

## Bibliografía

### Buscadores Web: potenciadores de la difusión bibliográfica

pp. 299-304

*Josué Bonilla García\**

En el presente número hemos decidido introducir algunos cambios a la sección Bibliografía. Aprovechamos que, con la publicación de este número, estamos cumpliendo diez años desde que decidimos dar un enfoque particular a este apartado apoyándonos fundamentalmente en lo que significó el fenómeno de la WWW y de las páginas web a nivel mundial, específicamente en cuanto a la difusión de información se refiere. La sección sobre Bibliografía WWW atendió a una evolución natural a partir del N°32 de la Revista, correspondiente al período enero-diciembre de 1996. Para ese entonces hablábamos de un nuevo acceso bibliográfico lo cual marcaba un estilo particular. En lo que respecta a Venezuela el gran “boom” del WWW se da a partir de 1995 con la incorporación del componente gráfico a la navegación y un primer gran impulso a la “masificación” del uso de los “browsers” o navegadores gráficos, entre los que destacaban Netscape, Explorer, Mosaic, entre otros. Esta primera publicación contaba apenas con cinco páginas, en las que se incluía información sobre conceptos fundamentales asociados a esta nueva plataforma tecnológica basada en tecnología Internet y algunas direcciones electrónicas (web sites) vinculadas al mundo de las Relaciones Industriales. Posteriormente, en las ediciones siguientes de la revista, se realizó un trabajo permanente de revisión, actualización e incorporación de nuevas direcciones y clasificadores, ampliando la sección a veinticinco páginas, diez categorías y más de doscientas cincuenta direcciones electrónicas donde se incluía una breve descripción sobre su contenido principal.

#### Buscadores como potenciadores de la difusión bibliográfica

Durante el transcurso de estos diez años de utilización de Internet y de la WWW<sup>1</sup>, los cambios no han sido pocos. En este sentido, llama especialmente la atención el crecimiento exponencial de su número de usuarios, bastaría revisar algunas cifras: con respecto a Venezuela, para el año 1998 el porcentaje de penetración del uso de Internet en la población apenas alcanzaba algo más del 0,85% (unas 207 mil personas), mientras que para finales del año 2006 la cifra supera el

---

\* Josué Bonilla es Licenciado en Relaciones Industriales, Especialista en Sistemas de Información y Candidato al Master de Sistemas de la Calidad en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Actualmente se desempeña como Jefe del Departamento de Estudios Laborales de la UCAB.

<sup>1</sup>. La WWW está en evolución, ya algunos la llaman Web 2.0 y visualizan una versión más poderosa denominada Web 3.0.

12,4% (alrededor de 3.250.000 personas). Este comportamiento es similar tanto en Latinoamérica, donde el porcentaje promedio alcanza el 15,5% (89,13 millones de personas), como a nivel mundial, donde alcanza el 15,6% de la población total del planeta (El Nacional, 2006, 18 de noviembre). Tal fenómeno tiene repercusiones en diferentes ámbitos, entre los que destaca el académico, donde la consulta bibliográfica resulta fundamental. Si a esto añadimos que los usuarios de Internet reportan entre la principal razón de su utilización a la búsqueda de información para estudios (60%), sin duda estamos ante una temática importante que requiere discusión y análisis para su entendimiento. (Tendencias Digitales, 2006).

La transición de una Internet de “documentos conectados” a una red de “datos conectados”, la convertiría en una verdadera “base de datos mundial”, para ello se han incorporado sistemas poderosos basados en la inteligencia artificial cuyo resultado es una “red más inteligente” (Markoff, 2006). La gestión de la información en Internet, su clasificación y recuperación descansa principalmente en los grandes motores de búsqueda, tal vez la herramienta más importante en lo que respecta a la lógica actual que envuelve a la red de redes. Todo esto se traduce en dos verbos claves: “relacionar” y “buscar”, como una forma de identificar en términos simples una actividad muy complicada, la de recuperar información.

Los primeros buscadores se limitaban a organizar los resultados por el número de apariciones de la palabra en una página y no por la importancia de ésta. Buscadores como Google investigaron cómo convertir la relevancia de una web en un algoritmo matemático, esto resulta muy importante ya que la búsqueda y relación de datos debe hacerse sobre más de 8 mil millones de webs y más de 800 millones de imágenes que alberga hoy día la red de redes.

