

# Artículo

## Información científica en Internet: por qué las bibliotecas siempre ganarán a Google

Laura Novelle / Documentalista / Profesora en la Universidad de Vigo / Responsable del Blog “Docendo Discitur”: <https://docendodiscitur.blog/>



En la actual sociedad digital, pocos creadores de contenido escriben para difundir, sino directamente para Google. Las bibliotecas pueden y deben tener un papel relevante en proveer información contrastada y de calidad

### 1. Información por y para nativos digitales

La información está ocupando un lugar central como recurso estratégico alrededor del cual se ordena la economía mundial. El mundo

de hoy demanda la coordinación de las empresas distribuidas globalmente, planeando sobre los Estados soberanos y haciendo estrategias de marketing transcontinentales. La información es el eje de estas actividades. Por lo tanto,

el manejo de la información es un punto clave en este proceso y por este motivo asistimos a una rápida expansión de las ocupaciones relacionadas con esta actividad. Los límites impuestos por la ubicación geográfica se han derribado. Es-

# Artículo

tas tendencias ponen énfasis en la centralización de redes de información que vinculan localidades, ciudades, países, regiones y continentes, haciendo posible la globalización de la información. Con el paso de los años, la gestión de la información ocupa un espacio cada vez mayor en la economía de los países a escala mundial (Castells, 2006; Pérez, 2012). Así pues, es fácil comprender que la información es un elemento fundamental para el desarrollo.

Desde que la World Wide Web irrumpió en nuestras vidas de forma generalizada, hace alrededor de 20 años, se ha convertido en una herramienta insustituible. O al menos, a esta conclusión conducen todos los caminos que nos hablan de ella. Pero navegar en un mar tan abundante requiere un timón y ese timón suele ser los motores de búsqueda. De entre ellos, Google descuella con autoridad. ¿Cuántas búsquedas diarias realizas en Google? Cuando hago esta pregunta en el aula, mis estudiantes me miran con una mezcla de incredulidad y guasa. Imposible contarlas. Ni siquiera se han parado a pensarlo.

En efecto, Google se ha convertido en algo tan imprescindible como el papel higiénico, los tenedores o los víveres del supermercado. Entre los llamados nativos digitales, que han nacido y crecido con dispositivos conectados a la web, pensar en un mundo analógico es algo, sencillamente, increíble. Y es normal. Una dimensión que también

ha aportado la tecnología es la de la participación.

En oposición a la estructuración mayoritariamente unitaria y lineal del modelo comunicativo clásico, un creciente abanico de herramientas y recursos digitales ha facilitado exponencialmente que las tareas de producción en los nuevos medios de comunicación digital abandonen su fundamento tradicional en el establecimiento de límites, para pasar, al menos, a una nueva situación en la que éstos se hallan más difuminados. Las nuevas herramientas y recursos digitales fracturan la linealidad propia de los modelos analógicos editoriales y promueven una definición de la acción comunicativa contemporánea caleidoscópica, abierta, que facilita la interacción y la participación de sus usuarios de formas múltiples y variadas. Internet deviene en la actualidad el paradigma de un entorno social, tecnológico y creativo donde ya no tiene sentido pensar exclusivamente la comunicación mediada en clave unidireccional (de uno a muchos), donde las barreras entre producción y consumo se diluyen, y donde conceptos como lector o usuario se nos hacen insuficientes (Pons, 2013; Zingoni, 2016; Cristofani, 2017; Villaseñor, 2019; Novelle, 2021). Asimismo, Internet y la cultura digital que conlleva posibilitan una visión alternativa a los esquemas e ideas tradicionales sobre el desarrollo personal y profesional de los autores, circunscrito a menudo en exceso a

una concepción demasiado rígida, normativa y cerrada de las posibilidades del sector editorial. En el seno de este intensivo proceso de cambio y sustitución de modelos y de conceptos clave al cual asistimos, la producción de científica de naturaleza libre (movimiento Open Access) vive actualmente una fase de investigación de sus posibilidades. El activo mundo del software libre (Open Source) fomenta una manera diferente de ver, percibir y valorar la información y la documentación, de señalar las problemáticas y también las oportunidades de las incertidumbres, a las que las bibliotecas no siempre saben adaptarse (Sánchez-Aguillera, 2020). Una manera que ya se asume como propia por parte de las jóvenes generaciones de nativos digitales que se (auto)identifican como usuarios de la información, y ya no como meros receptores de la misma, asumiendo de forma plena una perspectiva comunitaria y participativa, una ideología cooperativa (Cobo y Romaní, 2007; Cruces, 2017).

