DHCP (*Dynamic Host Configuration Protocol*). Cada ordenador que se conecta a Internet se identifica por medio de una **dirección IP**. Ésta se compone de varios números dependiendo de la versión que se use. Así, por ejemplo, una dirección IP versión 4 podría ser: **155.210.13.45**, y una dirección IP versión 6 podrá ser: **2001:0DB8:85A3:08D3:1319:8A2E:0370:7334**. Podría decirse que cada ordenador conectado a Internet tiene un "DNI" único mundial que lo identifica inequívocamente.

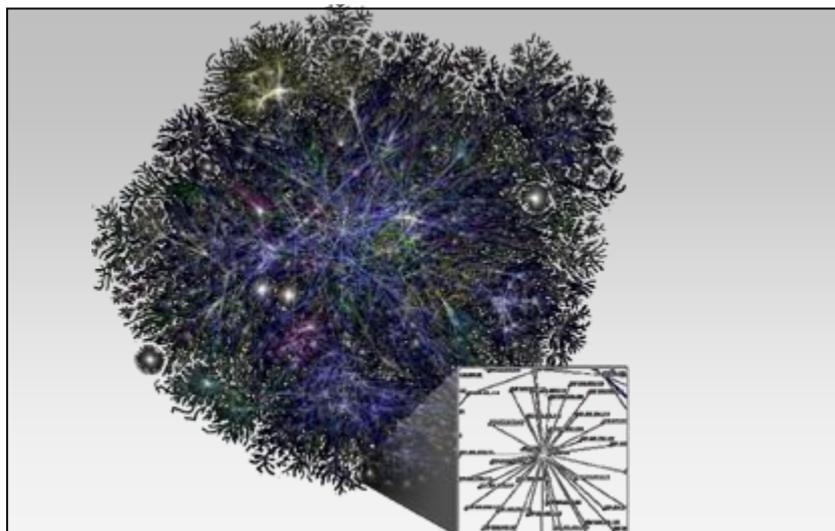
No está permitido que coexistan en la Red dos ordenadores con la misma dirección IP, puesto que de ser así, la información solicitada por uno de los ordenadores no sabría a cuál de los dos dirigirse. Las direcciones IP versión 4 admiten hasta 4.294.967.296 direcciones de red diferentes, un número insuficiente para dar una dirección a cada persona del planeta, y mucho menos para cada automóvil, teléfono, PDA, etc.; mientras que la IP versión 6 soporta 340.282.366.920.938.463.463.374.607.431.768.211.456 (340 sextillones) direcciones, lo que significa que pueden asignarse unos 133 trillones de direcciones IP por cada centímetro cuadrado de la superficie de La Tierra. Actualmente las direcciones IPv4 se consideran anticuadas, ya que, por ejemplo, conectar a Internet todos los teléfonos móviles y Smartphone del mundo, como se pretende hacer, requeriría una IP por cada teléfono, estimándose que en el 2010 puede haber 4 mil millones de teléfonos móviles.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Cada número de la dirección IP indica una subred de Internet. Los números más a la izquierda identifican a las entidades que controlan las IP; luego vienen los que identifican al proveedor de servicios (Telefónica, Orange, ONO...); luego vienen los números que identifican a los abonados o clientes de esas empresas; luego a los nodos de los clientes, y luego a los ordenadores de los usuarios individuales.

Esta distribución jerárquica de la Red Internet permite enviar y recibir rápidamente paquetes de información entre dos ordenadores conectados en cualquier parte del mundo a Internet, y desde cualquier subred a la que pertenezcan. He aquí un mapa informático de la distribución de las IP en el mundo. En la parte inferior derecha se ve la ampliación de una ínfima parte de las IP interconectadas jerárquicamente.



Un usuario de Internet no necesita conocer ninguna de estas direcciones IP. Las manejan los ordenadores en sus comunicaciones por medio del Protocolo TCP/IP, de manera invisible para el usuario. Sin embargo, necesitamos nombrar de alguna manera los ordenadores de Internet para poder elegir a cuál pedir información. Esto se logra por medio de los **Nombres de Dominio**.

Los nombres de dominio son la traducción para las personas de las direcciones IP, que son útiles sólo para los ordenadores. Así por ejemplo, **yahoo.com** es un nombre de dominio. Como se puede ver, los nombres de dominio son palabras separadas por puntos y no usan números como las direcciones IP. Estas palabras pueden darnos idea del ordenador al que nos estamos refiriendo. Cuando sepamos un poco más sobre nombres de dominio, con sólo ver **yahoo.com** podremos concluir que: “Una empresa de EE.UU. que da cierta información por Internet es Yahoo”. Otros ejemplos más conocidos son google.com, dell.com, sony.com, etc.

El número de palabras en el nombre de dominio no es fijo. Pueden ser dos, tres, cuatro, etc. Normalmente son sólo dos. La última palabra del nombre de

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

dominio representa el tipo de organización que posee el ordenador al que nos referimos; se le llama TLD, *top-level domain*:

com Empresas (*Companies*).

edu Instituciones de carácter Educativo, mayormente Universidades.

org Organizaciones no Gubernamentales.

gov Entidades del Gobierno.

mil Instalaciones Militares.

La lista es:

Generic .biz · .com · .edu · .info · .name · .net · .org · .pro

Sponsored .aero · .asia · .cat · .coop · .edu · .gov · .int · .jobs · .mil · .mobi · .museum · .tel · .travel

Infrastructure .arpa

Reserved .example · .invalid · .localhost · .test

Pseudo .bitnet · .csnet · .i2p · .local · .onion · .oz · .root · .uucp

Para ver la lista completa de TLDs genéricos consultad:

en.wikipedia.org/wiki/Domain_name

Esto era al principio, en EE.UU. En el resto de los países, que se unieron a Internet posteriormente, se ha establecido otra nomenclatura. La última palabra indica el país:

cat Cataluña.

es España.

fr Francia.

uk Reino Unido (United Kingdom).

it Italia.

jp Japón.

Para ver la lista completa de TLDs por países consultad:

en.wikipedia.org/wiki/Country_code_top-level_domain

Por lo tanto, con sólo ver la última palabra del nombre de dominio, podemos averiguar donde está localizado el ordenador al que nos referimos.

Por medio de lo que se llaman, “**Servidores de Nombres de Dominio (DNS)**”, Internet es capaz de averiguar la dirección IP de un ordenador a partir de su nombre de dominio.

Las TIC

Las tecnologías de la información y la comunicación son un conjunto de servicios, redes, *software* y aparatos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario. Esta innovación servirá para romper las barreras que existen entre cada uno de ellos.

Como concepto sociológico y no informático, las TIC se refieren a saberes necesarios que hacen referencia a la utilización de múltiples medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información con diferentes finalidades (formación educativa, organización y gestión empresarial, toma de decisiones en general, etc.).

Por tanto, no trata del objeto concreto sino de aquellos objetos intangibles para la ciencia social. Por ejemplo, democracia y nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) son dos conceptos que viajan en una misma dirección; mientras democracia es espíritu, las NTIC son métodos, recursos, libertades que ofrecen transparencia a las gestiones gubernamentales.

Internet e Intranet

Una Intranet es un conjunto de contenidos compartidos por los trabajadores dentro de una organización (instituto, corporación, empresa, etc.). Como señala Steven L. Telleen, presumiblemente quien acuñó dicho término en 1998, se trata de un concepto relativo al acceso del contenido dentro de una empresa por sus trabajadores, usando la misma tecnología que Internet, con lo cual, el trabajador puede conectarse a la empresa a través de Internet, por ejemplo desde su casa o desde todas las delegaciones. Las intranets ofrecen a los trabajadores muchas posibilidades, como solicitudes de todo tipo, información de organigramas y procedimientos, correo electrónico, etc. Esto se extrapola a cualquier tipo de organización, no ya sólo a estructuras empresariales

La World Wide Web y el Hipertexto

El servicio con más éxito en Internet es la *World Wide Web* (que traducido es la Telaraña de alcance mundial) y que técnicamente se conoce como protocolo http o protocolo de hipertexto, y popularmente como “las páginas web”. También se llama WWW o W3, para abreviar. La WWW consiste en páginas de información enlazadas. Cada página de información contiene texto, imágenes, vídeos y enlaces llamados hipervínculos. Esto es lo que se llama hipertexto, puesto que no es sólo texto, sino que también tiene elementos multimedia como las imágenes, y además cada página puede estar enlazada o vinculada con otras muchas por los hipervínculos.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Podemos explorar la WWW desde nuestro ordenador cuando nos conectamos a Internet con la ayuda de un programa Navegador (o *Browser*, en inglés), como por ejemplo Internet Explorer de Microsoft o Firefox de Mozilla Corporation. Por eso se llama “navegar” por Internet al hecho de usar estos programas.

El aspecto que presenta la WWW con estos programas es como el de una revista. Cada página contiene texto e imágenes. Sólo hay una diferencia: lo normal en una revista es leerla página a página, una tras otra, en cambio las páginas web se leen por asociación, a través de sus enlaces:

The screenshot shows the homepage of the Generalitat de Catalunya website. The main header features the text "EINES CONTRA LA CRISI" with a large blue graphic. Below this, there are several columns of content. On the left, there are navigation menus for "Serveis" (Services) and "Generalitat". The central column contains news articles with headlines such as "Atenció a persones amb dependència", "Centre Penitenciari de Preventius", "Regulació del trànsit a l'eix Vic - Olot", "Adequació del tram urbà del riu Llobregat", "Ampliació de la telefonia mòbil rural", "Ajuts per als productes agraris", "Subvencions per a activitats escolars", "Manteniment de la xarxa viària", "Conservació de l'abella de la mel", "Nova carretera entre Artesa de Segre i Isona", and "Restriccions de trànsit al passeig de Gràcia". On the right side, there is a search bar, a "Directe a" (Direct to) menu, and a "Destaquem" (We highlight) section with various news items and weather reports.

En la *World Wide Web* podemos encontrar información sobre muchos temas no sólo relacionados con informática o la propia Internet. Por ejemplo, podemos leer las noticias más recientes en las páginas web de los periódicos más importantes de tirada nacional o ver la previsión del tiempo o dar un paseo virtual por el Gran Cañón del Colorado o, sin ir tan lejos, ver una fotografía en color del Ebro a su paso por Tortosa.

Navegadores

Los navegadores son los programas de ordenador que nos permiten visualizar (“navegar por”) la *World Wide Web*. Los navegadores más conocidos y usados

son Microsoft Internet Explorer (IE), Mozilla Firefox, Safari, Opera y Google Chrome. Estos productos, cada cierto tiempo, lanzan una nueva versión con mejoras respecto a la anterior.

Para descargar gratuitamente y comparar los navegadores puedes ir a www.softcatala.org.

Direcciones URL

Las páginas web que encontramos en Internet se designan mediante lo que se llama una URL (*Universal Resource Locator*: Localizador Universal de Recursos), que es lo que nosotros llamamos simplemente la "dirección de una web". Cuando queremos cargar de la Red una página, escribimos su dirección URL en la celda dispuesta para este propósito en el navegador. Así, por ejemplo, cuando queremos ver la página de Microsoft, escribimos la dirección *http://www.microsoft.com*. Ésta es precisamente la URL de la página principal de Microsoft.

Una URL tiene tres partes:

Siglas del Protocolo: indican qué protocolo vamos a usar para la transmisión de datos. Lo normal es usar el protocolo de hipertexto, o sea, páginas web, que es el HTTP (*HyperText Transfer Protocol*: Protocolo de Transferencia de Hipertexto). Normalmente, se pone después del protocolo los siguientes caracteres: "://", por lo que las siglas del protocolo de páginas web serán: "http://". Hay que decir que los navegadores te permiten no poner "http://" al inicio de una dirección, pues ya lo pone el navegador mismo.

Nombre de Dominio del ordenador servidor: indica qué ordenador servidor de Internet nos va a dar la información solicitada. Normalmente, los ordenadores servidores de páginas web tienen por nombre de dominio algo parecido a lo siguiente: *www.nombre.es*. Las tres letras "w" del principio indican que el ordenador está destinado a servir páginas web en Internet. Sin embargo, no siempre tienen "www" delante.

Ruta en el servidor: indica la posición del fichero que concretamente se ha solicitado dentro del ordenador servidor. Los ficheros están en el servidor ordenados jerárquicamente en una estructura de directorios o carpetas, como si fuera un disco duro. Una carpeta se separa de su sucesora mediante una barra de dividir. Así, por ejemplo la ruta */personal/fulanito/imagen* significa que la información que solicitamos se encuentra en la carpeta principal llamada "personal", y dentro de ésta en la carpeta "fulanito", y, por último, en la carpeta imagen, que está, a su vez, dentro de la anterior. La ruta no sólo se compone de la posición de los datos en el sistema de ficheros, como acabamos de ver, sino que también hay que poner el nombre del fichero donde se encuentra la información que queremos visualizar. Estos ficheros suelen tener por extensión las siglas .htm o bien .HTML (*HTML: HyperText Mark-up Language*: Lenguaje

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

de Hipertexto a base de Marcas: Lenguaje de descripción de páginas Web). De este modo, una ruta completa podría ser:

/personal/fulanito/imagen/galeria.htm.

Juntando estos tres elementos, formamos una URL completa. El ejemplo:

<http://www.nombre.es/personal/fulanito/imagen/galeria.htm>.

Cómo navegar

Navegar por la *World Wide Web* es muy sencillo. Para empezar, debemos introducir una dirección de partida en el navegador. Esta dirección de partida, que debemos conocer, se coloca en la barra de direcciones, en la parte superior del navegador:

Internet Explorer:



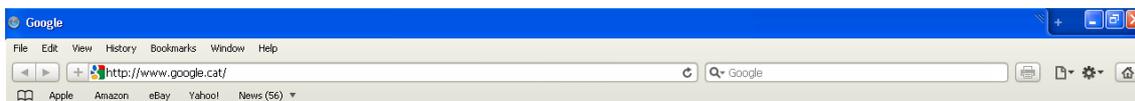
Firefox:



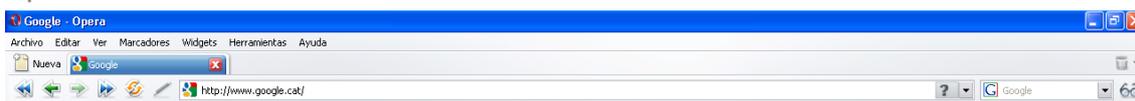
Chrome:



Safari:



Opera:



Si la página web que aparece a continuación dispone de enlaces a otras páginas, no tenemos más que hacer un solo clic con el ratón sobre alguno de los enlaces, que normalmente suelen ser una frases en azul subrayada, o bien

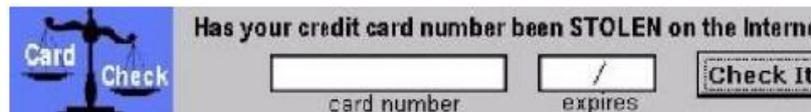
➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

hacer clic en cualquier sitio donde al poner el ratón aparezca el icono de un dedo:



Pueden ser textos, imágenes o animaciones, y al hacer clic aparecerá la página correspondiente al enlace marcado



¡No es broma! ¡Has sido seleccionado!
Por estar conectado el: **4 / Agosto / 2008** a las **19:20** de la tarde
Has sido seleccionado como posible ganador de un **Audi A5**.
Si has llegado a tiempo, haz click aquí: www.seleccionado-audi.com

Haciendo clic en los enlaces o en las imágenes puede ir a sitios que no son lo que dicen ser (no has ganado nada) o bien te instalan un troyano o algo parecido. A veces es necesario salir de la página donde estamos, pulsando las teclas CTRL-ALT-SUPR, y finalizar así las tareas que tengan el icono del navegador en el que estamos.

A base de hacer clics en los enlaces, vamos recorriendo una serie de páginas web enlazadas, hasta que nos cansamos o hasta que llegamos a alguna que no tiene enlaces, por lo que ya no podremos seguir avanzando. Normalmente, al hacer un clic en un enlace se abre la página en la misma ventana en la que estamos, pero usando el botón derecho del ratón podemos usar las opciones "Abrir en una nueva pestaña" o "Abrir en una nueva ventana"; con la primera opción permanecemos en la misma ventana pero en otra pestaña, que están en la parte superior de la ventana:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

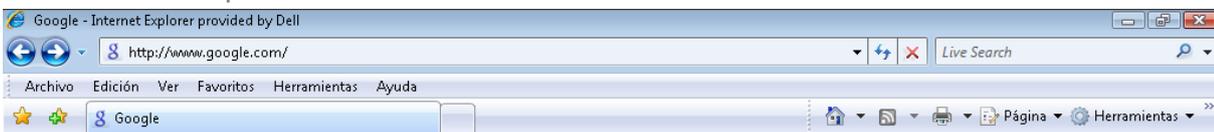


Se considera más cómodo navegar por varias páginas usando pestañas. Además, podemos guardar en favoritos el grupo de pestañas (ver más adelante).

Si el hipervínculo es de texto, queda de otro color, con lo cual sabemos que ya lo hemos visto.

Botones de navegación

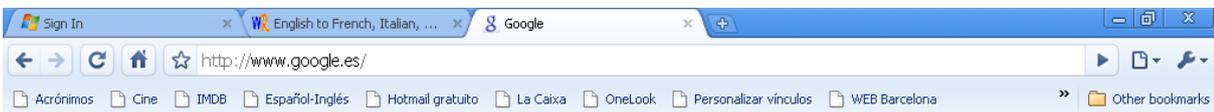
Internet Explorer:



Firefox:



Chrome:



Ponemos la dirección del sitio web a donde queremos ir en la casilla larga superior. En estos ejemplos hemos puesto:

www.google.com

Y hemos pulsado la tecla ENTER. Fíjate que no hemos puesto “http://” delante, porque ya lo pone el navegador.



El botón de retroceder tiene forma de FLECHA A LA IZQUIERDA y nos permite volver a la página de la que provenía la que ahora estamos visualizando. De este modo, pulsando consecutivamente este botón por medio del ratón podemos retroceder todas las páginas por las que hemos pasado durante la navegación hasta llegar al punto de partida.

El botón de avanzar tiene forma de FLECHA A LA DERECHA y realiza la función inversa al botón de retroceso. Cuando hemos retrocedido una página, podemos volver a la posterior pulsando este botón. Así pues, podemos ir y volver desde la primera página web a la última que hayamos navegado con sólo pulsar estos dos botones.

A la hora de navegar es conveniente tener en cuenta algunos detalles importantes. Desde el momento que solicitamos ver una página web hasta que ésta aparece en nuestra pantalla, pueden transcurrir unas décimas de segundo o bien unos pocos minutos, dependiendo de muchos factores, como que dicha página ya la hayamos visitado anteriormente y esté en la memoria de nuestro ordenador, o que entre el servidor y nuestro ordenador haya un canal rápido de transferencia de la información, o incluso puede depender de la hora local, tanto en el lugar que se encuentra nuestro ordenador, como del lugar del servidor.

Es muy recomendable que cuando naveguemos manejemos con precisión el ratón. Lo que se quiere decir con esto es que no se van a cargar las páginas web más rápidamente porque pulsemos repetidas veces sobre el enlace (más bien todo lo contrario) o porque hagamos doble clic en vez de un simple clic, como debe ser.

Durante el proceso de carga de una página web, que puede llevar varios segundos, se nos va mostrando en pantalla la información que se va recibiendo. De este modo, lo normal es que primero nos aparezca el esqueleto de la página web. El esqueleto es el texto y los enlaces. Allá donde deba aparecer una imagen, primero nos aparecerá un icono con un pequeño dibujo, indicando que todavía no se ha recibido la imagen. Al cabo del rato, cuando el navegador consiga reunir toda la información de la imagen, se sustituirá el icono por la imagen real.

Hay ocasiones en que una imagen no se ha podido transferir hasta nuestro ordenador de manera correcta. Entonces, en la pantalla veremos un icono pequeño con un dibujo roto:

Si queremos ver la imagen debemos volver a intentar traerla. Para ello, podemos usar el botón derecho del ratón sobre la imagen rota y usar la opción "Mostrar imagen". Si entonces no se recarga la imagen, se trata de un error de diseño de la web y ya no la podremos ver.

Historial de navegación y caché

A medida que vamos navegando por Internet, todas las páginas web que vamos visitando van quedando memorizadas de dos formas: en el historial y en la memoria caché. Lo que más nos interesa a nosotros es el historial, que es la lista de las direcciones URL por las que hemos pasado los últimos días. Si queremos volver a una web que estuvimos hace dos semanas y no nos acordamos cuál era, entonces podemos usar el historial así:

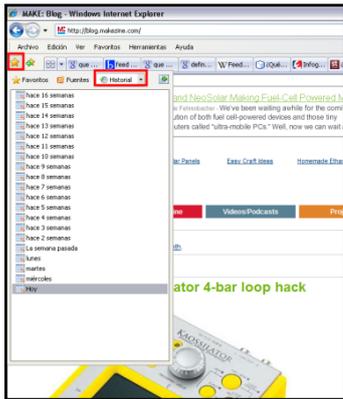
Para Internet Explorer:

Para Firefox:

Basta con usar el menú "Historial –

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Mostrar en barra lateral”:



Cerrar por el botón de la derecha del panel.

