

Informe APEI sobre web social

Informe APEI 1

por Dídac Margaix Arnal

2008



A todos los que comparten su conocimiento y su trabajo en Internet
Dídac

Esta publicación ha contado con el patrocinio de:



Informe APEI sobre web social

por Dídac Margaix Arnal



<http://www.apeiasturias.org>
info@apeiasturias.org



Edición sostenible. Los informes de APEI están editados como documentos electrónicos de lectura en pantalla. Si no es necesario, no los imprimas. Si los imprimes, hazlo a doble cara.

Informe APEI sobre web social

Dídac Margaix Arnal

Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información, 2008

Informe APEI 1 - 2008

D. L.: AS-06633-2008

ISBN: 978-84-691-7726-6

La ilustración de cubierta y las que se difunden con © son de Guillermo Seguí.

Edición: APEI

Director editorial: José Antonio Merlo Vega

Diseño y maquetación: Digitales José & Cícero, S.L.



Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5 España de Creative Commons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es>.

1. Web 2.0, Web social, Biblioteca 2.0	7
Una nueva web	7
La web como plataforma	7
Remezclar la web	7
Arquitectura de la participación	8
¿Pero de verdad es 2.0?	9
La Biblioteca 2.0	9
2. Los blogs: la herramienta más popular	11
Concepto de blog	11
Características de los blogs	11
Anatomía de un blog	12
Herramientas para construir un blog	13
Los blogs en las bibliotecas	13
Aplicaciones de los blogs en bibliotecas	14
Ejemplos de blogs bibliotecarios	14
Algunos consejos para tener un blog	16
3. Las wikis: escribir entre todos	17
¿Qué es una wiki?	17
Herramientas para construir wikis	17
Las wikis en los centros de información	18
Ejemplos de wikis en bibliotecas	19
Algunas consideraciones para crear una wiki	19
4. Marcadores sociales: etiquetar la web	21
Los favoritos sociales	21
Delicious y servicios similares	21
Delicious en las bibliotecas	22
Consejos para utilizar Delicious	23
5. Gestores de referencias sociales: una herramienta para la ciencia 2.0	25
Gestores de referencias colaborativos	25
Herramientas más conocidas	25
Las bibliotecas y los gestores de citas sociales	26
6. Las herramientas de catalogación social: compartir lecturas	27
La catalogación compartida	27
LibraryThing y otras herramientas de catalogación social	27
Los servicios de catalogación social y las bibliotecas	28
7. La Web 2.0 y los catálogos bibliográficos: el OPAC social	29
Concepto de OPAC 2.0	29
Ejemplos de OPACs 2.0	29
Las posibilidades del bibliotecario	32

8. Geoaplicaciones: etiquetar el mundo	33
Compartir y etiquetar información geográfica	33
Uso en las bibliotecas	33
Algunos consejos para centros de información	34
9. La sindicación de contenidos: reunir y redifundir	35
Los lenguajes de sindicación	35
Presencia de canales RSS	36
Canales RSS en ámbito bibliotecario	36
Lectores de noticias RSS	36
Herramientas para aprovechar mejor el RSS	37
RSS en las bibliotecas y centros de documentación	38
Implementar RSS en los centros de información	40
10. Compartir objetos digitales: crear colecciones participativas	41
Compartir archivos, crear colecciones	41
Características comunes	41
Compartir fotografías	41
Compartir fotografías desde los centros de información	42
Compartir vídeos	42
Compartir vídeos desde los centros de información	43
Compartir presentaciones y otros documentos	44
Consejos para compartir objetos digitales	44
11. Páginas de inicio personalizadas: reunir la web	45
Todo en uno	45
Herramientas más populares	46
Páginas personalizadas y bibliotecas	46
Algunos consejos	48
12. Redes sociales: representar nuestras relaciones	49
Las redes sociales	49
Tipos de redes sociales	50
Redes sociales más importantes	51
Las redes sociales y las bibliotecas	51
13. Promoción social de noticias: la comunidad vota	53
El filtrado de noticias	53
Sitios más destacados	53
Herramientas para construir servicios de promoción de noticias	54
Los sitios de promoción social de noticias y los profesionales de la información	54
14. ¿Y ahora qué? Planificación de servicios 2.0 en las bibliotecas	55
Una visión estratégica	55
El personal de la biblioteca	55
Preguntas que responder	56
El contenido	56
Los usuarios	57
El engranaje que funciona	58
15. Recursos de información	59
Blogs y webs	59
Bibliografía	60

Web 2.0, Web social, Biblioteca 2.0

Una nueva web

El concepto de Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 en un momento de crisis de las empresas dedicadas a Internet, que se dio en llamar, el *estallido de la burbuja.com*. Las empresas de capital riesgo habían invertido fuertes sumas de dinero en proyectos relacionados con Internet, se pagaban cantidades astronómicas por sitios web y se contrataba personal, especialmente periodistas, para crear contenidos para la web. Todo eso terminó de forma brusca en otoño de 2001.

Pero lo que descendió fue el valor de las empresas.com, pero no el uso de la Red, es más, aparecieron nuevos sitios web que captaron la atención del usuario, nuevos productos que demostraron que Internet seguía viva y que las previsiones de los analistas no siempre se cumplen.

En este contexto, dos empresas de Internet: O'Reilly y MediaLab International realizaron un análisis de las empresas que habían sobrevivido al estallido de la burbuja.com y les pusieron una etiqueta, un término que las englobara, que sirviera para referirse a ellas y optaron por Web 2.0 para distinguirlas de aquellas empresas que llamaron Web 1.0, donde englobaron aquellos sitios web que habían fracasado o no habían tenido el crecimiento esperado.

Fue el propio O'Reilly quien en un artículo algo extenso publicado en la web de su empresa [O'Reilly, 2005] estableció cuáles serían las características de estos sitios web y cuáles eran los motivos de su éxito, las claves económicas y sociales que lo justificaban. Estas características se pueden resumir en tres:

1. La web como plataforma
2. Remezclar la web
3. Arquitectura de la participación

La web como plataforma

Uno de los éxitos más importantes fueron los servicios web que capaces de sustituir a las aplicaciones *desktop*, es decir, a aquellos programas que se instalan en los ordenadores. Servicios como **Zoho** <<http://www.zoho.com>> y **Google Docs** <<http://docs.google.com>> empiezan a ser viables con los nuevos estándares de programación web y con unas conexiones a Internet cada vez de mejor calidad y de menor coste. Estos sitios se caracterizan por utilizar la web como plataforma: ya no se programa para un sistema operativo concreto, si no que se programa para ser accesible desde cualquier ordenador conectado a Internet y un navegador web.

Remezclar la web

La información de un sitio web tiene un valor estratégico indudable, pero tiene más valor cuanto más se usa. Por eso muchos sitios web empezaron a permitir la utilización de sus datos, posibilitando a otros sitios web crear nuevos servicios a partir de sus datos. **Amazon** <<http://www.amazon.com>> y **Google Maps** <<http://maps.google.es>> son los ejemplos más característicos de sitios que han permitido compartir sus recursos. Es así como han aparecido los *mash-ups* o aplicaciones web híbridadas, donde se mezcla la información de diferentes sitios web. **Panoramio** <<http://www.panoramio.com>> es un ejemplo de *mash-up*, donde se combinan las fotografías aportadas por los usuarios y la cartografía de **Google Maps**.

En este contexto surge un estándar de intercambio de información: el RSS que va a cambiar la forma en la que los usuarios acceden a la información web y las posibilidades de los centros de información para ofrecer contenidos actualizados

a sus usuarios. Es la denominada **sindicación de contenidos** que se convierte en una pieza fundamental para la visibilidad de la información.

La amplia gama de servicios web que han abierto sus contenidos y la cada vez mayor presencia del RSS y otros lenguajes de sindicación ha llevado a la aparición y popularización de unos sitios web conocidos como páginas de inicio personalizadas, las cuales tendrán su correspondiente capítulo en este informe.

Arquitectura de la participación

El grupo más importante de sitios web característicos de la Web 2.0 son aquellos que se basan en una arquitectura de participación y donde el usuario se convierte en protagonista. Hasta ahora cualquier sitio web necesitaba usuarios para justificar su existencia, pero ahora el concepto de usuario cambia, su relación con el sitio web cambia: no se busca su consumo de información, se busca su participación, que sea el propio usuario quien aporte los contenidos, que utilice el sitio web para compartir fotos, escribir

su diario en forma de blog, comentar sus lecturas, etiquetar sus enlaces favoritos junto con miles de usuarios, estar en contacto con sus amigos y así un largo etcétera de acciones u posibilidades.

Estos sitios web se utilizan para su funcionamiento el software social y por eso se les denomina de forma conjunta como web social. Todos estos sitios se caracterizan por estar concebidos para la participación de los usuarios, por ser los usuarios los que aportan valor al servicio y por mejorar su servicio cuantos más usuarios tienen. Pensemos por ejemplo en Flickr <<http://www.flickr.com>>, considerado un ejemplo de la web social. Este sitio web permite a los usuarios compartir fotografías, son los propios usuarios los que dan valor al servicio por las imágenes que comparten y el servicio será mejor si hay mil usuarios compartiendo fotografías que si sólo las comparten diez personas. Los blogs, las wikis y las redes sociales son los sitios más característicos de la web social.

Es tanta la importancia de la web social dentro del contexto de la Web 2.0 que es frecuente que nos encontremos ambos términos como sinónimos.

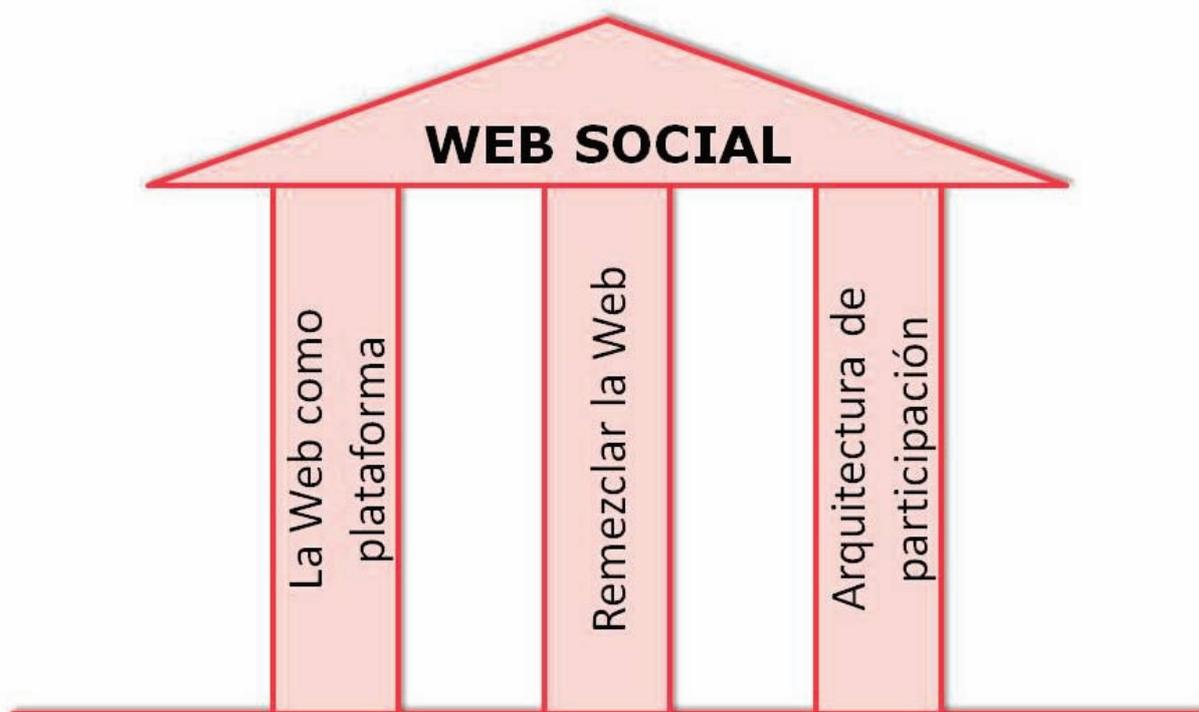


Fig. 1. Los tres pilares de la web social.

No es de extrañar teniendo en cuenta el gran número de sitios web de este grupo y la gran cantidad de bibliografía que ha generado. Sin duda la Web 2.0 no sería lo que es hoy sin los blogs y sin todo el interés que han generado los sitios de la Web Social.

¿Pero de verdad es 2.0?

Una de las críticas más fuertes que se hace al concepto de Web 2.0 es que en realidad no aporta nada nuevo, que todo lo que propugna ya existía antes del establecimiento del término y que no representa una nueva generación de sitios web. Es cierto que la mayoría de factores que plantea ya existía con anterioridad al establecimiento del término, pero el salto cualitativo es haberlos agrupado e identificarlos como clave de éxito de los servicios web.

Estos sitios, además, sí que representan una nueva generación de servicios web, unos servicios nacidos por y para la web dejando la idea original de enlazar documentos hipertexto. Representan otra forma de hacer las cosas, otra actitud de las organizaciones, otra forma de hacer negocios en la Red y en una Sociedad en Red, con acceso a una cantidad de información como nunca antes se había tenido y con una inmediatez en el acceso como tampoco antes se había conocido. En definitiva, unos servicios 2.0 y una actitud 2.0.

La Biblioteca 2.0

El sufijo 2.0 se ha aplicado a todos los ámbitos de la vida con significados similares al visto anteriormente. También se habla de Biblioteca 2.0 entendida como una biblioteca donde se aplican las tecnologías y la actitud de la Web 2.0 a las colecciones y los servicios bibliotecarios [Margaix, 2007]. El término Biblioteca 2.0 fue establecido por Michael Casey en su blog LibraryCrunch el año 2005 [Miller, 2006 y Crawford, 2006].