#### Google gigante entre gigantes

Mención especial merece Google, que para la fecha de publicación de la presente reseña es, sin lugar a dudas, el buscador más grande e importante de Internet, con mil millones de consultas al día, más de 380 millones de usuarios al mes, 9 millardos de dólares anuales en ventas y un valor de mercado de 145.000 millones de dólares (Fernández, 2007). Muchos discuten acerca de su impacto llegando a calificarlo como una “amenaza”, por cuanto copa todos los espacios de la red y aquellos que, incluso la desbordan, como el video, los periódicos y la radio. Prueba de ello fue la reciente adquisición por parte de Google de una joven compañía de Internet-Video llamada “YouTube” que con apenas 18 meses de existencia, llegó a costar 1.650 millones de dólares. Esta adquisición se suma a la del año 2005, en la que Google habría acordado pagar mil millones de dólares por *dMarc Broadcasting*, compañía que le permitiría incursionar en el negocio de intermediario entre los anunciantes y las emisoras<sup>2</sup>. Así lo declaraba Eric E. Schmidt, Presidente Ejecutivo de Google,

---

<sup>2</sup>.Para el momento de la nota, Mark Zuckerberg, un Presidente Ejecutivo de 22 años, dueño de Facebook, sitio de Internet dedicado a redes sociales de estudiantes, estaba en

afirmando que la compañía planificaba tener con el tiempo hasta mil ingenieros y vendedores en la industria de la radio.

De acuerdo a los entendidos, lo que estaría en juego sería “una torta” de más de 400 mil millones de dólares de la industria publicitaria global. En este mercado, los elementos o aspectos diferenciadores entre Google y otros importantes buscadores como Yahoo y MSN serían su eficiencia en poner anuncios de texto y los resultados de las búsquedas (Siklos, 2006).

Otros de los que alertaban sobre el impacto de Google eran las organizaciones noticiosas y los editores de libros los cuales habrían entablado varias demandas por la forma en que la compañía distribuía y presentaba los resultados de las búsquedas. En este sentido, la Asociación Mundial de Periódicos, un gran grupo cúpula con sede en París, que representa directa o indirectamente a más de 18.000 publicaciones en todo el mundo, buscaba organizar una alianza para adoptar una nueva tecnología que dictaría los términos bajo los cuales los motores de búsqueda podrían utilizar y presentar resultados preservando los derechos de autor (Siklos, 2006).

La penetración de este gigante y del resto que lo siguen muy de cerca, significa tener en la mira a los contenidos bibliográficos, tema que incluso se ha manejado como una especie de Responsabilidad Social Empresarial por parte de estos grupos económicos, los cuales han anunciado políticas agresivas que incluyen el inicio de un proceso masivo de digitalización de libros y artículos como parte de una estrategia global de “masificación de la información”.

Esto resalta aún más el papel de los buscadores, obsesionados por lograr clasificar y hacer accesible toda la información de internet, entre ella los libros, artículos y demás publicaciones de diferente naturaleza, a través de sus nuevos buscadores especializados orientados al área académica.

Una nueva generación. Los buscadores académicos

A finales del año 2006 estaban disponibles en Internet sólo dos buscadores especializados en el área académica: a) Google Académico y b) Windows Live Academic (Microsoft), ambos en una versión de prueba: versión beta<sup>3</sup>.

Google Académico (versión beta): <http://scholar.google.es/>

Recientemente fue lanzada al mercado la versión (beta) del Google Académico (Sholar Google), la cual permite “buscar bibliografía especializada de una manera

---

negociaciones con Yahoo para la venta de su compañía, valorada en unos mil millones de dólares.