Cerrar por el botón de la derecha del panel.

Después, es cuestión de ir haciendo clics en el panel lateral hasta llegar a la web deseada. La caché guarda los textos y gráficos de las páginas web en nuestro ordenador, para que no haya que traerlos cada vez del sitio web u acelerar así la navegación. Con el historial puede interesar hacer dos cosas:

Aumentar el número de días guardados: en IE, usar el menú “Herramientas” (o el icono ) y “Opciones de Internet”, “Historial de Navegación”, botón “Configuración” y cambiar la casilla de días de historial. Para Firefox, usar el menú “Herramientas”, “Opciones”, “Privacidad” y cambiar la casilla de días de historial.

Borrar el historial y la caché: para que no sepan dónde hemos estado o simplemente liberar espacio en el disco duro. Para IE, usar el menú “Herramientas” (o el icono ) y “Opciones de Internet”, “Historial de Navegación”, botón “Eliminar” y clic en “Eliminar archivos” y “Eliminar historial”. En Firefox, usar el menú “Herramientas” – “Limpiar información privada” y marcar al menos “Caché” e “Historial de Navegación”, y usar el botón “Limpiar ahora”.

Guardar páginas Web que nos interesan

Hay dos maneras de guardar una página web.

La primera y más sencilla es introducir la dirección de la página web en los favoritos de nuestro navegador. Hemos visto que al ir a un buscado y cuando encontramos la información deseada, en la parte superior del navegador, llamada barra de direcciones, aparece la dirección o URL de esa página web. Pues bien, guardar en favoritos una dirección significa guardar solamente esa dirección o URL, no el contenido de la página web. Estos se hace usando en Internet Explorer el menú “Favoritos – Agregar a Favoritos” y en Firefox el menú “Marcadores – Añadir página a marcadores”. Esto no guarda en sí la

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

información de la página web, solamente la URL, con lo cual, si queremos volver a ver la información, tendremos que seguir conectados a Internet. Además, puede ocurrir que la próxima vez que se vuelva, el contenido haya cambiado. Si tenemos varias pestañas abiertas podemos usar la opción “Favoritos – Agregar grupo de pestañas a favoritos”, en IE, o “Marcadores – Añadir pestañas a marcadores”, en Firefox, para guardar todas las pestañas a la vez.

Para la otra manera, resultaría de gran interés disponer de la posibilidad de grabar en el disco duro de nuestro ordenador páginas web que hayamos visitado y nos gusten, para, o bien verlas más tarde, o bien enviárselas a un amigo en un CD, por ejemplo, o guardarlas en nuestro lápiz USB.

Todos los navegadores disponen de la posibilidad de grabar una página web al disco duro, pero ¡que no nos engañen!, porque lo que de este modo se graba no es la página tal cual la vemos en pantalla, sino sólo el esqueleto, o sea, el texto y los enlaces.

Esta opción de grabar la encontramos en el menú “Archivo – Guardar como”. Por defecto, grabaremos la página con una extensión .htm o bien .html, que es la típica extensión de un fichero de página web, pero no tendrá las imágenes. La otra opción es “archivo único” (.mht), en IE, o bien “pagina web completa”, en Firefox, que guarda también las imágenes.

Otra opción es guardar en nuestro disco duro solamente las imágenes de la web. Para grabar una imagen, pulsamos el botón derecho del ratón cuando el puntero esté colocado justo encima de la imagen. Aparecerá un menú con varias opciones. Debemos escoger la opción “Guardar imagen como”. Haciendo clic sobre esta opción, el ordenador nos preguntará dónde grabar dicha imagen y con qué nombre. Por defecto, la imagen tendrá un nombre, que es el que le ha dado el creador de la página web que estamos tratando. Si queremos que en la página que hemos grabado salga correctamente esta imagen, debemos grabarla con el nombre que da el ordenador por defecto. La extensión de la imagen será .gif, o bien .jpg, que son los dos únicos formatos de imagen permitidos en la *World Wide Web*. Si no sabemos dónde grabar la imagen, lo mejor es escoger la misma carpeta donde hayamos grabado la página web donde se encuentra dicha imagen.

Para visualizar una página guardada en los Favoritos o los Marcadores, haced clic en ese menú, buscad esa página web y hacedle clic. Se volverá a ver, si estamos conectados a Internet.

Para visualizar una página web guardada en disco duro, usad el menú “Archivo – Abrir”, buscad la página que se guardó en su día y ésta aparecerá en el navegador, aunque no estemos conectados a internet, ya que la tomará desde nuestro disco duro.

Por último, para visualizar imágenes guardadas, usaremos el Explorador de Windows para buscar la carpeta del disco duro de nuestro ordenador donde grabamos la imagen y le haremos doble clic.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Otra opción para guardar la información de una página web es copiarla y pegarla en un procesador de textos como Word y, posteriormente, guardar ese archivo de Word en el disco o en el lápiz USB. Pero esto tiene un peligro, ya que el simple copiar y pegar copia y pega el esqueleto, con lo cual se perderán las imágenes posteriormente. Lo usual es seleccionar el texto, las imágenes o combinaciones de ambos en el navegador y usar el menú “Edición – Copiar” del navegador. Seguidamente, vamos a Word y en Word usamos “Edición – Pegado especial” o “ALT – OVO” en Word 2007, y usamos las opciones:

Sólo texto: si solamente queremos poner texto sin formato (esto es lo ideal, pues el texto se adapta al formato que hayamos puesto en Word).

Mapa de bits independiente de dispositivo: si sólo queremos pegar una imagen (si solamente haces “Edición – Pegar” es probable que cuando en el futuro revises el texto se hayan perdido las imágenes).

Texto rtf: si queremos pegar texto con formato e imágenes. Normalmente queda muy mal, pero se puede usar para pegar texto tomado de una web que tenga tablas.

Si queremos copiar tablas de una página web en Excel, usaremos el menú “Datos – Obtener datos externos – Nueva consulta web” o bien “Datos – Obtener datos externos – Desde Web en Excel 2007”. Entonces ponemos la dirección de la página web donde está la tabla. Por ejemplo, copiaremos en Excel una de las tablas estadísticas que hemos visto al principio:

Regiones	Usuarios, (año 2000)	Usuarios, dato más reciente	Crecimiento (2000-2006)	% Poblacion (Penetracion)
Africa	4,514,400	32,765,700	625.8 %	3.6 %
America del Norte	108,096,800	231,001,921	113.7 %	69.7 %
America Latina / Caribe	18,068,919	85,042,986	370.7 %	15.4 %
Asia	114,303,000	378,593,457	231.2 %	10.3 %
Europa	103,096,093	311,406,751	196.3 %	38.6 %
Medio Oriente	5,284,800	19,028,400	479.3 %	10.0 %
Oceania	7,619,500	18,364,772	141.0 %	54.1 %
TOTAL MUNDIAL	360,983,512	1,076,203,987	198.1 %	16.6 %

Observamos que a la izquierda de cada tabla aparece una flecha amarilla; basta con hacer clic en la flecha amarilla a la izquierda de la tabla que queremos importar a Excel y usar el botón “Importar”, decimos en qué celda queremos importar la tabla y ésta aparece en Excel:

	A	B	C	D	E	F
1	Regiones	Usuarios,	Usuarios, dato	Crecimiento	% Poblacion	(%) de
2		(año 2000)	más reciente	(2000-2006)	(Penetracion)	usuarios
3	Africa	4,514,400	32,765,700	625.8 %	3.6 %	3.0 %
4	America del Norte	108,096,800	231,001,921	113.7 %	69.7 %	21.5 %
5	America Latina / Caribe	18,068,919	85,042,986	370.7 %	15.4 %	7.9 %
6	Asia	114,303,000	378,593,457	231.2 %	10.3 %	35.2 %
7	Europa	103,096,093	311,406,751	196.3 %	38.6 %	28.9 %
8	Medio Oriente	5,284,800	19,028,400	479.3 %	10.0 %	1.8 %
9	Oceania	7,619,500	18,364,772	141.0 %	54.1 %	1.7 %
10	TOTAL MUNDIAL	360,983,512	1,076,203,987	198.1 %	16.6 %	100.0 %
11						

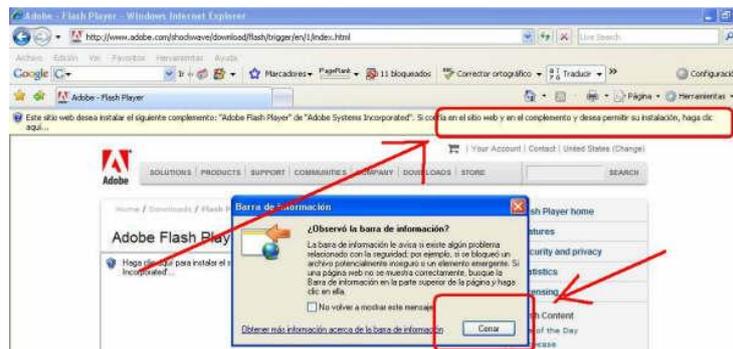
➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

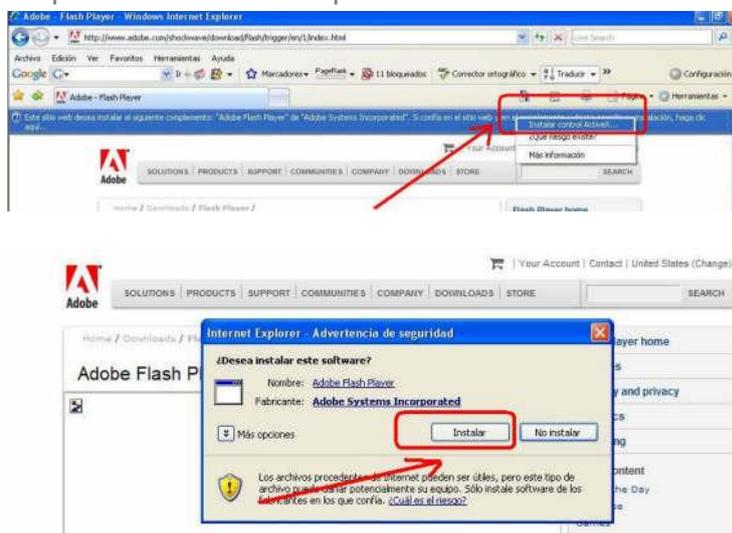
Si alguna vez queremos actualizar la tabla, por si ha cambiado en la página web, iremos a Excel y, sobre la tabla ya importada, haremos clic con el botón derecho del ratón y “Actualizar datos”.

Complementos: Plugins, Addins, Addons, Applets.

No siempre los navegadores web están preparados para navegar con todo lo necesario para las últimas novedades. Entonces, de vez en cuando, al entrar en una página web, se presenta un diálogo de este tipo, que pide instalar un complemento para actualizar el navegador:



Bastará con hacer clic en “Aceptar” en la ventana inferior (si te aparece), después clic en la barra amarilla superior y clic en “Instalar complemento”, y luego “Ejecutar” para instalar el complemento.



Siempre es recomendable la descarga de recursos y/o aplicaciones de fuentes oficiales y de confianza, ya que desde un sitio no oficial y/o de dudosa reputación existe la posibilidad de que el archivo haya sido modificado de forma maliciosa para contener o propagar *malware*. Cuando estemos en un sitio web de dudosa fiabilidad que nos obligue a cargar un complemento para entrar, si no es un complemento de estas empresas, mejor no instalarlo, haciendo caso omiso a la barra amarilla. Si nos obliga a aceptar la carga de un complemento a

través de un cuadro de diálogo, cerraremos ese cuadro; y si la página web sigue insistiendo, hay que pulsar a la vez las teclas CTRL+ALT+SUPR del teclado, entrar en el administrador de tareas y finalizar todas las tareas con el icono del navegador que estamos usando en ese momento.

El plugin Flash Player

Flash es la tecnología que permite poner animaciones interactivas en una página web. Existen otras tecnologías como Shockwave, pero Flash las ha ganado a todas. Ya viene instalado en la mayoría de los navegadores por defecto. Normalmente, al entrar en una página que contenga una animación Flash, si nosotros no tenemos el *plugin* instalado, entonces pedirá permiso para instalarlo, deberemos dar permiso en la barra amarilla superior e instalarlo. Si queremos descargarlo nosotros, debemos contactar con la web:

www.adobe.com/es/products/flashplayer

El plugin Java de Sun Microsystems

Uno de los *plugins* más utilizados es Java, que permite ejecutar muchos programas, que van desde juegos hasta aplicaciones que interactúan con las webs de la Administración o los bancos. Para instalar el *plugin* de Java entra en la web www.java.com y haz clic en “Descarga gratuita de Java”. Después, sigue las indicaciones: hacer clic en la barra amarilla para dar permiso, hacer clic en instalar o ejecutar y ya lo tienes instalado.

El plugin .Net Framework de Microsoft

Es el *plugin* de Microsoft que intenta competir con el de Java y hace lo mismo que él. Es otro de los más usados y en las versiones modernas de Windows ya viene instalado, pero puede que en tu ordenador tengas que instalarlo si se te indica. En tal caso, descárgalo de microsoft-net-framework.softonic.com y haz clic donde pone “Descargar” y luego “Descargar Microsoft .NET Framework gratis” y “Descargar”. Después, da permiso de descarga, haz clic en “Ejecutar” y sigue las instrucciones.

Actualizaciones

Una vez instalado un *plugin*, cada cierto tiempo se irá actualizando y aparecerán en la pantalla del ordenador mensajes preguntándonos si lo queremos actualizar; usualmente diremos que sí:



'Toolbars'

Son unos *plugins* especiales muy de moda que, una vez instalados, incorporan a tu navegador una nueva barra con nuevas opciones en la parte superior, que permiten configurar las nuevas posibilidades. Además, estos *toolbars* recaban información estadística de los lugares y modos de navegación de los usuarios, como las *toolbars* de Google o de Alexa; esta información se envía a los servidores de Alexa y Google y allí elaboran información estadística que es ofrecida al público. Por supuesto, la información enviada es totalmente anónima. Las *toolbars* suelen ofrecer: buscar sin tener que ir al buscador, buscadores específicos –como buscadores de *software*, de ofertas de viajes, fotos–, detectar páginas peligrosas, traducción, bloquear *popups* (si tienes un navegador antiguo), reproducir música, bloquear publicidad y un largo etcétera.

Puedes obtener más información en: www.softonic.com/windows/barras-de-herramientas

Instalar tus propios plugins

No siempre los *plugins* se instalan automáticamente, sino que hay muchos *plugins* que los instalas tú si lo deseas; para hacerlo, tienes que ir a webs de descarga de archivos y buscar en la sección de “Navegadores” para ver las colecciones de *plugins* y *toolbars* disponibles para tu navegador. Puedes ir a:

www.softonic.com/windows/navegadores-gratis-espanol-descargas

Cookies

Las *cookies* son utilizadas habitualmente por los servidores web para diferenciar usuarios y para actuar de diferente forma dependiendo del usuario. Las *cookies* se inventaron para ser utilizadas en una cesta de la compra virtual, que actúa como dispositivo virtual en el que el usuario va “colocando” los elementos que desea adquirir, de forma que los usuarios pueden navegar por el sitio donde se muestran los objetos a la venta y añadirlos y eliminarlos de la cesta de la compra en cualquier momento. Otro uso de las *cookies* es identificarse en un sitio web. Los usuarios normalmente se identifican introduciendo sus credenciales en una página de validación; las *cookies* permiten al servidor saber que el usuario ya está validado y, por lo tanto, se le puede permitir acceder a servicios o realizar operaciones que están restringidas a usuarios no identificados. Las *cookies* se utilizan también para realizar seguimientos de usuarios a lo largo de un sitio web. Las *cookies* de terceros y los errores en servidores web que se explican más abajo también permiten el seguimiento entre diferentes sitios. El seguimiento en un mismo sitio normalmente se hace con la intención de mantener estadísticas de uso, mientras que el seguimiento entre sitios normalmente se orienta a la creación de perfiles de usuarios anónimos por parte de las compañías de publicidad, que luego se usarán para orientar campañas publicitarias.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Ideas equivocadas

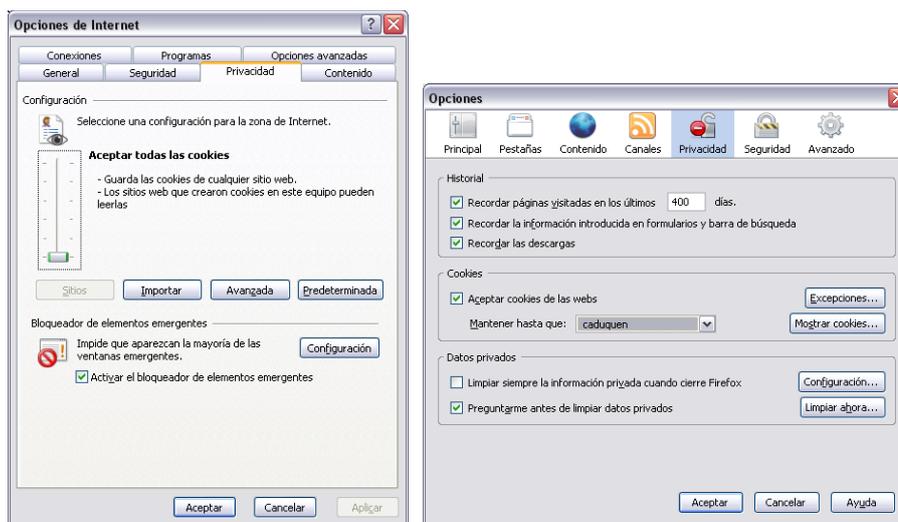
Desde su introducción en Internet han circulado ideas equivocadas acerca de las *cookies*:

- ➔ Las *cookies* son similares a gusanos y virus que pueden borrar datos de los discos duros de los usuarios;
- ➔ Las *cookies* son un tipo de *spyware*, porque pueden leer información personal almacenada en el ordenador de los usuarios;
- ➔ Las *cookies* generan *popups*;
- ➔ Las *cookies* se utilizan para generar *spam*;
- ➔ Las *cookies* sólo se utilizan con fines publicitarios.

En realidad, las *cookies* son sólo datos, no código, así que no pueden borrar ni leer información del ordenador de los usuarios.

Activar las *cookies* en tu navegador

Para IE, usad el menú “Herramientas” (o el icono ) y “Opciones de Internet” y, en la pestaña “Privacidad”, bajar el mando deslizante hacia abajo de todo hasta que aparezca “Aceptar todas las *cookies*”. En Firefox, usad el menú “Herramientas – Opciones” y clic en “Privacidad” y marcar “Aceptar *cookies* de las webs”:



Banners y publicidad en Internet

Un *banner* es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad *online* consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión. Los *banners* se crean a partir de imágenes (GIF o JPEG), o de animaciones creadas a partir de tecnologías como Java, Adobe Shockwave y, fundamentalmente, Flash, diseñadas con la intención de atraer la atención, resultar notorias y comunicar el

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

mensaje deseado. Por lo tanto, estos *banners* no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio:



Cuando uno empieza a navegar no sabe, por ejemplo, que hay *banners* engañosos que simulan ser barras de navegación, mensajes de error, paneles de control para bajar archivos, etc. Ingenuamente se hace un clic en esos banners y el traslado hacia el sitio del anunciante es automático. Una vez que los navegantes se dan cuenta que han sido engañados, se produce un rechazo hacia ese sitio, hacia los *banners* e incluso hacia Internet en general. Esos *banners* engañosos generaron mucho tráfico cuando comenzaron a ser utilizados, pero ahora que han pasado varios años se está produciendo un efecto opuesto perjudicial:



26 años

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Al dar la impresión de que son mensajes de Windows, los navegantes novatos les hacen clic y son enviados a la página en cuestión. Para saber si se trata de un *banner* o de un mensaje de Windows, al situar el ratón sobre el cuadro de diálogo, aparece una flecha (☞) si es de Windows, y un dedo (☞) si es un banner engañoso.

Los creadores de *spyware* suelen utilizar banners de publicidad. Lo típico es encontrarnos *banners* que dicen: “tu computadora está infectada, haz clic aquí para limpiarla”, o similares. Esos banners, en realidad, no son ninguna alerta de seguridad, sino una simple estrategia utilizada para que descarguemos algún tipo de *software* malicioso, especialmente *software* espía tipo *keyloggers*, que registran todo lo que tecleamos. Al navegar por Internet, si vemos un *banner* que alerta sobre una situación insegura en tu equipo informático, no hay que hacerle caso bajo ningún concepto. En un 100% de los casos se trata de otra forma más de intentar que caigamos en la trampa y terminemos infectados.

