

*9ª Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria, JBDU 2011  
"Bibliotecas digitales: nuevos roles, nuevos espacios"  
3 y 4 de noviembre de 2011, Buenos Aires, Argentina*

## **Efecto Google en el consumo de información del repositorio institucional Núlan de la FCEyS-UNMdP**

*Cristian Merlino-Santesteban*

csantest@mdp.edu.ar

Centro de Documentación. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional del Mar del Plata, Argentina

### **Introducción**

Hoy en día, los repositorios institucionales se han convertido en una pieza clave de la política científica y académica de las instituciones de educación superior. Estas herramientas documentales favorecen ampliamente la difusión de los resultados de investigación y docencia, como así también la visibilidad de las organizaciones en Internet.

Para que los repositorios crezcan en presencia y accesibilidad es necesario distribuir sus contenidos en la Red, agente de primer orden en la difusión científica y cultural. En este sentido, la integración de las plataformas abiertas con servicios recolectores de contenido OAI-PMH<sup>1</sup> y motores de búsqueda web es de vital importancia, tanto para potenciar el flujo masivo de la información como para garantizar su recolección y recuperación sistemática.

Dentro del mercado de motores de búsqueda, Google cumple un rol protagónico. Según datos de Experian Hitwise<sup>2</sup>, empresa especializada en inteligencia competitiva en marketing en línea, este buscador aglutina el 66% del volumen total de búsquedas en Estados Unidos (Hitwise, 2011a) y más del 90% en países como Brasil (Hitwise, 2011b) y

---

<sup>1</sup> Open Archives Initiative – Protocol for Metadata Harvesting.

<sup>2</sup> Esta firma analiza diariamente el comportamiento de diez millones de internautas estadounidenses. Asimismo, extiende sus análisis a otras comunidades de usuarios alrededor del mundo.

Reino Unido (Hitwise, 2011c). Por tanto, se puede considerar indispensable aparecer en sus resultados de consulta para alcanzar visibilidad en un mercado global tan concentrado, es decir, para hacerse visible ante los potenciales usuarios del mundo, y por ende para propiciar el consumo de los recursos digitales almacenados en los repositorios institucionales.

Con el objeto de analizar el efecto Google en el consumo de información de un repositorio institucional, se examina de manera preliminar la procedencia de las descargas de documentos a texto completo registradas en el repositorio institucional Nūlan de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina, durante un período de 7 meses.

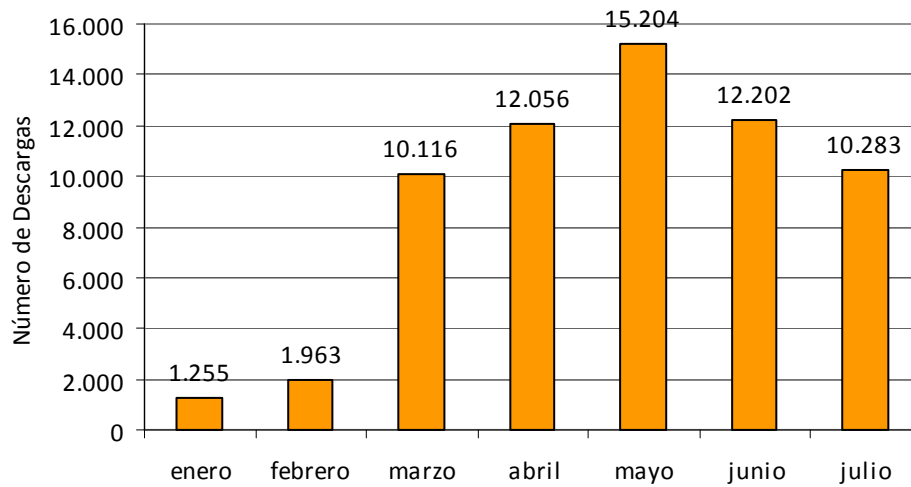
### **Análisis de la descarga de documentos de Nūlan**

Durante el período enero-julio de 2011, el repositorio institucional Nūlan (<http://nulan.mdp.edu.ar>) registró 63.079 descargas reales (libres de ruido<sup>3</sup>) de documentos a texto completo. La evolución de las transacciones de archivos en el espacio temporal analizado se muestra en el gráfico 1. El fuerte salto cuantitativo observado en el bimestre febrero-marzo (415%) está asociado al impacto positivo de la integración de Nūlan con servicios de búsqueda web. Claramente, estos servicios de uso extensivo actúan como agentes maximizadores de audiencia, ampliando sustantivamente el número de consumidores/lectores potenciales.