## 2. ¿Por qué Google no es una buena primera opción?

Sin embargo, no todo es positivo en esta era en la que, a diferencia de otras en la Historia, tenemos demasiada información. No faltan estudiosos que vienen alertando acerca de cómo el consumo masivo de información en soporte digital y en permanente actualización puede configurar cambios a largo plazo en el sistema cognoscitivo,



# Artículo

alterando la atención y la capacidad de concentración (Carr, 2010).

Quiero dejar claro que este artículo no va en contra de las tecnologías, sino en contra del monopolio que sesga la información que buscamos en internet, ofreciéndonos una papilla mezclada fácil de digerir, pero frecuentemente poco nutritiva. En un esclarecedor artículo publicado en inglés en el verano de 2021, Mark Hurst es demolidor al respecto. Tras analizar la falta de ética del algoritmo de la empresa con sede en California, se muestra descorazonado por la facilidad con la que este motor de búsqueda monopoliza nuestras vidas hasta convertirse en sinónimo de información fiable: “Por desgracia, está ocurriendo justo lo contrario, ya que Google parece estar convirtiéndose en la fuente por defecto para cualquier pregunta, grande o pequeña. El uso común de Google como verbo *simplemente búscalo en Google* muestra hasta qué punto la gente ha confundido a Google con una autoridad real. Pero Google no es una autoridad. Es un sistema de publicidad de pago” (Hurst, 2021, sin paginar). Aunque en mis clases no soy tan cruda, sí que me esfuerzo por explicar a mi alumnado algunas claves para que entiendan cómo funciona este buscador y que resumo aquí:

a) Está en manos de una empresa, por lo tanto su objetivo principal no es la divulgación, sino el negocio. El contenido patrocinado o diseñado para vender algo apare-

cerá siempre en primer lugar.

b) Tiene escasos filtros, por lo que puede aparecer contenido publicitario, sesgado o, directamente, inapropiado. La tentación es fuerte, pero nunca hay que quedarse en la primera página. Utilizar operadores de Boole también ayuda a orientar mejor las búsquedas.

c) Da prioridad a búsquedas en lenguaje natural. Algo muy buscado por las personas usuarias no tiene por qué ser necesariamente lo más interesante para cubrir unas necesidades informativas.

d) Cada vez más blogs y páginas diseñan su SEO para ser detectados por este buscador, de uso mayoritario. Hay que tener claro que en la web actual pocos creadores de contenido escriben para difundir, sino directamente para Google. Suelo hacer prácticas de búsqueda sistemática en tiempo real con mis estudiantes para ayudarles a documentar sus trabajos de curso y es frecuente que desechen hasta un 60 o 70% de los resultados encontrados para un tema por no cumplir criterios de calidad, adecuación o ambos. La precaución y el filtrado constante son fundamentales.

### 3. Bibliotecas: puertos seguros en la sociedad-red

En este escenario, necesitamos más que nunca herramientas y recursos que permitan acceder a información de calidad, con un sesgo inexistente o mínimo y que

realmente satisfaga unas necesidades informativas concretas. Ese papel pueden y deben asumirlo las bibliotecas, lugares de acceso a la información y alfabetización digital de primera magnitud.

En otras palabras: en las bibliotecas de hoy no solo se acude a leer o buscar pasivamente, sino que también proveen contenidos y vías de creación y autoaprendizaje. Siguiendo la línea de lo ya expuesto en otro lugar (Novelle, 2019), sugiero aquí las potencialidades y fortalezas de las bibliotecas frente a los motores de búsqueda:

**3.1. Proveen información contrastada y de calidad.** Además de libros, revistas y prensa, ofrecen bases de datos y una amplia gama de literatura gris que no siempre es accesible en una búsqueda simple. Para entendernos: Google pesca en una piscina, pero las bibliotecas permiten echar el arpón a todo el océano. Hay demasiada información valiosa disponible como para desperdiciarla. Incluso si la finalidad no es informativa sino de ocio, las posibilidades son también infinitas para personas de 0 a 100 años.

**3.2. Ofrecen información a medida.** Otro de los grandes recursos de una biblioteca lo constituye su personal. Sean cuales sean las necesidades de las personas usuarias, siempre habrá posibilidades de satisfacerlas con el mayor grado de adecuación posible. La combinación de medios e inteligencias

# Artículo

que guarda una biblioteca no es comparable a nada, ni a cualquiera otra opción disponible.