La Biblioteca 2.0 implementa las herramientas de la Web 2.0 que se ajustan a sus objetivos, busca la

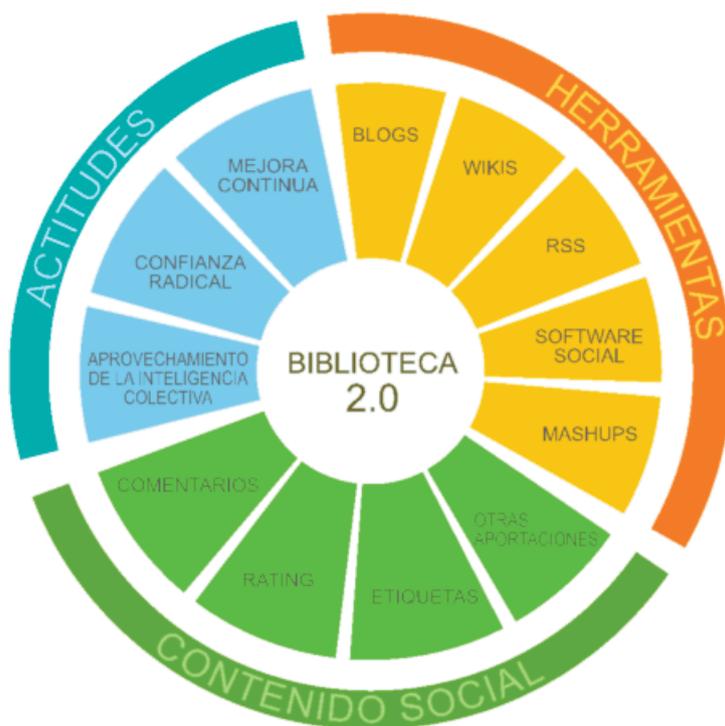


Fig. 2. La rueda de la Biblioteca 2.0.

participación de los usuarios para ofrecer mejores servicios [Casey, 2006]; pero es importante recordar que no se trata sólo de implementar nuevas herramientas, se trata de hacerlo con una actitud hacia los usuarios invitándoles a participar en la creación del servicio, confiando en ellos y buscando una conversación bidireccional que supere la tradicional comunicación unidireccional característica de la Web 1.0 y de los primeros sitios web.

En España la primera vez que se utilizó el término Library 2.0 (antes que Biblioteca 2.0) fue por Jorge Serrano-Cobos en un ThinkEpi "Web 2.0 en las bibliotecas: el concepto de library 2.0" de mayo de 2006 [Serrano-Cobos, 2006]. Desde entonces se ha evolucionado mucho, se ha escrito mucha bibliografía y contamos con muchos más ejemplos. Algunos profesionales han compartido sus experiencias en bibliotecas públicas [Juárez, 2007], Universitarias [González, 2007a] y escolares [Alonso, 2007]. En España mucho se ha avanzado en los últimos dos años, como demuestra en su trabajo Nieves González [González, 2007b].

A lo largo de este informe se explicará las distintas herramientas que forman la web social y cuáles son sus posibles aplicaciones por parte de los profesionales de la información. Para una revisión más amplia del concepto de Web social y sus implicaciones en las bibliotecas desde distintos puntos de vista puede consultarse el dossier publicado en el número 161 de la revista Educación y Biblioteca [Merlo, 2007]. Desde un punto de vista internacional son especialmente significativos el libro *Library 2.0: a Guide to Participatory Library Service* [Casey, 2007] y los dos informes publicados por la ALA en su serie *Library Tehnology Reports* [Stephens, 2006 y Stephens, 2007].



Fig. 3. Publicaciones sobre web social y bibliotecas.

Los blogs: la herramienta más popular

Concepto de blog

Si hay una herramienta que representa todo el movimiento generado en torno a la Web 2.0 son los blogs. Su sencillez de uso y de publicación, la facilidad con la que se pueden crear y mantener, la visibilidad que tienen en los resultados de los motores de búsqueda y su flexibilidad para construir una herramienta de conversación adaptada a las necesidades concretas son sin duda clave de su éxito. El término blog deriva de la combinación de dos términos ingleses: *web* y *log*, lo que vendría a ser un diario web y en muchas ocasiones se ha traducido en castellano por *bitácora*. Catuxa Seoane lo define como un “espacio personal de escritura en Internet” [Seoane, 2007] y es precisamente ese toque de “personal” lo que los ha convertido en algo tan popular. A nivel tecnológico un blog es esencialmente un sistema de gestión de contenidos que permite publicar una serie de mensajes o *post* sobre los cuales los lectores del blog pueden añadir comentarios. Como cualquier otro gestor de contenidos un blog permite separar el contenido de su presentación visual, lo cual hace la herramienta mucho más adaptable, fiable y segura para los futuros cambios de estilo e imagen.

Características de los blogs

Los blogs son tan flexibles que establecer unas características comunes a todos ellos, más allá de las que impone la propia herramienta, sería casi imposible. Es imposible encontrar una lista de características consensuada por todos, pero analizados ciertos autores [Rojas, 2005; Orihuela, 2006; Stephens, 2006 y Farkas, 2007] se pueden establecer las siguientes características comunes:

- La página principal está constituida por las entradas o *post* en orden cronológico inverso, es decir, las más recientes aparecerán antes que las más antiguas.
- Uso de elementos multimedia que acompañan al texto, así éste se enriquece con imágenes, vídeos, etc.
- Utilización intensiva del hipertexto. Los blogs utilizan este recurso propio de la web para dirigir a sus lectores hacia otras páginas web que complementen la información del texto.
- Posibilidad de enviar comentarios por parte de los lectores de una forma sencilla y directa.
- Uso de la tecnología de *trackbacks* o retroenlaces. Los retroenlaces permiten que cuando un blog A enlaza a un post de otro blog B, en el blog B aparece un comentario con un nuevo enlace que dirige hacia el blog A, de esta forma la navegación entre los blogs se convierte en bidireccional.

Los blogs han supuesto abrir espacios de comunicación interpersonal, buscar una conversación con el lector más que una comunicación unidireccional. Han demostrado como la comunicación alejada del tono institucional y formal no sólo también puede ser útil si no que puede ser más apreciada por los lectores. Javier Celaya [Celaya, 2007] explica las características que debe tener el contenido de un blog:

- Un lenguaje coloquial, lo contrario que la mayoría de sitios web de instituciones.
- Información con opinión y/u opinión con información.
- Una conversación entre pares.
- Una comunidad con los mismos hábitos, gustos e intereses.

Estas ideas han de tenerse presentes a la hora de elaborar los contenidos del blog, de lo contrario el resultado será migrar la tecnología, pero no ofrecer un nuevo servicio, ni ofrecerlo de forma más adecuada para nuestros usuarios, simplemente con una nueva herramienta, eso sí, más sencilla y flexible que las disponibles hasta el momento.

Anatomía del blog

Cuando se estudian los blogs, en muchas ocasiones se dedica un apartado para describir su anatomía, las partes que lo forman desde el punto de vista del usuario. La presentación final de un blog dependerá de la plantilla de publicación (también llamada temas) que se utilice, pero generalmente se divide en tres grandes áreas:

1. Cabecera. Constituye la parte superior de la página suele aparecer el nombre del blog y algún logotipo, casilla de búsqueda, etc. Es constante en todas las vistas del blog.
2. Menú. Es también un apartado constante en todas las páginas del blog. Contiene ciertos elementos llamados *widgets* que permiten la navegación dentro del blog o remiten a informaciones complementarias. Suele estar formado por una o dos columnas verticales o una franja horizontal al final de la página.
3. Cuerpo central. Es el área más grande y destacada del blog. Es donde aparecen las noticias o post y será el contenido que le interese al usuario. Su presentación puede variar ligeramente según el contenido que visualice el usuario.

Dentro de estas tres áreas se pueden encontrar:

- *Post*, también llamados entradas o noticias. Son los mensajes que el autor publica en el blog y aparecerán en la página principal según el orden cronológico inverso.
- Páginas. Se elaboran como los *post*, pero no entran a formar parte de la página principal ni se muestran junto a los post por orden cronológico. Normalmente aparecen en la cabecera. ¿Por qué esta diferenciación? Las páginas se utilizan para información más estable y permanente que los post, por ejemplo, la presentación del autor, formas de contacto, etc.
- Comentarios. Son las aportaciones de los lectores y elemento fundamental para que el blog sea

Los blogs han supuesto abrir espacios de comunicación interpersonal, buscar una conversación con el lector más que una comunicación unidireccional.

una auténtica herramienta de conversación. Aparecen en la parte inferior del texto de la entrada y suele constar el nombre del autor, un enlace a su blog (si lo tiene) y la fecha del comentario. Las normas de etiqueta en la web aconsejan responder a los comentarios y aplicarles algún criterio de moderación.

- *Permalink*. Es el enlace permanente al *post*. Su importancia radica en que permite enlazar directamente a una entrada del blog, redirigiendo al usuario al contenido concreto. Algunos autores consideran a este elemento como una de las claves del éxito de los blogs. Es importante utilizar en nuestro blog URL semánticas o amigables, es decir, que incluyan en la propia dirección algunas palabras del título del post. Esto mejorará la visibilidad de nuestros contenidos en los buscadores.
- Etiquetas y categorías. Permiten organizar y describir el contenido de los *post*. Normalmente las categorías se utilizan para grandes temas más estables y se suele asignar una o dos a cada *post*. Las etiquetas, por el contrario, suelen ser más específicas y se asignan varias a cada entrada.
- Sindicación de contenidos. Es habitual en los blogs ofrecer la posibilidad de que los usuarios se suscriban al contenido que publica el autor y a los comentarios que realizan los lectores. Para ello se suelen utilizar distintos canales RSS a los que los lectores pueden suscribirse.
- Archivos. Permite acceder a los mensajes anteriores organizados por fecha. Suele formar parte del menú en forma de calendario o permitiendo el acceso por meses, etc.
- *Blogroll*. Consiste en un conjunto de enlaces a otros blogs que tienen alguna relación, por contenido, por amistad con el autor, etc. Suele formar parte del menú.

- **Widgets.** Son cada uno de los elementos del menú. En ocasiones se incluyen *widgets* externos que permiten realizar ciertas acciones, como por ejemplo establecer un chat con el autor del blog.

Herramientas para construir un blog

Existen numerosas herramientas para construir un blog. Básicamente hay una primera decisión que tomar: optar por un servicio de alojamiento gratuito o bien instalar el software en servidor propio. Si la opción es un servicio de alojamiento gratuito hay una primera ventaja: la gratuidad, permite crear y publicar en nuestro blog sin ningún conocimiento técnico y éste será realmente sencillo de gestionar. A cambio de estas ventajas, se pierde parte del control sobre la presentación y el proveedor del servicio podrá incluir publicidad. En los servicios gratuitos las opciones de presentación suelen ser limitadas. Existen varias herramientas gratuitas, las de mayor utilización son **WordPress** <<http://www.wordpress.com>>, **Blogger** <<http://www.blogger.com>>, **Blogia** <<http://www.blogia.com>> y **Blogsome** <<http://www.blogsome.com>>.

La posibilidad de instalar un software para la publicación de blogs en un servidor propio implica, de entrada, el coste del alojamiento del blog en un

servidor, requiere ciertos conocimientos técnicos para su instalación y mantenimiento, pero en cambio se dispone de altas posibilidades de personalización y se puede disponer de un dominio propio. En nuestro entorno, el software más utilizado para la construcción de blogs es WordPress, un software en código abierto que va mejorando constantemente y para el que existen numerosos *plug-ins* que mejoran sus funcionalidades y cientos de temas que nos permiten personalizar su presentación.

Los blogs en las bibliotecas

Son muchas las bibliotecas que están utilizando blogs para conversar con sus usuarios, anunciar novedades bibliográficas, actividades de la biblioteca o cualquier otro uso que consideren oportuno. Entre los motivos que se apuntan como clave del éxito de estas herramientas cabe destacar la desintermediación en la elaboración de contenidos. Es decir, los blogs son fáciles de usar, no es necesario conocer lenguajes de programación web para crear uno, pero incluso aquellos bibliotecarios que dominaban estos lenguajes solían encontrarse con algunas trabas: presupuestarias, de seguridad por parte de los departamentos responsables de las infraestructuras informáticas, etc.

Los blogs, especialmente los servicios gratuitos de alojamiento de blogs, han contribuido a desin-



Fig. 4. Blogs de las bibliotecas de la Universidad de Sevilla.

termediatizar la web de la biblioteca. Muchas bibliotecas ven en los blogs una nueva forma de relacionarse con los usuarios, otras, una forma de tener presencia en Internet mediante herramientas flexibles, gratuitas, sencillas y alejadas de la rigidez de los sitios web institucionales, que a veces dificultan a las unidades de información tener en Internet la presencia que les gustaría.

Los blogs han supuesto en las bibliotecas un ejemplo de cómo la tecnología está al alcance de (casi) todas las bibliotecas y la innovación en la prestación de servicios ya no va estar en manos de aquéllos que tienen grandes presupuestos, estará en manos de aquéllos que tengan suficiente imaginación y pocas barreras para poner en marcha sus ideas [Juárez, 2008].

Aplicaciones de los blogs en las bibliotecas

Al tratarse de herramientas tan flexibles la utilización de los blogs en las bibliotecas es muy variada. Meredith Farkas [Farkas, 2007] destaca las siguientes:

- Blogs de noticias. Ofrecen información sobre las actividades de la biblioteca, todo tipo de noticias y novedades referentes al centro.
- Blogs temáticos. Ofrecen información sobre un área temática en concreto, o sobre un tipo de documentos, etc. Son frecuentes en bibliotecas universitarias.
- Blogs de talleres y formación de usuarios. Farkas defiende este tipo de presentación para sesiones de formación de usuarios, lo considera más adecuado que las presentaciones en diapositivas para las sesiones de formación de usuarios que suelen tener una hora de duración.
- Blogs de referencia. Similares a los blogs temáticos, pero sin tener esa especialización, tratan de todos los temas, proponen nuevos recursos de información, etc.
- Blogs de clubes de lectura. Los miembros del club utilizan esta herramienta para transmitir información sobre las lecturas y compartir sus opiniones.
- Blogs de recomendación de lectura. Son bastante frecuentes, la biblioteca sugiere a través del blog lecturas a sus usuarios. Normalmente aparecen fragmentados por edades, tipo de contenido, etc.

- Blogs de marketing. De forma muy similar a los blogs de noticias pretenden conseguir que la biblioteca tenga nuevos usuarios, dar a conocer los servicios de la biblioteca, darle, si es preciso, un toque más humano.
- Blogs para construir comunidad. La intención del blog es conseguir la participación de los usuarios, crear una comunidad alrededor de la biblioteca y su servicio web. Es el proceso más complicado y no siempre se consigue. Estos blogs suelen ofrecer información más allá de la biblioteca y de los recursos de información, ofrecen informaciones de interés para sus usuarios.
- Blogs de uso interno. Estos blogs no están destinados a los usuarios, su objetivo es mejorar la comunicación interna de la biblioteca. A veces actúan como herramienta de gestión del conocimiento.

Ejemplos de blogs bibliotecarios

Los ejemplos de blogs son muy numerosos y muy variados. En este listado se presentan algunos ejemplos de blogs o instituciones que han implantado los blogs como herramienta de comunicación con sus usuarios. Actualmente es posible poner ejemplos centrándonos sólo en bibliotecas españolas.

