



Google™ is a trademark of Google Inc.
The Google logo is a trademark of Google Inc.

Apostila prática

José Luís Carneiro

Salvador
2004

Introdução

Todos sabemos que a Internet é um conjunto imenso de páginas e mais páginas (pessoais ou não) contendo os mais diversos tipos de dados e informações. Ela não oferece respostas para todos os problemas, mas, certamente, é um bom lugar para começar a procurar...

A maior vantagem da Internet, seu tamanho, é também o seu maior problema: de que adianta a maior biblioteca do mundo se não tivermos como pesquisar e recuperar dados e informações com eficiência?

É nessa hora que as ferramentas de busca mostram o seu valor. Ferramentas de busca são *sites* especializados em pesquisar na Internet, usando parâmetros definidos pelo usuário. O usuário acessa o *site* da ferramenta de busca, escreve os parâmetros da pesquisa, e a ferramenta de busca, como um bibliotecário, encarrega-se de encontrar as páginas que atendem àqueles parâmetros.

Existem diversas ferramentas de busca na Internet: Yahoo!, WebCrawler, Altavista, etc. Atualmente, nenhuma tem tanta popularidade quanto o Google (pronuncia-se “gúgol”).

Um pouco de história...

Em 1995, Sergey Brin e Larry Page, dois jovens universitários (23 e 24 anos, respectivamente) matriculados no curso de Doutorado em Informática da Universidade de Stanford, conheceram-se e discutiram sobre as dificuldades para obter informação relevante na Internet. As ferramentas de busca mais populares da época buscavam as páginas que exibissem a informação solicitada, sem se preocupar com sua relevância ou credibilidade.

Começaram a desenvolver um algoritmo, chamado posteriormente de *PageRank*, para busca de dados na Biblioteca Digital da Universidade de Stanford. No começo de 1996, usaram esse mesmo algoritmo numa ferramenta de busca chamada *BackRub* (algo como “tapinha nas costas”).

O algoritmo considera os *links* que apontam para uma determinada página de forma análoga às referências em documentos científicos. Dessa forma, quanto mais referenciada uma página for, mais confiável ou relevante deverá ser o seu conteúdo.

Pouco tempo depois, no fim de 1997, o nome *BackRub* foi alterado para Google, um trocadilho com o termo matemático “googol”, numa alusão à missão de organizar a aparentemente infinita *World Wide Web* (WWW).

Googol – Termo matemático criado por Edward Kasner, correspondendo à grandeza da centésima potência de dez. Ou seja, o número um seguido por cem zeros.

Como usar o Google?

O Google tem como uma de suas principais características, a simplicidade. Sua página é bastante simples e leve, quase espartana.



O usuário precisa apenas digitar algumas palavras sobre o assunto desejado e clicar em “Pesquisa Google”. Serão exibidos diversos *links* para páginas sobre aquele assunto.

Elementos das Páginas de Resultados do Google

Para refinar essa pesquisa básica, o Google oferece diversas informações e opções de seleção para o usuário:



A. Guias

É possível clicar na aba do tipo de procura desejada. Pode-se pesquisar na *Web*, somente imagens, Grupos (arquivo de discussão *Usenet*) ou o Diretório Google (a *Web* organizada em categorias navegáveis).

B. Campo de Pesquisa

Para solicitar uma pesquisa no Google, simplesmente digite algumas palavras-chave sobre o assunto a pesquisar.

C. Botão “Pesquisar”

Clique este botão para submeter outra pesquisa. Você também pode fazê-lo pressionando a tecla “Enter”.

D. Pesquisa Avançada

Abre uma página que permite efetuar uma pesquisa mais complexa por meio do preenchimento de mais alguns campos.

E. Preferências

Abre uma página que permite definir suas preferências, incluindo o número padrão de resultados por página, o idioma da interface, e se os resultados deverão ser filtrados.

F. Ferramentas de Idioma

Ferramentas rápidas para restringir as páginas a serem pesquisadas por idioma.

G. Barra de Estatísticas

Esta linha descreve a sua pesquisa e indica o número de resultados retornados, assim como a quantidade de tempo que levou para completá-la.

