



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES Y POSTGRADO

NAUFRAGAR EN INTERNET. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN REDES TELEMÁTICAS

Fuentes, M. (2001) **Naufregar en Internet. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas** Virtual Educa 2001 (27-29 de junio de 2001)
[Documento en línea]. En:

<http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0109037/fuentes.html>

(Compilación con fines instruccionales)

Naufragar en Internet. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas^[*]

Virtual Educa 2001 (27-29 de junio de 2001)



Marta Fuentes Agustí

Consultora del Graduado Multimedia a Distancia UOC-UPC
mfuentes@campus.uoc.es

Resumen: Enseñar a buscar información resulta uno de los grandes retos del futuro inmediato. Pero, ¿qué enseñar? Muchos usuarios de la red naufragan en su búsqueda de información por Internet. Principiantes y expertos nos constatan la importancia de ser estratégico y disponer de ciertos criterios de selección de la información. Este artículo es el resultado de un estudio realizado en base las estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas.

1. Introducción

Actualmente, nadie niega la importancia de Internet como poderoso instrumento de comunicación e información. En la red está disponible un gran cúmulo de información; su volumen crece a una velocidad impensable hasta hace pocos años. Paralelamente, su impacto social se incrementa gradualmente, de manera que empieza a ser indispensable tener la habilidad de encontrar determinados datos en Internet que, por inmediatez o especificidad, no encontraríamos en ningún otro lugar.

Por otra parte, tenemos que dejar de creer que hay un nivel estándar de conocimiento al que los estudiantes han de acceder. Todo parece indicar que el conocimiento está continuamente renovándose: lo que ayer era actualidad hoy es pasado. Más que los conocimientos declarativos de las nuevas generaciones cuando dejan la escuela o la universidad, deberíamos preocuparnos por si están o no preparados para autoformarse y acceder a la información que necesitan, cuando la necesiten.

Bajo esta perspectiva, enseñar a buscar información resulta uno de los grandes retos del futuro inmediato. La presente comunicación, resultado de un exhaustivo trabajo de investigación, pretende abordar el tema de la utilización de estrategias por parte de los usuarios de la red cuando desean buscar información y cómo principiantes y expertos responden ante la navegación para conseguir un propósito determinado y la posterior selección de la información.

2. Enseñar a buscar información resulta uno de los grandes retos del futuro inmediato. Pero, ¿qué enseñar?

Los resultados de nuestros estudios nos permiten afirmar que es más importante el hecho de

ser estratégico en la búsqueda de información que poseer amplios conocimientos acerca las herramientas de búsqueda y los medios informáticos.

Hemos podido observar cómo los usuarios estratégicos, independientemente de sus conocimientos acerca del medio y la temática, llevan a término un proceso de planificación —revisión— regulación y evaluación que les ayuda a llegar a los resultados deseados; mientras que los menos estratégicos siguen un proceso marcado por la asociación —reproducción y automatización que no siempre les lleva a la información deseada. El segundo grupo llega a buenos resultados si dispone de amplios conocimientos sobre el tema o sobre distintos instrumentos y modalidades de búsqueda; pero, aun así, difícilmente llegan a responder a demandas complejas y específicas que impliquen reorganizar el conocimiento o seguir un proceso reflexivo.

Podemos buscar información en redes telemáticas de maneras muy distintas teniendo en cuenta las finalidades de la búsqueda, los conocimientos previos (sobre el contenido específico y/o sobre los recursos informáticos), la concreción de la información que se desea buscar, el interés, la actitud, los instrumentos utilizados, la lengua en que efectuamos la búsqueda, las características del medio informático, el horario de conexión, etc. La persona que protagoniza la búsqueda debería saber identificar las variables o condiciones relevantes y planificar sus acciones en función de éstas. Esto implica conocer, gestionar y regular el propio proceso de navegación, habilidad que se puede y se debe aprender.

Aprender una estrategia de búsqueda de información supone aprender cuándo y por qué se ha de utilizar un procedimiento, un concepto o una actitud determinada. Es decir, cuándo y por qué seguir un determinado proceso de búsqueda, cuándo y por qué utilizar unos u otros buscadores, cuándo y por qué utilizar determinados términos, cuándo y por qué utilizar ciertas opciones de búsqueda que nos ofrecen los buscadores escogidos, cuándo y por qué hacer uso o no de operadores, cuándo y por qué limitar la búsqueda...

3. Principiantes y expertos ante la búsqueda de información. La importancia de ser estratégico

Los estudios realizados nos muestran cómo principiantes y expertos en la búsqueda de información en redes telemáticas llevan a término operaciones mentales distintas según sean más o menos estratégicos, llegando los primeros a unos resultados más fructíferos.