Anuncios Google (AdSense)

Anuncios Google

cursos
La guía más completa de formación. A distancia, online y presencial.
www.SoloCursos.net/Cu

Cursos Homologados Verano
Para Profesores. Garantía Magister 100% A Distancia, 110h desde 100€
www.magister.es

Para Docentes, Opositores
Cursos a Distancia, Homologados hasta 11 Creditos, plazas limitadas
www.campusdoente.cc

Cursos Homologados
Especialistas en Cursos a Distancia Online o Presenciales

1984: La NSF (Fundación Nacional de la Ciencia) intenta hacer uso de ARPANet para facilitar el acceso a cinco Centros de Proceso de Datos, localizados en las principales universidades americanas. Por razones burocráticas no se pudo utilizar ARPANet.

Integración de redes
Accenture tiene experiencia y medios para mejorar su rendimiento.
Accenture.com

Cómo influir en los demás
Secretos y técnicas para conseguir cualquier objetivo ¡En minutos!
www.itsselections.com/persuasion

Reparación de ordenadores
Aprende a reparar y mantener redes, software, hardware y seguridad.
www.EsTuCurso.com

Curso de Liderazgo
Conoce todas Habilidades Directivas del Sector de la Hostelería
www.estudiolahosteleria.com

Anuncios Google

[Continuemos viendo la Clase 2...](#)

[Haz AulaFácil tu página de inicio](#) [Envía esta página a un amigo](#)

Los anuncios de Google se entremezclan con el texto que estás leyendo y tienen relación con el tema que lees. Se llama tecnología AdSense: se rastrea de forma automática el contenido de las páginas y publica anuncios, tanto gráficos como de texto, relevantes para el lector y relacionados con el contenido del sitio web. Suelen incluso tener unas flechitas para ver más anuncios, si te interesan. Más información en www.google.com/adsense/login/es y en es.wikipedia.org/wiki/Adsense. Puede ser una manera de publicitar tus productos o de ganar dinero con tu página web, ya que recibes un dinero por cada clic de un usuario en un anuncio AdSense. Yahoo tiene sistemas similares en searchmarketing.yahoo.com/es_ES/as.

Traductores Web

Existen diferentes páginas web que nos permiten realizar traducciones. Los procesos de traducción son muy complejos para que un ordenador los sepa hacer correctamente, por lo que el resultado de la traducción puede ser en ocasiones difícil de interpretar.

En catalán podemos usar principalmente los siguientes traductores

<http://traductor.gencat.cat/>

<http://www.softcatala.org/traductor>

La herramienta más conocida internacionalmente de traducción es la de Google. Para activarla, entrar en la página web de Google (www.google.com) y haz clic en el enlace "Herramientas del idioma". Esto nos lleva a la siguiente página:

Búsqueda de imágenes

La búsqueda por imágenes se hace por dos motivos. En muchas ocasiones necesitamos imágenes para complementar nuestros trabajos. Uno de los factores que dan más que hablar es la inclusión de imágenes de todas las clases –fotografías, diagramas, ilustraciones, multimedia etc.–. Las imágenes atraen y distraen a usuarios por igual y es importante limitar los gráficos. También usamos la búsqueda de imágenes porque la imagen nos puede dar una idea de la página web que buscamos, es decir, en lugar de buscar leyendo textos, buscamos observando imágenes. Esto ha dado lugar a los buscadores visuales, de los que hablaremos más adelante.

El sitio más usado para buscar imágenes (o para buscar por imágenes) es, sin duda, Google. Para hacerlo, debemos ir a la página principal de Google (www.google.com) y hacer clic en el enlace superior "Imágenes":



Entonces, en la casilla de búsqueda ponemos palabras clave acerca de la imagen que queremos buscar y hacemos clic en "Buscar imágenes".

Lo que aparece en el buscador Google es solamente lo que se llama un *thumbnail*, es decir, una miniatura; la imagen original puede ser de más calidad

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

(que es lo que más nos interesa), por lo que conviene hacer clic en la imagen para ir a la web original y hacer clic arriba donde pone "Quite el marco".

Podemos copiar la imagen original o guardarla en nuestro disco duro, poniendo el botón derecho del ratón sobre la imagen y usando la opción "Copiar" o "Guardar imagen como...".

Búsqueda por imágenes

Sin embargo, como hemos dicho, muchas veces lo que hace la gente es buscar por imágenes, es decir, que según la imagen que encontremos, nos dará información a simple vista de la página web que buscamos. Para hacerlo, se puede usar tranquilamente www.google.com, e ir a la sección de imágenes, y cuando encontremos una imagen que nos guste, le haremos clic para ir a la web, no para descargar la imagen.

Además, se han creado en la web buscadores específicamente visuales, el más famoso es:

www.searchme.com (activad los popups para que funcione y usd la rueda del ratón para hojear).

Por ejemplo, busca en *searchme* tu propia empresa, a ver qué tal sale en forma gráfica:

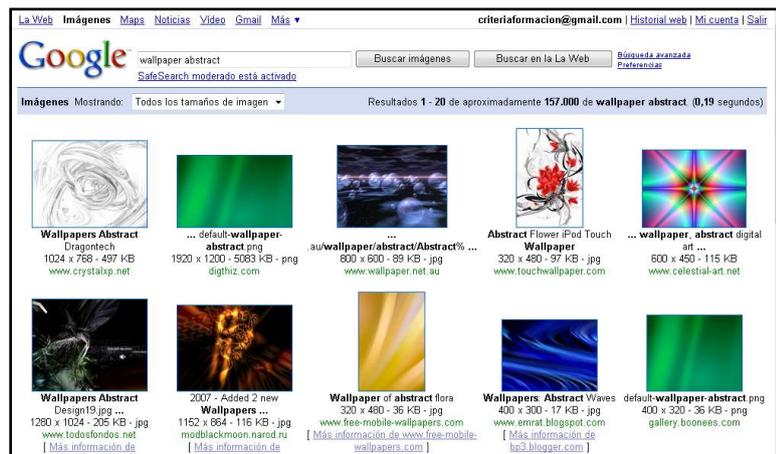


'Wallpapers'

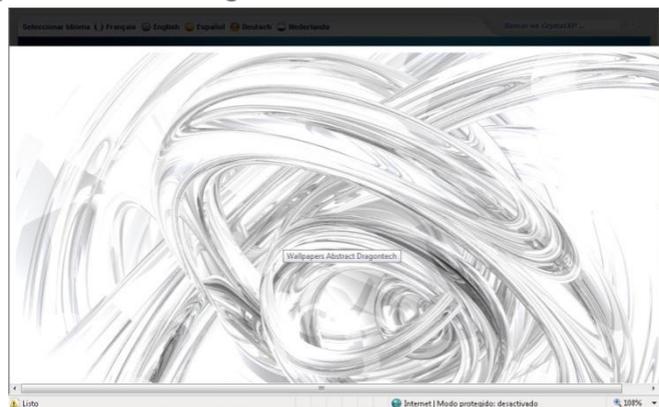
Se trata de imágenes preparadas para ponerse de fondo del escritorio de Windows. Podemos usar Google Imágenes para buscar con la palabra *wallpaper*. Por ejemplo, buscamos *wallpaper abstract* (en español podría usarse "fondo de escritorio abstracto"); el resultado podría ser:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Entonces, podríamos hacer clic en la primera imagen e iríamos a la página web donde está la imagen original (para verla completamente debemos hacer clic en el enlace "Quite el marco", arriba a la derecha), Podemos hacer clic en la imagen para que se vea más grande:



Hacemos clic sobre la imagen con el botón derecho y usamos la opción "Establecer como fondo", y ya tendremos esa imagen como fondo en nuestro escritorio.

Galerías fotográficas

Normalmente, cuando vamos de viaje y sacamos muchas fotos, al regresar enseñamos las fotos a los amigos y familiares. Con Internet podemos enseñar las imágenes a todo el mundo –y nunca mejor dicho "todo el mundo"–, publicando estas fotos en páginas webs especializadas en colecciones o galerías de fotos. Las fotos las subimos desde nuestra cámara digital hasta la página web. Los sitios más conocidos son:

picasaweb.google.com (es necesario inscribirse creando una cuenta en Gmail; puedes hacer que solamente vean tus fotos otros usuarios que también han de estar inscritos).

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

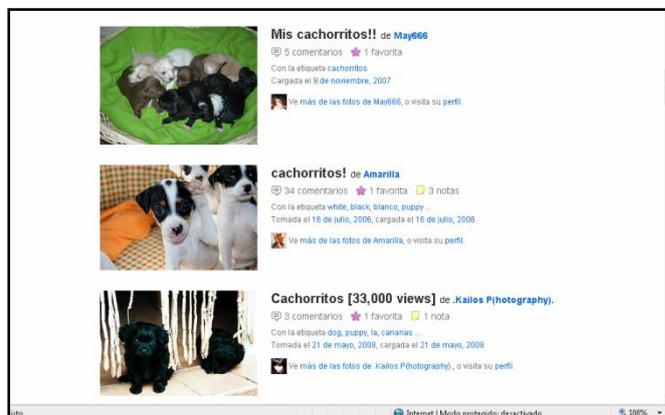
www.flickr.com (también tienes que crear tu cuenta y subir fotos; es de pago si pones muchas fotos; hay concursos de fotos y aplicaciones).

hi5.com

www.myspace.com

spaces.live.com (si tienes cuenta de Hotmail).

Una vez hayas creado tus álbumes, envía la dirección de los mismos por *email* a la gente que quieras que los vea; ellos harán clic en el enlace y verán tus fotos. He aquí un álbum escogido al azar en la web Flickr. Hemos buscado la palabra "cachorritos" y nos ha salido:



Haciendo clic en cualquier foto veremos la colección de fotos y el autor de la colección.

Flickr también tiene un blog (blog.flickr.net) y Google tiene el programa Picasa en la web picasa.google.com, con el que puedes organizar y retocar fotos en tu ordenador.

➔ UD 5 - Portales temáticos y Web institucionales

Portales temáticos

Son directorios especializados que recogen una serie de recursos seleccionados por expertos con un criterio riguroso. Generalmente, cuentan con una presentación, un catálogo, una colección de imágenes y una selección de enlaces de calidad, entre otros apartados.

Web de organismos oficiales

Generalitat de Catalunya

<http://www.gencat.cat>

Parlament de Catalunya

<http://www.parlament.cat>

Congreso de los Diputados

<http://www.congreso.es/>

Fundación COTEC para la innovación tecnológica

<http://www.cotec.es/>

Ministerio de Educación y Ciencia

<http://www.mec.es/>

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

<http://www.mityc.es/es-ES/index.htm>

Parlamento Europeo

http://www.europarl.eu.int/news/public/default_es.htm

Portal Tecnociencia Senado

<http://www.senado.es/>

Unión Europea

http://europa.eu.int/index_es.htm

A continuación, te damos un listado de webs institucionales ligadas a la biblioteconomía

[\[i\] Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya](#)

El CBUC mantiene el “Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya” y está formado por las instituciones siguientes: Universitat de Girona, Biblioteca de Catalunya, Universitat de Barcelona, Autònoma de Barcelona, Politècnica de Catalunya, Pompeu Fabra, Oberta de Catalunya, Universitat de Lleida, Universitat Rovira i Virgili i DURSI (Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació). Se puede buscar en las páginas web del servidor a través de la opción de Google en el CBUC. Ofrece, entre sus servicios, acceso a

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

CCUC (Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya), cuya consulta permite conocer no sólo la localización de las obras, sino además su estado de disponibilidad, algo esencial en este catálogo, ya que es una herramienta para el eficaz sistema de préstamo interbibliotecario que ha desarrollado este consorcio de bibliotecas. También ofrece acceso a la base de datos de sumarios electrónicos de revistas, a TDX, a la Biblioteca Digital de Catalunya, etc. Incluye información de más de 125 consorcios y organismos de cooperación bibliotecaria en el mundo, clasificados por continentes, países y estados

Título Alternativo: CBUC.
Tipo de recurso: Sedes web institucionales, Catálogos de bibliotecas.
Autor: Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya.
Materias: [Biblioteconomía y Documentación](#) - [Bibliotecas, Biblioteconomía y Documentación](#) - [Cooperación bibliotecaria](#).
Formato: Texto - HTML.
Lengua: Catalán, Español, Inglés.

[\[i\] European Association for Health Information and Libraries](#)

La European Association for Health Information and Libraries (EAHIL) tiene como objetivo aunar y motivar a los bibliotecarios y profesionales de la información que trabajan en bibliotecas de medicina y ciencias de la salud en Europa. La Asociación fomenta el desarrollo profesional y favorece la cooperación y el intercambio de experiencias entre sus miembros. Cuenta con unos mil asociados de cerca de 30 países europeos. En la web hay un enlace al texto completo desde 1987 de la revista *Journal of the European Association for Health Information and Libraries* (antes *Newsletters to European Health Librarians*)

Título Alternativo: EAHIL, Asociación Europea de Bibliotecas de Ciencias de la Salud.
Tipo de recurso: Asociaciones profesionales, Sedes web institucionales.
Autor: European Association for Health Information and Libraries.
Materias: [Biblioteconomía y Documentación](#) - [Cooperación bibliotecaria](#), [Medicina](#) - [General](#).
Formato: Texto - pdf, Texto - HTML.
Lengua: Inglés.

[\[i\] OCLC](#)

Sitio web de la OCLC, fundada en 1967.
Título Alternativo: Online Computer Library Center.
Tipo de recurso: Sedes web institucionales.
Autor: OCLC.
Materias: [Biblioteconomía y Documentación](#) - [Cooperación bibliotecaria](#).

Formato: Texto - HTML.
Lengua: Inglés.

[\[i\] Ligue des bibliothèques européennes de recherche](#)

Sitio web de la "Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche" (LIBER), que es la principal asociación de bibliotecas de investigación de Europa. Incluye enlaces a otras asociaciones de bibliotecas de investigación. Título Alternativo: LIBER, Association of European Research Libraries. Tipo de recurso: Sedes web institucionales. Autor: Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche. Materias: [Biblioteconomía y Documentación](#) - [Cooperación bibliotecaria](#).

Formato: Texto - HTML.
Lengua: Inglés, Alemán, Francés.

Bibliografía

Carr, L.; Brody, T. (2007). "Size isn't everything: sustainable repositories as evidenced by sustainable deposit profiles". *D-lib magazine* (July/August). <<http://www.dlib.org/dlib/july07/carr/07carr.html>>. [Consulta: 15/02/2008].

Lynch, C. A. (2003). *Institutional repositories: essential infrastructure for scholarship in the digital age*. <<http://www.arl.org/newsltr/226/ir.html>>. [Consulta: 15/02/2008].

Davis, P. M; Connolly, M. J. L. (2007). "Institutional repositories: evaluating the reasons for non-use of Cornell University's installation of DSpace". *D-lib magazine* (March/April), vol. 13. <<http://www.arl.org/newsltr/226/ir.html>>. [Consulta: 15/02/2008].

Ferreira, M.; Rodrigues, E.; Baptista, A. A.; Saraiva, R. (2008). "Carrots and sticks: some ideas on how to create a successful institutional repository". *D-lib magazine* (January/February). <<http://www.dlib.org/dlib/january08/ferreira/01ferreira.html>>. [Consulta: 15/02/2008].

Melero, R. (2007). "Políticas sobre el libre acceso a la producción científica y la respuesta de los autores". En: *IV Congreso de Comunicación Social de la Ciencia*. Madrid <<http://eprints.rclis.org/archive/00011484/>>. [Consulta: 15/02/2008].

Melero, R. (2006). "Open access environment in Spain: How the 'Movement' has evolved and current emerging initiatives". En: *Workshop Open Access and Information Management*. Oslo, 10 May 2006. <<http://eprints.rclis.org/archive/00006668/>>. [Consulta: 15/02/2008].

Pinfield, S. (2005). "A mandate to self archive? The role of open access institutional repositories". *Serials*, vol. 18, no. 1, p. 30-34. <http://eprints.nottingham.ac.uk/152/1/mandate_to_archive.pdf>. [Consulta: 15/02/2008].

Suber, P. (2007). *Open access overview. Focusing on open access to peer-reviewed research articles and their preprints*. <<http://www.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>>. [Consulta: 09/04/2008].

Turtle, E. C.; Courtois, M. P. (2007). "Scholarly communication: science librarians as advocates for change". *Issues in science and technology librarianship*, no. 5. <<http://www.istl.org/07-summer/article2.html>>. [Consulta: 15/02/2008].

➔ UD 6 - Evaluación de los resultados

Idoneidad y validez de la información

La información que se encuentra en Internet es de calidad muy diversa. Junto a excelentes trabajos académicos y datos exactos y actualizados, se encuentran muchísimas páginas llenas de especulaciones, inexactitudes y errores. Para evaluar la fiabilidad de los recursos que localicemos, puede ser útil que nos hagamos estas preguntas:

Autoría:

- ¿Quién es el autor?
- ¿Es el autor el creador de la información?
- ¿Aporta algún dato que avale sus conocimientos en la materia?
- ¿Proporciona alguna dirección de contacto?
- ¿La información está respaldada por alguna institución?

Actualidad:

- ¿Está la información puesta al día?
- ¿Aparecen fechas de creación?

Propósito:

- ¿Cuál parece ser el propósito del recurso: informar, explicar, vender, persuadir?
- ¿A qué tipo de público parece estar dirigido?

Usabilidad:

- ¿Es fácil navegar por el sitio?
- ¿Están bien estructurados los contenidos?
- ¿Es agradable visualmente?
- ¿Contiene herramientas de búsqueda?
- ¿Los enlaces son pertinentes?
- ¿Los enlaces funcionan?
- Si contiene publicidad, ¿dificulta ésta la visibilidad y/o navegación?

Contenidos:

- ¿La información se corresponde con mi nivel de conocimientos?
- ¿La información está correctamente redactada?
- ¿La información es objetiva?

En definitiva...

- ¿Vale la pena guardar esta dirección en "Favoritos"?

Exactitud o fiabilidad de la información

Cualquier tipo de información es susceptible de ser evaluada, sobre todo si se quiere reunir una colección de utilidad para los usuarios de un centro de información. La información almacenada en los soportes tradicionales, e incluso en los electrónicos, cuenta desde hace tiempo con un corpus teórico contrastado relativo a los criterios que se deben aplicar para la evaluación de la misma. Sin embargo, la información telemática, especialmente la accesible a través de Internet, todavía está siendo objeto de reflexión e investigación, a fin de ofrecer una serie de parámetros y procedimientos que sirvan de forma definitiva para analizar la calidad de la información accesible en línea. En los siguientes párrafos se expondrán los principales aspectos referidos a los criterios y métodos de evaluación del principal tipo de información telemática: aquella que se difunde a través de páginas web.

La información web es aquella que está elaborada en cualquiera de los lenguajes derivados del SGML y cuya característica más notable es ser documentos hipertextuales y multimedia. La unidad básica de los documentos de este tipo es la página web, entendida como el documento escrito en un lenguaje de marcado, con una localización única dentro de un servidor. El contenido de una página web puede ser independiente o bien estar vinculado a otras páginas web, entre las que existen enlaces hipertextuales que completan su información. En este caso, se denomina sitio web, al tratarse del conjunto de páginas web relacionadas entre sí por su autoría y porque su contenido sólo cobra sentido cuando se entiende de forma global, distribuido entre varias páginas web complementarias e interdependientes. Esta delimitación de conceptos es importante, ya que el proceso de evaluación de información telemática muchas veces podrá realizarse sobre páginas aisladas, aunque, en la mayoría de los casos, el objeto será un sitio web en su conjunto.

La evaluación de páginas o sitios web es necesaria por motivos cuantitativos y cualitativos. El elevado número de páginas existentes –la base de datos de Google ya ha sobrepasado los dos mil millones de documentos– obliga a contar con criterios desde los que se extraiga la información de calidad de la abultada cifra de recursos inservibles, inoperantes y desdeñables. Asimismo, cualquier fuente de información sólo es válida si aporta contenidos útiles y si éstos son localizados de forma sencilla. Por este motivo, también es necesario recurrir a parámetros que ayuden a identificar la información imprescindible y separarla de la que nada aporta. Es evidente que disponer de indicadores para aplicar en el proceso de evaluación es, sin lugar a dudas, necesario.

El proceso de evaluación de la información web

La evaluación de la información telemática, como la de cualquier otro tipo, requiere una planificación concreta en la que se establecerán los criterios que se aplicarán y los métodos mediante los que se pondrán en práctica dichos criterios. Los criterios se materializarán mediante el uso de parámetros e indicadores de evaluación; mientras que los métodos se desarrollan a través de

procedimientos concretos y la ayuda de los recursos necesarios para la realización positiva de los métodos ideados para llevar a cabo el proceso de evaluación. Parámetros, indicadores, procedimientos y recursos son, por tanto, los cuatro elementos clave del proceso de evaluación de la información web.

