

uso de estas tecnologías y, por lo tanto, influye en la profundidad de la brecha digital.

Llevándolo al extremo y para simplificarlo: si tienes un nivel económico alto, vives en un barrio rico y tienes una educación superior, utilizas habitualmente las TIC para tu desarrollo personal, económico y social. Si, en cambio, vives en un barrio pobre, no tienes ingresos económicos para sobrevivir y no tienes ni los estudios básicos, no tienes acceso a las TIC ni a sus beneficios.

No obstante, el informe indica que, globalmente, la ciudad de Barcelona está avanzando hacia una sociedad con una integración de las tecnologías y el acceso a la información, sin excesivas diferencias, como puede pasar en otros lugares del planeta.

“El nivel educativo y económico está ligado al uso de las tecnologías y, por lo tanto, influye en la profundidad de la brecha digital”

El informe muestra tablas y gráficos con conclusiones relacionadas con el género, personas, barrios, niveles educativos, redes, infraestructuras, etc., lo que permite entender mejor la ciudad de Barcelona y la progresiva extensión del uso de las TIC. No profundiza, en cambio, en las políticas necesarias que es preciso implementar para que esta brecha digital no sea cada vez mayor, o las consecuencias negativas de una sociedad y de una ciudad plenamente “TICficada” con aspectos que empiezan a ser importantes, como:

- uso y privacidad de los datos;
- dependencia de los grandes sistemas de información comerciales y de las multinacionales de la energía;
- transformación de los hábitos de lectura y, por tanto, del nivel cultural de las personas, etc.

El mapa de la brecha digital de la ciudad de Barcelona aporta toda una serie de datos y conclusiones evolutivas muy interesantes para los bibliotecarios. Es por eso que resulta aconsejable leer habitualmente este tipo de informes ya que permiten analizar con datos de dónde vienen y dónde están los problemas. Este informe, por ejemplo, es de especial interés para las bibliotecas públicas que están integradas en los barrios y están alineando sus actividades y objetivos en relación con la brecha digital de sus usuarios.

Es verdad que las bibliotecas ya estamos haciendo muchas acciones cada día para solucionar todos estos problemas en la medida que podemos y con los recursos que nos dan, pero

no debemos desfallecer nunca en este objetivo respecto a las TIC. Sabemos por experiencia que si los ciudadanos no tienen acceso a la información no progresan. Es verdad que la nueva economía dirigida por las grandes compañías tecnológicas comporta grandes oportunidades para los ciudadanos y las ciudades, pero no para todos. Las bibliotecas debemos ayudar a que no quede excluido ningún ciudadano y que todos puedan subir al carro de estas anunciadas oportunidades. Por desgracia, esto ahora mismo no está pasando y la brecha digital es, todavía, la imagen de la brecha social.

Mobile World Capital Barcelona (2016). *La brecha digital en la ciudad de Barcelona*. Febrero de 2016. MWC; RocaSalvatella.
http://mobileworldcapital.com/es/cletxa-digital/index_mob.php

Nota original en *Blok de BiD*:
<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/688>

* * *

Dime cómo buscas y te diré quién eres

Candela Ollé

Universitat Oberta de Catalunya
Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació
collec@uoc.edu

Ollé, Candela (2017). “Dime cómo buscas y te diré quién eres”. *Anuario ThinkEPI*, v. 11, pp. 218-220.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.40>

Publicado en *Blok de BiD* el 25 de mayo de 2016



Los datos y estadísticas que tienen los editores y bibliotecarios sólo son una parte del complejo mapa de navegación que dibujan los usuarios a la hora de buscar información –muchas veces estos datos permanecen ocultos y no se comparten. Además, debe sumarse la caja negra de datos de los grandes motores de búsqueda (*Google* y *Google Académico*). Así que, para conocer con más detalle y exactitud cómo

los lectores buscan y localizan contenidos y consecuentemente orientaciones de los modelos de servicios para los usuarios, una buena opción es preguntarles directamente.

La cuarta edición de la encuesta, correspondiente a 2015, (previamente se hicieron en 2005, 2008 y 2012), nos permite ver la evolución y tener una comparativa a lo largo de una década. En esta última oleada, se han incorporado algunas preguntas relativas a los libros electrónicos para ampliar el conocimiento del comportamiento informacional en este ámbito.

Me parece interesante proponeros una inversión del orden de lectura del informe que, aunque supera las 60 páginas, básicamente lo integran diagramas de barras y, por lo tanto, vosotros mismos extraeréis las conclusiones. Creo que entenderéis rápidamente por qué os propongo el cambio e ir directamente a conocer cuál es la metodología utilizada y cómo se ha obtenido la muestra. Así pues, leed primeramente el bloque 8. No quiero quitar importancia ni relevancia al estudio, pero creo que es cuestionable –y es el punto débil– utilizar una muestra no representativa basada en listas de contactos facilitadas por las plataformas editoriales que se analizan en el informe mismo, desde mi punto de vista una muestra de conveniencia. Sería necesario ser más rigurosos cuando el estudio es de alcance internacional y con resultados extrapolables; remarco este aspecto ya que implica una interpretación con cautela de los resultados.

