

GOOGLE, FUNZIONI AVANZATE

Esplorare Internet nell'era dei Big Data



Navigatori no-Alpitour

Cercare in forme professionali

Milioni di italiani, ogni giorno, fanno delle ricerche in Internet utilizzando Google. E fin qui niente da dire. Il problema è che noi tutti, per abitudine e pigramente, ci serviamo della pagina di base del motore di ricerca (www.google.it). E siamo dunque dei naviganti no-Alpitour (come recitava un vecchio spot televisivo). Vale a dire improvvisati e, in un certo senso, disorganizzati. Più saggio sarebbe servirsi della pagina di ricerca avanzata (www.google.com/advanced_search) che permette esplorazioni mirate ed efficaci. Abitatevi, dunque, ad usare la pagina "avanzata". Oppure imparate le istruzioni da immettere nella pagina di base (www.google.it) perché le ricerche siano più accurate. Alcune di queste istruzioni e altri consigli operativi, nelle pagine che seguono.

1) PERTINENZA. La schermata di ricerca avanzata di Google permette di mirare a documenti che siano veramente **pertinenti** con le nostre esigenze. Ma lo stesso risultato si può ottenere anche attraverso la videata di ricerca normale (www.google.it) a patto di immettere istruzioni corrette. Ora, un documento si presume pertinente se, ad esempio, contiene le parole di nostro interesse **nella url** della pagina web che lo ospita. Supponiamo che tema della ricerca siano i terroristi delle Brigate Rosse. Per rendere più efficace il lavoro, nella stringa di ricerca che si trova all'indirizzo www-google.it, scriveremo:

inurl:"brigate rosse"

Queste istruzioni aiutano a centrare due obiettivi. Primo: mettere le parole **brigate** e **rosse** tra virgolette ci permette di trovare i soli documenti dove queste due parole viaggiano una accanto all'altra. E già questo rende la nostra esplorazione più efficace. Secondo: il

comando **inurl** consente di rintracciare tutte le pagine web che - all'interno della loro url - abbiano le parole brigate e rosse. Se invece avessimo scritto:

intitle:"brigate rosse"

allora avremmo trovato articoli che hanno le parole brigate rosse, una accanto all'altra, ma nel titolo.

2) I MOTORI DI RICERCA PERSONALIZZATI. La pertinenza della ricerca, dunque, è un valore importante. Più la ricerca è pertinente e più utili risulteranno gli articoli, i documenti, le immagini che avremo trovato.

Ecco una strada per migliorare le vostre esplorazioni inseguendo la stella polare della pertinenza.

Punto primo. Create un account google. Generate ad esempio una casella di posta elettronica GMAIL (con relativa password), strumento preferibile per muoversi nell'ambiente GOOGLE.

Quindi andate all'indirizzo **www.google.com/cse/?hl=it**

Cliccate (in alto nello schermo) alla voce: ACCEDI AL MOTORE DI RICERCA PERSONALIZZATO

Adesso - come preannunciato - immettete la vostra GMAIL e la vostra password.

Siete entrati nello spazio che vi permetterà di creare un motore di ricerca personalizzato, come un vostro "piccolo Google".

Nella stringa SITI IN CUI CERCARE, immettete gli indirizzi dei soli siti funzionali al vostro lavoro. Il vostro "piccolo Google" - una volta creato - farà ricerche solo nell'ambito di questi siti da voi preferiti.

Il primo sito sarà, ad esempio: www.rai.it/*

Dopo l'indirizzo del sito, dunque, dovete aggiungere /* .

Quindi seguirà uno spazio bianco e il secondo sito (sempre con /* a chiudere).

Se siete interessati ai soli documenti PDF presenti in un determinato sito, allora scriverete

www.rai.it/pdf/*

Il servizio che stiamo descrivendo (GOOGLE CSE) permette di indicare fino a 5000 siti. Ma conviene che il vostro "piccolo Google" ne abbia molti meno se non volete perdere in qualità della ricerca.

Date ora un nome a piacere al vostro "piccolo Google" e generatelo. Quindi cliccate su VISUALIZZATE SUL WEB e troverete la url con una stringa di ricerca del tutto simile a quella del Google normale. In questo modo, però, si tratta del vostro Google personalizzato che farà ricerche su misura per le vostre esigenze.