Los parámetros son los aspectos genéricos que serán evaluados. Se trata de establecer una serie de grandes bloques sobre los que se realizará el análisis y los cuales serán desarrollados en indicadores concretos que dan la información necesaria para cada uno de estos grupos. Existe un elevado número de propuestas o criterios genéricos, como puede observarse en las recopilaciones realizadas por Alastair Smith o Nicole J. Auer que figuran en la bibliografía. Muchas de ellas son coincidentes.

Los indicadores son los elementos que desarrollan cada uno de los parámetros establecidos para el análisis de la información. Son las cuestiones concretas que se evaluarán. Como ocurre con los parámetros, existen múltiples componentes que pueden ser considerados como un índice de la calidad de una página o de un sitio web. Como muestra, puede citarse el estudio que *Wilkinson* y otros autores realizaron en la Universidad de Georgia, en el que reunieron 509 criterios o indicadores válidos para el análisis de la información web. Oliver aporta más información sobre esta investigación en el artículo de este autor que aparece en la bibliografía final.

Los procedimientos son los métodos que se emplean para hacer efectiva la aplicación de parámetros e indicadores. Este es el aspecto del proceso de evaluación que presenta un menor grado de desarrollo en cuanto a aportaciones teóricas o experiencias prácticas, ya que sólo hay propuestas aisladas y parciales. La planificación de cualquier proceso de evaluación no puede limitarse a delimitar qué se debe analizar sino también debe decir cómo se debe obtener la información relativa a los elementos que se están evaluando. La evaluación de información web adolece, en estos momentos, de una definición y sistematización de los procedimientos que se deberán aplicar.

Los recursos son los materiales necesarios para el proceso de evaluación. Conocidos qué aspectos serán evaluados y cómo se procederá a su análisis, será necesario establecer qué medios humanos, instrumentales y documentales son necesarios. Como ocurría con los procedimientos, los recursos también están poco estructurados y, por lo general, en la planificación y ejecución de la evaluación, sólo se contemplan los recursos humanos y algunos documentales, como las listas de parámetros e indicadores y los formularios o plantillas de análisis. Sin embargo, un correcto proceso de análisis de la calidad de la información web debería dejar constancia, antes de comenzar con la evaluación, de todos los recursos que serán necesarios para el desarrollo del mismo.

Propuestas teóricas para el desarrollo de parámetros e indicadores

Como se adelantó en los párrafos precedentes, existe un elevado número de aportaciones en cuanto a los parámetros e indicadores que se deben aplicar para la evaluación de recursos telemáticos. A continuación, se expondrán algunas de las que se consideran más significativas, ya sea por el rigor con el que se presentan, por la evidente utilidad de las mismas o por haber sido desarrolladas por autores de contrastada relevancia en el estudio de la calidad de la información web. Las teorías que aquí se presentan han sido publicadas en fuentes impresas o digitales y la identificación de todas ellas se expone en la bibliografía. En este apartado, por tanto, se pretende dejar constancia del estado de la cuestión, difundiendo los trabajos de mayor relevancia y las conclusiones a las que han llegado los autores de los mismos.

Las aportaciones teóricas más importantes en España se deben al profesor Codina, quien en dos ocasiones ha publicado sus teorías sobre qué criterios deben aplicarse en cualquier proceso de análisis de la información digital. En la primera de ellas (Codina 2000a), aunque indica que toda evaluación puede centrarse únicamente en el estudio del contenido y la autoría, establece catorce parámetros con sus correspondientes indicadores, los cuales divide en tres niveles de interés. Se exponen a continuación los catorce criterios genéricos sobre los que este autor va a desarrollar su primer esquema de indicadores:

1. Calidad y volumen de la información.
2. Autoría: responsabilidad y solvencia.
3. Legibilidad y ergonomía.
4. Navegación y representación de la información.
5. Recuperabilidad.
6. Interactividad/Computabilidad.
7. Velocidad de descarga.
8. Servicios adicionales.
9. Luminosidad.
10. Calidad de los enlaces.
11. Actualización de los enlaces.
12. Descripción, selección y evaluación.
13. Visibilidad.
14. Autodescripción.

Con acierto, este autor retoma sus teorías en otra publicación editada el mismo año (Codina 2000b), en la cual agrupa los criterios propuestos en sólo seis parámetros, que desarrolla con los correspondientes indicadores y con la novedad de que se facilitan algunas notas aclaratorias, que pueden ser útiles para el proceso de aplicación de los criterios expuestos. En esta segunda aportación de Codina los indicadores son los siguientes:

1. Autoría: adecuación y solvencia de la fuente.
2. Contenido: valor intrínseco y volumen de la información.

3. Acceso a la información: navegación y recuperación.
4. Ergonomía: comodidad y facilidad de utilización.
5. Luminosidad: presencia y calidad de enlaces externos.
6. Visibilidad: número de enlaces que recibe de otros recursos.

También es útil la sistematización de criterios que realiza Nicole Auer (Auer, 1999), quien, además, es responsable de una de las recopilaciones más completas de artículos y proyectos relacionados con la calidad de la información web. Para dicha autora, que se basa en estudios previos de otros investigadores, los parámetros para evaluar información accesible en Internet son cinco: autoría, cobertura, objetividad, exactitud y actualidad. Para cada uno de los parámetros Auer desarrolla una serie de indicadores, una exposición razonada de por qué es necesario cada parámetro y los métodos que se pueden emplear para aplicar los indicadores sugeridos.

El mismo número de parámetros, en gran medida coincidentes, son los que se deben emplear en opinión de Janet Alexander y Marsha Tate, autoras de uno de los pocos manuales impresos (Alexander; Tate, 1999) sobre cómo evaluar la información web. Un dato interesante del estudio realizado por ambas autoras es que, antes de desarrollar los parámetros de calidad de la información web, comentan estos mismos criterios aplicados al análisis de las fuentes de información tradicionales. Esta perspectiva de la evaluación de las páginas web como fuente de referencia dota a las teorías de estas autoras de un grado extraordinario de interés para quienes trabajan en unidades de información, tal y como ocurre con el esquema propuesto años antes por Carolyn Caywood. Los cinco criterios de Alexander y Tate son, una vez más, autoridad, exactitud, objetividad, actualidad y cobertura y destinatarios.

Otra monografía de interés sobre el tema es la que firma Alison Cooke, que se presenta como un guía para evaluar la información accesible en Internet (Cooke, 1999). Esta autora prefiere no establecer una lista única de elementos de análisis, sino que desarrolla distintas relaciones de criterios para aplicar en función del tipo de información o servicio que se esté evaluando: sitios web institucionales, páginas personales, directorios temáticos, publicaciones electrónicas, bases de datos, sitios FTP, etc. No obstante, pueden entenderse como parámetros generales los que expone para cualquier fuente de información de Internet, los cuales vienen acompañados de sus correspondientes listas de indicadores, una vez explicado el porqué de cada parámetro o aspecto general de análisis. En definitiva, estos son los criterios propuestos:

1. Propósito.
2. Cobertura.
3. Autoridad y reputación.
4. Exactitud.
5. Actualidad y mantenimiento.
6. Accesibilidad.
7. Presentación y organización de la información.

8. Facilidad en el uso.
9. Comparación con otras fuentes.
10. Calidad global del recurso.

Las teorías de Jim Kapoun también inciden en los aspectos hasta ahora expuestos (Kapoun, 1998), ya que este autor habla de exactitud, autoridad, objetividad, actualidad y cobertura como los cinco criterios que se deben aplicar en la evaluación de documentos web. Para cada uno de ellos se aportan dos o tres indicadores que los desarrollan.

Similar es la opinión de Alastair Smith, responsable además de otra de las importantes colecciones de recursos sobre evaluación de información telemática accesible en Internet y cuya localización también se adjunta en la bibliografía final. En este caso se habla de siete criterios: cobertura, contenido, diseño gráfico y multimedia, propósito, reseñas, usabilidad y costes. De forma muy resumida, este autor apunta los indicadores que integran cada uno de los parámetros.

Por último, uno de los proyectos sobre la evaluación de la calidad de las fuentes de información en Internet mejor llevados a cabo es el que desarrollaron Gene Wilkinson, Lisa Bennet y Kevin Oliver en la Universidad de Georgia, entre 1996 y 1998. En las fases previas de su trabajo se llegaron a manejar decenas de indicadores, los cuales quedaron reducidos a 125 en la última versión presentada (Oliver, 1997) y que se agrupan en los siguientes once parámetros:

1. Accesibilidad y usabilidad del sitio.
2. Identificación del recurso y documentación sobre el mismo.
3. Identificación del autor.
4. Autoridad del autor.
5. Diseño y estructura de la información.
6. Relevancia y alcance del contenido.
7. Validez del contenido.
8. Exactitud y fiabilidad del contenido.
9. Navegación dentro del documento.
10. Calidad de los enlaces.
11. Aspectos estéticos y afectivos.

Aparte de estas teorías existen decenas de artículos y proyectos que han establecido patrones de calidad de la información web. No obstante, las aquí reflejadas son algunas de las de mayor trascendencia o importancia en la investigación sobre este tema.

Aplicaciones prácticas de evaluación de recursos web

La evaluación de la calidad de la información web es especialmente importante para los servicios o instituciones que mantienen directorios de recursos en Internet. Estos organismos necesitan basarse en criterios cualitativos objetivos para formar sus colecciones de documentos digitales. Por ese motivo,

administradores de contenidos web, responsables de portales, índices o directorios y agencias de evaluación recurren a distintos parámetros, normalmente establecidos por ellos mismos, para analizar y escoger la información que contendrán sus servidores. En otros casos, la selección se realiza de forma más subjetiva, partiendo de los intereses específicos de la institución que realiza la recopilación de los recursos. Por último, es importante destacar cómo algunos de los directorios más consultados de la red, como WWW Virtual Library <<http://vlib.org>> o BUBL <<http://bubl.ac.uk>> no poseen criterios específicos de evaluación y parten de elementos personales para la creación de sus índices de recursos telemáticos.

Uno de los servicios de análisis de contenidos web más laureado es Argus Clearinghouse, ahora dependiente de Internet Public Library <<http://www.clearinghouse.net>>. En este directorio sólo se incluyen guías o directorios de recursos. La evaluación de los mismos se hacía partiendo de los cinco criterios generales que a continuación se exponen:

- Descripción del recurso: explicación de los contenidos, acceso y alcance de los enlaces seleccionados.
- Evaluación del recurso: comentarios acerca de la tipología de los sitios analizados, su utilidad y autoría.
- Diseño: aspectos estéticos y de usabilidad.
- Organización del contenido: métodos empleados para sistematizar las páginas incluidas en las distintas guías de recursos.
- Meta información: datos acerca de cuáles son los objetivos del directorio, cómo es elaborado y por quién, periodicidad de sus actualizaciones, etc.

Un buen ejemplo de directorio temático que aplica criterios de evaluación de forma estricta es SOSIG, *Social Science Information Gateway* (<<http://www.sosig.ac.uk>>) quien divide el análisis de los sitios incluidos en su índice en tres aspectos: el contenido, la navegación y las características del web. En cuanto al contenido, se evalúa su validez (exactitud, fiabilidad, etc.), su autoría y reputación de la fuente y la importancia de la información incluida en el recurso, así como su exactitud, exhaustividad, unicidad y organización de la misma. En cuanto a la navegación por el web, se analizarán aspectos como la facilidad de uso, las ayudas que ofrece, el uso de las normas aprobadas, el uso apropiado de la tecnología y la estética. Por último, se evalúa el sitio web de forma general, comprobando la actualidad de la información, la autoridad del administrador del web y el funcionamiento del sistema.

Uno de los recursos de información francófonos más interesante es Sapristi! (<<http://csidoc.insa-lyon.fr/sapristi/digest.html>>), que aplica también una serie de criterios de calidad antes de incluir sitios web a su directorios. En este caso los parámetros que se analizan son el contenido, el organismo y autor responsables, el punto de vista del que se parte para la elaboración del web, la información previa que hay sobre el sitio y la veracidad de los datos incluidos en el directorio. También merece la pena incluir en este panorama de aplicación de criterios de calidad para la selección de recursos web, el esquema que sigue la

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Commission "Français et Informatique" (<http://users.skynet.be/ameurant/francinfo/index.html>), que basa el análisis que realiza de los recursos informativos que integran su directorio temático en las siguientes cuestiones:

- ¿Quién?: autoría.
- ¿Qué?: contenido.
- ¿Dónde?: área geográfica.
- ¿Cuándo?: actualidad.
- ¿Cómo?: exposición de los datos.
- ¿Por qué?: finalidad del web.

También cabe destacar el *Internet Scout Project* (<http://scout.cs.wisc.edu>), que se ha convertido en todo un referente de los directorios analíticos existentes en Internet. Como criterios fundamentales para la selección y posterior análisis de recursos web se emplean los siguientes: contenido (alcance, usuarios, propósito, actualización, exactitud), autoridad de los responsables en la materia, mantenimiento de la información, presentación (navegabilidad, usabilidad, organización de la información), disponibilidad o validez de los enlaces seleccionados y coste de la información (gratuidad o pago).

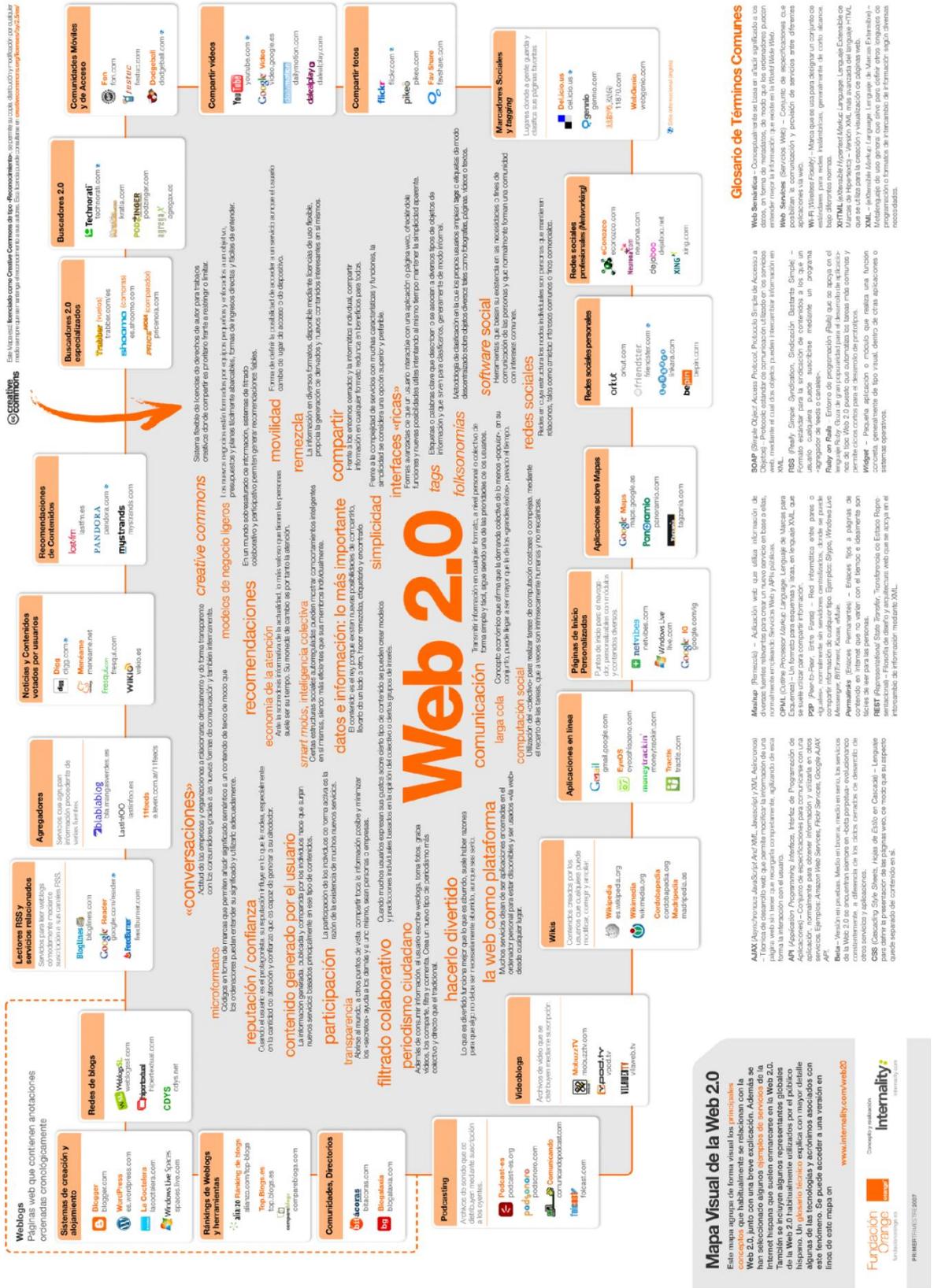
Existen numerosos ejemplos de criterios de los que se parte para la selección de sitios o páginas web, aunque muy pocos han sido desarrollados con rigor o están siendo aplicados con propiedad. Esto se debe a que hay escasas entidades encargadas de la evaluación de recursos, y menos aún que no tengan intereses comerciales. Por este motivo, se puede decir que la evaluación de recursos telemáticos no se está llevando a la práctica de forma correcta, a pesar de que nadie duda de la importancia de la misma.

➔ UD 7 - Web 2.0

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Puede encontrarse información en: es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.

En el siguiente gráfico están indicados los principales conceptos que integran la Web 2.0:



Puede encontrarse información en: es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.

Blogs o bitácoras

Entre esta tecnología participativa de la Web 2.0 se encuentran los blogs. Un blog, también conocido como bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente; y donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término blog proviene de las palabras web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de registro de la navegación en los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet. Se puede consultar: es.wikipedia.org/wiki/Blogs.

En un principio la idea pareció rara, que la gente escribiera sus ideas en forma de diario en público para que lo viese todo el mundo parecía ridículo, sin embargo actualmente los blogs se han revelado como una fuente de información imparcial y adaptada a los deseos de la gente. Sus autores escriben las noticias o entradas en el diario y los lectores pueden opinar sobre los artículos que deseen, dejando de ser simples lectores pasivos.

Hay blogs temáticos y blogs genéricos donde se tratan muchos temas o los pensamientos de su autor. El conjunto de blogs en Internet se llama blogosfera. Blogosfera, blogalaxia o blogósfera es el término bajo el cual se agrupa la totalidad de *weblogs* y deriva de la palabra inglesa *blogosphere*. Debido a que los blogs o las bitácoras están conectados (por medio de enlaces, comentarios, históricos y referencias) han creado y definiendo su propia cultura. Por lo tanto, la blogosfera como palabra y concepto es inherente a los *weblogs*.

Podemos considerar la Blogosfera como un sistema virtual, en el que se establecen comunidades de *weblogs*, categorizados temáticamente o por perfiles de interés. Estos conforman, pues, el mensaje y la blogosfera, el lugar para habitar en Internet.

Mientras que los blogs por sí mismos son sólo un formato en la web, la interconexión de estos es un fenómeno social: al verlos como un todo se pueden determinar claramente tendencias, gustos, o la popularidad de sitios, objetos, productos, música, películas, libros, como si se tratara de un ente colectivo.

He aquí los blogs más famosos de la blogosfera en español a fecha de 2004:

blogs que a uno le gustan suelen encontrarse por casualidad. En todo caso, puedes dedicarte a buscar blogs con www.google.com o www.technorati.com y suscribirte a los que te gusten.

Normalmente al entrar en un blog, buscaremos en la parte derecha el índice de entradas, que pueden estar clasificados por temas o por fechas, además suelen tener un buscador. También podemos acceder a las noticias a través de una cosa denominada *tag cloud*, que es una lista de palabra en forma de “nube”, como esta:



Una nube de etiquetas (*tags cloud*) es una representación visual de los temas tratados en un blog. Generalmente este listado de palabras se ordena alfabéticamente pero los temas que más noticias tienen se representan con una letra grande y los temas que han sido tocados menos veces, están en letra pequeña. Basta con hacer clic en una palabra de la nube, y verás todas las entradas del blog de ese tema.

A veces un blog no da la noticia entera, solamente una introducción y la verdadera noticia está en otro blog y resulta que suele costar encontrar el enlace a la verdadera noticia, ya que, por alguna extraña razón, en los blogs está mal visto poner “haga clic aquí para ver la noticia completa” (tal vez crean que eso es para tontos). El caso es que, probando, podemos dar con el enlace que da a la noticia completa. Además, podemos dejar nuestros comentarios debajo del tema, siempre con educación, en caso que encontremos algo que mejorar o aclarar en la noticia, si entendemos del tema.

