

## C.2. Web y buscadores: ¿una medida de la realidad?

Por **Isidro F. Aguillo**

**Aguillo, Isidro F.** "Web y buscadores: ¿una medida de la realidad?".

En: *Anuario ThinkEPI*, 2008, pp. 87-88.



**Resumen:** Aunque la Web es utilizada de forma generalizada para acceder a información y su uso como fuente de referencia es cada vez más habitual, en numerosos medios se critica de manera desproporcionada la fiabilidad de la información, lo que afecta a la percepción general de la calidad de sus contenidos. Reconociendo las limitaciones de este medio, se defiende que cada vez más los contenidos reflejan la realidad y que cuando esto no ocurre es debido a acciones u omisiones, que en el caso de España están abriendo la brecha digital.

**Palabras clave:** Web, Calidad, Fiabilidad, Brecha digital.

**Title:** Web and search engines: A measure of reality?

**Abstract:** Although the web has become, as a general rule, the main source of information and its use as a reference source is growing, disproportionate attacks on the reliability of web-based information have been launched from numerous sources, which affects the general public perception of the quality of web content. While recognizing the limitations of the medium, our thesis is that the Web increasingly reflects reality and where this is not the case it is due to omissions or misguided actions by web authors, which in Spain is widening the digital divide.

**Keywords:** Web, Quality, Reliability, Digital divide.

**SEGÚN TODOS LOS INDICIOS la Web ha alcanzado ya un reconocimiento universal como fuente de información. No sólo se ha incrementado el número de usuarios, sino que son cada vez más frecuentes las situaciones donde se recurre a la Web para recabar datos. El volumen de páginas sigue creciendo a ritmo exponencial y los nuevos servicios, desde los blogs hasta los depósitos de fotos o vídeos, no han hecho sino aumentar la diversidad y riqueza de los recursos disponibles.**

En la actualidad, el método preferido para acceder a dicha información es a través de los motores de búsqueda, de forma que en más del 80% de las sesiones se recurre a un buscador. La mayoría de las veces ese buscador es *Google*, que ha adquirido ya una situación de casi monopolio del sector, especialmente en España. La facilidad de uso de *Google* y la relevancia percibida de los resultados que ofrece le han convertido en el principal intermediario de internet. Si se suma su agresiva política de contenidos, consistente en el desarrollo o adquisición de nuevos servicios y

productos, este buscador es ya referente de la evolución futura de la Red.

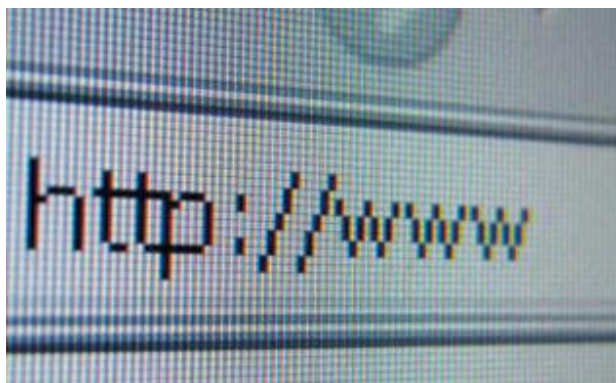
Sin embargo, en los últimos años venimos asistiendo a una campaña de demonización de los contenidos de la Web que los datos objetivos no parecen confirmar y que está teniendo efectos perjudiciales sobre la percepción de la calidad de los contenidos ofrecidos y los servicios prestados. Hay multitud de situaciones, desde posturas bienintencionadas, pasando por informes sesgados fruto de intereses comerciales, algunos ejemplos de libro de políticas de desinformación, y situaciones consecuencia de periodistas despistados o engañados.

El resultado más inmediato es que crece la percepción entre el gran público de que los contenidos en internet no son fiables,

---

**En la actualidad, el método preferido para acceder a información web es a través de los motores de búsqueda, de forma que en más del 80% de las sesiones se recurre a un buscador**

---



puesto que abunda la información falsa. Son peligrosos, pues está llena de pornografía y pederastas, intolerancia religiosa o política, manuales para fabricar bombas. Y en general la información no es muy valiosa pues se ofrece de manera gratuita.

En el mundo académico la situación es aún peor. Al parecer, puesto que cualquiera puede publicar en la Red parece imprescindible la evaluación continua, para la que en muchos casos se recomiendan criterios formales, independientemente de la calidad real de los contenidos. Incluso el principio de autoridad parece cuestionado, pues si bien un profesor cuando publica en una revista de prestigio es una fuente válida, las páginas web del mismo profesor o su *blog* son altamente sospechosos cuando no directamente rechazables.

¿Responde todo esto a la realidad? Es cierto que existen contenidos dañinos o peligrosos en internet, pero su porcentaje es realmente pequeño y al parecer no muy diferente del que cabe encontrar en un quiosco de prensa de nuestras calles. Las prácticas comerciales abusivas no son raras, pero al igual que en la vida real las marcas de prestigio han impuesto su control y tiendas como *Amazon*, *Barra-bes* o *Iberia* son receptoras de un importante número de ventas electrónicas. El *phising* no está impidiendo el uso generalizado de la banca electrónica, del mismo modo que el *spam* es una gran molestia pero no impide el uso masivo del correo electrónico. El número de *blogs* activos sigue creciendo incluso a un ritmo mayor que el de páginas personales; la *Wikipedia* supera los 5 millones de artículos, a pesar de que ciertos agoreros adelantaban su colapso; se pueden contar por millones los vídeos y fotografías colgadas de la Red y hasta en algo tan a priori denostado por algunos

---

## Crece la percepción entre el gran público de que los contenidos en internet no son fiables, puesto que abunda la información falsa

---

como es el terreno de los videojuegos se pueden encontrar en el mundo virtual de *Second Life* a empresas, partidos políticos, grupos musicales y hasta universidades.

Sin embargo, esa realidad virtual presenta ahora ciertos puntos que deberían llevar a una reflexión más profunda. Entre los aspectos no suficiente o adecuadamente valorados figuran los actuales sesgos no estructurales de los contenidos y de la cobertura de los buscadores. Sesgos promovidos a veces por terceros y por intereses comerciales o políticos, pero otras veces generados por incompetencia, dejación o estulticia (colectiva) de nuestras propias comunidades u organizaciones. Es cierto que menos del 3% de los contenidos están en español, pero el número de internautas hispanohablantes ya superan el 10% del total, hay 8 veces menos artículos en castellano que en inglés en la *Wikipedia*, la publicación en la Web no es valorada o incluso ignorada en nuestras universidades y centros de investigación mientras que las universidades norteamericanas colocan decenas de millones de páginas cada año en internet. El gobierno y las administraciones central y autonómicas son virtualmente invisibles en la Red, ejemplos perfectos de sedes web enmarañadas, confusas y generalmente inútiles.

También es cierto que los motores de búsqueda presentan importantes lagunas de cobertura, pero en muchos casos ligadas a problemas de acceso, a redes mal diseñadas, servidores no dimensionados adecuadamente y contenidos con barreras a la navegación o a los robots de los motores.

En todo caso, el papel de los profesionales de la información debería quedar claro en la medida que somos depositarios de un conocimiento más preciso de la realidad digital. No debemos dar pábulo ni propagar leyendas e informaciones deformadas o falsas, hay que aplicar medidas, por un lado, promotoras de la publicación del mayor volumen posible de contenidos en internet y, por otro, más rigurosas en la descripción de éstos.