Los ejemplos más destacados serían:

- Blogs de promoción de la lectura de las bibliotecas vascas. Las bibliotecas municipales de Euskadi crearon una serie de blogs donde difunden cooperativamente sus novedades bibliográficas. Existen varios blogs especializados por edades, música y cine. El contenido de todos estos blogs se puede consultar de forma conjunta den Bateginik <<http://www.muskiz-liburutegia.org/biblioteca/Sindikazioa/bateginik.php>>.
- Biblioteca Universitària de Sabadell (UAB) Esta biblioteca universitaria ha creado dos blogs, BUS Empresarials <<http://blogs.uab.cat/busempresarials/>> y BUS Informàtica <<http://blogs.uab.cat/businformatica/>>, para cada una de las dos escuelas que atiende. Los blogs están publicados con una herramienta de la propia Universitat y publican, principalmente, noticias relacionadas con esas áreas de estudio (también sobre la biblioteca, pero no

son mayoría). En los menús laterales se han integrado diversos canales RSS, algunos gestionados por la biblioteca y otros presentan las novedades de sitios web y blogs relevantes en la materia.

- Blogs de las bibliotecas de la Universidad de Sevilla <http://bib.us.es/aprendizaje_investigacion/guias_tutoriales/blogs-ides-idweb.html>. En la Universidad de Sevilla varias de sus bibliotecas tienen blogs especializados en sus distintas materias, con diferentes estilos y realizados con diferentes plataformas. Existen

también dos blogs generales de temáticas profesionales, destinados principalmente al personal de la biblioteca.

- Clubes de lectura de las Bibliotecas Municipales de A Coruña. <<http://bclubectura.googlepages.com>> Blogs de apoyo a todos los clubes de lectura de la Red de Bibliotecas Municipales.
- 365 días de libros. <<http://365diasdelibros.blogspot.com>>. Fue uno de los primeros blogs de bibliotecas universitarias, está destinado al fomento de la lectura entre la comunidad universitaria.



Las [bibliotecas municipales de A Coruña](#) ofrecen este espacio como lugar para [comentarios](#), [noticias](#) y [recursos](#) de sus clubes de lectura presenciales y virtuales. También puedes participar, aunque no pertenezcas a ningún club, dejando tu opinión sobre alguno de los libros presentados.

::: Los blogs de nuestros Clubes :::
Ciberclub :: [B. M. Castrillón](#) :: [B.M. Monte Alto](#)
[B. M. ForumMetropolitano](#) [[Club de la tarde](#)] - [[Club de mañana](#)]

Y si eres de los que aún no saben qué son los blogs, weblogs, bitácoras..., [entérate ya](#) y no esperes a ser el último en conocerlos.



Ayuntamiento de La Coruña
Concello de A Coruña



[Bibliotecas Municipales de A Coruña](#) | [Dónde estamos](#) | [Contacto](#) |

Fig. 5. Blogs de las Bibliotecas Municipales de A Coruña.

Algunos consejos para tener un blog

Lo más importante es no olvidar que el blog es sólo una herramienta, una tecnología y una forma de relacionarse con los usuarios, pero ha de perseguir un objetivo concreto. El blog nunca puede ser un fin en sí mismo, así que la primera acción a realizar es pensar cuál va a ser el objetivo de ese blog y valorar si ésta es la herramienta más adecuada. Si se falla en este punto, es más que probable que el blog no funcione como se esperaba. Otras decisiones que se han de tener en cuenta, valorar, experimentar y probar son:

- ✓ Optar por un servicio gratuito de alojamiento gratuito o por un software instalado en un servidor local, en ambos casos ¿Qué servicio? ¿Qué software?
- ✓ Decidir la apariencia que va a tener el blog. Una mayor personalización puede ser mucho mejor para los usuarios y presentar una herramienta más integrada con otros productos de la biblioteca (página web, catálogo, etc.) pero tendrá unos costes en personal mucho mayor y es posible que se pierdan aspectos de la personalización con las actualizaciones.
- ✓ Establecer cómo se va a promocionar el blog: desde la página web de la biblioteca, con materiales impresos (por ejemplo con puntos de lectura) o desde otros sitios web.
- ✓ Relacionarse con la blogosfera de la comunidad a la que sirva la biblioteca, para ello se tendrá que tener una política de enlaces, enviar correos de presentación, etc.
- ✓ Decidir quién va a firmar los *post*. Los puede firmar la biblioteca como institución, pero es recomendable que estén firmados con nombres y apellidos por quien redacte la entrada o algún responsable de la biblioteca.
- ✓ Delimitar la política editorial con respecto a los contenidos del blog: enlaces, forma de presentar las imágenes, estilo de lenguaje, etc. Es conveniente tener redactada una pequeña guía de estilo. Es conveniente recordar la insistencia de muchos autores en usar un tono de lenguaje conversacional, no impersonal y no oficial.
- ✓ Decidir los procesos de control sobre los comentarios que van a enviar los usuarios. Es conveniente tener previamente redactadas unas normas sobre cuáles son los usos permitidos y cuáles no y, por tanto, que justificarán la eliminación de un comentario; así como redactar también un aviso legal sobre las responsabilidades de quien gestiona el blog y de quien realiza el comentario.
- ✓ Tener en cuenta la formación del personal que va a ser necesaria, así como los recursos tecnológicos que puede que hagan falta: cámara de fotos digital, cámara de vídeo, micrófono, etc.
- ✓ Establecer los criterios de evaluación del blog: comentarios, enlaces recibidos, visitas, encuestas de satisfacción, etc.

Las wikis: escribir entre todos

¿Qué es una wiki?

Una wiki es una página web que se caracteriza por permitir la edición colaborativa, es decir, es construida de forma conjunta por varios autores a través de sus navegadores web. Sus entradas están en permanente revisión y abiertas a un grupo de de usuarios/autores que puede ser más o menos amplio. Las wikis cuentan con una serie de funcionalidades que las convierten en herramientas seguras y fáciles de gestionar. Los usuarios se pueden auto-registrar, aunque la wiki puede estar limitada sólo a un grupo concreto. Las entradas tienen un historial de cambios donde se puede consultar (y deshacer) las modificaciones realizadas por los distintos usuarios.

Meredith Farkas, una de las personas que más ha estudiado las wikis y su aplicación a las unidades de información considera a las wikis como una herramienta absolutamente democrática porque “como cada usuario puede añadir o editar el contenido elaborado por otro. El resultado final, en teoría, representa un cierto consenso entre la comunidad” [Farkas, 2007]

Los elementos más corrientes en una wiki son:

- Artículos o entradas: constituyen las páginas del contenido principal.
- Módulo de edición para modificar el contenido del artículo.
- Páginas de discusión, para el intercambio de opiniones sobre los artículos entre los miembros de la comunidad.
- Historial de cambios que permite ver y deshacer los cambios realizados a la entrada de la wiki.
- Motor de búsqueda en su contenido.

Sin duda la wiki más famosa es la **Wikipedia** <<http://www.wikipedia.org>>, una enciclopedia libre, abierta y global donde los lectores pueden añadir entradas, modificarlas o ampliarlas, lo cual ha convertido a la Wikipedia en una de las fuentes de referencia más importantes. Según sus propios datos cuenta con más de 10 millones de artículos y ediciones en 253 idiomas. La Wikipedia en castellano tiene a fecha de hoy (julio de 2008) más de 390.000 artículos y aproximadamente 20 millones de visitas al día.

Herramientas para construir wikis

MediaWiki <<http://www.mediawiki.org>> pasa por ser el software más utilizado para construir wikis. Se trata de una herramienta de software libre mantenida por la Fundación Wikimedia y es el sistema sobre el que está construida la Wikipedia. Requiere ser instalada en un servidor y el gran número de usuarios que tiene y las numerosas instalaciones generan una comunidad de conocimiento muy amplia.

La principal ventaja de optar por MediaWiki es que se dispone de numerosos materiales de ayuda elaborados por y para los usuarios de la Wikipedia. Al tratarse del mismo sistema de publicación estos materiales pueden ser utilizados para los usuarios de nuestra wiki. Para los visitantes, el formato de presentación de MediaWiki ya les resulta familiar, lo cual puede facilitar la comprensión de la página y del servicio que se les está ofreciendo.

El principal inconveniente de MediaWiki es que la edición de sus contenidos no se basa en HTML, el estándar de las páginas web y, pese a que cuenta con un editor visual, la edición de sus contenidos requiere cierto aprendizaje por parte de los colaboradores. En cambio, la consulta resulta muy

sencilla. La necesidad de un servidor propio y una instalación local puede ser una limitación para las bibliotecas y centros de información con escasos recursos.

Las bibliotecas que no deseen realizar una instalación en un servidor, o los usuarios particulares o para algunos proyectos puntuales, pueden utilizar alguno de los servicios gratuitos que permiten crear y alojar una wiki de forma sencilla, si bien en ocasiones podemos tener problemas para compartir las contraseñas entre los usuarios. Estos servicios permiten registrarse y crear un subdominio para la propia wiki. Normalmente permiten la creación de contenidos mediante un editor visual y en código HTML.

Dentro de estos servicios hay que destacar **Wikispaces** < <http://www.wikispaces.com>>, **WetPaint** < <http://www.wetpaint.com>> y **PBWiki** < <http://pbwiki.com>>, posiblemente el más popular.

Las wikis en los centros de información

La wiki es una herramienta con muchas posibilidades en bibliotecas y centros de información. Su utilización es menor que los blogs, pero es una herramienta que permite participar a los usuarios en la elaboración de contenidos. La utilización de las wikis en las bibliotecas gira en torno a cuatro ejes fundamentales:

1. **Uso interno.** Su flexibilidad en la publicación por parte de varios autores y el control de versiones la convierten en una buena herramienta para intranets. Muchas bibliotecas e instituciones [Wiebrands, 2006] utilizan herramientas wikis como herramienta de intranet y gestión del conocimiento [Casey, 2007].
2. **Elaboración de guías de recursos.** Muchas bibliotecas ofrecen a sus usuarios selecciones de recursos web comentadas. Las wikis permiten



Fig. 6. Las wikis permiten la edición colectiva (Fuente: <http://www.linux-magazine.es/issue/01>).

ofrecer este servicio de una forma más eficiente, ya que ahora la edición ya no tiene que recaer sólo en una persona, se puede abrir a un grupo más amplio (más bibliotecarios, usuarios, etc.) y se puede utilizar los foros de discusión para que los usuarios aporten sus comentarios y opiniones.

3. Elaboración de manuales. Los continuos cambios en las interfaces, con mejoras sobre su presentación y funcionalidades ha convertido la edición de manuales de usuario en una tarea complicada. Algunas bibliotecas los elaboran en PDF, pero, cada pequeño cambio implica volver a editar todo el documento. Algunas bibliotecas han empezado a desarrollar manuales para los usuarios o para uso interno con herramientas wiki, donde los cambios son mucho más rápidos de publicar y los usuarios siempre disponen de la última versión.
4. Guías de información local. En el contexto de la biblioteca pública es posible que la biblioteca ofrezca una wiki para que actúe como guía de la localidad con información del tipo que consideren oportuno: turismo, historia local, etc. La biblioteca seguramente no puede afrontar por sí sola crear y mantener todo ese contenido, pero sí ofrecer el espacio para que los usuarios lo hagan.

Ejemplos de wikis en bibliotecas

Varias bibliotecas están utilizando ya las wikis para ofrecer servicios. Siguiendo con la clasificación citada anteriormente algunos ejemplos podrían ser:

— Uso interno:

- Cursos de formación Universidad de Sevilla Biblioteca – SACU <<http://alfin.wiki.zoho.com>>.
- Pautas de catalogación del CCUC <<http://pautas.cbuc.cat>>.

— Guías de recursos

- En el entorno español las más desarrolladas y las más citadas son las de la Biblioteca de la Universidad de Sevilla. <<http://fama2.us.es:8080/wikibus/>>.
- Las guías de la St. Joseph County Public Library son también de las más citadas dentro de las bibliotecas públicas. <<http://sjcpl.lib.in.us/subjectguides>>.

Sin duda la wiki más famosa es la Wikipedia, una enciclopedia libre, abierta y global donde los lectores pueden añadir entradas, modificarlas o ampliarlas.

- The Biz Wiki es una wiki especializada en economía y empresa. Presenta los distintos recursos que pueden interesar a los usuarios en un formato wiki, con los índices de algunas obras de referencia vaciados y con una estructura de categorías muy trabajada. <<http://www.library.ohiou.edu/subjects/bizwiki/>>.
- Manuales de formación
- Gestión de bibliografías y citas. Manual para ayudar a los usuarios a elaborar bibliografías. <<http://construbibliocitas.wetpaint.com>>.
- Guías de información local.
- Stevens County Wiki Projec. <<http://www.scrldwiki.org>>.

Algunas consideraciones para crear una wiki

Es importante tener claros los objetivos de la wiki, porque de ello dependerá el aspecto más importante: a quién se le va a permitir editar los contenidos. Si se pretende elaborar una guía de recursos, lo más habitual es permitir la edición a un grupo considerable de bibliotecarios, por ejemplo, todo el personal de referencia, si se va a construir una guía sobre una localidad se ha de abrir la participación a una comunidad más amplia.

Para decidir el software que mejor se adapta a las necesidades planteadas existe un sitio web llamado **WikiMatrix** <<http://www.wikimatrix.org>> donde se pueden comparar un gran número de herramientas en base a un gran número de variables.

La formación de personal será casi imprescindible, así como celebrar alguna actividad formativa que permita a los usuarios conocer este sistema de edición. Es conveniente que exista alguna persona de referencia y que haya un área de pruebas para los participantes puedan perder el miedo a un sistema de trabajo al que no están acostumbrados.

La biblioteca ha de supervisar los cambios en la wiki, lo cual podrá hacerse directamente en la wiki o mediante canales RSS, por lo que será un criterio a valorar a la hora de optar por una herramienta u

otra. Éste es precisamente uno de los puntos débiles de MediaWiki. Si se pretende crear una wiki de información local es posible que haya enfrentamientos entre usuarios que tengan puntos de vista contrapuestos. La biblioteca debe detectar estos enfrentamientos (a través de las actualizaciones de las entradas en la wiki) y actuar sobre ellos.

Todos los programas de gestión de wikis permiten conocer quién y cuándo se ha modificado información. Para construir una wiki de este tipo es conveniente buscar alianzas con centros educativos, por ejemplo, para incluir en la wiki los trabajos de los alumnos, o con asociaciones para animar a sus miembros a participar en los contenidos.