Existen buscadores específicos de blogs, como “blogsearch.google.es” o “technorati.com/blogs/directory”, pero en realidad no es necesario, sino que podemos usar el buscador normal www.google.com, cuando busquemos información sobre un tema, es bastante seguro que algún blog tratará de ese tema y aparecerá en el listado de los resultados de la búsqueda, sabiendo que su información puede ser más imparcial que si es la de una empresa, además, los blogs tienen los comentarios de los usuarios en la parte inferior de cada noticia, así que si el bloguero dice muchas tonterías, seguro que algún comentario lo delata. Si quieres buscar algún blog específico, puedes buscar en Google las palabras clave con “blog”, por ejemplo “blog juegos”.

Puedes crear también tu propio blog, siendo una manera no sólo de poner noticias de los temas en los que entiendas o que te gusten, sino que son una manera de comunicarse con otras personas o familiares que estén lejos de nosotros. Podremos ir poniendo allí nuestras vivencias para que todos sepan de

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

nosotros, por ejemplo, cuando hacemos un viaje largo. Los principales sitios web donde puedes crear tus propios blogs son:

www.blogger.com

wordpress.com

bitacoras.com

www.blogalia.com

www.blogia.com

blogs.20minutos.es

Simplemente suscríbete al blog, pon un nombre a tu blog, empieza a escribir y envía la dirección web de este blog a todos tus conocidos para que se conecten y pongan sus comentarios:



Consulta “maestrosdelweb.com/editorial/blogexitoso” para más información y ayuda.

Puedes suscribirte a las noticias de un blog en el que estés interesado para recibir los artículos nuevos en tu *email* o navegador sin conectarte periódicamente para ver si hay novedades. Simplemente cuando estés en un blog, el navegador de internet como IE o Firefox, activarán un icono que tiene este dibujo: 

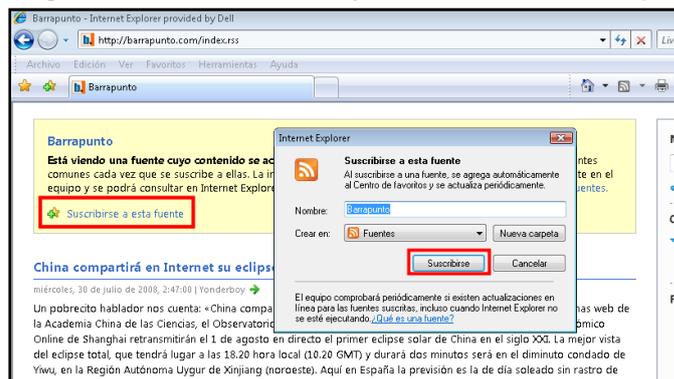


➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

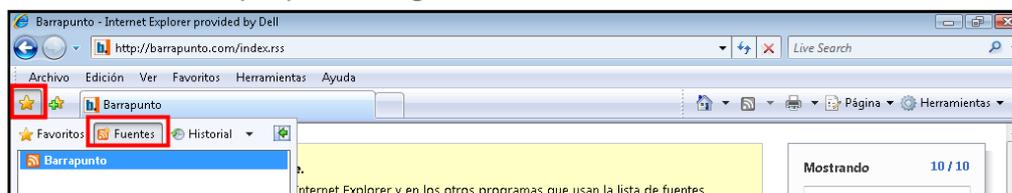
Apuntes completos



Basta con que hagas clic en ese icono y confirmes la suscripción al blog:



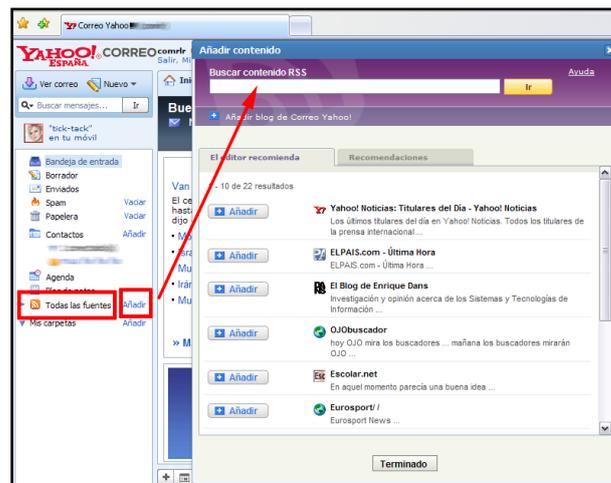
A partir de entonces cada nueva entrada que haya en ese blog la recibirás en tu Outlook si te has inscrito desde IE, (no desde Firefox), pero también puedes ver los artículos en tu propio navegador, en IE ir a:



En Firefox basta con ir al menú "Marcadores" para ver las últimas noticias. Si tienes correo en Yahoo, puedes inscribirte a blogs para recibir sus noticias también, para ello haz clic en Añadir, donde pone "Todas las fuentes", pon la web de tu blog favorito y "Terminado":

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



La gracia de estos métodos de suscripción a blogs es que no tienes que dejar tu email ni nada. Las noticias vienen a ti sin tener que dar tus datos personales a nadie. A esta tecnología se la llama “sindicación” (del inglés *syndicate* = difundir la prensa escrita) de manera que un blog se “sindica” (se difunde) y tú te suscribes. Algunos blogs ofrecen la opción de suscribirse tanto a las noticias como a los comentarios a las mismas. Si no tienes un navegador con estas capacidades, entonces puedes usar el lector de RSS de Google llamado Google Reader en la web www.google.es/reader. Para suscribirte a un blog haz clic en “Añadir suscripción” y pon la web del blog. Debes tener una cuenta de Gmail para que funcione.

Tecnologías de sindicación o 'feeds' (RSS, Atom)

No siempre te podrás suscribir a un blog, esto es debido a que hay diferentes *feeds*, o sea, tecnologías para envío de las noticias y no todas son compatibles con todos los navegadores o programas de correo.

Permalinks, del.icio.us y otros enlaces

Un *permalink* es un enlace permanente. Se usa en los blogs para asignar una URL permanente a cada entrada del blog, para luego poder referenciarla. Así estamos identificando de manera unívoca un contenido (artículo, discusión, análisis,..) sobre un tema o cuestión en el blog de destino. Es decir, se facilita el acceso (y una referencia) directo a todos aquellos que puedan estar interesados en el contenido referenciado, ya que suele ser normal que muchos enlaces dejen de funcionar con el tiempo. Para usarlo, con el botón derecho se copia el *link* y se pega allí donde la gente pueda picar sobre él para ir directamente al original referenciado.

La web delicious.com es un blog de *links*, es decir, los enlaces favoritos de la gente. Inscríbete en esta web y haz una lista de tus *links* o *permalinks* favoritos para que todo el mundo los vea. De hecho, en muchos blogs encontrarás al final de las noticias enlaces a otros blogs, foto blogs, redes sociales, etc. donde, si estás inscrito, puedes poner un enlace a la noticia que acabas de leer:

del.icio.us, Facebook, Orkut, Twitter, etc. Normalmente salen con los logos de las webs, por ejemplo, he aquí los enlaces de www.20minutos.es:



Fotoblogs o Fotologs

Son básicamente blogs pero más orientados a publicar fotografías. Se usan para publicar fotografías tuyas que quieras enseñar a tus conocidos y familiares de todo el mundo, es una manera de tenerlas siempre disponibles, con la condición de que haya cerca un acceso a Internet.

La palabra fotolog en español tiene dos orígenes: derivada del inglés *photoblog* (bitácora fotográfica) y derivada del sitio "fotolog.com" (una de las miles de bitácoras pertenecientes a una comunidad). A diferencia de un álbum de fotos, en un fotolog se publican unas pocas fotos diarias, generalmente una sola.

Los fotologs tienen seis características principales, y la preponderancia de cada una de las tres primeras da origen a tipos muy diferentes de fotologs.

La foto. El elemento principal de un fotolog, y junto con la fecha es el único que no puede estar ausente. Si lo más importante es la foto, se trata de una antología de imágenes. **Los comentarios del autor.** Si estos son más importantes que la foto estamos ante un blog fotográfico o fotoblog. Los comentarios de los amigos. Cuando son el elemento más importante (y la foto es por lo tanto un pretexto) estamos ante un fotolog para formar comunidades. **Los enlaces a los fotologs de los amigos.** Nunca este será el elemento más importante, pero visitar los fotologs de los amigos y luego los de los amigos de los amigos hace que los fotologs de comunidades sean un cierto tipo de software social, a la manera de Orkut. **Enlaces favoritos.** El compartir enlaces tampoco puede ser la característica principal de un fotolog, ya que en ese caso se trata de marcadores sociales (compartir favoritos). **La fecha.** Un fotolog es un cuaderno de bitácora y como tal las fotos deben tener fecha. Más aún, lo realmente importante es la fecha de publicación, más que la fecha en la que la foto fue sacada. Un conjunto de fotos sin fecha es una galería o álbum de fotos.

Puedes crear tu propio fotolog o mirar los de los demás. Los fotologs más conocidos son:

www.fotolog.com

www.photoblog.net

www.photoblog.com

En realidad muchos blogs, buscadores y redes sociales son también fotoblogs como Flickr, Blogger, Blogspot, Facebook, Orkut y también los puedes crear si tienes cuentas en Yahoo, Google, Hotmail...

Más información de los fotologs en es.wikipedia.org/wiki/Fotolog.

Listas de distribución o listas de correo

Hay muchos servicios a los que podemos suscribirnos y recibir noticias a través de email. Sin embargo, si somos nosotros quienes queremos que los demás se suscriban a un tema de discusión y reciban por correo las noticias, entonces crearemos un grupo de discusión y lo anunciaremos a la gente para que se suscriba.

Las listas de correo electrónico son un uso especial del correo electrónico que permite la distribución masiva de información entre múltiples usuarios de Internet a la misma vez. En una lista de correo se escribe un correo a la dirección de la lista y le llega masivamente a todas las personas inscritas en la lista, dependiendo de cómo esté configurada la lista de correo el receptor podrá o no tener la posibilidad de enviar correos. A diferencia de las tecnologías de sindicación, aquí sí que tienes que dar tu email para suscribirte.

Las webs más conocidas para crear listas de distribución o para suscribirse a ellas son:

es.groups.yahoo.com

groups.google.es en español

groups.google.com en inglés

Grupos de discusión o 'Newsgroups'

Los grupos de noticias o *newsgroups* son un medio de comunicación dentro de un servicio llamado Usenet creado en 1979 y ya bastante anticuado pero todavía milagrosamente en uso. Los usuarios leen y envían mensajes textuales a distintos tableros públicos que todo el mundo puede ver, distribuidos entre servidores con la posibilidad de enviar y contestar a los mensajes. La gente pregunta cosas o informa de cosas y se crea un debate e intercambio de información por escrito. Usenet tiene una nomenclatura especial y una jerarquía especial en los grupos, por lo que no pueden ser creados por cualquiera (aquí no explicaremos como se crean). Google y Yahoo tienen sus propios servicios de *newsgroups* que cualquiera puede crear y a los que cualquiera puede suscribirse. Se diferencia de las listas de correo en la mayor facilidad para seguir discusiones activamente, mientras que las listas de correo están más orientadas a la difusión de información pasiva.

Hay programas cliente para leer y escribir a grupos de noticias, generalmente integrados con un programa cliente de correo electrónico como Outlook Express. Para usarlo, hay que buscar un servidor NNTP de Usenet y suscribirse gratuitamente a él, es algo complicado y no tocaremos el tema aquí, ya que actualmente todo esto se puede hacer tranquilamente a través de la WWW en groups.google.com.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

La base de datos de mensajes más grande está en Google desde el 2001. Pero Google además tiene sus propios grupos de discusión, así que los grupos de discusión clásicos de Usenet desde 1980 se han mezclado con los grupos nuevos que cualquier persona puede crear como un servicio de Google desde el 2001. Por ello la página web para ver los grupos clásicos es la misma que los *newsgroups* de Google nuevos.

Entra en un grupo de una temática que te interese y empieza a leer y responder mensajes. Recuerda que hay muchas webs de foros y blogs que sustituyen más modernamente a los *newsgroups*. No obstante, si te gusta la cosa, pues adelante, el nivel suele ser alto en algunos grupos. Puedes encontrar información de los *newsgroups* en: es.wikipedia.org/wiki/Grupo_de_noticias. Para entrar en los grupos clásicos y nuevos ve a las webs:

groups.google.com/groups/dir?sel=gtype%3D0 (los clásicos desde 1980)

groups.google.com/groups/dir?sel=gtype%3D0%2Cusenet%3Des& (los clásicos en español desde 1980)

www.google.com/googlegroups/archive_announce_20.html (aquí verás los mensajes que hablaron por primera vez de algo, por ejemplo, la primera vez que alguien habló de Microsoft en 1981, la primera vez que alguien habló del CD en 1982 y otras curiosidades)

groups.google.es (todos los grupos clásicos y modernos en español)

groups.google.com (todos los grupos clásicos y modernos en inglés)

Redes sociales o 'social networking' y 'microblogging'

El servicio de chats de IRC, ha resultado un fracaso por la cantidad de vandalismo (*ircwarriors*) e incluso delincuencia que hay en él. Afortunadamente se han inventado nuevas cosas en las que tú puedes elegir con quien hablar aislado de los indeseables.

El software germinal de las redes sociales parte de la teoría de los “Seis grados de separación”, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. De hecho, existe una patente en EEUU conocida como *six degrees patent* por la que ya han pagado Tribe y LinkedIn.

Según esta teoría de los seis grados de separación, cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cuatro intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada *Chains*. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera. Según esta teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o

escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede conocer fácilmente pidiendo a sus amigos y familiares que se los presenten, y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra. Cuando preguntamos a alguien, por ejemplo, si conoce una secretaria interesada en trabajar estamos tirando de estas redes sociales informales que hacen funcionar nuestra sociedad. Este argumento supone que los 100 amigos de cada persona no son amigos comunes. En la práctica, esto significa que el número de contactos de segundo nivel será sustancialmente menor a 10.000 debido a que es muy usual tener amigos comunes en las redes sociales. Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta.

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar más, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas redes sociales mundiales, especialmente en segmento concreto de profesionales, artistas, etc.

En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como MySpace o Xing. Hay más de 200 sitios de redes sociales. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2004. Otros buscadores como KaZaZZ! y Yahoo crearon redes sociales en 2005.

El *microblogging*, también conocido como *nanoblogging*, es un servicio que permite a sus usuarios enviar mensajes de sólo texto, con una longitud máxima de 140 caracteres, vía SMS, mensajería instantánea, sitios web de o aplicaciones ad hoc y se usan mucho junto con las redes sociales. Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. El usuario origen puede restringir el envío de estos mensajes sólo a miembros de su círculo de amigos, o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción por defecto.

Las webs de redes sociales más conocidas son:

www.myspace.com (la más antigua)

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

www.facebook.com (Facebook –libro de rostros– es el nombre que se da en EEUU en las universidades a al catálogo con las fotos de todos los estudiantes para que se conozcan entre ellos, es un sitio más dedicado a encontrarse gente de los estudios, pero hay cualquier tema).

twitter.com

www.jaiku.com

www.orkut.com

www.tuenti.com

hi5.com (más ágil)

www.linkedin.com (red social de profesionales de trabajo)

Puedes buscar un listado completo en en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites o bien [es.wikipedia.org/wiki/Microblogging para el microblogging](http://es.wikipedia.org/wiki/Microblogging_para_el_microblogging).

Simplemente entra, suscríbete gratuitamente dando tu email y una contraseña y empieza a contactar con gente a través de los grupos temáticos.

Comparaciones, valoraciones y opiniones

Una de las ventajas de internet es que es un sistema interactivo y permite que los usuarios expresen las opiniones de los servicios por los que han pagado. Normalmente no será en la propia web de la empresa que ofrece el servicio, sino en otras webs:

www.ciao.es/Ganar_dinero_en_Internet_31439_3 (opiniones de servicios de pagos) en general www.ciao.es hay opiniones de muchos productos y servicios que se ofrecen por internet, usar el buscador de esta web.

www.adictosalcine.com (opiniones de películas)

elreplicante.es/marcas-blancas-listado (lista de las empresas reales que hay detrás de las marcas blancas)

Recuerda además que en todos los blogs y webs de noticias, puedes dejar tu opinión tanto de las noticias como de la empresa periodística, una web de ejemplo puede ser www.20minutos.es o www.lavanguardia.es.

Carpetas Web o Disco duro virtual

Si tienes alguna cuenta de Yahoo o Hotmail, también tienes el servicio de carpetas web o disco duro virtual, que te permite guardar unos cuantos gigas de información en forma de ficheros, como documentos Word, Excel y otros datos que quieras, en un espacio en internet asociado a tu cuenta de correo, de este modo tienes disponibles estos documentos en cualquier parte del mundo en que estés, como si tuvieses un disco duro tuyo en internet. Dependiendo de donde tengas tu correo, para obtener tu disco duro virtual debes ir a:

es.briefcase.yahoo.com si tienes correo en Yahoo

skydrive.live.com si tienes correo en Hotmail

Aplicaciones Portables

Se trata de poner aplicaciones de correo, juegos, procesador de textos, hoja de cálculo, etc., en tu lápiz USB, de manera que sólo con conectarlo al ordenador ya tengas disponibles estos programas, los uses, guardes tus documentos y quites el lápiz. Puedes ver una lista de aplicaciones portables en:

es.wikipedia.org/wiki/Lista_de_aplicaciones_portables.

Las más conocidas las puedes descargar en:

www.portableapps.com

Sin embargo, las gratuitas son versiones incompletas, las completas son de pago. Una alternativa gratuita pueden ser las aplicaciones online.

Aplicaciones Online

Si no tienes Word, Excel o PowerPoint y necesitas crear un documento, si tienes Internet, puedes acceder a las aplicaciones online que te permitirán crear estos documentos en el navegador, guardarlos en la propia web en un disco duro virtual e imprimirlo.

En la ingeniería software se denomina aplicación web a aquellas aplicaciones que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web a través de Internet o de una intranet mediante un navegador. En otras palabras, es una aplicación software que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web (HTML, JavaScript, Java, etc.) en la que se confía la ejecución al navegador.

Las aplicaciones web son populares debido a lo práctico del navegador web como cliente ligero, así como a la facilidad para actualizar y mantener aplicaciones web sin distribuir e instalar software a miles de usuarios potenciales. Existen aplicaciones como los *webmails*, wikis, weblogs, tiendas en

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

línea y la propia Wikipedia que son ejemplos bien conocidos de aplicaciones web.

Los más conocidos son:

docs.google.com (si tienes correo en Gmail)

Ver también el apartado de *cloud computing*.

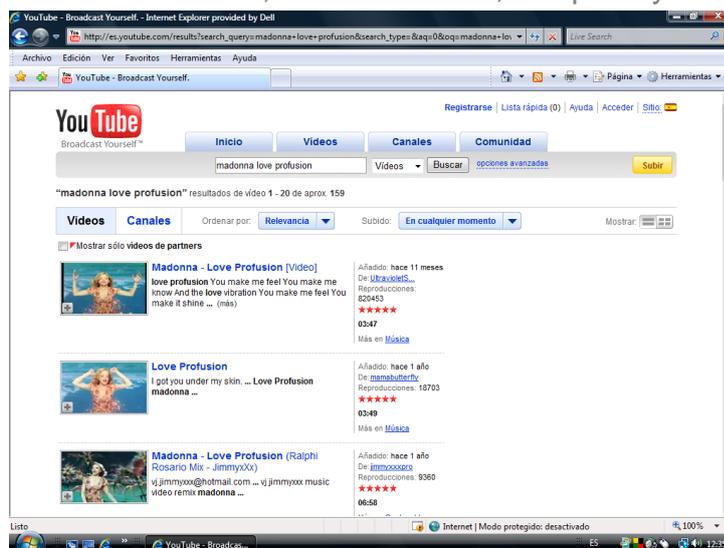
Videos y Blogs

Sin duda el más conocido lugar para ver vídeos y publicar tus propios vídeos en Internet es YouTube, aunque podemos destacar los siguientes:

www.youtube.com

video.google.es

Aunque hay más como Vimeo, el mismo Flickr, JumpCut y otros.



Entonces hacemos clic en el *thumbnail* del video y ya podemos escucharlo:

Podemos buscar vídeos de nuestros grupos favoritos, humoristas. Existe la opción de crear una cuenta y suscribirse a canales, por ejemplo, Televisió de Catalunya tiene un canal donde puedes ver algunos vídeos de programas emitidos. Si te das de alta como miembro, puedes subir tus propios vídeos de no más de 10 minutos y contar las visitas que tienes y los comentarios a tus vídeos.

