

Entrevista

Por Jofre Capdevila

Lluís Codina: “Una inmensa cantidad de ciudadanos practica el monocultivo informacional”

Lluís Codina (<http://www.lluiscodina.com>) es Profesor titular del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra. Imparte docencia en los Estudios de Periodismo y de Comunicación Audiovisual, así como en el Máster Online en Buscadores, para el que se realizó esta entrevista.

Jofre Capdevila es Gestor de la Comunidad Online del [Máster Online en Buscadores, Marketing y Posicionamiento](#)

1- Comenzamos esta entrevista con una pregunta ya clásica, ¿Qué tienen Google, Yahoo y Bing que no tengan los demás buscadores para llevarse entre los tres casi el 100% de las búsquedas?

Yo establecería una división clara entre Google y los demás, aunque luego haya también una segunda divisoria entre Yahoo y Bing y el resto.

La cuestión es que Google forma parte de un club tan exclusivo que de momento solamente lo tiene a él como miembro. Google ha demostrado año tras año que son los que mejor conocen a sus usuarios, y siempre hacen que la competencia vaya bastante detrás de ellos.

Históricamente sus dos grandes decisiones fueron utilizar el análisis de enlaces como componente fundamental de su algoritmo de ordenación (*ranking*) y su apuesta por aplicar principios de usabilidad a la interfaz de búsqueda. Con el tiempo, han seguido desarrollado aún más sus algoritmos y en su momento añadieron otro elemento clave, la minería de consultas con el fin de determinar lo mejor posible la intención del usuario al hacer una búsqueda.

Google y notablemente Yahoo y Bing, desde hace años se han esforzado con razonable éxito en tratar de entender qué quieren obtener los usuarios cuando entran un término en la caja de búsqueda: ¿quieren hacer una transacción?, ¿quieren noticias de actualidad?, ¿quieren definiciones de enciclopedia?, ¿quieren imágenes?, etc. Pero en general, parece que la mayor parte de los usuarios tienen una experiencia de búsqueda más satisfactoria con Google que con cualquier otro buscador como atestiguan los estudios de mercado.

Por su parte, el hecho de que sean precisamente Yahoo y Bing los que están en las posiciones dos y tres de la cuota de mercado de las búsquedas refleja sobre todo el potencial económico y tecnológico de las empresas que están detrás. Pero, como digo, juegan en otra división, ya que en la primera de momento solo hay un jugador.

Lo anterior tiene un claro exponente que a la vez es un claro problema: existe una inmensa cantidad de ciudadanos que practica lo que suelo llamar el monocultivo informacional. Significa

que millones de personas en casi todo el mundo, siempre, en cualquier circunstancia y para cualquier necesidad de información solamente utilizan Google. Esto es un problema porque no siempre es Google el recurso más adecuado, por muy eficiente que sea para un amplio rango de necesidades de información.

Es evidente que si necesitas un dato puntual, como una fecha de nacimiento o los horarios de un vuelo de avión, Google casi siempre da muy buen resultado. No digamos ya si se trata de encontrar una dirección con el excelente Google Maps. Pero si necesitas documentarte para un proyecto a medio plazo, de tipo académico por ejemplo, como presentar un trabajo para una asignatura, o preparar un proyecto de I+D es un riesgo no utilizar un buscador académico, por ejemplo, o no contrastar los resultados de Google con los de otros buscadores, no digamos ya la diferencia con consultar el OPAC de una biblioteca universitaria o una base de datos de artículos académicos, etc.

2- En un artículo publicado recientemente en nuestro blog, dice Jakob Nielsen, que la web no es un entorno de aprendizaje compatible con el estudio profundo y la comprensión de un tema ¿estás de acuerdo?

Soy escéptico con esta clase de afirmaciones. Por una parte, faltan estudios serios para poder hacerlas, y por otra parte la web se puede utilizar en diversas plataformas, en muchos contextos distintos y de forma muy variada. No se entiende bien, o al menos yo no lo entiendo, cuando se afirman cosas como las que dice Nielsen en este caso. A qué se refiere, ¿a qué es fácil distraerse cuando lees cosas en pantalla?

No conozco ningún contexto donde la gente no tenga que luchar contra la distracción cuando tiene que estudiar de forma profunda. Cuando un estudiante tiene que preparar un examen, por ejemplo, da igual que lo esté preparando con un libro impreso o con una tablet. Con la tablet tendrá que luchar contra las ganas de abrir el navegador y dedicarse a picotear un buen rato por páginas web aquí y allá.

Con el libro impreso tendrá que luchar con la tentación de conectar la televisión, de llamar a sus amigos o perder tiempo haciéndose otro café. Estudiar cuesta en cualquier contexto, y siempre aprovecharemos cualquier excusa si estamos cansados o no nos apetece lo que estamos estudiando. A cambio, lo cierto es que la web es un entorno potentísimo de acceso razonablemente libre a una gran cantidad de información, y una buena parte de ella de máxima calidad y fiabilidad si se sabe cómo buscar (de nuevo el problema del alfabetismo informacional).

