

A.6. Brecha digital española

Por Isidro F. Aguillo

Aguillo, Isidro F. "Brecha digital española". En: *Anuario ThinkEPI*, 2007, pp. 26-28.



"Los actores europeos son más variados: instituciones culturales, deportivas y educativas y sedes de las administraciones públicas"

cer segregaciones debidas a barreras más sutiles, incluyendo la que protagoniza cierto escepticismo acerca del carácter e impacto final de la revolución digital.

Mientras el uso de internet no se generalizó y no se dispuso de estadísticas adecuadas el debate fue poco relevante, pero los indicadores ahora disponibles sugieren que la magnitud de la grieta es ya sustancialmente mayor de lo esperado y puede conducir en el caso de la Web a nuevas formas de colonialismo cultural por la ausencia de diversidad de la información allí publicada.

EL CONCEPTO DE BRECHA DIGITAL (en inglés *digital divide*) se ha aplicado hasta la fecha para señalar las diferencias existentes en el acceso a la Sociedad de la Información entre países pobres y ricos, atendiendo fundamentalmente a la disponibilidad de infraestructuras de telecomunicaciones y de equipamiento informático.

Pero, como bien refiere la *Wikipedia* en su entrada correspondiente, empiezan a apare-

"Frente a casos de flagrantes malas prácticas en webs de las administraciones públicas, aplaudimos Dialnet que representa 2/3 de la presencia en Google de la Universidad de la Rioja"

Brecha digital

La Brecha Digital es una expresión que hace referencia a la diferencia socioeconómica entre aquellas comunidades que tienen [Internet](#) y aquellas que no. Se trata de una cuestión de alcance político y social.

Este término también hace referencia a las diferencias que hay entre grupos según su capacidad para utilizar las TIC ([Tecnologías de la Información y la Comunicación](#)) de forma eficaz, debido a los distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica.

También se utiliza en ocasiones para señalar las diferencias entre aquellos grupos que tienen acceso a contenidos digitales de calidad y aquellos que no.

El término procede del inglés "digital divide", utilizado por la [Administración Clavos](#) para hacer referencia a la fractura que podía producirse en los [Estados Unidos](#) entre "conectados" y "no conectados" si no se superaban mediante inversiones públicas en infraestructuras y ayudas a la educación, las serias diferencias entre territorios, razas y etnias, clases y géneros. De ahí que algunos autores prefieran, en español, el término "fractura digital", por ser mucho más expresivo sobre lo que realmente significa. La traducción a otras lenguas latinas, como el francés, también ha optado por el término de "fractura". No obstante, la mayoría de los autores hispanos se decanta por el de "brecha", más suave y políticamente correcto.

Otros autores extienden el alcance de la Brecha Digital para explicarla también en función de lo que se ha denominado "analfabetismo digital", consistente en la escasa habilidad o competencia de una gran mayoría de miembros de las generaciones nacidas antes de los años sesenta para manejar las herramientas tecnológicas de computación y cuyo acceso a los servicios de [Internet](#) es por ende muy limitado.

Categorías: [Cultura de Internet](#) | [Sociedad](#) | [Sociología](#)

En términos generales los datos muestran que los países anglosajones han asumido plenamente el reto y publican grandes cantidades de información de todo tipo en la Red. No sólo se trata de volumen, sino que existe un programa tácito de incorporar la Web a todos los sectores y niveles tanto de la actividad pública como la privada.

Es significativo que son los actores de las llamadas industrias del conocimiento los que lideran las clasificaciones Web. Así utilizando la visibilidad en *Google*, los medios (prensa escrita sobre todo) aparecen entre los primeros en todos los países, aunque son las grandes empresas punto.com las que monopolizan los rankings estadounidenses mientras los actores europeos son más variados: instituciones culturales, deportivas y educativas y sedes de las administraciones públicas.

En el caso español, y buscando en *Google.es*, entre los veinte primeros aparecen 7

periódicos, la *Biblioteca Nacional de España (BNE)* y la *Virtual Miguel de Cervantes*, el *Museo del Prado* y la *Real Academia y la Generalitat de Catalunya*, pero no hay presencia del Gobierno ni de ningún portal de la Administración. Entre las universidades, sólo la *Complutense* aparece en el recuento.

Los nombres proporcionados por el *Google* internacional (*Google.com*) son ligeramente diferentes y destacaríamos la aparición entre los top 20 de la *Universidad Autónoma de Barcelona* y a *Iberia*, lo que ilustra el compromiso exterior de estas organizaciones.

Un análisis más detallado de algunas de estas sedes nos permite encontrar algunos patrones curiosos: las bibliotecas nacionales aparecen en la columna vertebral de los webspacios español, inglés y francés, aunque el número de visitantes de la *British Library* es muy superior a la de las otras dos,

Ranking Cibernético de Universidades del Mundo

Inicio | países del mundo | ranking mundial | ranking europeo | ranking latino americano | ranking españa

> inicio

Datos

- Top 3000 Universidades
- Top USA y Canadá
- Top Latino América
- Top Europa
- Top Asia
- Top Oceanía
- Top África
- Top 500 I+D Institutos
- Consejos de Investigación
- Posición Google por Dominio
- Distribución por País
- Especiales
- Buenas Prácticas

Análisis Comparativo

- Productividad
- Visibilidad
- Impacto
- Metodología

Catálogo

- Universidades por País
- Centros I+D por País

¿Qué es Webometrics?

