

## **PONENCIA VIRTUAL EDUCA 2001**

**Título:** Naufragar en Internet. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas.

**Autora:** Marta Fuentes Agustí

**Dirección:** C/Gardenia, 16 "El Virgili" - 08470 Sant Celoni (Barcelona).

**E-mail:** mfuentes@campus.uoc.es

### **Naufragar en Internet.** **Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas.**

Actualmente nadie niega la importancia de Internet como poderoso instrumento de comunicación y 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 hemos de 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. Mas que los conocimientos declarativos de las nuevas generaciones cuando dejan la escuela o la universidad, nos tendríamos que preocupar por si están o no preparados para auto formarse 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 exhausto trabajo de investigación pretende abordar el tema de la utilización de estrategias por parte de los usuarios de la red cuando desean buscar información, cómo principiantes y expertos responden ante la navegación para conseguir un propósito determinado y la posterior selección de la información.

**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 como los usuarios estratégicos independientemente de sus conocimientos acerca el medio y la temática, llevan a termino 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 aún así, difícilmente llegan a responder 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 a buscar, el interés, la actitud, los instrumentos utilizados, la lengua en que hacemos la búsqueda, las características del medio informático, el horario de conexión, ... . La persona que protagoniza la búsqueda debería saber identificar las variables o condiciones relevantes y planificar en función de estas sus acciones. Esto implica conocer, gestionar y regular el propio proceso de navegación, habilidad que se puede y debe aprender.

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

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

Los estudios realizados nos muestran como principiantes y expertos en la búsqueda de información en redes telemáticas llevan a termino 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 hacen alguna revisión esta 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 hacen se basa en un simple reconocimiento de adecuación vigilando 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 como 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 aún actuando fuera de su dominio de conocimientos pueden buscar soluciones alternativas y hallar lo que buscan.

### **Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas**

Toda búsqueda de información resultará más eficaz cuanto más delimitado esté aquello 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 más que ninguna otra competencia, una correcta planificación nos permitirá separar el éxito del fracaso.

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

<b>PLANIFICACIÓN</b>	¿Cuál es el propósito de la búsqueda?
	¿Para qué necesito la información?
	¿Cuáles son sus principales condiciones?
	¿De cuanto tiempo dispongo para buscar?
	¿Qué extensión deberá tener la información?
	¿Qué grado de profundidad?
	¿Qué tipo de presentación deberé hacer de la información encontrada?
<b>SUPERVISIÓN</b>	¿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?
	¿Qué contenido deberá tener esa información?
	¿Cuáles son los instrumentos de búsqueda de que dispongo?
<b>VALORACIÓN</b>	¿Cómo sabré que busco en la dirección adecuada?
	¿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 planteamos hacer una búsqueda de información en Internet implica en primer termino definir con la máxima exactitud y concreción posible el objetivo o objetivos que nos motivan a hacer la búsqueda. Solo a partir de esa definición, entendida tanto cuantitativamente como cualitativamente, será posible acercarnos a los instrumentos y 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.

### **La selección de la información.**

Hemos visto que para llevar a término una buena búsqueda de información no es suficiente 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 diferentes procedimientos de búsqueda y, sobretodo, saberlos utilizar de manera ajustada a los objetivos y condiciones de la búsqueda. A todo esto se le ha de añadir la competencia para determinar que 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 quién 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 llevaran 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 estado recogidos por los usuarios principiantes, los cuales se fijan menos en la veracidad de la información dando 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 no los 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 adiestrarnos 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.

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

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

## 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 aquello deseado.

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 (que y por qué lo busco), de la elección y delimitación de los itinerarios de búsqueda más adecuados (cómo y dónde lo busco), del análisis crítica en base los resultados de la búsqueda (que he encontrado) y los contenidos localizados (que 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

- (Febrero-marzo 1999). "Information Seeking and Finding" *Bulletin of the American Society for Information Science*, vol. 25 n.3. A URL <http://www.asis.org/Bulletin/Feb-99/index.html>

Alexander, J. y Tate, M. A. (1999). *Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*. 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. <http://www.library.ucla.edu/libraries/college/instruct/web/critical.htm>

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

Martínez, J. A., Ros, F. y Santillana, I. (1996). *Las autopistas de la información*. Madrid: Dominios.

Monereo Font, C., Fuentes Agustí, M. y Sánchez, S. (2000). "Internet Search and Navigation Strategies. Experts and Beginners" En *Interactive Educational Multimedia*. <http://www.ub.es/multimedia/iem>