The screenshot shows the 'Biblioteca 2.0 y más' wiki page. At the top left is the SEDIC WIKI logo. Below it is a navigation menu with links like 'Portada', 'Portal de la comunidad', 'Actualidad', 'Cambios recientes', 'Página aleatoria', and 'Ayuda'. There is also a search bar and a 'herramientas' section with links like 'Lo que enlaza aquí', 'Seguimiento de enlaces', 'Subir archivo', 'Páginas especiales', 'Versión para imprimir', and 'Enlace permanente'. The main content area has tabs for 'artículo', 'discusión', 'editar', and 'historial'. The title is 'Biblioteca 2.0 y más' with a subtitle '(Redirigido desde Biblioteca2.0+)'. Below the title is a large graphic with the text 'Biblioteca 2.0 y +'. The main text welcomes users and explains the wiki's purpose: 'Esta wiki es una recopilación de recursos, materiales y ejemplos para dar apoyo complementario a la Comunidad de prácticas: Web social para profesionales de la información [1]'. It also mentions the intention to continue and grow the wiki. Below the text is an 'Índice' section with a list of 18 topics: 1. Recursos sobre web social, 2. Biblioteca 2.0, 3. Weblogs, 4. Microblogs, 5. Sindicación de contenidos, 6. Páginas de inicio, 7. Aplicaciones ofimáticas, 8. Widgets, 9. Geoaplicaciones, 10. Archivos compartidos, 11. Podcast, 12. Wikis, 13. Mensajería, 14. Etiquetado, 15. Favoritos sociales, 16. Filtrado de noticias, 17. Guías sociales, 18. Redes sociales. At the bottom right of the main content area is an '[editar]' link. At the bottom of the page is a category box: 'Categoría: Biblioteca 2.0 y más'.

Fig. 7. Wiki de la Comunidad de prácticas Biblioteca 2.0 y + (Fuente: <http://wiki.sedic.es/index.php/Biblioteca2.0+>).

Marcadores sociales: etiquetar la web

Los favoritos sociales

Desde los inicios de la web, los navegadores permiten a los usuarios guardar las páginas de su interés en un menú llamado Favoritos o Marcadores (*Bookmarks* en inglés). Normalmente la lista de favoritos de un usuario medio crecía de forma considerable, de tal forma que llegaba a ser inmanejable. Además existía una serie de problemas, como que esos enlaces favoritos sólo estaban disponibles en un ordenador concreto y era frecuente perderlos por algún problema informático.

Para solucionar estos problemas surgieron unos sitios web llamados *social bookmarking* o marcadores sociales, donde los usuarios pueden guardar sus enlaces favoritos. Estos sitios también ofrecen la posibilidad de que los usuarios asignen etiquetas (*tags* o palabras clave) y comentarios para describir los sitios web. Las funcionalidades sociales de estos sitios se reflejan en el hecho de que los usuarios puedan establecer entre sí relaciones para permanecer en contacto, descubrir otros usuarios con intereses similares, recomendarse enlaces, etc.

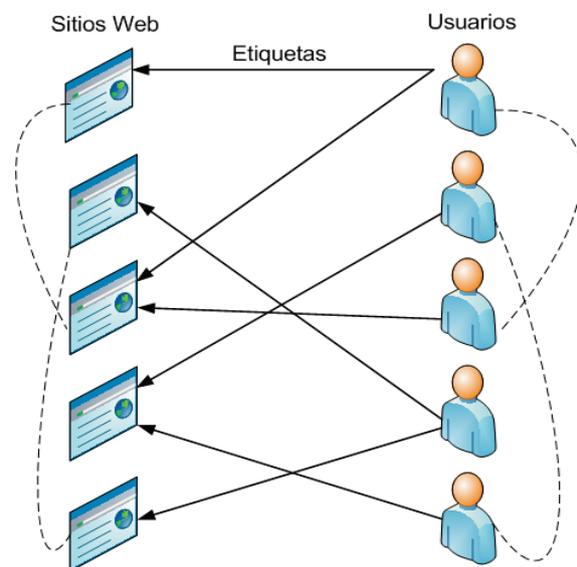
Delicious y servicios similares

El primer servicio de marcadores sociales y el más utilizado en la actualidad es **Delicious** <<http://delicious.com>>. Destaca por ser sencillo de utilizar pero con funcionalidades interesantes y herramientas para reutilizar la información introducida en este servicio de marcadores.

Los resultados de las búsquedas en Delicious indican el número de usuarios que tienen guardada esa dirección entre sus favoritos, lo que nos da una idea de su popularidad. Permite también explorar

las etiquetas asignadas por los distintos usuarios y navegar entre los enlaces que éstos han guardado.

Los usuarios registrados pueden guardar sus propios enlaces, establecer vinculaciones con otros usuarios y conocer de forma sencilla los enlaces que van guardando sus contactos y recomendar enlaces directamente a un usuario concreto. La utilización de etiquetas a la hora de compartir objetos digitales y las funcionalidades sociales nos permite descubrir nuevas relaciones entre los usuarios y los objetos digitales. El etiquetado es una de las causas por las que la web social se ha desarrollado tan rápidamente al relacionar recursos sobre los mismos temas descritos por usuarios diferentes.



Las etiquetas relacionan a usuarios con intereses similares y a sitios web con temáticas similares

Fig. 8. Funcionamiento de los marcadores sociales.

Otras funcionalidades de gran utilidad son:

- La posibilidad de crear URLs amigables fáciles de construir y de entender, que facilitan el acceso a los contenidos seleccionados.
- La existencia de canales RSS personalizados que permiten suscribirse a las novedades de un determinado interés: enlaces de un usuario, etiquetados con un término en concreto, etc.
- Herramientas para la presentación del contenido de la cuenta de Delicious en cualquier página web (*tagroll* y *linkroll*), una herramienta muy importante para reutilizar la información.

Otras páginas web de marcadores sociales son **Spurl** <<http://www.spurl.net>>, **Simpy** <<http://www.simpy.com>>, **Mister Wong** <<http://www.mister-wong.es>>, **Furl** <<http://www.furl.net>> y **Unalog** <<http://unalog.com>>, conocido por ser una herramienta en software libre.

Estas aplicaciones han sido estudiadas por varios autores [Rethlefsen, 2006a y Hammond, 2005] que puede servir de ayuda a la hora de decidir cuál es la herramienta más adecuada para el servicio que se desea ofrecer.

Delicious en las bibliotecas

Dentro de las unidades de información el servicio de referencia es el que más puede salir beneficiado es esta herramienta. Suele ser habitual que las bibliotecas ofrezcan selecciones de recursos web de interés para sus usuarios. Tradicionalmente estas listas se ponían a disposición de los usuarios mediante páginas web planas o con bases de datos específicas o mediante el catálogo de la biblioteca. Delicious permite crear estas listas de recursos de forma mucho más sencilla, utilizando su herra-

menta *linkroll* que permite reproducir los enlaces guardados en Delicious como parte del contenido de otra página web. Estos listados se actualizan de forma automática al guardar nuevos enlaces.

Existen numerosas bibliotecas que utilizan este sistema, como por ejemplo la Biblioteca Universitaria de Sabadell – UAB <<http://del.icio.us/bu-suab>>, La Biblioteca de Humanidades Universidad de Sevilla <<http://del.icio.us/bibhuma>>, la sección de referencia de la Biblioteca de la UNED <<http://del.icio.us/brelreferencia20>> o la del Centro Oceanográfico de Vigo <<http://del.icio.us/bibcovigo>>.

Hay más ejemplos disponibles en:

- Bibliotecas que usan del.icio.us
<http://www.deakialli.com/2007/09/24/bibliotecas-que-usan-delicious>
- Delicious, indeed
<http://www.blogwithoutalibrary.net/?p=213>
- Del.icio.us Libraries
<http://angelacw.wordpress.com/2007/06/04/delicious-libraries>

Para trabajar con Delicious lo más habitual es que exista una única cuenta para toda la biblioteca y el personal comparta la contraseña de esa cuenta. Mediante una serie de etiquetas acordadas previamente el personal puede guardar y organizar los enlaces que deseen compartir. Desde la página web de la biblioteca se construyen los *linkrolls* filtrados por etiquetas o las nubes de etiquetas. De esta forma todo el personal implicado puede actualizar los contenidos de una forma mucho más sencilla. El utilizar nubes de etiquetas permite un sistema de navegación mucho más visual, apreciado por los usuarios más jóvenes.

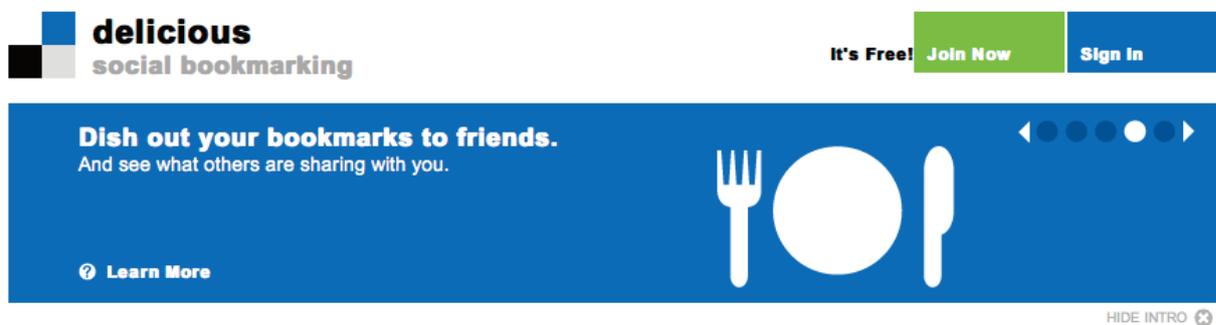


Fig. 9. Delicious.us es el sitio de marcadores sociales más empleado.

Consejos para utilizar Delicious

Delicious es una herramienta muy potente para compartir enlaces. Puede ser utilizada para muy distintos objetivos en función de los usuarios. Su principal potencialidad no es sólo poder guardar los enlaces, es que el trabajo que se ha hecho seleccionándolos, etiquetándolos, etc., puede ser reutilizado en otro sitio web, ahorrando mucho tiempo y esfuerzo en las tareas de actualización.

A la hora de utilizar Delicious o cualquier herramienta de este tipo en la biblioteca, es conveniente seguir algunos consejos.

- ✓ Es mejor utilizar una única cuenta para la biblioteca y utilizar etiquetas para organizar los contenidos, que varias cuentas, pues luego se pueden tener problemas a la hora de mostrar la información.
- ✓ Aprovechar las funcionalidades sociales: buscar usuarios o bibliotecas con los mismos intereses que nuestro servicio y pedir la participación de otros usuarios. De esta forma, se podrán descubrir más fácilmente nuevos recursos. Dar a conocer la herramienta (y la presencia de la biblioteca) entre los usuarios.
- ✓ Utilizar las etiquetas de forma estable, reorganizarlas y supervisarlas periódicamente para evitar los típicos problemas del lenguaje no controlado.
- ✓ Emplear etiquetas clave si es preciso, por ejemplo un código que represente un programa de formación, una actividad concreta, etc.
- ✓ Revisar periódicamente si los enlaces siguen estando activos.
- ✓ Reutilizar los contenidos en la web de la biblioteca: listas de enlaces y nubes de etiquetas.
- ✓ Si es preciso combinar dos etiquetas, es preferible hacerlo con el signo +, por ejemplo es preferible Bibliotecas+Publicas a Bibliotecas_Publicas.
- ✓ Usar los canales RSS que ofrece para dar a conocer los nuevos enlaces y los *linkrolls* para mostrar listas completas.



Fig. 10. Etiquetas Delicious de la Sección de Referencia de la Biblioteca de la UNED.

Gestores de referencias sociales: una herramienta para la ciencia 2.0

Gestores de referencias colaborativos

La administración de referencias bibliográficas también es posible empleando herramientas de la web social. Los clásicos índices de citas cobran aún más valor si se elaboran de forma participativa. A partir de la denominación de gestores de referencias sociales es difícil intuir la utilidad de este tipo de servicios web. Su característica principal consiste en aplicar las funcionalidades sociales a la gestión de las referencias bibliográficas.

Cuando se realiza un trabajo de investigación es necesario recopilar toda una serie de referencias bibliográficas de trabajos previos en los cuales se ha basado la investigación en curso. Los gestores de citas o referencias bibliográficas permiten recopilar, describir y organizar con mayor comodidad estas referencias. Existen algunas herramientas de este tipo propietarias y que las universidades y otros centros de investigación suscriben para que sus usuarios tengan acceso a ellas.

Pero la Web 2.0 ha traído también las funcionalidades sociales a este tipo de herramientas. Los gestores de referencias sociales no permiten únicamente gestionar estas referencias, también permiten compartirlas, etiquetarlas, valorarlas, establecer relaciones con otros usuarios, etc. Así, estos sitios se convierten no sólo en sitios para guardar las referencias, pasan a ser herramientas de descubrimiento que permiten a los investigadores conocer nuevos recursos.

Las funcionalidades de estos servicios son muy similares a las de los marcadores sociales explicados en el apartado anterior, de hecho muchos autores consideran a estos servicios como marcadores sociales académicos, con objetivos un poco distintos y con una estructura de metadatos más avanzada incluyendo autor, fuente, etc.

Herramientas más conocidas

Los sitios web más destacados de este grupo son:

- **CiteULike** <<http://www.citeulike.org>> Es un servicio gratuito y el más avanzado de este grupo. Está disponible en varios idiomas y es compatible con la mayoría de portales de revistas electrónicas, de donde puede obtener de forma automática los metadatos del artículo.
- **Bibsonomy** <<http://www.bibsonomy.org>> Es el servicio de este tipo desarrollado por la Universidad Kassel (Alemania) y es el más utilizado en ese país. Está desarrollado por y para científicos. Su principal característica es que separa los registros guardados entre *Bookmarks* para las páginas web y *Publications* para las publicaciones compatibles con el sistema [Jäsche, 2007].
- **Connotea** <<http://www.connotea.org>> Es una iniciativa del Nature Publishing Group [Lund, 2005] que permite a los investigadores compartir enlaces y describirlos con estructuras de metadatos bibliográficos, además de etiquetas, comentarios, etc. Desde un punto de vista bibliotecario su funcionalidad más relevante es su compatibilidad con los sistemas de OpenURL y el usuario puede configurarlo para el servidor de enlaces al que tenga acceso. Connotea está disponible en como software libre, por lo que sería posible descargarlo y crear un servidor con estas prestaciones para una comunidad concreta.
- **2Collab** <<http://www.2collab.com>> Es el de aparición más reciente. Es un servicio gratuito ofrecido por la editorial Elsevier. 2Collab está integrado con ScienceDirect, el servicio de revistas electrónicas de esta editorial, lo cual su-

pone una inmejorable plataforma de darse a conocer entre los investigadores. Tiene funcionalidades muy similares a Connotea, aunque quizá su rasgo más significativo sea que indica las citas que ha recibido ese artículo en la base Scopus y permite visualizarlos aunque no se tenga suscrita esa base de datos.

Las bibliotecas y los gestores de citas sociales

Pese a que estas herramientas sí que son utilizadas por los usuarios, pocas bibliotecas ofrecen servicios con ellas. Normalmente, las bibliotecas utilizan para sus servicios las herramientas contratadas por ellas mismas. El ejemplo más implantado es RefWorks <<http://www.refworks.com>>, suscrito por la mayoría de las bibliotecas universitarias españolas. Las bibliotecas utilizan estos gestores de referencias para ofrecer y elaborar bibliografías. El principal papel de las bibliotecas en estas herramientas es el de conocerlas para ser capaces de ofrecer recomendaciones a nuestros usuarios y formarlos en aquellos aspectos que necesiten.