Mundos Virtuales

Se trata de relacionarse con otras personas a través de internet en forma de un personaje en 3D que se mueve por un mundo virtual, aunque también puedes pasear simplemente por ese mundo virtual. Sin embargo, los mundos virtuales requieren descargar e instalar un software en nuestro ordenador, para lo cual hemos de contar con un ordenador potente, especialmente con una tarjeta gráfica potente. Los más conocidos son:

www.secondlife.com (crea tu avatar y pasea por este mundo virtual)

www.wow-esp.com (Warcraft un juego de dragones y mazmorras de 10 millones de personas)

www.masternewmedia.org/es/2007/04/11/mundos_virtuales_online_miniguia.htm (otros mundos)

Obtén más información en es.wikipedia.org/wiki/Second_life.

Mapas

Antiguamente si íbamos de viaje usualmente comprábamos un mapa. Hoy en día podemos contactar con webs de mapas, ponemos la ruta que queremos hacer, y la web nos muestra no solamente el mapa de carreteras sino todas las indicaciones necesarias para seguir el camino. Los más populares son:

www.viamichelin.es

www.mapquest.com

maps.google.es

maps.live.com (con vista de pájaro, que ve los edificios muy de cerca y puedes girarlos)

Por ejemplo, usaremos Viamichelin para buscar una ruta de Barcelona a Madrid:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Hacemos clic en Localizar y sale todo el itinerario que podemos imprimir y usar como guía de ruta:



Su hoja de ruta

Salida: Barcelona, Carrer de Tuset

Nº	Acción	Distancia	Tempo
1	En Barcelona, Continuar en: Carrer de Tuset	<0.1km	00h00
2	Girar a la derecha: Travessera de Gràcia	0.3km	00h01
3	Girar a la izquierda: Via Augusta	0.4km	00h02
4	Continuar en: Avinguda del Príncep D'Astúries	0.6km	00h03
5	Continuar en: Carrer Gran de Gràcia	1.3km	00h03
6	Continuar en: Plaça de Lesseps	<0.1km	00h03
7	Girar a la izquierda: Avinguda de Vallcarca	1.4km	00h04
8	Girar a la izquierda: Carrer D'Esteve Terrades	1km	00h06
9	Seguir todo recto en dirección:	0.6km	00h06
10	Seguir todo recto en dirección:	0.3km	00h08

Ronda de Dalt
B-20
Plaça de Lesseps
Passatge Sant Cervera
Carrer de Balmes
Tibidabo

Nº	Acción	Distancia	Tempo
10	En la rotonda, tomar la salida 4 Continuar en: B-20	5.5km	
	Seguir dirección:	8km	00h13
	Lleida A-2 Tarragona A-7 E-30 Molina de Rei Espulgues		
	Seguir dirección:	8km	00h13
	A-2 Lleida Tarragona		
11	Continuar en: B-23	8.5km	00h14
	Continuar en: B-23	9km	
	Tomar la salida en dirección:	17km	00h19
	Lleida Zaragoza Tarragona Girona		
12	Tomar E-90 / AP-2	18km	00h19
	Tomar E-90 / AP-2	5.5km	
	E-90 AP-2		
13	Continuar en: E-15 / E-90 / AP-7	23km	00h22
	Continuar en: E-15 / E-90 / AP-7	50km	
	E-15 AP-7		
	Martorell: Peaje: 3.30 EUR	32km	00h27
	Seguir dirección:	7.2km	00h49

Muchos de estos sitios incluyen reservas de hoteles, alquiler de vehículos y otros servicios.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

1. Es muy conocido Google Maps, en el que puedes ver fotos de todo el planeta. Por ejemplo, puedes enseñar cómo es tu ciudad a alguien cuando estás fuera:
2. Ves a maps.google.es:
3. Pones el nombre de tu ciudad, calle y número y haz clic en "Buscar en mapa"
4. Usa la opción "Satélite" para que se vean las fotos y usa la rueda del ratón para hacer zoom y acercarte o alejarte y también arrastra el mapa con el ratón para moverte por el plano.

Además Google Maps puede hacer también rutas... para ir andando de un sitio a otro. Hay muchas webs que ofrecen servicios añadidos sobre Google Maps ya que Google ofrece a los programadores un enlace gratuito a este servicio, por ejemplo, blogs de paisajes como www.tagzania.com o www.panoramio.com. Por ejemplo, entra en Panoramio y busca fotos de tu ciudad. También las webs de los ayuntamientos suelen ofrecer planos de la ciudad

Correo Web

Se trata del popular *email* por web, con lo que no hace falta usar Outlook y lo tienes disponible en cualquier lugar del mundo. Los más conocidos son:

www.gmail.com

www.yahoo.com

www.hotmail.com

Este último suele tener mala fama, pero va bien tener una cuenta de Hotmail para cosas secundarias, por ejemplo, para usar el Messenger de Microsoft, colgar tus álbumes de fotos en internet, o simplemente tener un correo donde quieras que vaya a parar todo el correo basura cuando te suscribes a sitios de Internet.

Basta con ir a estas direcciones y suscribirte al servicio de *email* o correo electrónico, el proceso de suscripción pide muchos datos, entre ellos el nombre de usuario y la contraseña que usarás para acceder a tu correo. Una vez creada la cuenta, vuelve a entrar en estas páginas web pero ya no para registrarte sino para entrar en tu correo y ya podrás recibir y enviar mensajes de *email* gratuitamente. Si tu nombre de usuario elegido ha sido "yomellamolopez" tu correo sería:

yomellamolopez@gmail.com si te has inscrito en www.gmail.com

yomellamolopez@yahoo.es si te has inscrito en www.yahoo.com

yomellamolopez@hotmail.com si te has inscrito en www.hotmail.com

Ya puedes enviar esta dirección a tus familiares y amigos para que te escriban.

Mensajería Instantánea (Messenger)

Es el nombre genérico que se da a los programas para chatear con conocidos. Tienes que tener una cuenta de correo y a través de esta cuenta la gente te podrá contactar y podrás hablar con ellos tecleando texto en la pantalla (chateo). El programa Messenger tiene que descargarse e instalarse en tu propio ordenador para poder usarlo. No conviene usar el Messenger en el trabajo, ya que algunas personas han sido despedidas por ello. Los lugares para descargar el programa Messenger van a depender de donde tengas tu correo gratuito:

Si tienes correo en www.gmail.com descarga el Messenger en www.google.com/talk/intl/es y haz clic en "Descarga Google Talk".

Si tienes correo en www.yahoo.com descarga el Messenger en es.messenger.yahoo.com y haz clic en "Descargar ahora".

Si tienes correo en www.hotmail.com descarga el Messenger en messenger.live.com y haz clic en "Descárgalo gratis".

Puedes comunicarte textualmente con gente de todo el mundo, basta que des de alta a tus amigos a través de su dirección de correo. No obstante, la dirección de correo de tus amigos o familiares tiene que ser del mismo sitio web que el Messenger que tú tienes (@gmail.com, si tienes el Messenger de www.gmail.com; @yahoo.es, si tienes el Messenger de www.yahoo.com y @hotmail.com, si tienes el Messenger de www.hotmail.com). Cada vez que ellos pongan en marcha su Messenger todos sus contactos lo verán y si tú pones en marcha tu Messenger todos los que te tengan a ti como contacto te verán y podrán chatear contigo al instante desde cualquier parte.

Para más información ve a es.wikipedia.org/wiki/Mensajer%C3%ADa_instant%C3%A1nea

Antivirus gratuitos y Antivirus Online

No puedes navegar por Internet sin tener antivirus, existen antivirus gratuitos que nada tiene que envidiar a los de pago. Los mejores son:

free.avg.com (antivirus AVG)

www.free-av.com (antivirus AVIRA)

Si crees que ya tienes un virus en tu ordenador, puedes usar aplicaciones online de escaneo de tu ordenador sin tener que instalar el antivirus. Las webs más conocidas de escaneo antivirus online son:

www.kaspersky.com/kos/spanish/kavwebscan.html

housecall.trendmicro.com/es

Para informarte de virus puedes usar las webs:

alerta-antivirus.inteco.es

www.vsanivirus.com

www.forospyware.com

Wikis

En el mundo de la Web 2.0 un wiki es una página web construida entre todas las personas que quieran participar, hasta un punto tal que incluso unos pueden modificar lo que han hecho otros.

Un wiki, o una wiki, es un sitio web cuyas páginas web pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o "páginas wiki" tienen títulos únicos. Si se escribe el título de una "página-wiki" en algún lugar del wiki, esta palabra se convierte en un "enlace web" (o "link") a la página web.

En una página sobre "alpinismo" puede haber una palabra como "piolet" o "brújula" que esté marcada como palabra perteneciente a un título de página wiki. La mayor parte de las implementaciones de wikis, indican en el URL de la página el propio título de la página wiki (en Wikipedia ocurre así: es.wikipedia.org/wiki/Alpinismo), facilitando el uso y comprensibilidad del *link* fuera del propio sitio web. Y formando muchas veces una coherencia nombrativa, generando una ordenación natural del contenido.

La aplicación de mayor calado y a la que le debe su mayor fama hasta el momento, ha sido la creación de enciclopedias colaborativas, género al que pertenece la Wikipedia. Muchas otras aplicaciones más cercanas a la coordinación de informaciones y acciones, o la puesta en común de conocimientos o textos dentro de grupos existen.

La mayoría de los wikis actuales conservan un historial de cambios que permite recuperar fácilmente cualquier estado anterior y ver 'quien' hizo cada cambio. Facilitando enormemente el mantenimiento conjunto y el control de usuarios destructivos. Normalmente sin una revisión previa, se actualiza el contenido que muestra la página wiki editada. Encuentra más información en es.wikipedia.org/wiki/Wiki. Sin duda los wikis más famosos son:

<http://ca.wikipedia.org/wiki/>

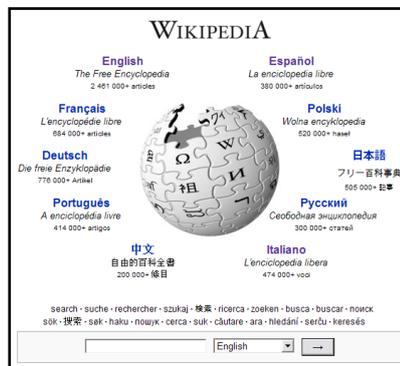
www.wikipedia.org (enciclopedia libre)

www.wikilearning.com (manuales y cursos gratis)

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

En Wikipedia, seleccionas el idioma, y en la casilla de búsqueda pones las palabras clave del tema que quieras buscar.



Cursos online gratuitos

En la red se pueden seguir muchos cursos *online* sin pagar, se trata de tutoriales que enseñan el manejo de programas informáticos, pero también hay de muchos otros temas. Puedes buscar en Google la palabra "tutorial" seguida del tema que quieras aprender.

Apuntes

Busca apuntes de algún tema que necesites, si bien no es fácil encontrarlos a la última, están algo anticuados. Prueba a buscar en Google "apuntes" seguido del tema que necesites.

apuntesword.iespana.es

www.programatium.com

www.manualespdf.es

'Slideshows'

Se trata de los famosos *Powerpoint* aunque también los hay en otros formatos. Se trata de presentaciones con diapositivas de muchos temas, que van desde apuntes de temas hasta temas humorísticos. Hay muchas webs, se puede buscar en Google *Powerpoint* y saldrán muchos:

www.slideshare.net

www.scribd.com

Cloud Computing (informática en la nube)

Se trata de tecnología informática que se desarrolla teniendo a Internet como base, aquí “nube” se refiere a Internet. Es un tipo de informática en la que sus capacidades relacionadas con las tecnologías de la información están basadas en fuentes de internet que se ofrecen como servicio para otras. Por ejemplo Google Maps no es solamente una web, sino un servicio que puede ser usado por otras webs como Panoramio y otras muchas. Así, los usuarios tienen acceso a servicios tecnológicos “en la nube”, o sea, difuminados por Internet. Otros servicios nubosos serían la venta de billetes de avión por Internet, correo, almacenamiento, programas de oficina, etc. Los Smartphone o los teléfonos móviles inteligentes, se benefician de esta tecnología y estarán conectados a internet donde podrás pagar con tu móvil, comprar, tener mapas, en fin, todo. En esta nueva informática Google es el rey, lo mismo que Microsoft es el rey en la informática tradicional y el Windows del *cloud computing* se llama Android, el sistema operativo básico. Como es un servicio para los Smartphone, teléfonos móviles y otros dispositivos portátiles, no podemos tocar el tema aquí, pero resumiendo: será como tener en el móvil todo lo que puedes tener en tu ordenador de sobremesa. Por ejemplo, las aplicaciones *online* de Google de Proceso de textos y Hoja de cálculo, son *cloud computing*.

‘Cloud Computer’

Es un ordenador permanentemente conectado a internet con todos los servicios. Ya conocéis el término “informática en la nube” que indica básicamente un tipo de computación en el que la información, datos o aplicaciones están en servidores en todo el mundo sirviendo de infraestructura a servicios externos a los que se podrá acceder con cualquier dispositivo con conexión a Internet. Su potencial es enorme. El usuario podrá ejecutar aplicaciones vía Web sin necesidad de tenerlas instaladas en sus equipos, quedando la administración en manos del proveedor, que financiará el sistema con sistemas publicitarios y suscripciones, frente a la clásica venta de licencias de software actual. Incluso y gracias al acceso compartido a la información, los contenidos creados por desarrolladores podrían mejorarse o mantenerse por particulares. Aunque es un mercado aún por madurar se prevé que cada vez más empresas y usuarios partan hacia este sistema de canales de entrega de servicios. El único problema es que es obligatorio contar con una (buena) conexión a Internet Wi-fi y seguramente cambiar nuestros hábitos como instaladores de software, al menos en los equipos domésticos que tenemos en casa.

Libros ‘online’ gratuitos

No estamos hablando de comprar libros por Internet, que hay muchas tiendas. Se trata de conseguir libros gratuitos, ya sean completos o ya sean parciales para promoción. Los mejores sitios para buscar libros son:

books.google.cat (no siempre están completos)

www.librodot.com

www.gutenberg.org/browse/languages/es

www.wikibooks.org

Diccionarios

Además de la traducción, podemos visitar páginas web que ofrecen diccionarios gratuitos, pueden ser diccionarios de traducción inglés – español, por ejemplo, o diccionarios de definiciones, sinónimos, etc.

dlc.iec.cat

www.grec.net/cgi-bin/esc00.pgm

www.enciclopedia.cat/

www.wordrefrence.com (inglés – español)

www.onelook.com (ingles)

www.rae.es (español)

www.acronymfinder.com (acrónimos)

www.diclib.com (María Moliner y otros)

Bases de datos

En Internet hay algunas webs que se dedican a recopilar datos de ciertos temas y hacer una base de datos accesible a todo el mundo. Las más populares son:

www.imdb.com Base de datos de películas de cine

www.vigster.com Base de datos de juegos.

Voz por internet (VoIP)

La VoIP (o Voz sobre IP) es una tecnología que puede cambiar la telefonía tal como la hemos conocido durante los últimos 100 años. Básicamente, es un método para tomar señales de audio analógicas (tales como la voz humana), convertirlas en datos digitales, y transmitirlos a través de Internet, sin ningún costo. Resultado: Llamadas telefónicas gratis a cualquier parte del mundo. La VoIP se puede aplicar tanto a la intranet de tu empresa como a Internet y también en casa. Quizás en tu empresa tengan ya esos teléfonos que se

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

conectan a la LAN (la red de ordenadores) de tu empresa y que seguramente dan unos cuantos problemas:



Usualmente desde una intranet de la empresa se puede llamar gratis pero con la condición de que la persona a la que llamas también tenga tecnología IP, si no la tiene, la llamada se desvía a la telefonía clásica de pago. Además se puede añadir que si se llama a un teléfono móvil se llame con tarifas de móvil desviando la llamada a otro sitio. Pero aquí no tocaremos el tema de la intranet sino la voz por Internet, que se trata de hablar gratis por voz a cualquier parte del mundo usando Internet. Para ello necesitaremos un programa de VoIP, los más usados son:

Skype: www.skype.com (pc a pc gratis o pc a teléfono pagando)

VoIPStunt: www.voipstunt.com (pc a pc gratis o pc a teléfono pagando)

Google: www.google.com/talk/intl/es (pc a pc gratis)

Yahoo: es.voice.yahoo.com (pc a pc gratis o pc a teléfono pagando)

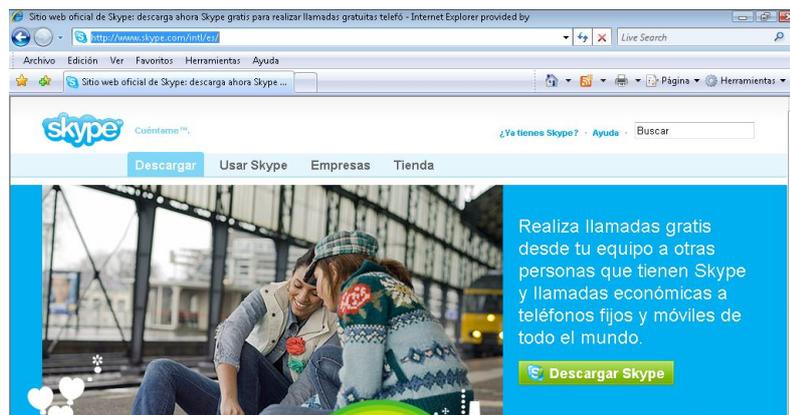
Seguramente el Messenger que utilices también tiene que tener transmisión de voz y vídeo si conectas una webcam a tu ordenador. Más información en www.explicame.org/content/view/full/16/1/1/0.

Skype

Te puedes comunicar con Skype con tus familiares y amigos lejanos por voz sin tener que pagar teléfono si conectas entre PCs. Necesitas tener un micrófono y altavoces instalados y configurados en tu ordenador para poder usar este servicio. Tienes que descargar el programa desde la web www.skype.com:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Instalas el programa en tu ordenador, configuras una cuenta, y das esta cuenta a todos tus amigos o familiares para que contacten contigo a través de Skype. Ellos también tendrán que descargarse e instalarse el programa y suscribirse al servicio (y tener su micrófono y altavoces). Curiosamente, Skype es un programa de *cloud computing*, es decir, que se podrá hablar gratuitamente a todo el planeta desde el móvil, eso sí, pagarás por la conexión a internet. Para hablar (o enviar SMS) desde un PC a un teléfono fijo o móvil, es un servicio de Skype pero ya no es gratuito. Para saber las tarifas y qué países tienen cobertura PC-teléfono consulta www.skype.com/intl/es/allfeatures/callphones. Para saber la opinión de los usuarios entra en www.ciao.es/Skype_com__404648.

Voipstunt

Descarga el software en www.voipstunt.com. Funciona igual que Skype pero ofrece llamadas gratis a teléfonos fijos de un minuto. Los usuarios opinan de Voipstunt en www.ciao.es/Opiniones/voipstunt_com__695648.

SMS ('Short Message Service') desde tu PC

Hay varios servicios de pago para enviar SMS a múltiples teléfonos de destino desde el navegador de internet. Busca en Google "sms por Internet" y te saldrán todas las empresas que hay con las tarifas.

Fax desde tu PC

Enviar o recibir faxes también puede hacerse a través del navegador. Busca en Google "fax por Internet" y te saldrán todas las empresas que hay con las tarifas.

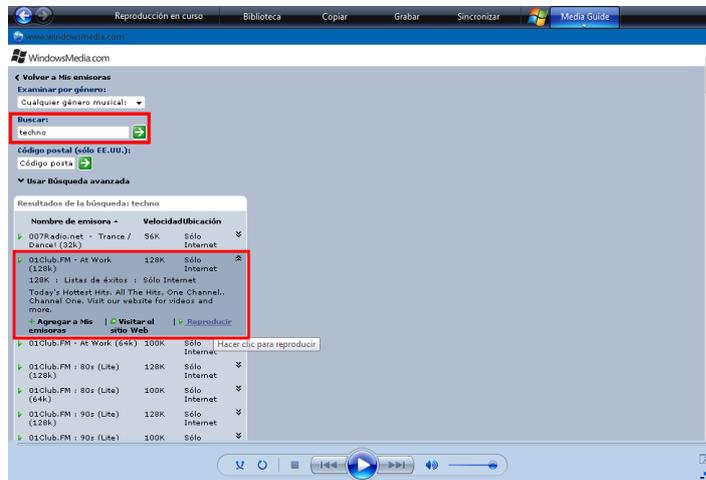
Radio y TV a través de Internet

La mejor manera de oír emisoras de radio por Internet (las que tengan este servicio) es el propio programa Windows Media Player que viene con Windows XP y Vista. Ponerlo en marcha con Inicio – Todos los programas - Reproductor de Windows Media. Para oír la radio usar la opción "Media Guide" o "Guía de

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Medios" y "Sintonizador de Radio". Entonces en la casilla de búsqueda pones el tipo de música que quieres o la emisora que quieres y te saldrá una lista de emisoras:



En algunos casos puedes reproducir la emisora en el mismo Windows Media Player y en otros casos se te a.com y otras. Recuerda que puedes suscribirte en YouTube.

www.formulatv.com (todo sobre los canales de TV en España)

Televisión TDT

Puedes ver los canales TDT por Internet si quieres:

www.tdt1.com (busca tu ciudad, luego canal y haz clic para verlo en directo sin tener televisor, no todos se pueden ver por navegador, pero al menos tendrás toda la información del canal)

La mayoría de las televisiones por Internet necesitan instalar un plugin en el navegador. Puede ser que se instale automáticamente aunque debemos dar permiso haciendo clic en la barra amarilla que aparece en la parte superior de la pantalla y eligiendo la opción "ejecutar" o "instalar":

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Normalmente después hay que confirmar la instalación:



En otros casos, debes buscar un enlace que al hacerle clic, te instala el plugin. En la mayoría de estas webs es mejor navegar con Firefox, si no va bien, entonces usa IE.