3) ALTRI CONSIGLI OPERATIVI

Altri consigli (e comandi) utili per migliorare la vostra capacità di ricerca con Google:

- se cercate un documento che - ne siete certi - risiede in un sito italiano, usate www.google.it - se non volete alcun limite di nazionalità, allora usate www.google.com/ncr

(la sigla ncr - che stiamo usando - sta per no country related);

- se immettete **scuola giornalismo** troverete anche pagine dove le due parole sono lontane - con "**scuola di giornalismo**" tra virgolette, troverete le sole pagine con questa frase esatta;

- con **giornalismo or scrittura scuola**, troverete scuole di entrambi i tipi (che insegnano giornalismo come anche le tecniche di scrittura);

- con "brigate rosse" site:gov.it, troverete documenti con quella frase esatta in siti del governo;
- **con "brigate rosse" site:gov.it filetype pdf**, solo documenti in formato pdf;
- se immettete la parola Calabria, il motore vi proporrà tutte le pagine con questa parola;
- con **+in Calabria**, sarete certi di trovare pagine che associno **in** alla parola Calabria.

3) CHE COSA INTERESSA ALLA RETE

Prima di scegliere l'argomento da trattare sul vostro sito o sul blog, converrà accertare quali siano gli argomenti che stanno appassionando la Rete. Per scoprire i temi di tendenza, potete mettere in campo infiniti strumenti. Tutti i principali social network, ad esempio, danno questa informazione. E ci sono applicazioni, anche gratuite, che forniscono indicazioni precise sugli argomenti più cliccati dai navigatori (come **Feedly**). Ma certamente merita una menzione il servizio **Google Trends**. Google Trends, ovviamente, è una bussola fenomenale perché ci informa sui temi che sono oggetto delle ricerche più copiose sul motore di ricerca chiave. La pagina di Google Trends offre una stringa di ricerca, che ci permette di avviare una interrogazione su una specifica questione che ci sta a cuore. Google Trends può rivelarci anche in quali regioni italiane l'argomento sta incuriosendo maggiormente i navigatori. Informazione preziosa se la nostra è una testata giornalistica locale. Google Trends ci dice infine quali sono le ricerche più intense in Italia e in ogni altra Nazione al Mondo, nel giorno come anche nei giorni precedenti. Per ogni flusso di ricerca individuato, avremo anche i link ai siti più popolari. Ed anche questo è utile perché i titoli di questi siti super cliccati ci forniranno le parole chiave, le key word, che ci converrà replicare nei nostri titoli per andare in scia a queste tendenze di gradimento in Internet.

4) A CACCIA DI IMMAGINI FAKE. Il giornalista lavora continuamente con le immagini, che sono un elemento costitutivo degli articoli per Internet, come dei pezzi per i telegiornali. Anche i tg - quando devono mostrare il volto di una persona assassinata, tanto per fare un esempio "allegro" - si affidano alla fotografia del suo passaporto. E così fanno i giornali su carta. Supponiamo che la Polizia ci abbia fornito l'immagine di una persona sospettata del delitto. Si tratta di un cittadino russo, il cui nome è disponibile solo in alfabeto cirillico. Come fa il giornalista a scoprire qualcosa in più su questa persona? Come facciamo a sapere, ad esempio, se il sospettato abbia un profilo Facebook o Twitter? Aiuta il nostro lavoro la funzione REVERSE IMAGE SEARCH.

Andiamo all'indirizzo **[image.google.com](https://www.google.com/imagery)**

E' da questo indirizzo che, di solito, partiamo per cercare delle immagini. Se il sospettato del delitto fosse italiano o francese o svedese, la nostra esplorazione sarebbe facilitata. Basterebbe digitare il suo nome e cognome, e cercare così tutte le immagini collegate, magari presenti su Twitter e Facebook (l'unico rischio dal quale guardarsi sarebbe quello delle omonimie).

Invece - come detto - il ricercato è russo e non è facile scrivere il suo nome in cirillico, visto che la tastiera del computer non è attrezzata per l'operazione e l'installazione della versione in russo richiede una complicata operazione (da fare attraverso il Pannello di Controllo in Windows).

Ecco la salvezza. Invece di partire dal nome e cognome della persona, partiamo dalla sua foto. Prendiamo la fotografia che ci ha dato la Polizia e la trasciniamo nella stringa di ricerca di Google Immagini. A quel punto, il motore di ricerca tenterà di rintracciare le altre immagini simili alla nostra.

La funzione, suggestiva, viene assicurata anche da alcuni siti pensati proprio per ricerche del genere, come **www.tineye.com**. Tutto bene, dunque? Tutto facile? La nostra esperienza ci dice che la caccia è più

efficace quando l'immagine appartiene a una persona già nota mentre è meno redditizia se si parte dal volto di un illustre sconosciuto.

Google dispone anche di una ricerca avanzata per le immagini, come potrete constatare all'indirizzo:

www.google.com/advanced_image_search.

Anche questa pagina permette il REVERSE IMAGE SEARCH, nobilitata da una serie di filtri che si possono attivare per perfezionare l'esplorazione (dalle dimensioni della foto alla sua forma se quadrata o rettangolare ad esempio; dalla regione del mondo di interesse al tipo di formato digitale dell'immagine, come jpeg o gif o png solo per citare i più popolari).