Nuevo Ranking Enero '06

La primera actualización del 2006 ya está disponible como estaba planificado. Cambios recientes en la base de datos de Google son los responsables de varios de las ligeras variaciones en el ranking. Pero el equipo el Internetlab también ha hecho algunas mejoras:

Hemos decidido cambiar el nombre del Proyecto para evitar confusiones con otros rankings, así que ahora Webometrics es usado en lugar de Académico y el indicador combinado se llama Webometrics Rank (WR).

La base de datos con todas las universidades ha sido publicada como el Catálogo de Universidades del Mundo, siguiendo una petición de información acerca de lagunas o errores. Hemos recibido muchas contribuciones señalando nuevas instituciones, cambios de URL y otros errores, por lo que nuestra base de datos lista más de 10.000 entradas. Por ejemplo, ahora disponemos de una mejor cobertura de las universidades indonesias, un hecho que también se refleja en el Ranking.

Los especiales del 2005 están dedicados a los Consejos de Investigación Europeos, por lo que hemos decidido crear una nueva categoría en la sección principal incorporando estas organizaciones y procurando ampliar su cobertura a instituciones no europeas en el futuro.

Los informes de los motores de búsqueda por cada entrada no van a seguir cubriéndose porque Google no permite peticiones automatizadas. En su lugar mostraremos el valor del Factor de Impacto Web (WebIF) usando los valores absolutos de visibilidad y tamaño de Yahoo y MSN Search.

El añadido más importante de esta edición es el apartado denominado Análisis Comparativo, dedicado a comparar resultados Cibernéticos con los datos referidos por otros

Top 1000 por Continente

USA-Canadá	497
Europa	356
Asia	82
Oceanía	38
Latino América	21
África	6

Top 1000 por País

Especial 1 / 2006

Top 10 Subdominios Universitarios (Españoles)

que tienen datos de usuarios muy parejos. Y eso que *Google* indiza cientos de miles de registros del catálogo de la *BNE*.

La “apuesta comercial” de *El país* de cobrar el acceso a su edición electrónica le costó muchas visitas, pero mantuvo su posición de privilegio en los buscadores dado que siguió recibiendo muchos enlaces.

Estos casos puntuales evidencian parte del problema, pero es en el caso de las universidades donde las cifras muestran más claramente la dimensión de la brecha. En nuestro ranking de universidades (ver *Webometrics*) no sólo aparece un 46% de instituciones estadounidenses entre las 1.000 primeras, sino que más significativamente el volumen medio de páginas web y documentos pdf, doc o similares es mucho mayor en las universidades de los EUA. De hecho, no sólo es varias veces superior, sino incluso varios órdenes de magnitud mayor, situación en la que nos acompañan universidades tan prestigiosas como las francesas e italianas.

<http://www.webometrics.info>

Documentalistas para organizar webs

La situación descrita es preocupante, pero como se puede ver se trata de una batalla abierta en un campo donde documentalistas y profesionales de la información tienen mucho que decir. Se trata de publicar en la Web, pero no sólo de publicar: hay que organizar, estructurar, interconectar y hay que lograr que la información sea visible. Es decir que atraiga a un gran número de visitas, acercando la audiencia real a la potencial.

Este objetivo sólo es posible hoy en día a través de los motores de búsqueda, presen-

tes no olvidemos en 3 de cada 4 sesiones web. Entendiendo que hay que generar contenidos y que el posicionamiento de los mismos es instrumental para la obtención de visibilidad, la propia existencia de la brecha justifica programas institucionales de publicación web donde los documentalistas ocupan un lugar clave.

La incorporación de una “agenda política” puede parecer peligrosa pero se justifica con ejemplos de flagrantes malas prácticas: véanse por ejemplo las sedes del *Parlamento de Galicia* (invisible a *Google*) o de la *Comunidad de Madrid* (sin títulos de páginas).

Por no quedarnos en los casos negativos, aplaudimos el trabajo de los responsables de *Dialnet*, que representa 2/3 de la presencia en *Google* de la *Universidad de la Rioja* o las páginas de la librería *Agapea*, omnipresente en los listados de los buscadores cuando se busca un título concreto.

Dejo para el final un sector donde todavía no se ha empezado a trabajar en profundidad, pero que con el creciente número de líneas ADSL instaladas ofrece la infraestructura necesaria para una explotación generalizada. Hablo de los recursos que requieren banda ancha. Los documentalistas españoles deben incrementar su conocimiento del mundo multimedia y promover y diseñar portales en este sector, tales como las librerías de vídeos de *AthenaWeb* o de la *Internet Bird Collection*, esta última líder mundial en su temática y realizada en Barcelona.

Isidro F. Aguillo

isidro@cindoc.csic.es