H. Dicas de Pesquisa

Informações que o ajudarão a pesquisar de forma mais eficiente.

I. Resultado Endentado

Quando o Google encontra múltiplos resultados para um mesmo *website*, o resultado mais relevante é listado primeiro com as outras páginas relevantes desse mesmo *site* endentadas abaixo dele.

J. **Título da Página**

A primeira linha do resultado é o título da página *Web* encontrada. Ocasionalmente, em vez de um título haverá um URL, o que significa que essa página não tem título, ou que o Google não analisou todo o conteúdo dessa página.

K. **Texto abaixo do título**

Este texto é um excerto da página-resultado com os seus termos de consulta em negrito. Estes excertos permitem-lhe prever o contexto no qual os seus termos de pesquisa aparecem na página, antes de clicar no resultado.

L. **Mais resultados**

Se existirem mais de dois resultados de um mesmo *site*, os resultados podem ser vistos no link “Mais resultados de...”.

M. **URL do Resultado**

Este é o endereço do resultado.

N. **Tamanho**

Este número é o tamanho da parte texto da página encontrada. Omitido para *sites* que ainda não foram completamente analisados.

O. **Em Cache**

Permitir ver o conteúdo da página tal como era no momento em que foi analisada pelo Google. Se, por alguma razão, o link do *site* não leva à página corrente, pode ser recuperada a versão em *cache* contendo, provavelmente, a informação necessária. Os termos pesquisados ficam realçados.

P. **Páginas similares**

Quando você seleciona o link de Páginas Similares para um determinado resultado, o Google automaticamente explora a *Web* para encontrar páginas relacionadas com esse resultado.

Também podemos observar, à direita, *Links* publicitários para empresas relacionadas à busca efetuada. Esses *links* são remunerados, uma das formas utilizadas pelo Google para obter renda sem interferir de forma direta nos resultados obtidos.

Regras simples para utilizar o Google

Fazer buscas no Google é extremamente simples como podemos observar. Entretanto, obter bons resultados é uma questão de prática. Quanto mais buscas você fizer, mais facilidade terá para utilizar os parâmetros corretos. E, quanto mais você conhecer o assunto pesquisado, melhor.

Observe, a seguir, algumas regras simples para fazer buscas no Google:

1. **Use mais de uma palavra para fazer a busca**

Buscas por apenas uma palavra tendem a ser muito amplas, devolvem muitos resultados. Acostume-se a limitar um pouco a sua busca utilizando mais de uma palavra. É possível, inclusive, utilizar um *link*, no rodapé da página de resultados (“pesquisar nos resultados”) que oferece a possibilidade de realizar outra pesquisa nos resultados apresentados. O usuário deve então digitar apenas o novo parâmetro de busca.

2. **Caso precise buscar uma frase, escreva tudo entre aspas**

Se deseja informações sobre Contabilidade de Custos, simplesmente escrever as três palavras trará qualquer página que contiver os três elementos. Você obterá resultados sobre Contabilidade de Custos, mas surgirão também resultados que tratam sobre “os custos da Contabilidade”... Portanto, sempre que o assunto puder ser descrito numa frase, escreva-a entre aspas: “contabilidade de custos”, “economia brasileira”, “direito tributário”, etc.