3- ¿Cómo crees que afecta el entorno hipertextual a la investigación? Es decir, el hecho de poder navegar al instante de una información a otra ¿nos ayuda a comprender mejor, o nos dispersa del foco de nuestra búsqueda?

Sucede en parte como en el caso de la pregunta anterior. Depende del contexto, del uso concreto, del perfil cognitivo del usuario, etc. Es evidente que la hipertextualidad ha representado un salto adelante enorme en el acceso a la información y al conocimiento. Tener cualquier clase de información a no mayor distancia que un clic (o unos pocos clics) tiene un valor incalculable. Basta poner un ejemplo sencillo. Actualmente, un historiador del cine (pongo este ejemplo porque doy clases a futuros cineastas o estudiosos del cine) tiene a su disposición recursos como IMDB para tener a la distancia de un clic toda la información factual de cualquier director, guionista o actor de cine.

Antes de Internet sencillamente esa posibilidad no existía. Ni siquiera puede compararse con la necesidad anterior de desplazarse físicamente a un centro de documentación o una biblioteca con la pérdida de tiempo comparativa. Es que no existía ni había existido nunca ningún centro de documentación o biblioteca que reuniera con un acceso unitario toda esa información. Ni en nuestro país ni en ningún lugar del mundo. De manera que ahora un estudioso de casi cualquier materia debe preocuparse “solamente” (o nada menos) por desplegar su inteligencia y sus habilidades en su campo, pero no por encontrar información, al menos si tiene conocimientos informacionales.

Ahora bien, si uno está cansado y tiene dificultad para mantener la atención en un mismo tema, la hipertextualidad es una excusa magnífica para perder el tiempo. Pero antes lo hacíamos de otra manera (por ejemplo, yendo a hacernos el enésimo café u ordenando papeles).

4- ¿La manera de informarse puede afectar a la creatividad o a la capacidad de evaluación de las personas?

Sí, pero como siempre, no solamente en relación a la web, sino en relación a las habilidades personales y en el conocimiento sobre el uso de los sistemas de información. Los anglosajones acuñaron antes de Internet el concepto de alfabetismo informacional para referirse a las personas que están alfabetizadas (o no) en el uso de fuentes de información.

Antes se refería a saber utilizar las fichas de cartulina de un catálogo de biblioteca, a saber discriminar entre recursos de información de calidad y simple ruido, o al manejo adecuado de una enciclopedia. Ahora se refiere a saber consultar un catálogo de biblioteca en línea (OPAC) o saber discriminar entre sitios web de calidades distintas y al manejo de una enciclopedia en línea o un buscador académico.

Quienes poseen una buena formación en alfabetismo informacional (ALFIN en sus siglas internacionales en castellano) tienen una clara ventaja sobre quienes no la poseen. Los primeros serán mucho más productivos: conseguirán hacer cosas con mayor valor añadido (un informe, o una tesis doctoral, es igual) y con menos esfuerzo.

5- ¿Qué es el monocultivo informacional?

Llamo así, por comparación con el término procedente de la economía, a la mala práctica en utilizar siempre, en toda circunstancia y ante cualquier clase de necesidad de información una sola y la misma fuente de información.

En este caso, suele ser Google. En economía está demostrado que una nación que practica el monocultivo es una nación que está en riesgo, porque cualquier variación a la baja o cualquier problema en la producción de su único producto lleva al país a la ruina. De forma similar una persona que practica el monocultivo informacional en sus actividades profesionales está en una situación vulnerable. Puede perder información vital para su actividad por no ampliar su caja de herramientas de recursos de información.

6- A la gente que piensa que lo más práctico sería obtener toda la información de la red a través de una sola interfaz de búsqueda, ¿qué les dirías?, ¿crees que la hegemonía de un solo buscador sería positiva para el usuario final?

Como se puede deducir de la metáfora del monocultivo esto no dejaría de ser siempre un riesgo. En un mundo súper simplificado, claro que sería una maravilla tener una sola interfaz de búsqueda, pero como todos sabemos nuestro mundo es cualquier cosa menos simple.

En todo caso, una sola interfaz de usuario para todas las informaciones imaginables solamente se podría conseguir a base de reducir demasiadas cosas a su mínimo denominador. De hecho, sería imposible. Es suficiente pensar en la diferencia entre quién necesita encontrar una noticia, un artículo científico, una imagen o unos datos factuales, aunque la pregunta sea la misma (p.e. el nombre de una ciudad o la denominación de una enfermedad, etc.). O quien necesita una definición simple o una discusión profunda, siempre sobre el mismo tema. Existiría en realidad una imposibilidad práctica de proporcionar las funciones que los diversos perfiles de usuario necesitan, etc.