Existen trabajos que comparan estas herramientas y establecen los elementos sobre los que se debe prestar atención a la hora de optar por uno u otro [Serrat, 2005; Rethlefsen, 2006b; Gimenez, 2007].

Entre los factores más importantes que hay que analizar cabe destacar:

- Posibilidad de importar-exportar registros en distintos formatos
- Compatibilidad con las distintas herramientas de información ofrecidas por la biblioteca.
- Compatibilidad con el servidor de enlaces-OpenURL que ofrezca la biblioteca.
- Posibilidades de personalización.
- Reutilización de la información introducida mediante canales RSS, Widgets, URLs amigables y semánticas, etc.
- Estructuras de metadatos soportadas.
- Funcionalidades sociales para que los usuarios puedan establecer sus propios contactos y canales de alerta y de filtrado.

La opción de crear un servicio de este tipo para una comunidad concreta (como pueda ser una Universidad, un centro de investigación, etc.) es algo que merece una reflexión profunda. Si bien existen ejemplos en este sentido, como puede ser PennTags <<http://tags.library.upenn.edu>>, es conveniente valorar si la comunidad a la se va ofrecer tiene la amplitud y la cultura de participación suficientes como para que el servicio sea efectivamente útil y fomente la utilización por parte de sus usuarios.

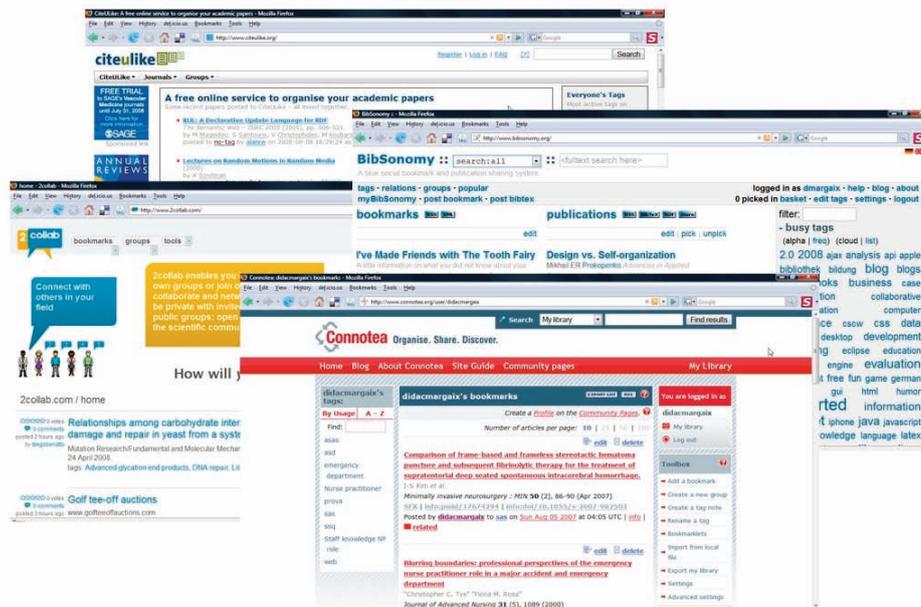


Fig. 12. Principales herramientas de gestión de citas sociales.

Las herramientas de catalogación social: compartir lecturas

La catalogación compartida

Muchas personas tienen pequeñas bibliotecas en sus domicilios y les gusta disponer de herramientas informáticas que les permitan organizar estos libros o guardar un registro de las lecturas que ha realizado. Mientras que las bibliotecas y sus sistemas integrados de gestión han visto limitadas estas funcionalidades por motivos de la protección de datos, muchos usuarios han decidido compartir sus lecturas, catalogar sus libros y comentarlos junto con otros usuarios que, en la mayoría de ocasiones, no se conocen entre ellos.

Las herramientas de catalogación social aplican los principios de la web 2.0 a las colecciones de libros y otros soportes. La idea común a estos sitios es que los usuarios crean un perfil y asocian a ese perfil registros bibliográficos donde los propios usuarios incluyen nueva información: etiquetas, comentarios, puntuaciones, etc. A partir de ahí, se genera toda una serie de relaciones entre los distintos usuarios y los documentos, nuevas formas de búsqueda y representación de la información, sistemas de recomendación, etc. Los usuarios se organizan en grupos por intereses afines, autores favoritos, etc. Estas herramientas son todo lo que debería ser el catálogo de una Biblioteca 2.0.

LibraryThing y otras herramientas de catalogación social

La primera herramienta de catalogación social que apareció fue **LibraryThing** <<http://www.librarything.es>>. Su impacto en el entorno bibliotecario es sólo comparable al que tuvo **Amazon** <<http://www.amazon.com>> en los años 90. En esta web los usuarios pueden catalogar de forma muy simple sus bibliotecas particulares y, a partir

de ahí, construir comunidades utilizando todas las potencialidades del software social [Rethlefsen, 2007a].

Para incluir un libro en la biblioteca personal se realiza una búsqueda por autor, título, ISBN, ... LibraryThing realiza una consulta en Amazon y una serie de grandes catálogos de bibliotecas y con un simple *click* el libro queda añadido a la biblioteca del usuario, cargando automáticamente la información bibliográfica. Posteriormente se puede personalizar esta información.

Es importante observar cómo LibraryThing organiza y presenta la información. Todas las ediciones y traducciones de una misma obra se visualizan conjuntamente, lo cual permite mostrar todos los comentarios, las etiquetas y las puntuaciones asignadas por los usuarios a esa obra. Existen múltiples opciones de navegación: a través de las etiquetas, de las bibliotecas de los usuarios, de las páginas de los autores, de los mensajes en los foros y de las recomendaciones elaboradas automáticamente por el sistema. Su sistema de recomendaciones se considera más depurado que el de Amazon.

En LibraryThing los usuarios pueden realizar las siguientes acciones: catalogar sus bibliotecas, incluir nuevos libros, añadir cubiertas de los libros, añadir etiquetas, puntuaciones y comentarios sobre los libros, conocer una amplia serie de estadísticas, valorar los comentarios de otros usuarios, suscribirse a numerosos canales RSS, crear grupos de usuarios y mantener conversaciones, incluir información sobre los autores e incluso mejorar la traducción de la web. LibraryThing se convierte así en un ejemplo de cómo se pueden aplicar las actitudes de la web 2.0 (confianza radical en el usuario, aprovechamiento de la

inteligencia colectiva, arquitectura de datos abierta, beta perpetuo,...) a los catálogos bibliográficos.

Existen otras herramientas de catalogación social y estudios comparativos entre ellas [Rethlefsen 2007b]. Entre las más importantes destacan: **aNo-bii** <<http://www.anobii.com>>, **Shelfari** <<http://www.shelfari.com>>, **Gurulib** <<http://www.gurulib.com>> o **Lib.rario.us** <<http://lib.rario.us>>, pero ninguno de ellos tiene una comunidad de usuarios tan amplia como LibraryThing. Existe un sitio de este estilo en castellano **QueLibroLeo** <<http://www.quelibroleo.com>>.

Los servicios de catalogación social y las bibliotecas

La mayoría de bibliotecas utilizan este tipo de servicios para recomendar lecturas a sus usuarios o mejorar su política de adquisiciones [Wyatt, 2007]. Los comentarios de los usuarios, sus etiquetas y las lista de libros recomendados en función de una obra que ha gustado al usuario, constituyen fuentes fundamentales para poder recomendar con mayor seguridad un libro de lectura a un usuario o para decidir las obras que se van a adquirir en función de las opiniones y recomendaciones de otros usuarios. También suelen contar con buenas herramientas de apoyo a clubes de lectura: foros de discusión, etc.

Otras bibliotecas utilizan LibraryThing para difundir novedades. Las posibilidades de re-utilización de estos contenidos permiten a las bibliotecas publicar sus novedades en los blogs, las páginas web institucionales, ofrecer canales RSS, etc. Es decir, cubrir todas las funcionalidades sociales que los catálogos de bibliotecas no ofrecen en la actualidad.

Algunas pequeñas bibliotecas especializadas han optado por hacer de LibraryThing su propio catálogo, así por ejemplo la biblioteca del Museo del Cómic de Nueva York usa como OPAC LibraryThing <<http://www.librarything.com/profile/moc-cany>>.

LibraryThing ofrece una herramienta llamada LibraryThing for Libraries, la cual permite mejorar el catálogo de la biblioteca insertando en el registro bibliográfico las etiquetas asignadas por los usuarios a esa obra, libros recomendados, ediciones similares, etc.

Estas herramientas son unos grandes aliados para las bibliotecas, pues permiten obtener un valiosísima información para realizar tareas bibliotecarias básicas y permiten cubrir funcionalidades que algunos bibliotecarios comienzan a echar de menos en los sistemas integrados de gestión bibliotecaria, aplicaciones que sin duda el mercado irá integrando en sus productos.

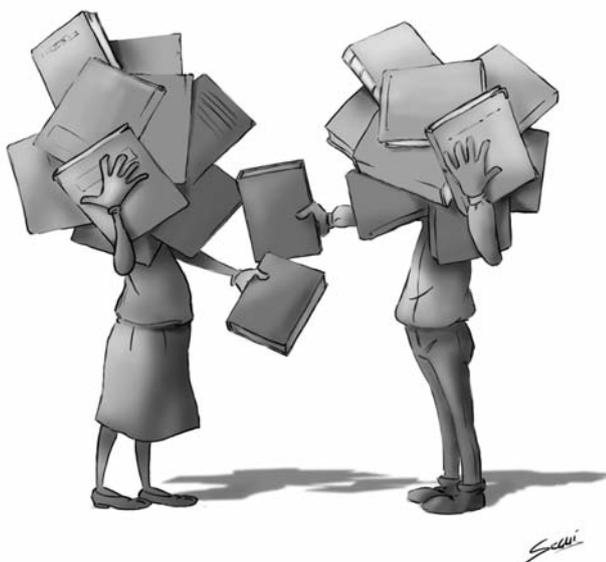


Fig. 13. Compartir lecturas a través de la web social (Imagen: © Guillermo Seguí).

La Web 2.0 y los catálogos bibliográficos: el OPAC social

Concepto de OPAC 2.0

El concepto de OPAC 2.0 ha sido estudiado por varios autores [Breeding, 2007; Maniega, 2008; Macías, 2008] y se puede entender como la aplicación de las tecnologías y las actitudes de la Web 2.0 al catálogo bibliográfico.

Desde la perspectiva de los profesionales de la información las tecnologías más importantes de la Web 2.0 son los lenguajes que permiten la sindicación de contenidos (básicamente RSS) y el software social, que engloba las aplicaciones informáticas que permite a los usuarios aportar el valor al sitio web y llevar a cabo una de las claves de la web 2.0: el aprovechamiento de la inteligencia colectiva.

Por aprovechamiento de la inteligencia colectiva se entiende un proceso por el cual, en primer lugar, se recopila información aportada por los usuarios de forma individual, ya sea aportada de forma deliberada o por el propio uso del sistema. En la segunda parte del proceso esa información se presenta agregada de tal forma que puede ser utilizada por otros usuarios para determinar que les resulta interesante y valioso y que no [Kroski, 2006].

Es importante justificar la necesidad de este tipo de aplicaciones e identificar que puede aportar la Web 2.0 a los OPACs. Michael Casey, quien estableció el término Biblioteca 2.0, afirma que los comentarios, las etiquetas y las puntuaciones de los usuarios permite crear un producto con más información para los siguientes usuarios [Casey, 2006]. Esta debería ser suficiente justificación, pero se pueden marcar tres objetivos del OPAC 2.0:

- Las tecnologías 2.0 son una más de las piezas que ayudan a mejorar la experiencia del usua-

rio (junto a otras como la usabilidad, la arquitectura de la información, etc.).

- Con unos datos más abiertos, el OPAC puede posicionarse mejor entre las herramientas de recuperación de información utilizadas por los usuarios.
- El uso de información social y el aprovechamiento de la inteligencia colectiva ayudarán a reforzar el papel del OPAC como una herramienta de descubrimiento de información y no sólo como localizador de documentos ya conocidos.

Ejemplos de OPACs 2.0

Algunas bibliotecas que ya han implementado OPACs con tecnologías 2.0 son:

— Danbury Library

<<http://cat.danburylibrary.org>>

Esta ha sido la primera biblioteca en implementar las herramientas de LibraryThing for Libraries. El objetivo es conseguir que los usuarios disfruten de los beneficios del aprovechamiento de la inteligencia colectiva sin esperar a que se produzca su participación. Las etiquetas y recomendaciones no se basan en las aportaciones de los propios usuarios de la biblioteca, se basan en las aportaciones de todos los participantes en *LibraryThing*.

— Hennepin County Library

<<http://www.hclib.org/pub/bookspace>>

La biblioteca del Condado de Hennepin establece un innovador planteamiento de la difusión de la información bibliográfica. En su página web hay una sección denominada Bookspace donde se ofrece información sobre las novedades bibliográficas. En su catálogo permite a los usuarios in-



Fig. 14. Posible información social en un catálogo bibliográfico.

cluir comentarios. La funcionalidad más interesante es la posibilidad de que los usuarios creen sus propias listas de lecturas recomendadas a partir del OPAC y decidan si quieren compartirlas con el resto de usuarios.

— Ann Arbor District Library
<<http://www.aadl.org/catalog>>

Esta ha sido otra de las bibliotecas revolucionarias en el movimiento 2.0 y aparece en todos los listados de ejemplos. Por una parte ha elaborado un modelo de página web muy dinámico y con un estilo cercano a los blogs. Posteriormente la biblioteca elaboró un auténtico OPAC Social que permite a los usuarios incluir etiquetas y comentarios sobre los documento y al resto de usuarios responder a esos comentarios. Incluye también la lista de sugerencias de préstamo y los canales RSS están generalizados en todo el catálogo (Blyberg, 2007).

— Warren E. Burger Library
<<http://library.wmitchell.edu>>

Esta biblioteca ha incorporado al catálogo botones de marcadores sociales, que permiten, a cualquier usuario, con un simple click enviar los

registros del catálogo a sitios web como del.icio.us o Digg. Otras bibliotecas han incorporado servicios similares.

— Universidad de Huddersfield
<<http://webcat.hud.ac.uk>>

El catálogo de esta biblioteca universitaria (basado en Horizon) ha desarrollado varias funcionalidades 2.0: establecimiento de canales RSS para las búsquedas, permitir a los usuarios establecer puntuaciones y comentarios y presentar títulos que se han prestado usuarios que también han prestado el documento que se está visualizando.

— KUG - Catálogo Colectivo de la Universidad de Colonia
<<http://kug.ub.uni-koeln.de>>

Este catálogo colectivo ha sido construido con la aplicación de software libre OpenBib. Presenta funcionalidades sociales basadas en tres aspectos básicos: etiquetas para mejorar las búsquedas, recomendaciones basadas en la actividad de los usuarios e interoperabilidad del sistema con otras herramientas como Wikipedia y BibSonomy [Flimm, 2007].