3. **Use o “sinal de menos” para eliminar palavras que não interessam**
Muitas vezes, encontramos páginas relacionadas ao assunto pesquisado mas que usam um enfoque diferente do desejado. Para evitar perdermos tempo filtrando essas páginas parecidas, por meio do operador “-” (sinal de menos), podemos solicitar ao Google que pesquise o nosso assunto e exiba todos os resultados, menos os que contiverem uma determinada palavra. Por exemplo, para pesquisarmos por ações e bolsas de valores exceto a Bovespa, podemos usar o parâmetro “-bovespa”.
4. **Use o “caractere-curinga”**
Quando precisar pesquisar frases em que um termo é variável, use o caractere “*” (asterisco). Ele será substituído por qualquer palavra encontrada. Ou seja, uma busca por “sistema * brasileiro” trará como resultado, páginas referentes ao “sistema tributário brasileiro”, “sistema econômico brasileiro”, “sistema monetário brasileiro”, “sistema consitucional brasileiro”, etc.
5. **Use as Guias para buscar em outras fontes**
Se precisar de figuras, ou desejar pesquisar por mensagens na *Usenet* (antecessora dos grupos de discussão atuais), use as Guias (logo acima do Campo de Pesquisa). Pesquisar por figuras usando a Guia Imagens traz resultados muito mais rápido do que uma pesquisa comum na Web.
6. **Tente restringir a pesquisa por idioma**
Dependendo das palavras digitadas no Campo de Pesquisa, você pode obter resultados em diversas línguas diferentes. Se desejar apenas resultados em português ou apenas páginas brasileiras sobre o assunto, use a Ferramenta de Idioma (logo abaixo do Campo de Pesquisa).
7. **Dê preferência a buscas de páginas especializadas no assunto**
Se, durante sua busca, encontrar uma página especializada no assunto desejado, tente fazer pesquisas a partir dela (se oferecer o serviço) ou observe as referências indicadas por ela. Se, por um lado, assim você limita o seu universo pesquisado, por outro aumenta as chances de encontrar resultados relevantes.
8. **Restrinja a pesquisa a um determinado site**
Se desejar, pode restringir a pesquisa a resultados obtidos numa determinada página. Para isso, use o operador “site:<URL>”. Por exemplo, uma pesquisa por “IPI” apenas em páginas brasileiras retorna 59.600 páginas, uma pesquisa pelo mesmo termo, restrita ao *site* da Secretaria da Receita Federal (IPI site:www.receita.fazenda.gov.br), retornou apenas 3.090 páginas...
9. **Tente formular frases em forma de resposta**
Se deseja encontrar definições na Internet, tente formular as frases em forma de resposta. Existem diversas maneiras distintas de formular uma pergunta (às vezes o autor nem inclui a pergunta em sua página!), mas as diversas respostas possíveis começam normalmente da mesma maneira. Por exemplo, ao buscarmos por “o que é contabilidade de custos?”, obtivemos apenas um endereço. Entretanto, ao buscarmos por “contabilidade de custos é”, obtivemos 771 endereços...
10. **Tente as diversas grafias de um assunto**
O Google leva em consideração a acentuação mas, às vezes, a grafia sem os acentos pode trazer bons resultados. Buscamos por “importação” e obtivemos 194 mil páginas, buscando por “importacao” obtivemos 195 mil...

Comandos avançados de pesquisa no Google

Podemos aprimorar muito as nossas pesquisas no Google usando parâmetros de pesquisa. Uma visão profunda e detalhada de todos esses parâmetros foge ao escopo desta apostila. É um assunto tão vasto que já existem vários livros tratando apenas disso.

Iremos listar abaixo alguns desses parâmetros com uma breve explicação de como usá-los:

Operador	Observações	Exemplo
+	A fim de acelerar as consultas, certas palavras são consideradas como “descartáveis” pelo Google. Para incluí-las, preceda-as com este operador.	preposições +de
-	Filtra os resultados da pesquisa, eliminando aqueles que apresentarem uma determinada palavra. Pode ser combinado com os demais operadores para <u>excluir</u> um determinado resultado.	concursos -polícia
“ ”	Permite a pesquisa pela frase especificada. As palavras obrigatoriamente terão que estar na ordem apresentada.	“contabilidade de custos”
OR (“ou” lógico)	Recupera páginas que incluam qualquer um dos dois termos ou ambos.	“contabilidade de custos” OR “análise de custos”
site:	Restringe os resultados apenas a páginas contidas em um determinado <i>site</i> (normalmente um site especializado no assunto).	vestibular site:www.ufba.br
daterange: <início>-<fim>	Limita os resultados a documentos que foram publicados num determinado período. Observe que as datas devem estar no <u>formato juliano</u> . O formato juliano é calculado contando os dias sequencialmente a partir do 1º de janeiro de 4713 a.C. Veja um exemplo em: http://world.myvasco.com/daterange.htm .	irpf daterange:2452638- 2453004
intitle:	Restringe a pesquisa a páginas que contenham o termo desejado em seu <u>título</u> .	intitle:IRPF 2004
allintitle:	Semelhante ao anterior, mas as páginas de resultado precisam ter <u>todos</u> os termos informados em seu título.	allintitle:IRPF 2004
inurl:	Restringe a pesquisa a páginas que contenham o termo desejado em sua URL (endereço da internet).	inurl:IRPF 2004
allinurl:	Semelhante ao anterior, mas as páginas de resultado precisam ter <u>todos</u> os termos informados em seu URL.	allinurl:IRPF 2004
inlinks:	Restringe a pesquisa a páginas que contenham o termo desejado nos <i>links</i> para outras páginas.	inlinks:IRPF 2004
allinlinks:	Semelhante ao anterior, mas as páginas de resultado precisam ter <u>todos</u> os termos informados nos <i>links</i> para outras páginas.	allinlinks:IRPF 2004
intext:	Restringe a pesquisa a páginas que contenham o termo desejado no <u>corpo do texto</u> (ignorando título, URL e <i>links</i>).	intext:IRPF 2004
allintext:	Semelhante ao anterior, mas as páginas de resultado precisam ter <u>todos</u> os termos informados no corpo do texto.	allintext:IRPF 2004