---

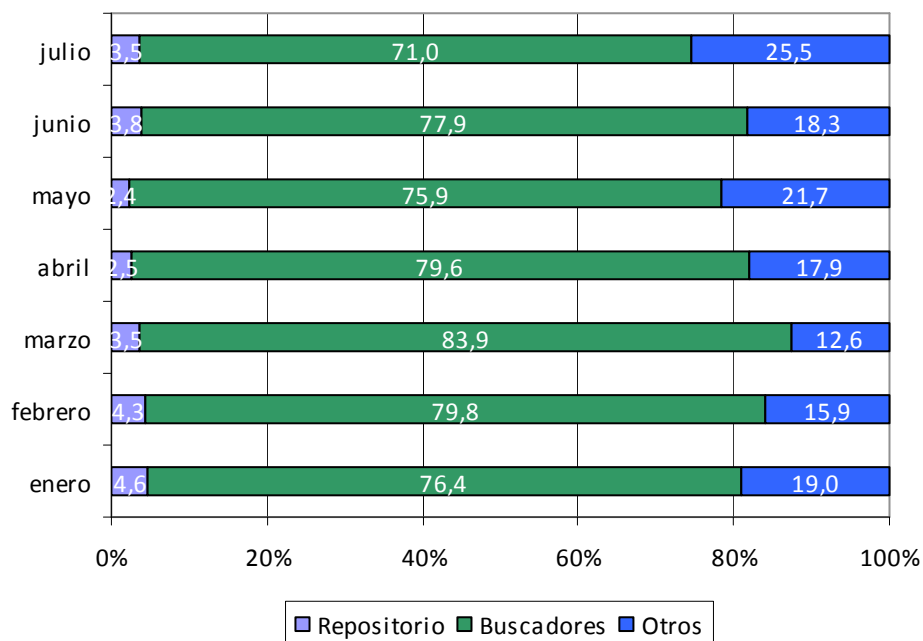
<sup>3</sup> Se entiende por ruido aquellos accesos distorsivos para la medición del uso de un repositorio generados por robots/*crawlers*, descargas repetidas desde una misma dirección IP en un período de tiempo reducido, etc. Para el filtrado de los accesos se utilizó el paquete estadístico IRStats de EPrints.

**Gráfico 1. Evolución temporal de las descargas, enero-julio 2011**



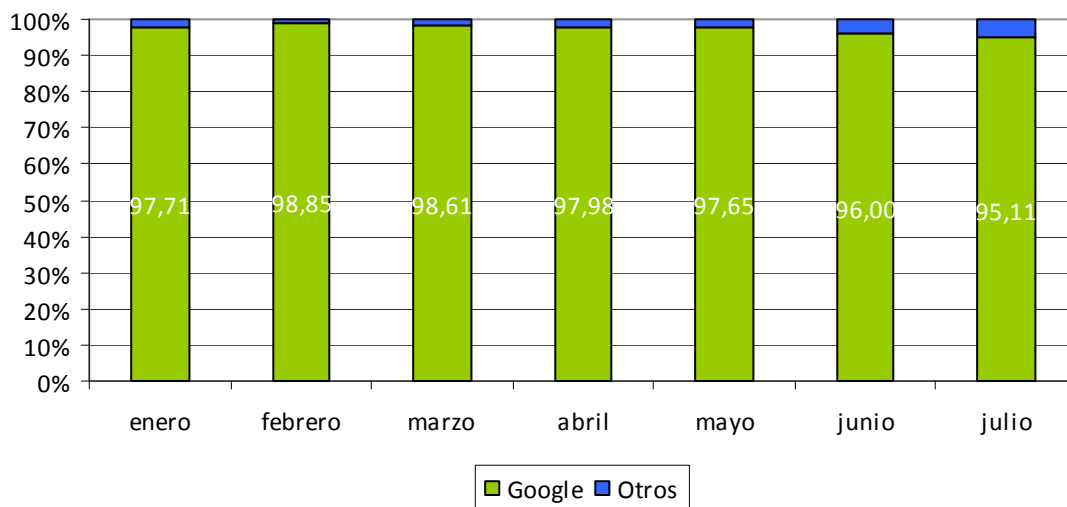
A fin de ahondar en el origen de los accesos a los contenidos de Nūlan, las peticiones de archivos fueron agrupadas en tres categorías: Repositorio (accesos desde el sitio web del repositorio), Buscadores (accesos desde buscadores web) y Otros (accesos desde otros servicios). En la gráfico 2 se puede apreciar la distribución mensual del peso relativo de las categorías definidas. Como se advierte, los motores de búsqueda concentran la mayor proporción del origen de las descargas y no manifiestan grandes variaciones intermensuales en su participación.