Los usuarios menos estratégicos actúan por ensayo y error sin trazar un plan previo, sin conocer qué recursos de búsqueda existen y cuáles pueden resultar más adecuados en cada caso, y sin clarificar tampoco qué palabras clave son las más relevantes para el tema o qué criterios pueden resultar más fiables para seleccionar los mejores sitios o direcciones de entre un inmenso listado. Utilizan el primer sistema de búsqueda que han encontrado sin tener en cuenta sus características y las de la demanda (idioma, ámbito geográfico, ámbito temático...). Emplean distintas palabras clave sin pararse a pensar en otras opciones que no se encuentran especificadas tan claramente en la demanda. Cuando no encuentran lo que desean tienden a dar por terminada la búsqueda. Si efectúan alguna revisión, ésta se limita a posibles errores de escritura; raramente se cuestionan el proceso seguido, la selección de los buscadores o la organización de la búsqueda. La única posible operación de control que llevan a cabo se basa en un simple reconocimiento de adecuación, comprobando que la información que van hallando esté relacionada con el tema en cuestión.

En cambio, los usuarios que tienden a llegar a mejores resultados en la búsqueda de información en redes telemáticas son los que siguen un proceso estratégico que implica un ir y venir entre lo que quieren buscar y la manera en que lo hacen. Las actuaciones de estos sujetos

se ajustan a los objetivos de la búsqueda; toman decisiones más oportunas en función de la información hallada y de las condiciones de la situación y la tarea. Las revisiones son constantes a lo largo de todo el proceso.

Se ha observado también que, si los expertos navegadores no estratégicos tienen que actuar fuera de su dominio de conocimientos, les resulta difícil regular el propio proceso de búsqueda, mientras que una búsqueda estratégica (consciente, intencional y autorregulada) de la información favorece unos resultados más fructíferos. Los sujetos estratégicos nos mostraron cómo, aun actuando fuera de su dominio de conocimientos, pueden buscar soluciones alternativas y hallar lo que buscan.

4. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas

Toda búsqueda de información resultará más eficaz cuanto más delimitado esté lo que buscamos. Se trata de reducir el espacio que media entre lo que ya sabemos y aquello que queremos encontrar; cuanto mayor sea esa distancia, menores serán las posibilidades de hallarlo. Por consiguiente, en lo referente a la búsqueda, una correcta planificación nos permitirá separar el éxito del fracaso más que ninguna otra competencia.

En el cuadro siguiente se presentan algunas decisiones relevantes en la búsqueda de información en redes telemáticas.

P L A N I F I C A C I O N	¿Cuál es el propósito de la búsqueda?
	¿Para qué necesito la información?
	¿Cuáles son sus principales condiciones?
	¿De cuánto tiempo dispongo para buscar?
	¿Qué extensión deberá tener la información?
	¿Qué grado de profundidad?
	¿Qué tipo de presentación deberá hacer de la información encontrada?
	¿Qué necesito saber para iniciar la búsqueda?
	¿A qué fuentes de información pertinentes puedo tener acceso?
	¿Cómo debo actuar para buscar la información en la fuente encogida?
S U P E R V I S I O N	¿Qué contenido deberá tener esa información?
	¿Cuáles son los instrumentos de búsqueda de que dispongo?
	¿Cómo sabré que busco en la dirección adecuada?
V A L O R A C I O N	¿Qué indicadores me darán cuenta de que la búsqueda está resultando fructífera?
	¿Cómo sabré que he encontrado lo que buscaba?
	¿Cómo sabré que lo que he hallado es lo que buscaba?
	¿Qué criterios utilizaré para seleccionar la información?

Cuadro 1: Decisiones relevantes en la búsqueda de información.

Siguiendo el esquema presentado en el cuadro precedente, plantearnos realizar una búsqueda de información en Internet implica, en primer término, definir con la máxima exactitud y concreción posibles el objetivo u objetivos que nos motivan a llevar a cabo la búsqueda. Sólo a partir de esa definición, entendida tanto cuantitativamente como cualitativamente, lograremos acercarnos a los instrumentos y al lenguaje de búsqueda más adecuados para poder conseguir unos resultados satisfactorios. Partiendo de lo que pretendamos conseguir, definiremos uno u otro itinerario de localización, procesamiento y presentación de los resultados.

Sin embargo, actuar de este modo, orientado por un objetivo claro y ajustándose a las condiciones de la búsqueda en sí, resulta todavía insuficiente. Es imprescindible adquirir un sentido crítico que evite la «sacralización» de la información.

5. La selección de la información

Hemos visto que, para llevar a cabo una buena búsqueda de información no es suficiente con dominar ciertos contenidos relacionados con el medio de búsqueda o con el contenido específico, sino que es necesario dominar mínimamente la lengua de comunicación, conocer distintos procedimientos de búsqueda y, sobre todo, saberlos utilizar de manera ajustada a los objetivos y condiciones de la búsqueda. A todo esto hay que añadir la competencia para determinar qué documentos de los encontrados son más fiables y pueden resultarnos de mayor provecho.