<sup>3</sup>.En la terminología de Software, se denomina a la versión beta como aquella que se encuentra en período de prueba. Se lanza esta versión para corregir fallas y recoger opiniones y sugerencias de los usuarios. El período de disponibilidad de la versión beta depende del desarrollador de software y de las características de la aplicación, generalmente relacionada a su complejidad e impacto.

sencilla”. De acuerdo al contenido del “web site” de Google, a través de esta herramienta es posible realizar búsquedas en un gran número de disciplinas y fuentes como: estudios revisados por especialistas, tesis, libros, resúmenes y artículos de fuentes como editoriales académicas, sociedades profesionales, depósitos de impresiones preliminares, universidades y otras organizaciones académicas. “...Google Académico te ayuda a encontrar el material más relevante dentro del mundo de la investigación académica”. La herramienta permite:

- Buscar en diversas fuentes desde un solo sitio.
- Encontrar documentos académicos, resúmenes y citas.
- Localizar documentos académicos completos a través de una biblioteca o en la red.
- Obtener información acerca de documentos académicos clave en un campo de investigación.

La bibliografía contenida en Google Académico (GA) se ordena de acuerdo a la relevancia en función de los resultados de la búsqueda. Así, al igual que sucede con las búsquedas web en Google, las referencias más útiles aparecen al inicio de la página. La tecnología de ranking de Google toma en consideración el texto completo de cada artículo, así como el autor, dónde fue publicado y con qué asiduidad ha sido citado en otras fuentes especializadas.

La herramienta permite a los editores incluir sus publicaciones, además mantiene vínculos directos con bibliotecas especializadas a lo largo del mundo y está orientada a trabajar sobre el material académico para indexar obras de todas las disciplinas y ponerlas a disposición de los usuarios.

GA colabora con bibliotecas para determinar a qué revistas y publicaciones académicas están suscritas electrónicamente y, a partir de esos recursos, establece vínculos con sus artículos cuando están disponibles. Una vez que el usuario indica de qué biblioteca es miembro, GA analiza los materiales de suscripción de esa biblioteca para proporcionarle vínculos especiales en los resultados de sus búsquedas.

Un ejemplo sobre una consulta en GA puede ser la de un estudiante de Relaciones Industriales que necesite localizar información sobre Sistemas de Información de Recursos Humanos, al teclear las palabras claves obtendrá la correspondiente lista de resultados entre los que se incluirán los trabajos de investigación, artículos y publicaciones relacionados con la consulta. Para la clasificación y ordenación de los resultados, se tiene en cuenta el autor del texto, el soporte en que se publicó y el número de veces que se cita en el resto de literatura académica. “Siempre que sea posible, GA realiza la búsqueda en todo el texto de un artículo, no sólo en extractos o resúmenes del mismo”. Además de estar disponible en inglés y español, GA puede encontrarse en portugués (de Brasil), chino (simplificado y tradicional), danés, finlandés, noruego y sueco. (<http://scholar.google.com/intl/es/scholar/about.html>, 2006)

Buscador Académico de Microsoft: Windows Live Academic (WLAS) (v. beta)

Casi paralelamente a la puesta en funcionamiento de GA, Microsoft lanzaba su propuesta, un nuevo motor de búsqueda, orientado a temas académicos “que indexa contenido relacionado con ciencias de computación, física, ingeniería eléctrica y temas relacionados (con más de 6 millones de registros de aproximadamente 4300 publicaciones y 2000 conferencias) brindando un acceso directo a artículos de publicaciones analizados por colegas publicados en portales online académicos y científicos”. Con la promesa de contar con muchos más temas que serían agregados en el futuro cercano, esta se convierte en otra herramienta para la búsqueda de bibliografía especializada dirigida a usuarios del área académica. De manera similar al GA, la búsqueda del “Academic Live” trabaja con bibliotecas asociadas e instituciones de todo el mundo para proporcionar acceso a contenidos basados en la suscripción de sus miembros. Entre las características claves de este nuevo motor de búsqueda especializado, destacan: 1. Barra deslizante: permite expandir o contraer la cantidad de información contenida en los resultados de búsqueda; 2. Panel de vista previa: permite obtener más información pasando el puntero del ratón sobre el panel de resultados; 3. Abstract: permite ver el abstract del artículo al desplazar por encima el puntero del ratón; 4. BibTeX/EndNote: permite ver la cita formateada (formato BibTeX o EndNote); 5. Resultados de búsqueda: enlace para buscar en la web artículos y enlaces potenciales a bibliotecas que permitan acceder al texto completo de acuerdo a los parámetros de la suscripción del usuario; 6. Opciones de búsqueda: permite buscar por autor de trabajo, publicación, conferencia, fecha publicada o relevancia; 7. Exportar cualquier cita seleccionada; y, 8. Soporte completo para el protocolo Open Archives Initiative (OAI) para indexar repositorios compatibles con OAI como así también para el estándar OpenURL permitiendo enlaces directos relacionados (Blosson, 2006, Abril 19).