Operador	Observações	Exemplo
filetype:	Busca resultados apenas em arquivos do tipo especificado. Múltiplos tipos de arquivos devem ser informados usando vários operadores <i>filetype</i> .	“contabilidade de custos” filetype:pdf
link:	Mostra todas as páginas que contenham um <i>link</i> para a página informada. Útil para ver que outras páginas apontam para sua página.	link:www.ufba.br
related:	Lista todas as páginas que são similares à página especificada. Esse operador <u>não</u> pode ser combinado com outros.	related:www.ufba.br
cache:	Exibe a versão armazenada (em <i>cache</i>) pelo Google. Se inserirmos outras palavras, essas palavras aparecerão destacadas.	cache:www.ufba.br vestibular

Pesquisa Avançada no Google

Além das buscas com parâmetros, cujas regras gerais acabamos de ver, é possível realizar pesquisas avançadas no Google de forma fácil bastando clicar na opção “Pesquisas Avançadas”. Será exibida uma tela bastante amigável que permite acessar várias das opções anteriores:

BIBLIOGRAFIA

CALISHAIN, TARA; DORNFEST, RAEL. **Google Hacks – 100 Industrial-Strength Tips and Tricks**. Sebastopol: O’Reilly, 2003.

KENSKI, RAFAEL. O Mundo Google. **Revista Superinteressante**, São Paulo, v.201, jun. 2004.

MATOS, LUIS. **Segredos do Google**. São Paulo: Digerati Books, 2004.

SCHNEIDER, FRITZ; BLACHMAN, NANCY; FREDRICKSEN, ERIC. **How to do Everything with Google**. Emeryville: McGraw-Hill/Osborne, 2004.

TINOCO, Lúcio. **Confissões de um Buscador**. Disponível em: <http://www2.rio.rj.gov.br/cgm/clipping/diario/noticia_detalhe.asp?idClipping=5822>. Acesso em: set. 2004.

Calendar Converter. **Fourmilab Switzerland**. Disponível em <<http://www.fourmilab.ch/documents/calendar/>>. Acesso em: set. 2004.

Daterange Julian Date Tool for Google. **MyVasco.com**. Disponível em <<http://world.myvasco.com/daterange.htm>>. Acesso em: set. 2004.

Google Guide. **Google Guide: Help with Searching**. Disponível em <<http://www.googleguide.com/>>. Acesso em: set. 2004.

Google Web APIs Reference. **Google Web APIs (beta)**. Disponível em: <<http://www.google.com.br/apis/reference.html>>. Acesso em: set. 2004.

Historia de Google. **Datafull**. Disponível em <<http://www.datafull.com/retro/informe.php?id=55&pag=2>>. Acesso em: set. 2004.

Procurar Ajuda. **Ajuda de Pesquisa Google**. Disponível em <<http://www.google.com/intl/pt-br/help.html>>. Acesso em: set. 2004.

Tudo sobre o Google. **Sobre o Google**. Disponível em <<http://www.google.com/intl/pt-BR/about.html>>. Acesso em: set. 2004.