Proveedores de datos

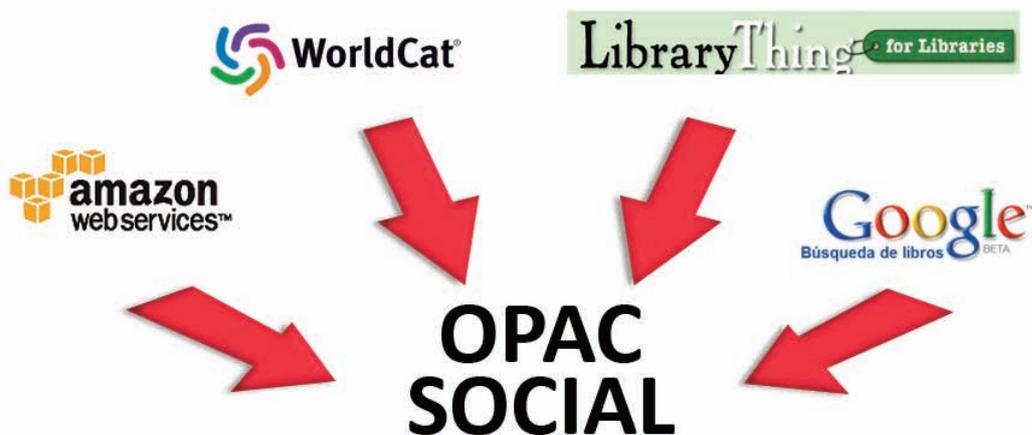


Fig. 15. Posibles proveedores de datos del OPAC social.

Origen de datos



Fig. 16. El OPAC social como proveedor de datos.

Las posibilidades del bibliotecario

Siendo realistas, las posibilidades de cualquier bibliotecario para poder modificar su OPAC suelen ser bastante limitadas. Cuando no se trata de herramientas excesivamente complejas y cerradas, se trata de problemas técnicos, o de dependencia de otros departamentos que pueden no ver con buenos ojos estos cambios. Otras veces los problemas vienen de la propia estructura bibliotecaria, ya que en las bibliotecas públicas, por ejemplo, se dispone de grandes catálogos colectivos donde las iniciativas individuales no siempre pueden verse recogidas.

El papel del bibliotecario debe ser el de motivador y facilitador de estas posibilidades, saber cuá-

les son aplicables a su comunidad y solicitarlos a sus proveedores. Muchas empresas del sector ya están desarrollando herramientas de este tipo y en la medida en que cada vez sean tecnologías más solicitadas por los usuarios y por los profesionales, las empresas irán incorporando estas tecnologías en sus productos.

Muchos de los aspectos de este tipo de OPACs siguen sin estar claros, por lo que habrá que tomar decisiones, a veces arriesgadas, sin temor a equivocarse y rectificar posteriormente. Sin duda, los OPACs van a cambiar y, más allá de la moda del término 2.0, la participación de los usuarios y la mezcla de datos parecen tendencias irreversibles en cualquier herramienta de información.

Geoaplicaciones: etiquetar el mundo

Compartir y etiquetar información geográfica

Las geoaplicaciones son sitios web que operan con mapas e indicadores geográficos. Su popularización vino de la mano de Google Maps y la publicación de su API, una serie de instrucciones que permitió a los desarrolladores crear nuevos servicios basados en Google Maps.

Dentro de este tipo de aplicaciones cabría destacar los siguientes ejemplos:

- **Google Maps** <<http://maps.google.com>> que, además de la consulta directa de mapas y callejeros, permite a los usuarios crear sus propios mapas y compartirlos, permitiendo así indicar puntos de interés, rutas, etc.
- **Panoramio** <<http://www.panoramio.com>>, donde los usuarios pueden compartir sus propias fotografías y geoposicionarlas sobre un mapa. La empresa alcanzó una notable popularidad en primer lugar porque sus fotografías eran visualizadas desde **Google Earth** <<http://earth.google.es>> y posteriormente por ser una empresa española adquirida por Google.
- **Tagzania** <<http://www.tagzania.com>> permite a los usuarios marcar ubicaciones en un mapa y etiquetarlas con términos descriptivos y compartir esa información y construir mapas de forma colaborativa. Esta idea de etiquetar lugares de forma voluntaria por parte de los usuarios hace que se hable de *geotags* o geoetiquetas y de *volunteered geographic information* (VGI) [Goodchild, 2007].
- **11870** <<http://11870.com>> posibilita a los usuarios crear su propio mapa con tiendas, bares, etc., y hacer comentarios sobre esos negocios, combinando así mapas y recomendaciones sociales.



Fig. 17. Geoetiquetado (Imagen: © Guillermo Seguí).

- **Platial** <<http://platial.com>>, ofrece servicios similares a los de Tagzania. Todos estos sitios permiten, además, insertar los mapas en otra página web, haciendo así la información más visible y reutilizable.

Uso en las bibliotecas

La mayoría de bibliotecas que utiliza los servicios de geoposicionamiento lo hace para indicar la ubicación de sus locales, pero permiten ofrecer multitud de servicios, como por ejemplo guías turísticas, rutas del municipio o la comarca o para indicar cualquier ubicación importante, por ejemplo puntos interesantes para estudiantes de geografía, etc.

Algunos ejemplos de utilización de estos mapas en el ámbito bibliotecario serían:

- Mapa literario de Manhattan <http://www.nytimes.com/packages/html/books/2005/0605_BOOKMAP_GRAPHIC> Elaborado por el New York Times y donde se ubican sobre un mapa 99 lugares de la isla que han sido escenario de famosas novelas.
- Geografías literarias de Muskiz <<http://www.muskiz-liburutegia.org/mapalit.html>> Ubica sobre un mapa las monografías vinculadas al municipio y su entorno.
- A City, a Book <<http://bibliotecaupv.wordpress.com/a-city-a-book>> Un proyecto de la Biblioteca de la Universidad Politécnica de Va-

lencia para conmemorar el vigésimo aniversario del programa Erasmus. Se invita a los estudiantes a ubicar sobre el mapa obras literarias que tuvieran como escenario ciudades europeas.

- Map2Books. Es el proyecto más interesante sobre el que se está trabajando actualmente y trata de combinar búsquedas en catálogos colectivos y la ubicación de las bibliotecas en un mapa, indicando la posición de las bibliotecas que tienen disponible esa obra. El proyecto sigue en fase de desarrollo pero ya han sido publicados sus avances [Serrano-Cobos, 2007].

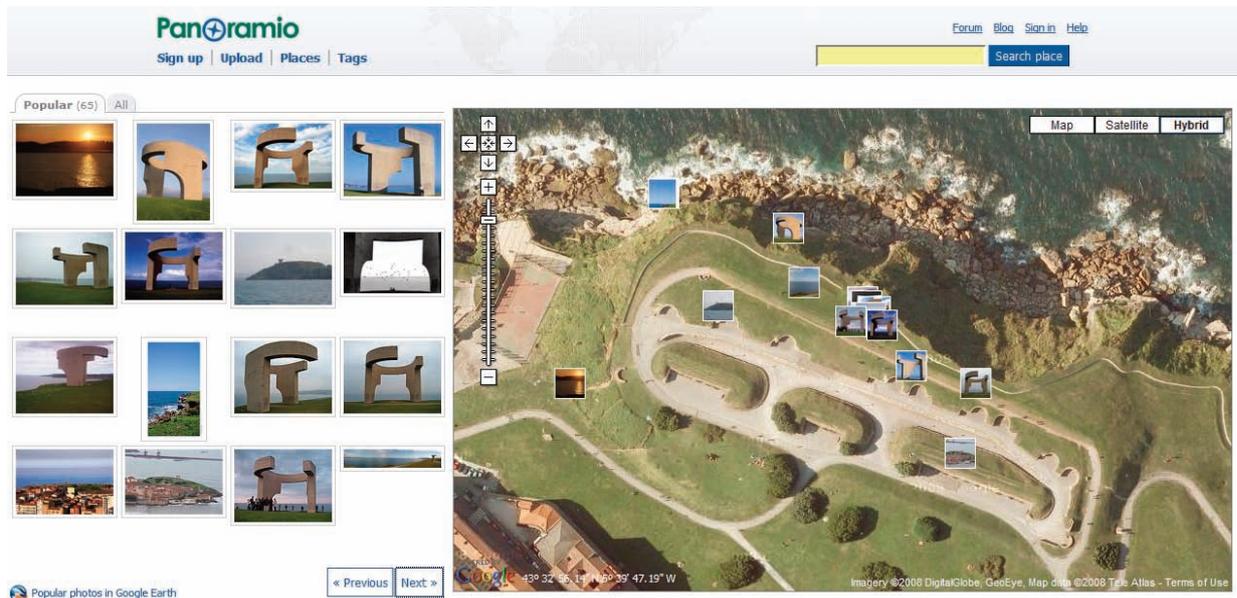


Fig. 18. Panoramio integra fotografías con geoetiquetas.

Algunos consejos para centros de información

Cuando las unidades de información quieran utilizar este tipo de herramientas es conveniente tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Las posibilidades de personalización del mapa: tamaños, aspecto de los indicadores, idiomas, etc.
- ✓ La posibilidad de permitir a los usuarios participar en la elaboración del mapa.
- ✓ Su sencillez de manejo y la facilidad con la que se pueden añadir ubicaciones.
- ✓ La calidad del mapa, que la información que muestra corresponda con la realidad y con el suficiente nivel de detalle.
- ✓ La posibilidad de insertar el contenido del mapa en otra página web con un simple código HTML.

Es fácil observar como éstas son las claves constantes en la web social: sencillez, participación, reutilización de contenidos, etc. [Merlo, 2008].

La sindicación de contenidos: reunir y redifundir

Los lenguajes de sindicación

La sindicación de contenidos es una de las piezas clave de la Web 2.0 y una de las más importantes tanto para los usuarios como para los profesionales de la información. La idea básica consiste en la redifusión de contenidos web utilizando lenguajes estandarizados y unas herramientas lectoras de esos contenidos o aplicaciones de servidor capaces de traducirlas. Para los profesionales de la información la sindicación de contenidos es importante no sólo por consistir en un nuevo sistema de lectura y alerta de novedades para los usuarios, también por las posibilidades que ofrece a la hora de crear nuevos productos informativos más personalizados, actualizados automáticamente y fáciles de mantener.

Los lenguajes de sindicación son una serie de especificaciones XML que permiten crear un canal o *feed* donde se recogen las novedades de un sitio web. Esa información aparece estructurada según estos estándares del lenguaje de sindicación y puede ser interpretada por un lector de RSS o redifundida por una página web en un proceso transparente para el usuario.

El lenguaje de sindicación de contenidos más conocido es el RSS. Nació en 1999 como una iniciativa de la empresa Userland con el apoyo de Netscape para crear canales que informaran de las novedades aparecidas en las webs de prensa. Sus siglas corresponden a Rich Site Summary (versión 0.9). En el año 2000 un grupo de desarrolladores independientes creó otra versión: RSS 1.0 y fue bautizada como RDF Site Summary. El año 2002 Userland lanzó una versión mejorada, conocida como RSS 2.0 y sus siglas corresponden, ahora, a Really Simple Syndication. En 2003 un grupo de desarrolladores cansados de la “guerra del RSS”

creó otro lenguaje con funcionalidades similares al que se denominó Atom [Sauers, 2007]. Normalmente, cuando se utiliza el término RSS se hace referencia a este conjunto de lenguajes, los sistemas lectores de sindicación de contenidos suelen ser compatibles con todos ellos.

La sindicación de contenidos presenta importantes ventajas frente a las alertas de novedades mediante correo electrónico. La primera de ellas es que no es posible confundirlo con *spam*, por lo que evita problemas tanto al emisor del mensaje como al receptor. El formato es mucho más flexible, pues la presentación depende en gran medida del usuario final. La existencia de novedades es consultada por el usuario cuando éste lo prefiere, no necesariamente cuando le llega el correo. Los procesos de suscripción y anulación de la suscripción son mucho más rápidos y privados. Pero la principal ventaja es la reutilización de esos contenidos, una posibilidad que aún no se ha explorado por completo.



Fig. 19. Símbolo universal de RSS.

Presencia de canales RSS

Los canales RSS se han ido generalizando en los últimos años. Nacieron en el entorno de la prensa diaria y la mayoría de periódicos ya ofrecen este servicio [Guallar, 2007], permitiendo a sus lectores suscribirse a las últimas noticias o a alguna sección en concreto. Su popularización ha venido de la mano de los blogs: al leer más blogs los lectores de RSS evitan al usuario el trabajo de visitar los blogs habituales en busca de novedades, las trae cuando el usuario las solicita, ahorrando así mucho tiempo de navegación.

La mayoría de sitios considerados típicos de la Web 2.0 y citados a lo largo de este informe, disponen de canales RSS con mayor o menor grado de personalización. Esta posibilidad es utilizada por algunas bibliotecas para integrar sus contenidos en la página web o en el blog. Por ejemplo el blog *Bu-sEmpresarials* de la Universitat Autònoma de Barcelona <<http://blogs.uab.cat/busempresarials>> integra en el mismo blog tres canales RSS: uno de Twitter para las noticias breves, *del.icio.us* para los recursos de información y Refworks para la bibliografía recomendada.

En la actualidad casi cualquier gestor de contenidos o CMS genera automáticamente los canales RSS, por lo que cada vez su implantación está más generalizada.

Canales RSS en ámbito bibliotecario

Dentro de las herramientas bibliotecarias y los productos documentales el RSS está mayoritariamente implantado en los portales de revistas electrónicas, especialmente de publicaciones científicas. La mayoría de ellos, por no decir todos, ofrecen este tipo de servicios. Lo más habitual es encontrar un canal para cada una de las revistas del portal, el cual ofrece los nuevos artículos que se van publicando, algo que no siempre coincide con la fecha que tiene asignado el número de la revista. Algunos portales como *ScienceDirect* <<http://www.science-direct.com>> ofrecen también la posibilidad de crear alertas RSS para las citas de un determinado artículo.

Las bases de datos de artículos también están empezando a ofrecer este servicio, como el caso de la plataforma *EbscoHost* <<http://www.ebscohost.com>> o más recientemente *Dialnet* <[*rioja.es*>. Estas bases de datos suelen permitir canales RSS personalizados a la búsqueda que ha realizado el usuario.](http://dialnet.uni-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Los catálogos de las bibliotecas no tienen esta funcionalidad tan implementada, pero ya es posible encontrarlos bien sea por la utilización de herramientas de búsqueda más modernas y sofisticadas, como *Aquabrowser* <<http://www.aquabrowser.com>> o *Endeca* <<http://endeca.com>>, o por las mejoras que ya empiezan a implementar algunos software de gestión de bibliotecas como *Millennium*. Dentro de los catálogos se observa dos formas de ofrecer canales RSS: ofrecer canales personalizados que respondan a la búsqueda de un usuario, por ejemplo la Biblioteca Pública de Phoenix <<http://www.phoenixpubliclibrary.org>> o bien canales predefinidos que informan de todas las novedades de una biblioteca, de una sucursal o de una materia en concreto, como hace la Universidad de Alberta <<http://www.library.ualberta.ca/newbooks>>.

