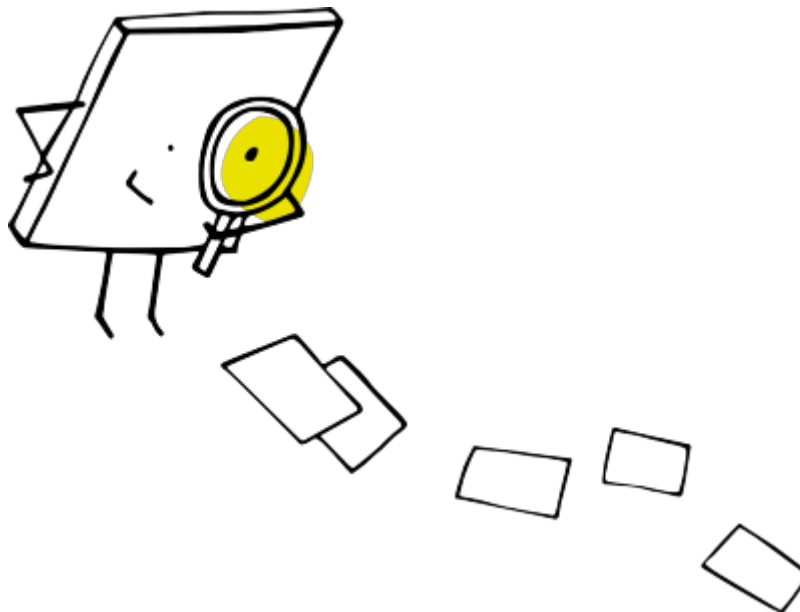


Elements de cerca i exploració



Tant si estem en la fase d'edició i anem a la cerca de recursos i fonts adients per al nostre alumnat, com si estem acompanyant-lo en la seva navegació en un recurs en concret, hi ha una sèrie d'elements amb els quals podem interactuar per arribar a la informació que cerquem. No hi ha una estratègia universal, vàlida per a qualsevol objectiu informatiu en qualsevol moment, però sí que hi ha elements estratègics útils en qualsevol procés de localització d'informació.

L'estratègia de cerca

L'estratègia de cerca és el procediment previ a la cerca d'informació i consisteix bàsicament a adaptar els termes del nostre tema de cerca al llenguatge que fa servir el recurs que estiguem consultant. Els usuaris més experts es plantegen també l'ús d' [operadors booleans](#) per acotar millor la cerca. La formulació estructurada de les expressions de la cerca que emprarem per interrogar el recurs s'anomena **equació de cerca** i exigeix la definició de, si no tots, sí d'alguns dels elements següents :

- El llenguatge de consulta: paraules-clau, descriptors, CDU...
- Les paraules clau o descriptors i la seva ampliació: sinònims, variants gramaticals. Termes relacionats o alternatius. Traduccions a l'anglès o altres idiomes.
- L'ús d'operadors o no: identificar els que fa servir el cercador o lloc web concret que visitem.
- El context geogràfic.
- El període cronològic.
- La matèria principal i d'altres de vinculades.

Qualsevol estratègia concreta ha de tenir en compte que la localització d'informació:


- No és una acció automàtica i immediata. Excepte en casos molt determinats, la cerca d'informació a la biblioteca requereix sovint de l'acció reflexiva de l'usuari i repensar-ne algun aspecte.
- No sempre és un procés lineal. Cal assumir que potser trobarem la informació que cerquem al final d'un itinerari discontinu, amb parades que aporten informació pertinent i d'altres que no.


Cal conèixer també els diferents formats dels textos, imatges i documents multimèdia a internet. Tenim el compromís de vetllar per la inclusió i la multiplicitat d'estils d'aprenentatge. Interessarà, doncs, que la informació es presenti en diferents suports (textual, visual, sonora...) i això es tradueix en què la informació estarà codificada en una sèrie de formats. Sabrem quin tipus d'informació tenim perquè en la identificació de l'arxiu hi trobarem unes extensions específiques:

Extensions més habituals en sistemes operatius actuals		
Fitxers de text i dades	Text	.txt, doc, rtf, odt
	Base de dades	.mdb, odb
	Full de càlcul	.xls, ods
	Presentacions	.ppt, odp
	Visualització	.pdf
Fitxers gràfics	.jpg, bmp, gif, tiff	
Fitxers de so	.mp3, wav, wma, ogg	
Fitxers de vídeo	.avi, divx, mpg, mpeg, mov, wmv	
Fitxers de pàgines web	.htm, html, php, asp, xml	
Fitxers de sistema i executables	.sys, dll, exe, com	
Fitxers comprimits	.rar, .zip	

És important tenir en compte els formats quan pretenem que la tasca final de la cerca d'informació impliqui l'ús d'eines digitals

Instruments de cerca: directoris i motors de cerca

El directori o l'índex temàtic és una manera d'organitzar el lloc web en una llista jeràrquica de temes. En conseqüència, organitza els enllaços en categories i sub-categories. L'elabora un professional. En cas que no hi hagi un directori, les categories del blog que permeten l'estructura jeràrquica hi tenen certa semblança. Com exemple, el directori obert  [DMOZ](#).

Els motors de cerca són potents programes informàtics que, de forma automatitzada, pentinen permanentment parts extenses dels servidors d'Internet. Generalment tenim l'opció d'incrustar una casella de cerca en el nostre bloc. És un petit motor de cerca que examina el nostre lloc web. Les aplicacions com Pearltrees o Symbaloo el porten incorporat per defecte. A banda del més conegut: Google n'existeixen d'altres com  [Ecosia](#)

Tinguem en compte que cap motor de cerca indexa la totalitat de la informació que hi ha en un entorn. Per tant, que una determinada dada no aparegui no vol dir necessàriament que no hi sigui.