Otra cosa es que, dentro de este marco tan limitador, siempre saludaremos como un avance los sistemas que en un ámbito factible simplifican las interfaces de usuario, como por ejemplo, el enorme acierto de Google al diseñar la llamada búsqueda universal, con una página de respuesta donde en un prodigio de usabilidad han combinado los resultados verticales (diversos sectores) con los resultados de distintas morfologías de la información (sitios web, vídeos, imagen)

7- Hay un gran trabajo de alfabetización informacional hacia los usuarios. ¿Cómo crees que los profesionales de la información podemos ayudar?

Por un lado, a través de los programas de formación de usuarios, pero también esforzándonos en conocer cada vez mejor a nuestros usuarios y trabajando a favor de la divulgación de las ideas principales del alfabetismo informacional de la forma más adecuada en cada contexto. Las bibliotecas universitarias en España, por ejemplo, suelen realizar una excelente labor en este sentido con una oferta permanente de formación de usuarios que suele incluir dar a conocer los mejores sistemas de información académica, como bases de datos especializadas y otros.

En segundo lugar, haciendo ver que buscar es mucho menos intuitivo de lo que parece, que conocer las fuentes de información es tan importante para la alfabetización como aprender a leer de manera profunda, y que ambas cosas requieren esfuerzo y dedicación y, a veces paradójicamente puede requerir darse cuenta de la necesidad de recurrir a buenos profesionales para mediar entre el usuario y las fuentes. No siempre es racional ni eficiente desintermediar ni hacerlo todo un mismo. Como nos recordaría un economista, nada es gratis. Ni siquiera en el mundo de la información.

8- Y acabamos con otra pregunta clásica, ¿Cuál es la asignatura pendiente de los buscadores? ¿En qué tienen que mejorar todavía?

La verdad es que hay una lista bastante larga. En primer lugar, su gran asignatura pendiente no es algo contra lo que no estén luchando constantemente, pero parece como una especie de carrera de armamentos, en la cual, cuando uno de los bandos consigue un mayor blindaje, el otro desarrolla un explosivo más potente. Me refiero a la lucha contra el *spam*, que es el principal enemigo, no solo de los buscadores, sino también de los usuarios. Si algún día los buscadores

encuentran la forma para evitar que en la página de resultados aparezcan páginas fraudulentas, tendremos un enorme avance.

En otro sentido, el de la semántica, hay un tema pendiente muy antiguo. Cabría esperar avances significativos en el ámbito de la llamada web semántica o web de datos, donde los buscadores sean capaces, por un lado, de interpretar la semántica de las páginas web y otros documentos publicados en servidores y por otro lado de relacionar y unir en respuestas unificadas informaciones dispersas y publicadas por distintas fuentes.

Otro frente de desarrollo donde siempre serán necesarios progresos continuados es en la minería de consultas a la que me refería antes, a fin de conocer cada vez mejor a los usuarios y que el sistema ofrezca páginas de resultados más adaptadas a la necesidad y el perfil del usuario.

Pero lo anterior, nos lleva también a desear y reclamar a los buscadores a la vez mayor transparencia. Hay estudiosos que sugieren el peligro potencial de que cada usuario se confronte solamente con aquellas cosas que le gustan. Se ha sugerido la conveniencia de que los sistemas de filtrado y personalización que usan los buscadores, Google una vez más notablemente, se puedan eliminar o se puedan modular por parte del propio usuario.

La necesidad de transparencia es todo un apartado por sí mismo. Ha habido episodios bochornosos, como el inicial sometimiento por parte de Google a exigencias censoras en China que ahora parece superado, pero que nunca debió ocurrir. Parece que también hay zonas de riesgo para la privacidad en relación al uso que hacen los buscadores de la enorme cantidad de datos que poseen de los usuarios y de sus hábitos de búsqueda y navegación.

Estas semanas está teniendo lugar una investigación tanto en Estados Unidos como en la Unión Europea que intenta dilucidar qué puede haber de cierto en las acusaciones contra Google de abuso de posición dominante por parte de algunas empresas que afirman verse discriminadas en la página de resultados cuando se trata de negocios en los que Google también tiene intereses.

Este último aspecto es delicado. Mientras Google no tenía sitios web con contenidos o servicios propios, parecía lógico que pensara que estaba interesado en ser neutral. Pero Google cada vez tiene más sitios web con contenidos propios a partir de las adquisiciones y la creación de varias de empresas de los últimos años. Sería importante el máximo esfuerzo de transparencia por parte de Google (y de los demás buscadores) para garantizar que sus resultados siguen siendo neutros. También deberían hacer un mayor esfuerzo por ayudarnos a comprender por qué una página web aparece en una posición en sus ranking y no en otra, aunque entiendo que querrían hacerlo protegiendo la inversión en el desarrollo de sus algoritmos para evitar que la competencia los plagie. En fin, ya hemos dicho que la lista es larga.

Entrevista a Lluís Codina para el Foro de Debate del Máster Online en Buscadores: Barcelona: [IDEC](#), Noviembre 2011