De acuerdo a algunos expertos, hay otros pequeños toques agradables en la interfaz que agregan características que lo diferencian de Google Scholar, llegando a definirla como una “herramienta para investigadores en vez de resultados de búsqueda para investigadores” (Quint, 2006).

Si WLAS tiene éxito captará una parte del mercado de búsqueda de contenido académico online, otros como Google y Yahoo tomarán también su propia parte, pero es un hecho que ninguno de ellos nunca “poseerá” el total del mercado de búsqueda de contenido académico.

Esta nueva entrada de Microsoft seguramente calentará la competencia de los servicios efectivos de búsqueda online de contenido académico con sus características distintivas y útiles, pero aún está lejos de resolver los muchos temas comerciales que los editores académicos deben atender para desarrollarse en un mundo manejado por la búsqueda online (Quint, 2006).

### Algunas reflexiones finales

Deteniéndonos y analizando el estado de desarrollo de los llamados “buscadores académicos” nos percatamos que este tipo de herramientas aún se encuentran en etapa de experimentación, sin embargo avanzan rápidamente hacia la consolidación de la búsqueda especializada de información en Internet. Con una red que evoluciona y crece exponencialmente, la estrategia y esquemas de recuperación de información deben avanzar y así lo evidencian estas nuevas aplicaciones que traerán consigo un cambio en el tratamiento y uso bibliográfico. Cada vez más los libros y textos digitales se irán imponiendo, especialmente por el tema de los costos, la flexibilidad y facilidad de acceso, no obstante queda mucho por discutir y analizar, comenzando por lo que se refiere a las premisas y métodos utilizados para la digitalización de la información. En este sentido, varias preguntas están aún sin respuesta: ¿privan los criterios académicos a los comerciales en la organización de información? ¿Qué pasa con los derechos de autor? ¿Cómo entran en el juego comercial los editores y autores de los libros o artículos? Por lo pronto está planteada una gran discusión entre las partes interesadas, las cuales deben ponerse a tono con los cambios si no quieren que éstos terminen por atropellarlos.

### Referencias

- BLOSSON, John (2006) Buscador Académico de Microsoft: Windows Live Academic, en [http://www.masternewmedia.org/es/2006/04/19/buscador\\_academico\\_de\\_microsoft\\_windows.htm](http://www.masternewmedia.org/es/2006/04/19/buscador_academico_de_microsoft_windows.htm)
- EL NACIONAL (2006, 18 de noviembre); 89,13 Millones de latinoamericanos navegan en Internet, A20
- FERNÁNDEZ DE LIS, Patricia (2007, 28 de Enero); Planeta Google, *El Nacional*, El País, D1 y D2.
- MARKOFF, Jhon (2006, 18 de noviembre); Imaginan a la Red más inteligente, *El Nacional*, The New York Times, pp.1-2.
- QUINT, Barbara (2006); Windows Live Academic Search: The Details, recuperado en noviembre de 2006 de <http://www.infotoday.com/newsbreaks/nb060417-2.shtml>
- ROSS, Andrew (2006, 18 de noviembre); Trajes casuales para negocios en serio, *El Nacional*, The New York Times, pp.1-2.
- SIKLOS, Richard (2006, 18 de noviembre); La batalla de Google por el dominio y la definición, *El Nacional*, The New York Times, p.2.
- TENDENCIAS DIGITALES (2006); Indicadores de penetración y uso de internet en Venezuela, Recuperado en Septiembre de 2006 de <http://www.datanalisis.com>
- GOOGLE (2006); Acerca de Google Académico, recuperado en Noviembre de 2006 de <http://scholar.google.es/>