Después de la metodología considero interesantes los bloques 4, 5, 6 y 7, sobre todo los

dos últimos: “Dispositivos móviles y apps” y “Características del espacio web de las revistas”. Son relativamente breves en comparación con el núcleo del estudio, pero si hay una edición posterior debería poner el foco en estos aspectos y profundizar más en las redes sociales (métricas, opciones de compartir contenidos, etc.) que ya están incorporadas en el cuestionario –aunque el acceso vía dispositivos móviles es bajo (10%) ha ido aumentando los últimos años.

En el cuestionario han participado más de 40.000 personas y se ha considerado un amplio abanico de variables: sectores, países, roles académicos, corporativos, diferentes niveles de ingreso nacional, y diferentes campos y disciplinas, entre otros.

¿Dónde empieza el trayecto cuando un investigador, estudiante o bibliotecario busca artículos?

Hay muchas variaciones en el comportamiento de búsqueda según el sector, región, tipo de trabajo o disciplina; y también se han producido cambios a lo largo de la década analizada, y las tendencias y patrones deben considerarse sin perder de vista las necesidades de los usuarios y su satisfacción.

Por ejemplo, un proveedor de contenido internacional o una biblioteca tiene una labor desafiante, dado que no puede seguir las mejores prácticas de otra institución, sino que debe examinar qué conjunto de necesidades tienen mayor importancia para sus propias comunidades de usuarios, y la mejor manera de satisfacerlas.

El informe revela un aumento global significativo en el uso del editor de sitios web como punto de partida para búsquedas de artículos de revistas sobre un tema específico (tabla 4), así como una tendencia general a la baja de búsquedas en la plataforma, con una proporción cada vez más grande del tránsito procedente de un tercero, como es la Red. Las tablas detallan también los otros espacios de búsqueda que, en conjunto, suman más tránsito de búsqueda que las plataformas y, por lo tanto, *Google Académico* ha de considerarse más allá de una estrategia de visibilidad.

Alguna de las necesidades específicas, en este caso de los químicos, expresa que se enfrentan a un alud de artículos relevantes, y están luchando por mantener el conocimiento actual en su campo y, por lo tanto, están buscando mecanismos de actualización permanente mejorados, y no estar al día con una selección de revistas preferidas. A nivel global, el informe confirma un descenso del uso de las TOC (*table of contents*) y apunto que sería interesante estudiar la creación de apps para dar respuesta a estas necesidades.



Los académicos de Asia, África y América del Sur dan la misma importancia a las webs de los editores, de los motores de búsqueda académicos y de las bases de datos bibliográficas. En cambio, en Europa y Estados Unidos los espacios web de los editores son considerados menos importantes que los otros dos. Los resultados de 2015 indican que sólo el sector académico prefiere *Google Académico* y *Google* por lo que a los motores de búsqueda se refiere.

Para apuntar algún resultado referente a los libros electrónicos, estos muestran algunas diferencias significativas en comparación con las revistas. En las respuestas relativas al ámbito académico, las páginas web de la biblioteca, sus herramientas de descubrimiento y sus motores de búsqueda, a duras penas superaron a los motores de búsqueda web general situados en la primera posición, y a las librerías en línea como *Google Books* y el *Kindle* de *Amazon* en la tercera posición (tabla 31).

En total, son más de 50 tablas con muchos datos por interpretar, que plasman en el papel la enorme diversidad en el acceso a la literatura,

variaciones según la edición de la encuesta, según el perfil de usuario, de su procedencia geográfica, de la especialidad, de los ingresos, entre otros.

Para cerrar la reseña os dejo con esta cita:

“Los bibliotecarios se comportan de forma diferente a los demás en la búsqueda, prefiriendo bases de datos profesionales y recursos adquiridos por la biblioteca. Esto puede indicar una brecha entre lo que los bibliotecarios recomiendan y cómo se comportan sus usuarios”.

Gardner, Tracy; Inger, Simon (2016). *How readers discover content in scholarly publications: trends in reader behaviour from 2005 to 2015*. Abingdon: Renew Training. ISBN 978 0957392045. <https://goo.gl/wB0suW>

Nota original en *Blok de BiD*.
<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/706>

* * *



Red IRIS

COMUNICACIÓN

<https://www.rediris.es/list/infocomunicacion.html>

Comunicación es una lista de distribución en castellano para debatir y estar al día sobre teoría de la comunicación, comunicación política, comunicación industrial, relaciones públicas, comunicación audiovisual y multimedia, radio y televisión, cinematografía, periodismo, periodismo de datos, divulgación de la ciencia, medios y cibermedios, redes sociales... y todos los aspectos relacionados con la COMUNICACIÓN.

Empezó a funcionar en enero de 2017 y está alojada en el servicio de listas de *RedIRIS*, desde donde es posible consultar sus archivos:

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A0=COMUNICACION>

La lista cuenta con 2 moderadores que permanentemente filtran los mensajes para evitar spam, mensajes inapropiados, anuncios, mensajes repetidos, etc.:

Isabel Olea (EPI, León)
Tomàs Baiget (EPI, Barcelona)

Puedes suscribirte a **Comunicación** en:

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?SUBED1=COMUNICACION&A=1>