Foros

Existen muchas webs de foros y debates acerca de muchos temas, puedes ir a la web, suscribirte y empezar a hablar o consultar temas en los que tengas dudas, por ejemplo:

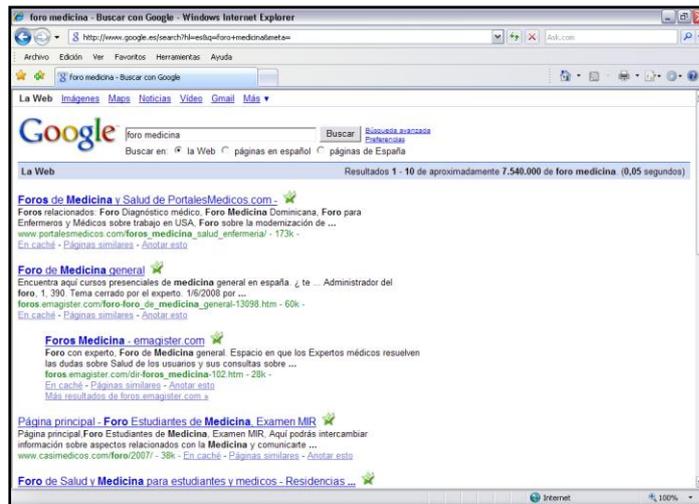
Idiomas: www.wordreference.com

Informática: www.configurarequipo.com

Simplemente ve a Google o Yahoo y busca la palabra “foro” seguido del tema que quieras, por ejemplo, buscaremos en Google las palabras “foro medicina”:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Iremos mirando los resultados a ver si hallamos algo que nos guste. Los foros se presentan por temáticas, y suelen indicar el número de temas tratados, mensajes, etc.

Foros	Temas	Mensajes	Últimos mensajes
Foro Alergología (2 viendo) Foro para discutir sobre temas relacionados con la Alergología. Foros relacionados: Foro Alergia al Látex , Foro Alergocantabria , Foro asma y reacción alergia a contraste	115	322	veterinaria con alergia (Anónimo) - 01/08/08 12:22 AM
Foro Análisis Clínicos (4 viendo) Foro para debatir sobre cualquier tema relacionado con los Análisis Clínicos.	169	287	Re: Flora Mixta en Citolog... (Anónimo) - 02/08/08 04:23 AM
Foro Anatomía Patológica Foro para discutir sobre temas relacionados con la Anatomía Patológica. Foros relacionados: Foro Anatomía y Fisiología .	6	12	me gustaria saber que teng... (Anónimo) - Ayer a las 10:29 PM
Foro Anestesiología y Reanimación Foro para debatir sobre cualquier tema relacionado con la Anestesiología y Reanimación. Foros relacionados: Foro Dolor Intercostal Idiopático	48	127	anestesiología locorrepto... (Anónimo) - 30/07/08 11:09 PM
Foro Angiología y Cirugía Vascul ar (1 viendo) Foro para discutir sobre temas relacionados con la Angiología y la Cirugía Vascul ar. Foros relacionados: Foro Varices	208	535	distancia de claudicación (pergrino de 5) - 30/07/08 07:17 PM
Foro Bioquímica Clínica Foro para discutir sobre temas relacionados con la Bioquímica Clínica.	3	3	leche mas antibiotico (Anónimo) - 05/08/08 02:14 AM
Foro Cardiología (1 viendo) Foro para discutir sobre temas relacionados con la Cardiología en general. Foros relacionados: Foro Extrasistólicas , Foro Cardiología de la ATEC , Foro Estilo de vida y Salud , Foro Rehabilitación Cardiaca , Foro Hipertensión en adolecentes , Foro Cardiopatías Congénitas de Corazones Atendidos , Foro Cardiología: Arteriosclerosis y Colesterol , Foro Extrasistoles y pánico	1503	4391	Re: El corazón se me para ... (Anónimo) - 3 minutos 5 segundos hace
Foro Cirugía Cardiovascular (1 viendo)			

Una vez dentro de un tema, podemos ver que el mensaje original y las respuestas dadas por los foreros se presentan en forma jerárquica:

Tema completo		
Asunto	Publicado por	Publicado el
Alérgico al látex	Anónimo	27/02/07 04:39 PM
Re: Alérgico al látex	Anónimo	27/02/07 09:53 PM
Re: Alérgico al látex	Anónimo	15/06/07 12:03 AM
Re: Alérgico al látex	Anónimo	19/08/07 02:40 PM
Re: Alérgico al látex	sanse	27/08/07 01:31 PM
Re: Alérgico al látex	Anónimo	05/09/07 09:45 AM
Re: Alérgico al látex	Anónimo	16/01/08 09:41 PM
Re: Alérgico al látex	darian70	19/05/08 12:38 PM

Es cuestión de leer los mensajes, responder si hace falta o preguntar cosas creando nuevos mensajes.

Juegos

En Internet hay gran cantidad de Juegos de Ordenador algunos de calidad realmente sorprendente. Los Juegos de Ordenador son programas que se ejecutan en nuestro PC que lo único que pretenden es darnos entretenimiento. Tenemos desde juegos de ajedrez, o de carreras de coches, o de cartas o de acción (disparos, explosiones, héroes, etc.). También existen los juegos *online*, que no hace falta descargar e instalar ningún programa, se juegan directamente en la pantalla del navegador web con algo de publicidad usualmente.

Al igual que los demás programas de ordenador que hay en Internet, los juegos también pueden ser *shareware* o *freeware* o 'demos'. Los más interesantes suelen ser las Demos, puesto que son juegos comerciales muy trabajados, con gráficos de alta calidad y buenos efectos de sonido, si nuestro ordenador es potente.

Aparte de estas tres categorías, también podemos diferenciar dos tipos distintos de juegos: los que se ejecutan en nuestro ordenador sin más, y los que para funcionar necesitan que estemos conectados a Internet (online), puesto que su desarrollo es a través de la Red, normalmente programados en Flash o Java. Esto significa que podemos jugar individualmente o con otras personas que estén conectadas a Internet simultáneamente. Este tipo de juegos han aparecido junto con Internet, dado que antes no se podía poner en contacto varios ordenadores más que con métodos muy complejos. Sin embargo, ahora es tan sencillo, como conectarlos a la Red.

Los lugares de juegos gratis más populares son:

catacliv.cultura.gencat.cat

es.games.yahoo.com

www.minijuegos.com

www.zapjuegos.com

www.qjuegos.com

Los juegos masivos a través de Internet pueden hacerse también a través de las consolas de juegos de Microsoft, Sony... Por la Web, Warcraft es el más conocido. En algunos casos te pedirá que instales el plugin de Flash y en otros el plugin de Java. Recuerda: barra amarilla superior, decir que instale el plugin y ejecutar. El plugin de Java lo puedes instalar en www.java.com y haces clic en "Descarga gratuita de Java".

Humor

Si estás aburrido, Internet es un buen sitio donde buscar chistes y cosas graciosas para pasar el rato. Prueba:

www.chistes.com (busca la sección "chistes clasificados")

www.forges.com (chistes de Forges y de paso ejemplo de web cien por cien Flash)

Trabajo

Buscar trabajo por Internet también se usa mucho. Puedes contactar con las páginas web de las empresas que estás interesado en trabajar y buscar el enlace "bolsa de trabajo" donde puedes enviar tu currículum. También tienes las webs de búsqueda de trabajo, siendo las más usadas:

www.infojobs.net

www.infoempleo.com

www.laboris.net

Se usan tanto para buscar como ofrecer trabajo, y tanto particulares o como empresas.

Conciertos, actuaciones, teatro...

La mejor manera de tener noticia de actuaciones en general es en la web de donde venden las entradas, la más conocida es ServiCaixa:

www.servicaixa.com

Clasificados

Hay webs que permiten poner y consultar todo tipo de anuncios, como los "clasificados" de los periódicos:

www.anuntis.segundamano.es

www.loquo.com

Subastas

También puedes vender o comprar cosas por medio de subastas, si no sabes por qué precio se puede vender algo, deja que sean los compradores quienes

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

determinen el precio, te suscribes al servicio, pones tus objetos a la venta y espera que suban de precio. Los más conocidos son:

subastas.eBay.es

www.todocoleccion.net

Webs de administraciones

Estas son unas webs útiles para gestiones administrativas:

DOGC: www.gencat.net/diari

Hacienda: www.aeat.es

Internet y la administración: www.mityc.es/DGDSI/Herramientas/mapaweb

➔ UD 8 - El correo electrónico

El correo electrónico (*E-Mail* ó *Electronic Mail* en Inglés) es el segundo servicio más usado de la Red Internet. Dos personas que tengan acceso a una cuenta de correo en Internet pueden enviarse mensajes escritos desde cualquier parte del mundo a una gran velocidad. Lo normal es que un mensaje tarde entre unos pocos segundos y unos pocos minutos, dependiendo de la cantidad de texto que se envíe.

Para manejar el correo electrónico, existen programas como el Outlook, que están especializados en esta tarea. Estos programas se usan en empresas ya que permiten trabajar con servidores de correo como Exchange.

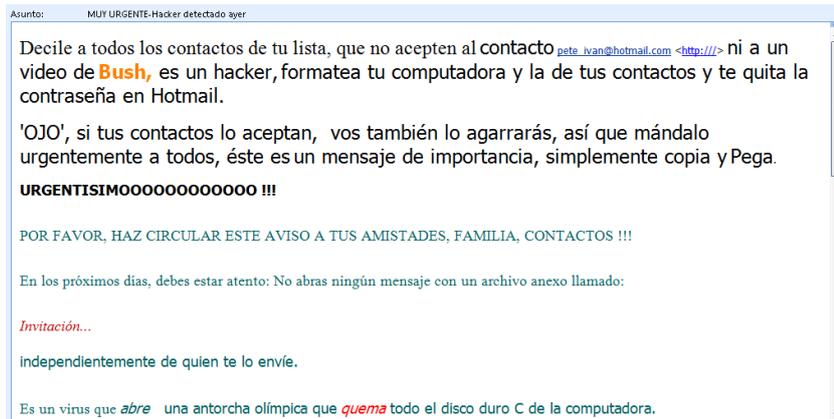
Sin embargo, para correo personal, es más cómodo usar Gmail, Yahoo o Hotmail y usar el navegador para tener el correo en cualquier parte del mundo. También los programas de correo como Outlook o Incredimail pueden configurarse para usar estas cuentas.

'Hoax', virus y estafas por correo

Se puede recibir virus por correo, pero hoy en día es más fácil recibir un *hoax* es decir, un bulo, una mentira que alguien difunde por Internet en un *email*, la propia difusión de este *email* de noticias falsas es lo que hace de virus, es decir, si lo difundes a tus conocidos, estás haciendo de virus:

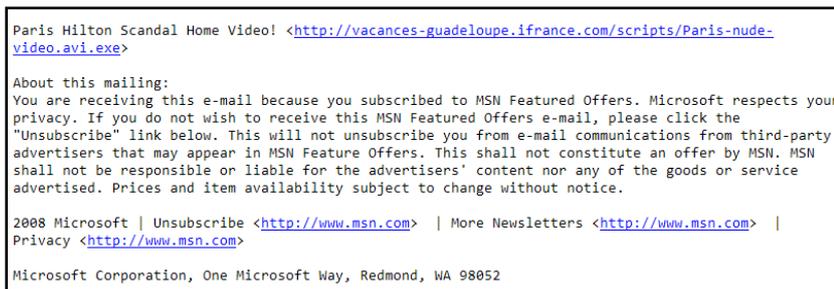
➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Busca por Internet la palabra “hoax” para saber de los últimos bulos que hay.

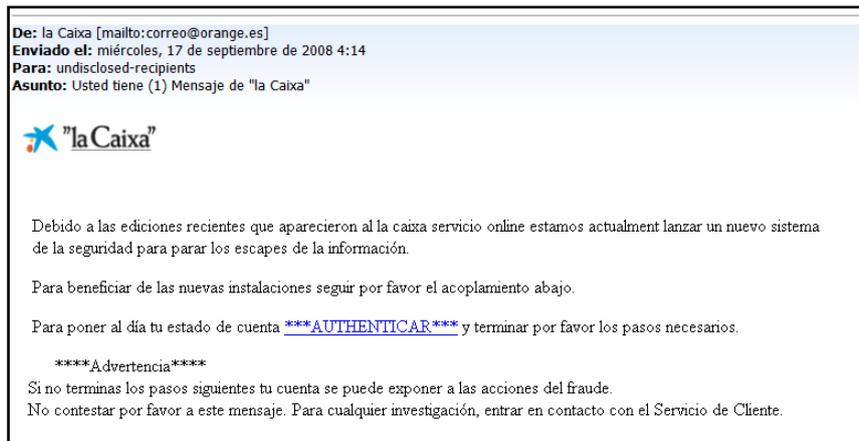
Por lo que respecta a los virus, hoy en día los antivirus detectan los virus en los *emails*, pero como regla general, nunca deber abrirse un adjunto de un correo que no sea de fiar, o bien, hacer clic a un enlace que haya en el texto del *email*, ya que el enlace puede ejecutar un virus al hacer clic, si bien es necesaria una confirmación para ejecutar un programa, si se desconoce lo que es se puede dar permiso. Muchas veces los mensajes con virus adjuntos y enlaces a virus, afirman que son un servicio de Microsoft, lo cual es falso:



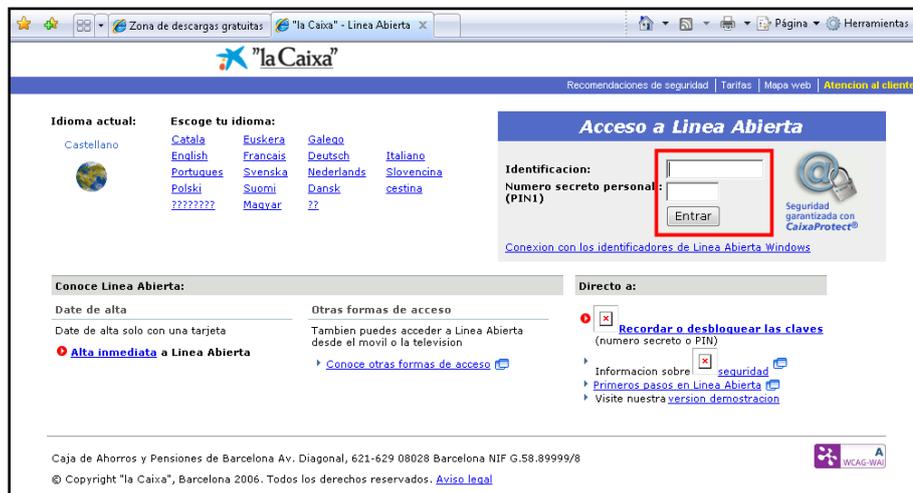
Sin embargo, una estafa muy extendida es pedirte tus datos bancarios por correo electrónico, o pedirte las contraseñas y PINs, simulando que tu banco ha tenido un fallo y que para poder recuperar tus datos se los tienes que enviar. Evidentemente, si respondes a ese email, los datos no van al banco, sino al estafador, que usará esos datos para dejarte sin dinero en tu cuenta bancaria. A esto se le llama *phishing*:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



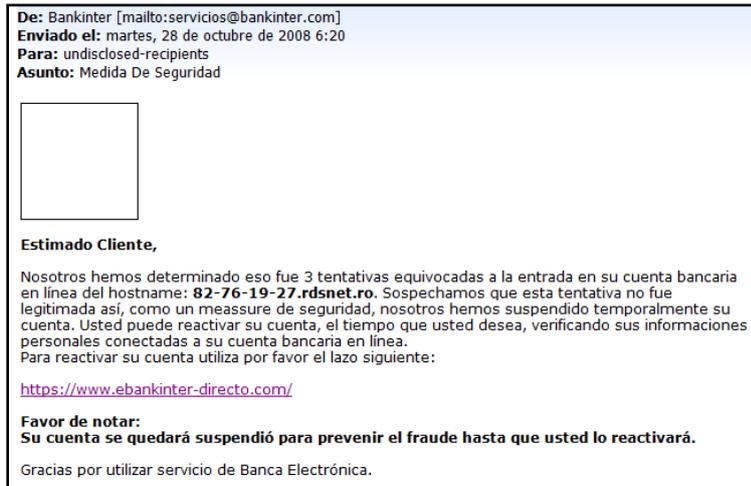
Al hacer clic en el enlace que te proponen te llevan a una página web que simula ser de La Caixa:



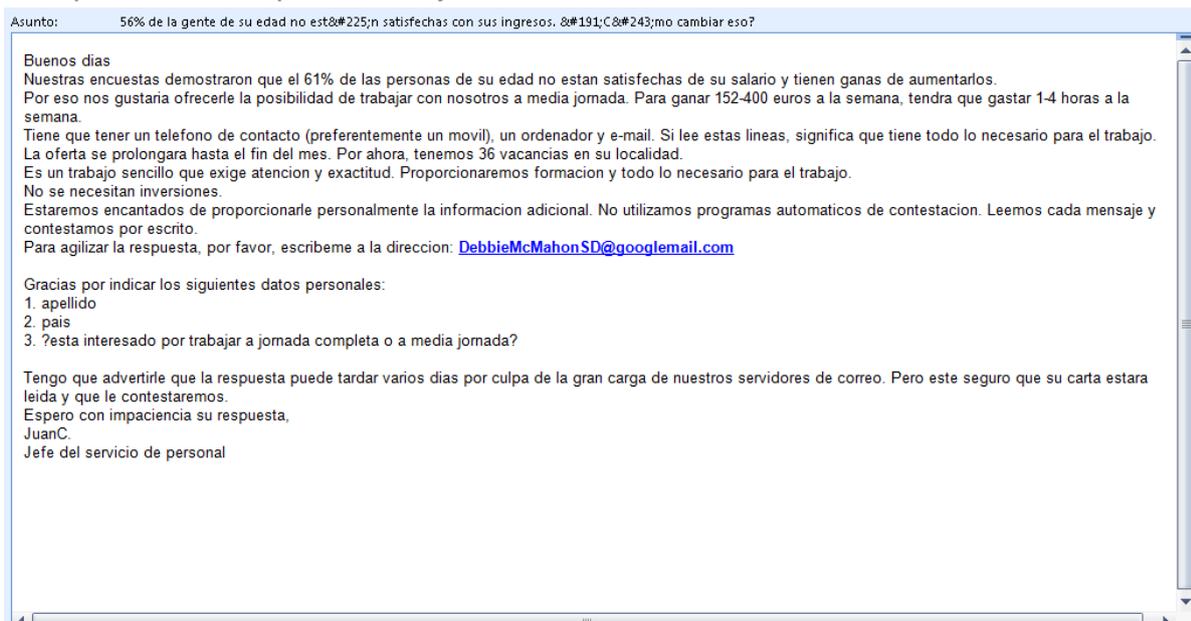
Quando teclees tu identificación y número secreto (zona marcada en la imagen), estos serán enviados a los estafadores, que entrarán en tu cuenta e intentarán dejarte sin dinero. He aquí otro ejemplo, un *phishing* supuestamente de Bankinter que pide tus datos bancarios:

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



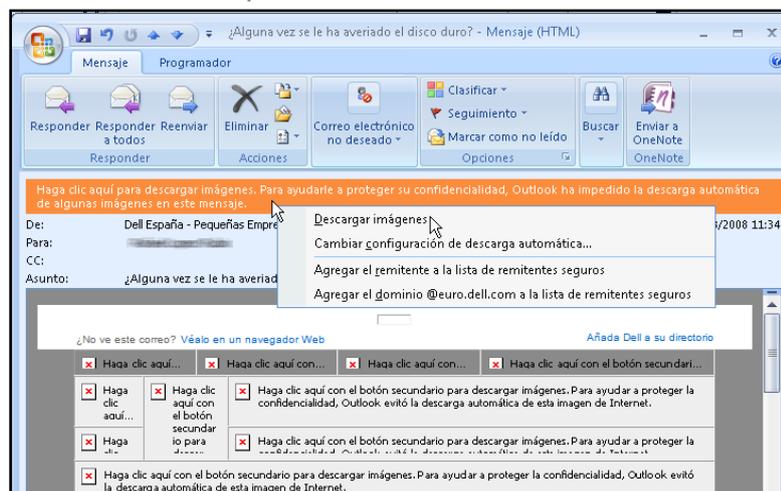
Empresas ficticias intentan reclutar tele trabajadores por medio de *emails*, chats, irc y otros medios, ofreciéndoles no sólo trabajar desde casa sino también otros jugosos beneficios. Aquellas personas que aceptan la oferta se convierten automáticamente en víctimas que incurrn en un grave delito sin saberlo: el blanqueo de dinero obtenido a través del acto fraudulento de *phishing*. Para que una persona pueda darse de alta con esta clase de empresas debe rellenar un formulario en el cual indicará, entre otros datos, su número de cuenta bancaria. Esto tiene la finalidad de ingresar en la cuenta del trabajador-víctima el dinero procedente de estafas bancarias realizadas por el método de *phishing*. Una vez contratada, la víctima se convierte automáticamente en lo que se conoce vulgarmente como 'mulero'. Más información del *phishing* en: es.wikipedia.org/wiki/Carding. He aquí un ejemplo de *email* en el que se especifica este tipo de trabajo:



➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

Otro problema actual del correo es el *spam*, o correo no deseado. Outlook 2003 y 2007 (ojo, no la versión de Outlook Express) incorpora un sistema *antispam* bastante bueno, con lo que si tenemos este programa no hará falta instalarse utilidades *antispam*. Los correos de Google, Yahoo y Hotmail también tienen un sistema *antispam*. En general, si vemos que no recibimos un correo que deberíamos haber recibido, conviene mirar siempre en la carpeta "*spam*" o "correo no deseado" a ver si ha ido a parar ahí. Si está ahí, siempre hay la opción de marcar el *email* de esa persona como "seguro" y ya no se verá más como *spam*. Normalmente el *spam* son estafas como diplomas falsos, medicinas falsas, relojes falsos, ropa de marca falsificada, etc. Cuando recibimos un correo con imágenes, en muchos programas de correo las imágenes se bloquean, esto es debido a que los *spammers* detectan si alguien ha leído su correo *spam* a partir de la descarga de imágenes. Si estás seguro que el *email* no es un *spam*, activa las imágenes, por ejemplo en Outlook y Hotmail se usa una barra superior:



Más información del *spam* en: es.wikipedia.org/wiki/spam.