Ante la facilidad de publicación en la web y la falta de control sobre los contenidos que se publican, es el usuario quien debe valorar el rigor y la fiabilidad de la información hallada, evitando dudar de todo o creerlo todo sin más, posturas ambas que no nos conducirán a un resultado eficaz.

Si comparamos los resultados de nuestros estudios con expertos y principiantes ante la búsqueda de información, obtenemos que los criterios más utilizados por los navegadores expertos (contenidos contrastables, autor, frecuencia de actualización) no han sido recogidos por los usuarios principiantes, los cuales se fijan menos en la veracidad de la información y dan prioridad al ajuste, al tópico de la búsqueda mediante una selección de la información basada en la intuición, el título, el resumen y el orden de aparición de los documentos. Criterios que los expertos consideran de una relevancia destacable pero que no sitúan como prioritarios.

Muchas veces, ante los numerosos resultados, se inicia una especie de *zapping* compulsivo sin partir de un criterio previo de selección. Enseñar a ser críticos en su proceso de búsqueda de información requiere un adiestramiento también para diferenciar el grano de la paja. En el cuadro que sigue se exponen algunos de los criterios más relevantes en la selección de la información.

<ul style="list-style-type: none"> • Objetividad de la información • Relación entre el contenido real y el complementario • Tono y estilo • Vocabulario • Ortografía, gramática, sintaxis y composición literaria • Organización y estructura de la información • Facilidad de lectura y comprensión • Estética, originalidad y creatividad • Enlaces operativos • Publicidad equilibrada • Opciones de búsqueda • Tecnología apropiada
Rigor, credibilidad y fiabilidad de la información
<ul style="list-style-type: none"> • Autor y/o productor • Nombre de la URL • Acceso a la dirección electrónica del autor y/o patrocinador • Contenido contrastable • Información duradera y/o frecuencia de actualización • Actualidad temática • Enlaces pertinentes y apropiados • Frecuencia de consultas • Facilidad de navegación • Seguridad del sistema
Ajuste al tópico de la búsqueda
<ul style="list-style-type: none"> • Orden en que son presentados los documentos • Índice de importancia mostrado por el buscador • Resumen y/o comentarios • Idoneidad de los recursos • Idioma • Coste de la consulta • Facilidad de acceso a la información • Título • Términos resaltados mediante técnicas tipográficas • Lectura de los primeros párrafos • Integridad de la información • Profundidad de la información

Cuadro 2: Criterios relevantes en la selección de la información.

6. Conclusiones

Sabemos que no hay una receta definida y fiable para buscar información en Internet (medio novedoso, heterogéneo y dinámico) en un tiempo y calidad razonables, pero sí que podemos proveernos de elementos que nos permitan construir actitudes, esquemas de comportamiento y estrategias para afrontar el uso óptimo de Internet y llegar a encontrar lo que deseamos.

Podemos concluir diciendo que una estrategia de búsqueda de información en Internet se define, como mínimo, a partir de la definición clara y precisa de los objetivos de la búsqueda (qué y por qué lo busco), de la elección y delimitación de los itinerarios de búsqueda más adecuados (cómo y dónde lo busco), del análisis crítico con base en los resultados de la búsqueda (qué he encontrado) y los contenidos localizados (qué información nueva y útil he encontrado), del procesamiento y almacenamiento óptimo de la información encontrada y de la utilización, presentación y comunicación de la información hallada.



Bibliografía:

ALEXANDER, J.; TATE, M. A. (1999). *Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

FUENTES, M. L. (1997). *La información en Internet*. Barcelona: Cims.

GRASSIAN, E. (2000). *Thinking Critically about Discipline —Based World Wide Web Resources*. UCLA College Library. [En línea.] <http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical/index.htm>

MARÍAS, J. (1968). *El intelectual y su mundo*. Madrid: Austral.

MARTÍNEZ, J. A.; ROS, F.; SANTILLANA, I. (1996). *Las autopistas de la información*. Madrid: Dominios.

MONEREO, C.; FUENTES, M.; SÁNCHEZ, S. (2000). «Internet Search and Navigation Strategies. Experts and Beginners». *Interactive Educational Multimedia*. Núm. 1 (junio). [En línea.] <http://www.ub.es/multimedia/iem>

VV.AA. (1999, febrero-marzo). «Information Seeking and Finding». *Bulletin of the American Society for Information Science*. Vol. 25, núm. 3. [En línea.] <http://www.asis.org/Bulletin/Feb-99/index.html>

Enlaces relacionados:



Internet Detective: an interactive tutorial on evaluating the quality of Internet resources
<http://sosig.ac.uk/desire/internet-detective.html>



Internet Tutorials
<http://library.albany.edu/internet/>



Sink or Swim: Internet Search Tools & Techniques.
<http://www.ouc.bc.ca/libr/connect96/search.htm>



Suggested Internet Research Strategies.
<http://www.concentric.net/~Rkriesel/Search/Strategies.shtml>



Thinking Critically about World Wide Web Resources
<http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical/index.htm>



[Fecha de publicación: octubre de 2001]