Además, también es ya muy frecuente encontrarse con canales RSS en las páginas web de las bibliotecas para difundir sus propias noticias, así como en los repositorios, tanto temáticos como institucionales. Para una unidad de información es importante disponer de canales RSS tanto para que sus usuarios puedan personalizar sus alertas de novedades, como para que ella misma pueda reutilizar esa información, por ejemplo integrando un canal RSS con las novedades de la biblioteca directamente en la página web.

Los lenguajes de sindicación son una serie de especificaciones XML que permiten crear un canal o *feed* donde se recogen las novedades de un sitio web.

Lectores de noticias RSS

El RSS es un formato pensado para el intercambio de información entre sistemas informáticos, por lo que resulta bastante incómoda la lectura directa en ese formato. Para facilitar esta tarea existen unas herramientas conocidas como agregadores o lectores de RSS, que permiten al usuario suscribirse

a distintos canales RSS y conocer las novedades de su interés.

Junto con **Google Reader** <<http://www.google.es/reader>> el agregador más utilizado es **Bloglines** <<http://www.bloglines.com>>. Este servicio web permite a los usuarios registrarse gratuitamente y suscribirse a cuantos canales deseen. Al iniciar una sesión en esta web el sistema comprueba todos los canales suscritos por el usuario indicando las novedades. Cada vez un mayor número de usuarios deja de utilizar los agregadores para leer sus canales a través de las páginas de inicio personalizadas, explicadas en otro capítulo de este informe.

Actualmente los navegadores web más importantes, Internet Explorer, Mozilla Firefox y Opera, incluyen herramientas que permiten la lectura y suscripción a canales RSS. Otros usuarios prefieren instalar programas específicos de lectura de RSS como el **RSSOWL** <<http://www.rsswol.org>>, aunque siempre es más recomendable la utilización de herramientas web.

Herramientas para aprovechar mejor el RSS

Desde la biblioteca es conveniente conocer una serie de herramientas que van a permitir obtener un mejor provecho del RSS. Estas herramientas posibilitan buscar canales existentes, crear canales, integrar canales en páginas web, agruparlos o reutilizarlos en otros formatos.

La mayor difusión del RSS hace que las herramientas para buscar *feeds* cada vez sean menos utilizadas, pero es posible que se necesite localizar algún tipo de canal RSS; en ese caso, se puede recurrir a buscadores especializados como **Octora** <<http://www.octora.com>> o **Syndic8** <<http://www.syndic8.com>>. También se puede utilizar con este propósito los buscadores de blogs como **Technorati** <<http://technorati.com>> y **Agregax** <<http://www.agregax.es>>. Como los blogs suelen tener canales RSS, localizar un blog de interés suele equivaler a localizar un canal de interés.



Fig. 20. La agregación de contenidos (Imagen: © Guillermo Seguí).

Lo más habitual es que las páginas web se construyan utilizando sistemas de gestión de contenidos o CMS y éstos ya llevan incluidas la creación de canales RSS con sus novedades, pero si no se dispone de herramientas de este tipo existe la posibilidad de crear canales RSS manualmente. De esta forma se podría ofrecer las noticias de la biblioteca en RSS, independientemente de la herramienta utilizada para la construcción de la página web. Existen varias herramientas de este tipo, una de las más sencillas de utilizar es el **RSS Builder** de IceRocket <<http://rss.icerocket.com>>.

Una vez identificados o creados los canales de interés es posible que se decida integrarlos en la propia página web; por ejemplo, una biblioteca pública puede integrar un canal con las noticias de la prensa local, o de las novedades bibliográficas, o cualquier otra información de interés. Algunos sistemas de construcción de sitios web ya incorporan herramientas para integrar el contenido de los canales RSS en la web, mostrando automáticamente las novedades. Pero de no ser así se precisa de una herramienta que traduzca el código RSS a HTML para que pueda ser interpretado correctamente por el navegador. Para esta funcionalidad se puede utilizar **Feed2JS** <<http://feed2js.org>> o **RSS xpress Litle** <<http://rssxpress.ukoln.ac.uk/lite/include>>. Ambas herramientas ofrecen gratuitamente un código JavaScript que se insertará en la página web y mostrará en tiempo real las novedades del canal RSS.

Para integrar diversos canales RSS existen dos opciones. Una de ellas consiste en integrar en un único canal RSS varios canales preexistentes, por ejemplo varios blogs de la biblioteca, etc. Esto es posible gracias a herramientas como **Yahoo Pipes** <<http://pipes.yahoo.com>>, si bien es la más conocida puede ser un poco compleja de utilizar. Para integrar varios canales en una única página web se puede crear un *planeta*. Estos planetas presentan conjuntamente y bajo un mismo formato el contenido de diversos blogs agregando sus canales RSS. Así, por ejemplo, se puede construir un planeta con todos los blogs del municipio, o con todos los blogs de un centro universitario, o simplemente con blogs de interés. Existen varias herramientas pero la más sencilla de utilizar es **Planetaki** <<http://www.planetaki.com>>.

Los canales RSS son muy flexibles en la presentación. Como ejemplo, es posible encontrar recursos como **RSS2PDF** <<http://rss2pdf.com>> o **Feed Journal** <<http://feedjournal.com>> que permiten crear documentos PDF a partir de canales RSS, o **Nourish** <<http://nouri.sh>> que construye newsletters de correo-e a partir de un canal RSS.

Este apartado permite comprender la potencialidad del RSS y el hecho de que están surgiendo numerosas herramientas entorno a este lenguaje.

RSS en bibliotecas y centros de documentación

Las bibliotecas y centros de documentación están comenzando a explorar las posibilidades del RSS. Además de su implantación en distintas herramientas explicadas anteriormente, es ya muy frecuente encontrarse con bibliotecas que difunden sus noticias utilizando canales RSS. Algunas bibliotecas también utilizan herramientas 2.0 para suplir la falta de canales RSS de las herramientas tradicionales. Así algunas bibliotecas utilizan *LibraryThing* para dar mayor visibilidad a sus novedades, o *del.icio.us* para poder reutilizar los enlaces seleccionados.

También se observa cómo están comenzando a experimentar con la redifusión de contenidos desde sus propias webs, especialmente desde los blogs de las bibliotecas. Algunos recursos de información ya ofrecen, además de los canales RSS, *widgets* para poder integrar las novedades en la web de la biblioteca, del departamento, etc. [Cabezas, 2008].

Entre los proyectos más destacables de aplicación de la sindicación de contenidos a un servicio bibliotecario está Bateginik <<http://www.muskiz-liburutegia.org/biblioteca/Sindikazioa/bateginik.php>> [Juárez, 2007], una actividad de diversas bibliotecas municipales de Euskadi donde aparecen de forma sindicada todos los blogs cooperativos de novedades bibliográficas.

No hay que olvidar que las encuestas de uso hablan de un escaso número de usuarios que utilizan habitualmente el RSS. Las estadísticas más optimistas sitúan su uso en un 12% de los usuarios habituales de Internet. Por lo tanto implantar este tipo de herramientas en la biblioteca tendrá que ir acompañando necesariamente de ciertas acciones formativas y de alfabetización sobre esta tecnología y sus posibilidades.

Reutilización de contenidos utilizando RSS

Blog como origen de la información



Fig. 21. Esquema de reutilización de contenidos a través de RSS.

Implementar RSS en los centros de información

A la hora de comenzar a trabajar con la sindicación de contenidos la biblioteca debe plantearse las siguientes cuestiones:

- ✓ Decidir si la biblioteca va a crear canales RSS, si se va a convertir en proveedora de contenidos sindicables.
- ✓ Decidir cómo se van a crear esos canales: utilizando un editor manual, utilizando el propio gestor de contenidos de la web y en que formato lo va a ofrecer.
- ✓ Decidir si la biblioteca va a syndicar contenidos externos, por ejemplo del repositorio institucional, de bases de datos importantes, de noticias de prensa, etc.
- ✓ Analizar en qué áreas de trabajo el RSS ahorra esfuerzos: boletines de novedades, adquisiciones, referencia, etc.
- ✓ Formar al personal y a los usuarios en esta tecnología y las herramientas para leer fuentes RSS o insertarlas en páginas web.
- ✓ Si se crean canales RSS, elaborar información complementaria al icono. Habitualmente esta información se presenta con un enlace con un texto del tipo “Qué es esto?”.
- ✓ Si la biblioteca publica canales de sindicación, es conveniente que miembros del personal se suscriban a esos canales en una cuenta personal para comprobar que se publican sin ningún error.
- ✓ Una vez vista su utilidad es preciso que a la hora de seleccionar productos documentales se apueste por aquellos que ofrezcan la publicación de canales RSS.

Pese a que la sindicación de contenidos es una tecnología ya consolidada en otras áreas como la prensa diaria, todavía es una tecnología emergente en las unidades de información. Ofrece posibilidades para hacer más visible la información producida por la biblioteca, pero aun es más interesante para que construir productos de información más personalizados, actualizados automáticamente y fáciles de mantener.

Compartir objetos digitales: crear colecciones participativas

Compartir archivos, crear colecciones

La popularización de dispositivos digitales tales como cámaras de fotos, cámaras de vídeo, ordenadores, etc. ha posibilitado que cualquier persona pueda crear de forma rápida y barata un gran número de objetos digitales, ya sea fotografías, ficheros de audio, vídeos o documentos ofimáticos. Una vez elaborados estos contenidos es habitual que los usuarios quieran compartirlos con un grupo más o menos amplio de personas, ya sean familiares, amigos o que deseen publicarlas en Internet. Por ese motivo aparecieron sitios web que permiten compartir objetos digitales. Los más populares pueden ser **Flickr** <<http://www.flickr.com>>, **YouTube** <<http://www.youtube.com>> o **SlideShare** <<http://www.slideshare.net>>. La mayoría de ellos surgieron para cubrir las necesidades de sus propios desarrolladores dadas las deficiencias del correo electrónico para transferir objetos digitales de gran tamaño.

En este capítulo se analizan los servicios que existen para compartir diversos tipos de objetos digitales: fotografías, vídeos, presentaciones y otros documentos ofimáticos. Se comparan las funcionalidades de cada uno de ellos y cómo pueden ayudar a ofrecer servicios desde un centro de información.

Características comunes

Cada sitio web de este tipo cuenta con sus propias peculiaridades, pero hay algunos elementos que se dan con mayor frecuencia y deben ser valorados a la hora de optar por alguna de estas herramientas son las siguientes:

- Tienen una gama de servicios gratuitos, que en ocasiones pueden complementarse con

unos servicios complementarios que requieren el pago de una suscripción.

- Aceptan ficheros en una amplia gama de formatos.
- Presentan funcionalidades sociales, tales como permitir al usuario establecer contactos, relaciones de seguimiento y filtrado social.
- Permite establecer distintos niveles de privacidad a la hora de compartir objetos digitales: para todos los internautas, sólo para sus contactos o mantenerlos en privado, sin compartirlos con otros internautas.
- Presentan herramientas para la descripción de los contenidos, normalmente la inclusión de resúmenes y etiquetas o palabras clave asignadas por el creador del objeto digital o el resto de usuarios.
- Los contenidos de estos sitios son reutilizables, es decir, pueden ser insertados en otras páginas web, blogs, etc.
- Ofrecen la posibilidad de compartir los contenidos con distintos tipos de licencias, especialmente Copyright y licencias Creative Commons.
- Salvo los sitios para compartir fotografías, estos sitios convierten los objetos digitales en objetos flash. Se consigue así una calidad del vídeo mucho menor, pero una mayor difusión y accesibilidad, ya que el usuario sólo necesita el visualizador de Adobe Flash insertado en su navegador para visualizar los vídeos y la velocidad de transmisión es mucho mayor.

Compartir fotografías

Las fotografías son el objeto digital más común. Existen diversos sitios para compartir fotografías, de hecho existen desde los años noventa. Los más utilizados en la actualidad son **Picasa** <[Informe APEI sobre web social](http://pi-</p>
</div>
<div data-bbox=)

casaweb.google.es>, **Pikeo** <<http://www.pikeo.com>> y **Panoramio** <<http://www.panoramio.com>>. Pero el que destaca sobre todos ellos es **Flickr** <<http://www.flickr.com>>, entre otros motivos Flickr destacó por la utilización de etiquetas para describir el contenido, la implantación de funcionalidades sociales, la posibilidad de reutilizar las fotografías en los blogs y la implementación del RSS en todo el sitio web.

Para publicar fotografías en Flickr es suficiente con registrarse y crear una cuenta gratuita que, con ciertas limitaciones, permitirá publicar fotografías. Si se desea publicar un mayor número de imágenes será necesario contratar una cuenta pro, con capacidad ilimitada. Los usuarios pueden publicar sus fotografías en álbumes, seleccionar sus favoritas o unirse a grupos que consideren de interés. Los miembros de los grupos pueden agrupar sus fotografías en murales. Existen grupos y murales de las más variadas temáticas y finalidades.

Compartir fotografías desde los centros de información

Muchos centros de información han creado sus cuentas en Flickr con objetivos muy diversos. Lo más habitual es publicar fotografías sobre sus instalaciones, personal, actividades, etc. Esto encaja con la actitud de humanizar las instituciones para fomentar la participación y la conversación con los usuarios. Algunos ejemplos de estas bibliotecas son La Biblioteca del Forum Metropolitano de A Coruña <<http://www.flickr.com/photos/biblioforum>>, el Blog de la Biblioteca de Farmàcia de la Universitat de Barcelona <<http://www.flickr.com/photos/blocfarminfo>>, o la biblioteca del IES Santiago Apostol de Almendralejo <<http://www.flickr.com/photos/bibliotecasantiago>>.

Otros centros han optado por publicar fotografías antiguas invitando a los usuarios a compartir también las suyas o pidiendo su colaboración para identificarlas y describirlas. En este sentido la experiencia más ambiciosa es el proyecto Commons de varias bibliotecas que poseen entre sus fondos fotografías antiguas <<http://www.flickr.com/commons>>.