### 3.3. Son lugares seguros, equitativos, accesibles y sociales.

Las bibliotecas han sido diseñadas para responder a todos los perfiles individuales que conforman una sociedad. No hay limitaciones, no hay que pagar entrada, no hay requisitos previos ni restricciones por edad, sexo, etnia, lengua o discapacidad. Su universalidad es el mejor garante de los derechos básicos de la ciudadanía. Es más, si no puedes ir, la biblioteca se acerca a ti a través del préstamo a domicilio, el bibliobús, la biblioplaya y otros servicios. Y todo esto sin apabullarte con la intención de venderte algo que, tal vez, no necesitas.

### 3.4. Facilitan espacios físicos de co-creación y aprendizaje.

Una biblioteca contemporánea ofrece también un lugar en el que trabajar, crear y compartir con otras personas. Ese talento colectivo es el que da lugar a nuevas vías de conocimiento que superan el mero copiar y pegar. Google fomenta el consumo pasivo (e incluso compulsivo), las bibliotecas estimulan el pensamiento crítico y la imaginación.

### 3.5. Alimentan espacios de sociabilidad, redes de apoyo y fortalecimiento comunitario.

Las cuatro fortalezas anteriores dan lugar a esta última: todo lo bueno que pasa en las bibliotecas repercute en la sociedad. Como se ha comenta-

do, son reflejo del contexto y del tiempo en el que viven, por tanto retroalimentan desinteresadamente al barrio, a la ciudad, al pueblo y a la aldea. Construyen comunidad, promueven la resiliencia, son inclusivas y favorecen el desarrollo de sentimientos de pertenencia y apoyo mutuo. Google se beneficia de la soledad para estimular el consumismo, las bibliotecas respiran en la calle y dinamizan la vida social.

Circula desde hace tiempo en Internet una frase de Neil Gaiman que explica así la labor del personal bibliotecario en estos tiempos de multipantallas: “Google puede devolverte 100.000 respuestas, pero solo un bibliotecario te dará la correcta”. Más allá del chascarillo, creo que resume bien la filosofía que defiendo en este artículo. Por más que algunos se empeñen en matar a las bibliotecas, creo que es difícil que eso suceda si se mantienen fieles a lo que siempre han sido: espacios vivos, mutantes, diversos como la sociedad misma, que ofrecen posibilidades de conexión entre lo real y lo digital siempre abiertos sin restricciones. Quedó claro durante el período más negro de la pandemia de COVID-19 y sigue siendo una realidad hoy: sin bibliotecas hay vida, pero es de peor calidad.

## 4. Referencias bibliográficas

Carr, N.G (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.

Castells, M. (2006). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza (4ª ed.). [3 vols.].

Cobo Romani, C. y Pardo Kulinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios “fast food”*, Barcelona / México DF: Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic, Flacso México.

Cristofani, M. A. (2017). El nuevo consumidor de información: ¿usuario o productor? El re-planamiento estratégico de las Unidades de Información. Trabajo presentado en *V Jornadas de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología*. UNLP, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata. Recuperado de: <https://tinyurl.com/kudskx8u> [Consultado: 04 de septiembre 2021]

Cruces, F. (Dir.) (2017). *¿Cómo leemos en la era digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Madrid: Madrid: Fundación Telefónica.

Husrt, M. (2021). *Public libraries are better than Google. Creative Good*, 27 de agosto de 2021. Recuperado de: <https://creative-good.com/blog/21/public-libraries-vs-google.html> [Consultado: 04 de septiembre 2021].

Novelle, L. (2021). *Elaboración de TFG, TFM e tesis: Claves para o éxito*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo.



# Artículo

Novelle, L. (2019). De la arcilla al ebook. *Historia del libro y las bibliotecas*. Edición de la autora. Amazon KDP (2ª ed.).

Pérez Gómez, A. I. (2012). *Educarse en la era digital*. Madrid: Morata.

Pons, A. (2013). El desorden digital: guía para historiadores y hu-

manistas. Madrid: Siglo XXI.

Sánchez-Aguililla Gámez, A. (2020). *El movimiento Open Access, los repositorios institucionales y las (no) bibliotecas públicas*. Blog del autor, 9 de diciembre 2020. Recuperado de: <https://tinyurl.com/jm2d6rc3> [Consultado: 04 de septiembre 2021].

Villaseñor Rodríguez, I. (2019). *Estudios de usuarios de información: diseño metodológico e informe final*. Barcelona: Editorial UOC.

Zingoni, N. (2016). *El poder en la era de internet*. Madrid: Sílex.



## *Revista Desiderata*

WWW.AUXILIARDEBIBLIOTECA.COM/DESIDERATA

Información bibliotecaria  
en España