**Gráfico 2. Distribución de las descargas por procedencia, enero-julio 2011**

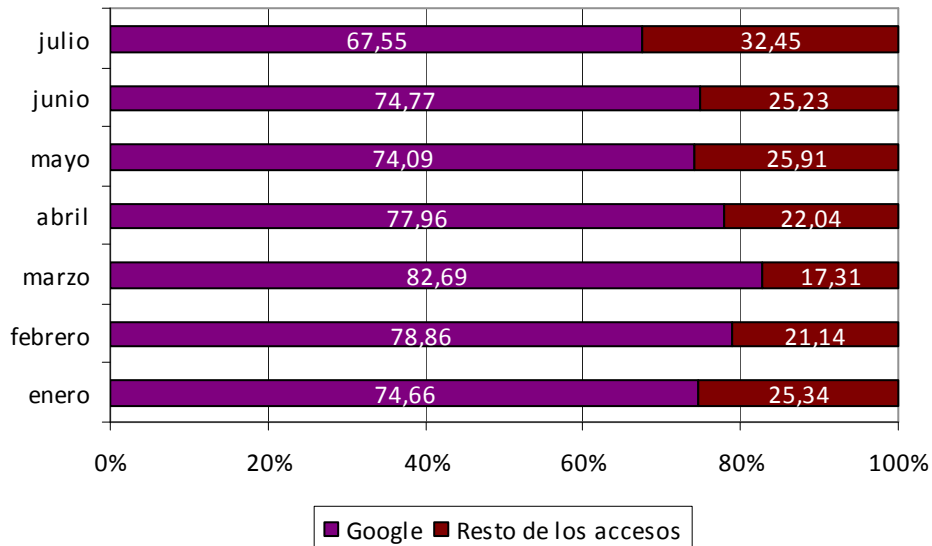


Al desagregar el volumen de las descargas mensuales de los buscadores web, se pone en evidencia el liderazgo casi absoluto de Google (Google junto con Google Scholar), aglutinando más del 95% del tráfico mensual de descarga de los documentos científicos y académicos depositados en Nülan (gráfico 3). Si consideramos la participación de Google con respecto al total de las descargas por mes, independientemente de su procedencia, éste acapara en promedio el 76% de ellas (gráfico 4).

**Gráfico 3. Distribución de las descargas realizadas desde buscadores web, enero-julio 2011**



**Gráfico 4. Participación porcentual de Google en las descargas mensuales totales, enero-julio 2011**



### Observaciones finales

Los datos preliminares expuestos dan cuenta, por un lado, de la gran importancia que tienen los servicios de búsqueda como agentes maximizadores de audiencia de los repositorios institucionales y, por otro, del rol clave que cumple Google como puerta de

acceso mundial al conocimiento. Por último, el análisis evidencia que la mayor parte de los accesos registrados (87%) han sido indirectos, es decir, accesos que han procedido de servicios de terceros (externos al sitio web de Nülan), lo cual es un claro indicio del beneficio que conlleva la distribución de los contenidos en la Red.

### **Referencias bibliográficas**

Hitwise. (2011a). Bing-powered search increases for third straight month. Disponible en <<http://www.hitwise.com/us/press-center/press-releases/experian-hitwise-reports-google-share-of-search/>> (Consulta 18 agosto 2011)

Hitwise. (2011b). Google Brasil cai, mas ainda detém 88% das buscas na internet. Disponible en <[http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2011/noticia\\_00557.htm](http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2011/noticia_00557.htm)> (Consulta 18 agosto 2011)

Hitwise. (2011c). Google accounts for 92% of all UK searches online. Disponible en <<http://www.hitwise.com/uk/press-centre/press-releases/google-has-best-month-of-2011-so-far/>> (Consulta 18 agosto 2011)