Centrándonos ya en el tema del correo electrónico, aquí ponemos un ejemplo de uso de Outlook Express, que ya vale para todos los programas de correo, pues son todos iguales:

El Correo

Introducción

Hay personas que piensan que Internet no es demasiado útil, pero cuando se les explica que pueden comunicarse con otra persona en cualquier parte del mundo en unos minutos, que incluso pueden mandarle fotos, sonido y ficheros con gran cantidad de datos, todo esto de forma fácil y rápida, puede que empiecen a cambiar de opinión respecto de la utilidad de Internet. Por algo el correo electrónico o *email* es el servicio más utilizado de Internet junto con la Web.

Hay varios tipos de cuentas, POP3, IMAP y SMTP, aquí hablaremos de las POP3 por ser las más usadas.

El correo por Internet, igual que el correo normal, debe ser privado, por esto todos los programas para leer el correo disponen de protección mediante contraseña. Aunque esto no asegura que alguien pueda interceptar el correo mientras viaja a través de la red.

Funcionamiento del correo

El correo electrónico o *email* es una forma de enviar mensajes entre ordenadores conectados a través de Internet. Como la mayoría de los servicios de Internet el correo se basa en la arquitectura cliente/servidor. Vamos a explicar, de forma simplificada, en qué consiste esta arquitectura. Los clientes son los ordenadores de los usuarios que utilizan el correo y el servidor es el ordenador que gestiona el correo, el servidor pertenece a la entidad proveedora del correo.

Cuando alguien envía un correo, primero llega a su servidor de correo que lo envía al servidor del destinatario, donde el mensaje queda almacenado en el buzón del destinatario. Cuando el destinatario se conecte al servidor, este le enviará todos sus mensajes pendientes. Por esto da igual que el destinatario esté conectado o no a Internet en el momento que se le envía un mensaje.

Podemos configurar nuestro correo para que cada vez que se arranque lea los mensajes pendientes o para que los lea cuando pulsemos en el botón "Recibir". Cada vez que se lee un mensaje, se borra del buzón del servidor y pasa al ordenador del cliente.

El buzón tiene un tamaño fijo, por lo tanto si se acumulan muchos mensajes en el servidor y el cliente no los lee su buzón puede bloquearse. Aunque antes el servidor suele enviar un mensaje de aviso para que vaciemos el buzón. Cuando nos dicen que una cuenta de correo es de, por ejemplo, 10 GB se refieren al espacio del que disponemos en el buzón del servidor.

El proceso cliente/servidor es más complicado de lo expuesto aquí, puesto que se envían mensajes intermedios de comprobación para asegurarse que en cada paso los datos se reciben bien.

Los clientes deben disponer de un programa-cliente de correo, por ejemplo el Outlook. El servidor es un ordenador que tiene un programa servidor de correo

que puede atender miles de cuentas de correo. Normalmente el servidor de correo reside en una máquina distinta al servidor de páginas web, por esto puede que en un momento dado no funcione el servidor web pero sí el servidor de correo, o viceversa.

Un correo consta de varios elementos, la dirección de correo del destino, el texto de mensaje y puede que algunas cosas más como ficheros adjuntos, etc.

Una dirección de correo tiene una estructura fija:

nombre_cuenta@nombre_servidor

por ejemplo: andres.lopez@hotmail.com

Cada dirección de correo es única para todo el mundo, no pueden existir dos direcciones de correo iguales.

Cuando nos conectamos a Internet mediante un proveedor nos suelen asignar una o varias cuentas de correo. También podemos crearnos cuentas en sitios web que las ofrecen gratuitamente como Hotmail, Google, Yahoo, etc. Hay tres formas básicas de utilizar el correo, a través de un programa de correo, mediante *webmail* y la mensajería instantánea más conocida como *Messengers*.

Programa de correo. Por ejemplo el Outlook, Outlook Express, Microsoft Mail de Microsoft, Incredimail, etc. Estos son programas específicos para trabajar con el correo y que tenemos que instalar en nuestro Pc, la primera vez que se utilizan hay que configurarlos con los datos de la cuenta y servidor de correo. Por lo tanto sólo es práctico utilizarlos en el ordenador del trabajo. Pueden manejar varias cuentas a la vez sin importar quién nos haya proporcionado la cuenta. Tienen muchas más opciones que el *webmail*. En la imagen de la página siguiente puedes ver el aspecto general del Outlook Express.

Webmail. Como su nombre indica, consiste en utilizar el correo desde la Web. Una de sus ventajas, es que desde cualquier ordenador que tenga conexión a Internet podemos leer y enviar nuestro correo sin tener que configurar nada. Más adelante explicaremos algunas cosas más del *webmail*.

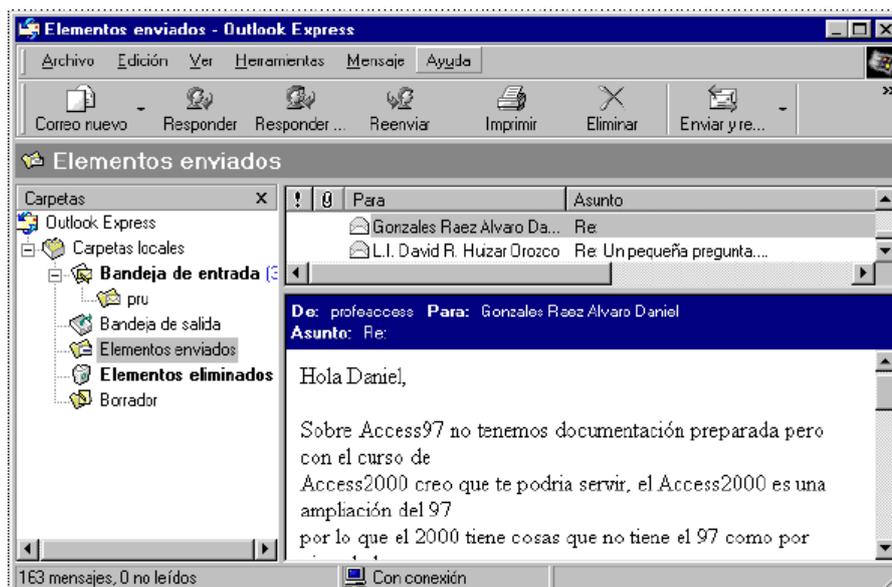
Outlook Express (llamado Windows Mail en Windows Vista)

Vamos a ver las características básicas de un programa de correo, en concreto utilizaremos el Outlook Express por ser el más utilizado.

Los programas que se instalan son muy parecidos todos, manejan los mismos conceptos y lo que más cambia es el aspecto exterior, y el tipo de configuración que permiten. Básicamente todos tienen los elementos que puedes ver en esta imagen.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



● En la parte superior está la barra de menú que contiene todos los comandos en forma de menús desplegables.



● A continuación está la barra de herramientas con los comandos más habituales, como, "Correo nuevo", "Responder", etc.



● La siguiente línea nos indica en que bandeja estamos situados, en este caso en la bandeja de elementos enviados.

● A continuación, en la parte izquierda, tienes la estructura de carpetas y en la parte derecha puedes ver, en la parte superior, la lista de correos que hay en la carpeta en la que estás situado y en la parte inferior el contenido del correo seleccionado.

Los correos se organizan en carpetas (bandejas) o buzones (box), tenemos las siguientes bandejas:

- ➔ Bandeja de entrada: contiene los correos que recibimos.
- ➔ Bandeja de salida: contiene los correos que están pendientes de ser enviados.
- ➔ Elementos enviados: correos que se han enviado.
- ➔ Elementos eliminados: al borrar los correos de la bandeja de entrada van a esta carpeta, como se hace con los archivos eliminados y la papelera de reciclaje. Luego se puede vaciar la carpeta de Elementos eliminados o volver a utilizar algún correo.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

- ➔ Borrador: cuando redactamos un correo pero no lo queremos enviar todavía, lo guardamos en borradores para más adelante acabar de redactarlo y enviarlo.
- ➔ Correo no deseado: aquí va a parar el *spam* detectado por Outlook, no todo el *spam* es detectado.

La barra estándar



"Correo nuevo o Redactar". Para crear un nuevo correo. Entramos en un editor de texto similar a Microsoft Word, pero más sencillo. Vamos a verlo con detalle en el punto siguiente.



"Responder". Para responder al correo que tenemos seleccionado o abierto. Entramos en el editor de texto, pero con el campo "Para" ya rellenado con la dirección que teníamos abierta. También estará el texto del mensaje original. Lo que no estará serán los adjuntos que tenía el mensaje original.



"Eliminar". Pasa el correo a la bandeja de "Elementos eliminados". Para vaciar esta carpeta pulsar con el botón derecho sobre ella y elegir la opción Vaciar carpeta "Elementos eliminados"



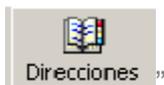
"Enviar y recibir". Mediante este botón puedes, con un solo clic, enviar los correos pendientes y recibir correos nuevos. Si quieres sólo recibir o sólo enviar, puedes hacerlo con el triángulo de la derecha del botón. Si tienes varias cuentas definidas también te permite elegir sobre que cuenta actuar.



"Reenviar" (Forward). Para enviar a otra dirección el correo que tenemos seleccionado o abierto. A diferencia de "Responder", el reenvío incluye los adjuntos que vienen en el mensaje original.



"Responder a varios (o a todos)". Para responder al correo que tenemos seleccionado o abierto pero en el caso que haya más de un remitente.



"Direcciones". Abre la carpeta de direcciones. Ahí podemos guardar las direcciones de correo que usamos frecuentemente. La carpeta de direcciones permite dar de alta, de baja y modificar direcciones. La veremos más adelante.



"Buscar". Permite buscar correos en las carpetas, podemos buscar de diferentes formas, por ejemplo, por la dirección, por el asunto, por fecha, etc.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

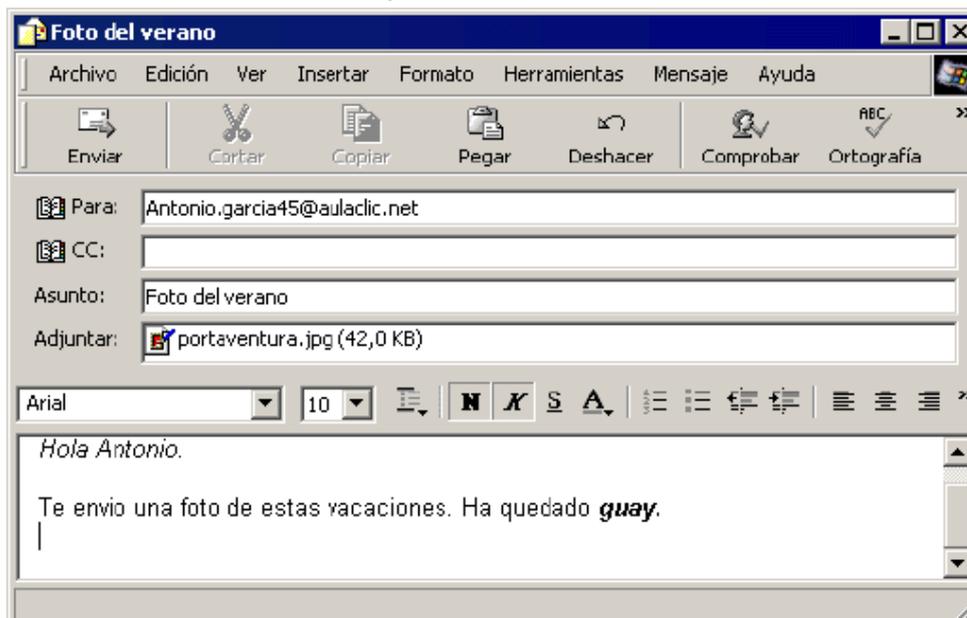
Apuntes completos



”Imprimir”. Para enviar a la impresora el correo seleccionado.

Redactar un correo

La que ves a continuación es la pantalla que aparece cuando redactamos un correo. Los elementos más importantes son:



● La primera línea contiene los menús desplegables, con los comandos disponibles. Por ejemplo, si quieres guardar el correo que acabas de redactar, en lugar de enviarlo en ese momento, tienes el menú “Archivo”, opción “Copiar” a carpeta, y luego elegir la carpeta “Borrador”.

● En la segunda línea están los iconos de los comandos más utilizados. Por ejemplo, el icono para “Enviar” el correo una vez este redactado. También puedes copiar y pegar texto de otros correos o documentos. El icono “Ortografía” hace una revisión ortográfica de forma similar a Microsoft Word.

A continuación tienes los campos que forman parte del correo:

● Campo “Para”: aquí debemos poner la dirección del destinatario, se pueden poner más de una dirección. Incluso se puede poner el nombre de una lista que contenga varias direcciones.

● Campo “CC”: Si queremos que se mande una copia del correo a esta dirección. El destinatario sabrá que no es el destinatario principal, sino que se le envía el correo como copia.

● Campo “CCO”: Si queremos que se mande una copia del correo a varias direcciones a la vez pero que todos los que reciben el correo no vean a quién se ha enviado (a cada uno le parece que solamente se lo han enviado a él). Esta casilla no aparece por defecto y se pone con el menú “Ver”.

➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos

● Campo “Asunto”: El asunto aparecerá en la lista del destinatario, por lo tanto puede ser visto sin abrir el mensaje.

● Campo “Adjuntar”. Aquí podemos colocar un fichero que será enviado junto con el correo. Por ejemplo se puede adjuntar un archivo gráfico, .gif, un archivo comprimido .zip, un documento Word .doc, etc. Para incluir un archivo adjunto ir al menú “Insertar” y elegir “Archivo” adjunto.

A continuación tenemos la barra de formato que contiene los iconos para dar formato al texto, como por ejemplo, poner negrita, cambiar el tipo de letra, etc. Esta barra es similar a la barra de Microsoft Word.



● Luego está la zona donde escribimos el texto del mensaje.

La libreta de direcciones

La libreta de direcciones nos permite tener almacenadas las direcciones que utilizamos con más frecuencia.

Cuando necesitemos escribir una dirección podemos hacerlo muy fácilmente si previamente la hemos introducido en la libreta de direcciones. Por ejemplo, para crear un correo nuevo, basta con hacer doble clic en un elemento de la libreta de direcciones para que se abra la ventana de correo nuevo con el campo “Dirección” ya rellenado.

En esta imagen puedes ver la libreta de direcciones del Outlook Express. El icono “Nuevo” permite insertar un nuevo elemento en la libreta. También se puede añadir fácilmente una dirección desde la pantalla general del Outlook Express pulsando con el botón derecho sobre un correo y eligiendo la opción “Agregar remitente a la libreta de direcciones”.

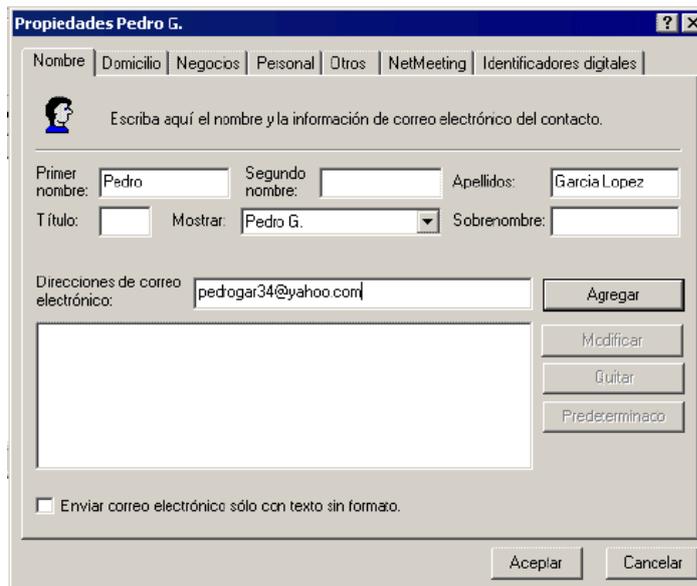


Para cada elemento de la libreta de direcciones se pueden insertar muchos datos, no sólo el nombre y la dirección de correo. El icono “Propiedades” nos muestra todos estos datos, y también nos permite modificarlos.

En esta imagen puedes ver los datos generales, y también puedes observar que hay varias solapas para los datos de “Domicilio”, “Negocios”, “Personal”, etc.

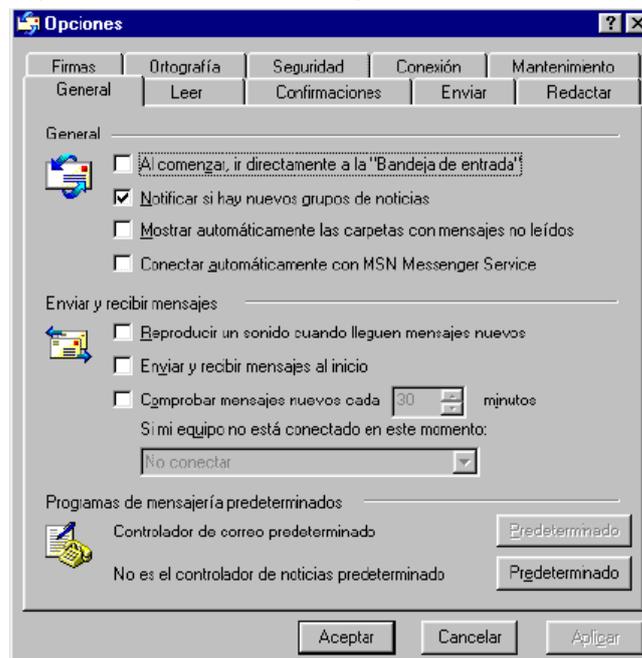
➔ Búsqueda y recuperación de información en Internet

Apuntes completos



Opciones.

Los programas de correo en general, y Outlook en particular, tienen diversas opciones para adaptarse a cada usuario particular.



Hay muchas funciones para las que podemos elegir varias formas de actuar, para ello ir al menú “Herramientas” y elegir “Opciones”.

Aparecerá una ventana con varias solapas sobre los diversos temas en los que existen opciones, por ejemplo, “General”, “Leer”, “Enviar”, etc.