



aclaramientos médicos (“Cómo despertar una pierna dormida”); los que formulan preguntas o afirmaciones existenciales (“nada es para siempre”. “Y... ¿qué me has hecho tú?”) o los que quieren dar rienda suelta a su alma más creativa y empresarial (“Máquina para fabricación de condones”). Asimismo, se cometen todavía errores de bulto. “Hoy en día, el usuario empieza a navegar directamente en los buscadores, buscando incluso a la dirección (url) a la que quieren llegar. Es como si para llegar a *La Vanguardia* el usuario tecleara www.lavanguardia.com es en el portal, en lugar de introducir la url en el navegador”, indica Víctor Puig, consultor de Overalia. Estamos en el campo de las anécdotas, pero confirman que el usuario aún no ha afinado del todo su técnica de búsqueda.

Con todo, hay que romper una lanza a favor del usuario: las herramientas a disposición son mejores. Ismael El-Qudsi, de Havas, lo explicaba así:

“Los buscadores no son perfectos todavía, porque devuelven enlaces, pero no dan respuestas. No hay personalización, no resuelven cuestiones complejas, ni entienden a los usuarios”. Los que tienen más destreza con el uso de las nuevas tecnologías, los más jóvenes, ya han encontrado alternativas a este problema. Utilizan la red para informarse, pero no necesariamente pasan por los canales habituales.

Un claro ejemplo de ello son las redes sociales. Se calcula que en la actualidad existen unas 8.000. El 25% de las búsquedas ya se realizan a través de ellas y no por los clásicos motores de búsqueda. Es decir, que se busca cada vez más a través de Facebook en lugar de usar la página de Google tradicional. Alberto Knapp, socio fundador de la consultora The Coctail Analisis,

explica: “En el futuro: buscaremos ‘lo que interesa a mi gente’, con la que compartimos algo. Porque ‘si les interesa a ellos, me interesará a mí también’. Y es más: me lo creará, porque la información procederá de personas de confianza”. Al final, buscaremos lo que estará en nuestro entorno y a través de este



mismo entorno. James Surowiecki, autor de varios libros sobre la materia, sugiere que en lugar de ir buscando siempre a un experto quizá fuera mejor, simplemente, preguntar a la multitud. Por ejemplo, si queremos comprar algún producto, ya no entraremos en la página oficial de la empresa o

En la red, el mundo está al alcance de un clic. Los buscadores se han convertido en una herramienta indispensable para obtener información. Pero el usuario aún no sabe aprovechar todo su potencial. Ya existen nuevos canales que facilitan datos muy útiles