Otras bibliotecas fomentan la creación y la participación en grupos para construir murales con las fotografías de un territorio, de un área temática, etc. El proyecto más destacado y con mayor participación es Picture Australia <[\[australia.org/\]\(http://www.picture-\)>, liderado por la Biblioteca Nacional de Australia y donde se invita a los ciudadanos a compartir sus fotografías sobre el país, sus gentes o acontecimientos que allí sucedan. Existen otras iniciativas, más modestas, a nivel local como el grupo Muskiz: personas, lugares y acontecimientos <<http://www.flickr.com/groups/muskiz>>. Este tipo de servicios requiere fomentar la participación de los miembros y dinamizar la comunidad, por lo menos hasta que tenga suficiente entidad.](http://www.picture-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Estos ejemplos permiten ilustrar que no es necesario contar con grandes presupuestos para ofrecer estos servicios y que los servicios 2.0 han puesto al alcance de todos tecnologías muy potentes, útiles y fáciles de manejar.

Compartir vídeos

Es menor el número de centros de información que comparten vídeos, pero, en una sociedad donde la comunicación audiovisual es cada vez más importante, será necesario conocer esta forma de conversar y relacionarse con los usuarios. Existen diversas plataformas que permiten compartir vídeos y están comenzando a surgir plataformas que permiten compartir vídeos a grupos de usuarios concretos, por ejemplo a los miembros de una universidad.

Las plataformas más importantes para compartir vídeos son:

- **YouTube** <<http://www.youtube.com>>. Sin duda es la plataforma de compartir vídeos más relevante y con mayor número de usuarios. Según el ranking de **Alexa** <<http://www.alexa.com>> es el tercer sitio más visitado de Internet. Su popularidad vino por la posibilidad de insertar los vídeos en otras páginas web, blogs, etc. El sitio ha ido mejorando sus prestaciones constantemente. En la actualidad las cuentas de usuario son gratuitas y permite publicar vídeos que duren hasta un máximo de diez minutos y no ocupen más de 1 Gb. Los vídeos no pueden ser descargados desde la plataforma.
- **Vimeo** <<http://www.vimeo.com>>. Es la plataforma más utilizada por los videobloggers. Permite publicar hasta 500 Mb a la semana y los archivos están disponibles para ser descargados por los usuarios registrados. Su comunidad de usuarios es menor que la de YouTube, pero la

calidad de visualización de los vídeos es mucho mayor.

- **BlipTV** <<http://blip.tv>>. Esta plataforma para compartir vídeos también tiene una comunidad de usuarios menor que YouTube, pero sus vídeos tienen una considerable calidad, también permite la descarga de los vídeos en el formato original.

Cada una de estas plataformas presenta sus ventajas y sus inconvenientes. Todas ellas transforman los vídeos en objetos flash que pueden ser visualizados desde el navegador e insertados en cualquier otra página web.

Compartir vídeos desde los centros de información

Los centros de información que están compartiendo vídeos lo hacen de diversas formas, las más destacadas pueden ser:

- Elaborar y publicar vídeos sobre el centro, creando documentos audiovisuales que se puedan utilizar como material de formación de usuarios, proyecciones en las visitas guiadas o simplemente para dar a conocer la biblioteca a sus usuarios potenciales. Es lo que hacen la biblioteca del CEJFE <<http://www.youtube.com/user/Bibliotecacejfe>>, o la Biblioteca de Catalunya <<http://www.youtube.com/user/BibliotecaCatalunya>> o en la Wagga Library <<http://www.youtube.com/user/4evaintouch>>.
- Elaborar vídeos de promoción de actividades que realice el centro. Algunas bibliotecas han elaborado vídeos realmente creativos. Es el caso de la Topeka & Shawnee County Public Library <<http://www.youtube.com/user/TopekaLibrary>>.

- Vídeos sobre las actividades realizadas en el centro, como hacen la biblioteca del IES As Mariñas de Betanzos <<http://www.youtube.com/user/anosabiblioteca>>.
- Tutoriales sobre el manejo de algunas herramientas de información, por ejemplo, un vídeo sobre cómo utilizar el servicio de préstamo interbibliotecario <<http://www.youtube.com/watch?v=ICeahJlNVQQ>>.
- Vídeos relevantes para la comunidad a la que sirve el centro, por ejemplo vídeos históricos que se quieran difundir o sobre las noticias correspondientes al área temática de una biblioteca especializada o al municipio de una biblioteca pública, etc. Por ejemplo, la Biblioteca Nacional de Escocia ha publicado algunos vídeos antiguos <<http://es.youtube.com/user/NLofScotland>>. Cuando se publiquen vídeos que no han sido elaborados por la biblioteca han de respetarse los derechos de autor.

Otra opción importante para la biblioteca es reutilizar los vídeos publicados por otras personas e instituciones en estas plataformas. Normalmente es posible insertar los vídeos y enlazarlos, por lo que pueden ser utilizados para ilustrar una noticia en la página web o para enriquecer un registro bibliográfico, por ejemplo, incluir el tráiler de una película o un vídeo musical en el registro de un disco.

A la hora de elegir una plataforma por parte de la biblioteca para publicar sus vídeos hay que tener en cuenta cual va a ser su utilidad: si se pretende dar mucha difusión es preferible utilizar plataformas que tengan mucha visibilidad en nuestra comunidad, normalmente será YouTube, pero si se busca difundir imágenes de mayor calidad, como es el caso de los tutoriales donde se utilizan capturas de pantalla, es preferible utilizar otras plataformas como Vimeo o Blip.tv e insertar el contenido en los tutoriales de la biblioteca.



Fig. 22. Principales servicios para compartir objetos digitales.

Utilizar estos servicios correctamente requiere que el personal del centro adquiera una cámara de vídeo digital y el dominio correcto de los programas informáticos necesarios, tanto para editar vídeos, como capturar pantallas, etc. Es importante pues tener en consideración el tiempo dedicado a la formación del personal que vaya a realizar estas tareas.

Compartir presentaciones y otros documentos

En su actividad cotidiana, los centros de información generan determinados documentos ofimáticos, por ejemplo presentaciones para las actividades de formación, guías de lectura, memorias del centro, etc. Estos documentos se pueden compartir mediante simples enlaces, pero esto obliga al usuario a disponer de algunos programas ofimáticos, que desconocemos si tiene instalados, o si dispone de ellos, pero no los sabe manejar con suficiente destreza, o si no están disponibles desde el dispositivo móvil desde el cual el usuario está accediendo a Internet.

Para evitar todas estas eventualidades existen servicios web que permiten compartir estos documentos, los más conocidos son:

- **SlideShare** <<http://www.slideshare.net>>. Permite compartir presentaciones de diapositivas en diversos formatos: PowerPoint, OpenOffice y pdf.
- **AuthorStream** <<http://www.authorstream.com>>. Menos utilizado que SlideShare, pero con una mayor calidad, especialmente en cuanto a las animaciones dentro de la diapositiva.
- **Issuu** <<http://issuu.com>>. Se utiliza para convertir archivos pdf en objetos flash dando un aspecto de revista impresa con una experiencia de usuario similar, especialmente a la hora de pasar páginas etc. Se utiliza por algunos centros de información para difundir boletines de novedades, etc.
- **Scribd** <<http://www.scribd.com>>. Permite compartir cualquier documento ofimático: Word, Excel, pdf, etc. Sirve para compartir informes, artículos, etc. que el centro de información desee poner a disposición de los usuarios.

Algunos centros que utilizan estos servicios son la Biblioteca de Ciencias Políticas de la Universi-

dad Complutense <<http://www.slideshare.net/bibliotecacs>>, las bibliotecas de la Universidad Carlos III de Madrid <<http://www.slideshare.net/BibliotecaUC3M>>, la Biblioteca Pública de Birmingham <<http://www.slideshare.net/BirminghamPublicLibrary>> o las Bibliotecas Municipales de Burgos <http://issuu.com/gonzalitolupas/docs/aire_nuestro>.

Utilizar estos servicios para insertar el contenido en otra web requiere una precaución: que los documentos sean legibles. En ocasiones el tamaño que se les da a estos objetos no es suficiente para una lectura cómoda del contenido, por lo que se tendrá que prestar atención al espacio destinado a la lectura, el tamaño de la letra, etc.

Consejos para compartir objetos digitales

Cuando un centro de información se plantee compartir objetos digitales se han de valorar los siguientes aspectos:

- ✓ Disponer de la capacidad técnica para elaborar los contenidos correctamente. Será necesario conocer las herramientas de retoque fotográfico y edición de vídeo para producir unos materiales de calidad.
- ✓ Decidir los contenidos que se van a publicar y de qué forma.
- ✓ Optar por plataformas que permitan la reutilización de los contenidos.
- ✓ Siempre que sea posible, compartir los contenidos con licencias Creative Commons para que puedan ser reutilizados por otros usuarios.
- ✓ Realizar un correcto etiquetado y descripción de los contenidos, para que el trabajo desde la biblioteca tenga un valor añadido.

Los sitios para compartir objetos digitales no deben ser una mera herramienta para difundir el fondo documental, también brindan la oportunidad de establecer nuevos canales de conversación con los usuarios, lo cual es una oportunidad se ha de saber aprovechar. Esto a veces implica ofrecer una imagen menos formal e institucionalizada del centro de información, dando un toque más humano, una de las claves en los nuevos paradigmas de gestión de las organizaciones.

Páginas de inicio personalizadas: reunir la web

Todo en uno

La mayoría de usuarios visitan y utilizan regularmente un número limitado de sitios web, por ejemplo, un determinado periódico, varios blogs, un buscador, etc. Las páginas de inicio personalizadas, también denominadas escritorios personalizados, permiten a los usuarios reunir todos esos sitios web y todas esas herramientas en un único espacio digital.

Estas páginas están programadas con AJAX y permiten al usuario personalizar principalmente los contenidos, pero también el aspecto y la estructura. La personalización e integración de contenido y herramientas es posible gracias a tres elementos:

1. La agregación de canales RSS que permiten a estas páginas integrar novedades de diversos sitios web.
2. *Widgets* predefinidos, pequeñas aplicaciones que realizan alguna funcionalidad, como por

ejemplo un calendario o un bloc de notas, o que permiten ofrecer los servicios de otros sitios web, los cuales previamente han publicado unas API para permitir a los desarrolladores crear estos *widgets*. Así podemos encontrar *widgets* que permiten realizar una búsqueda en Google, actualizar el estado en Twitter o explorar los marcadores de Delicious.

3. Módulos personalizables que permiten al usuario, entre otras cosas, insertar el contenido de una página web dentro de su página de inicio personalizada, realizar marcadores con capturas de pantalla o incluso desarrollar sus propios *widgets*.

Estas páginas están diseñadas para un uso individual y privado, pero recientemente han empezado a ofrecer la posibilidad de hacer público parte de su contenido. Precisamente por este motivo algunas bibliotecas han comenzado a utilizarlas para crear portales para sus usuarios.



Fig. 23. *Widget* de la Biblioteca Municipal de Muskiz para Netvibes.

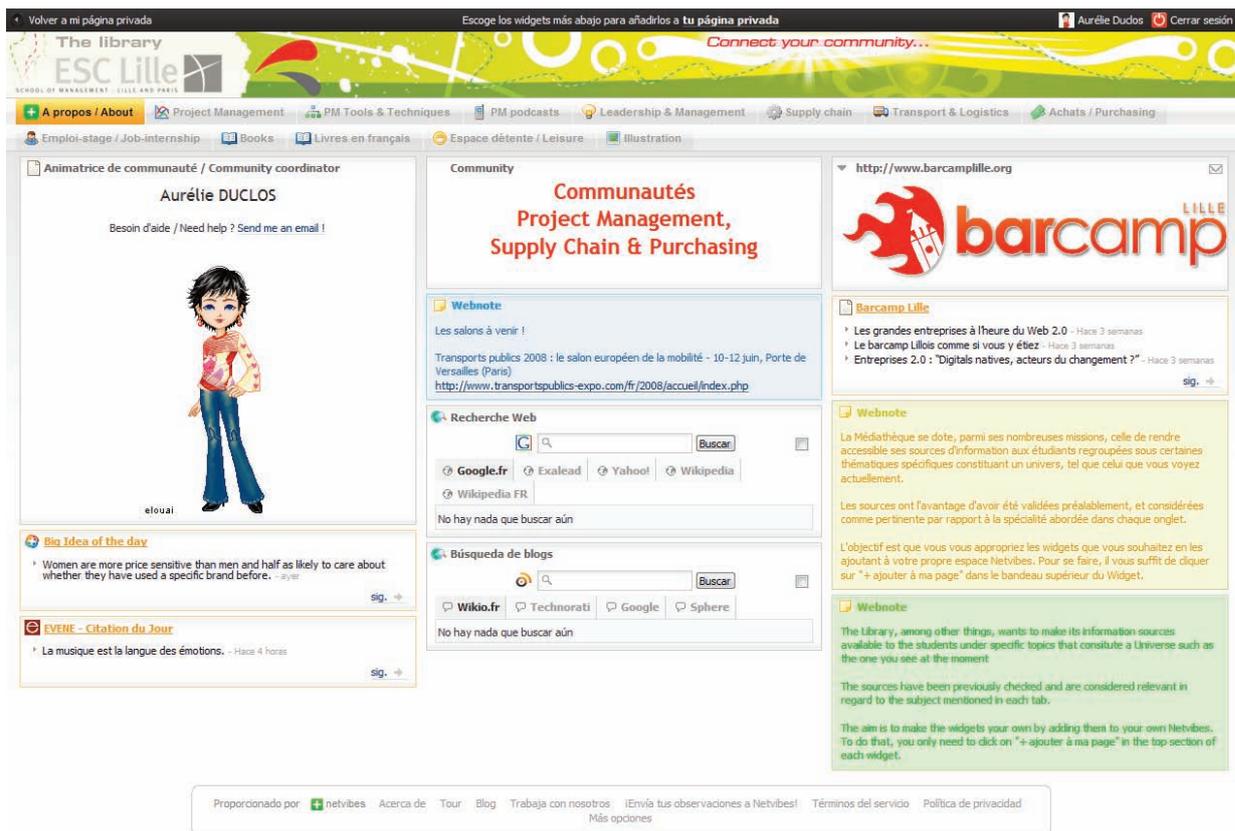


Fig. 24. Universo de la Médiathèque de l'ESC de Lille.

Herramientas más populares

Las herramientas más utilizadas dentro de este grupo de sitios web son Netvibes <<http://www.netvibes.com>> y PageFlakes <<http://www.pageflakes.com>>. Ambas permiten crear páginas personalizadas utilizando widgets y hacer públicos parte de los contenidos. Muchos usuarios también utilizan iGoogle <<http://www.google.es/ig>>, pero éste no ofrece actualmente la posibilidad de hacer público el contenido de la página personalizada.

Netvibes es sin duda el más avanzado en su desarrollo y con herramientas más interesantes. Es también el más utilizado por las bibliotecas, pero también es posible encontrar ejemplos de bibliotecas que utilizan PageFlakes.

Páginas personalizadas y bibliotecas

Las bibliotecas utilizan estas herramientas de dos formas: construyendo *widgets* de búsqueda para sus principales recursos de información o bien elaborando portales agrupando herramientas y recursos de interés para su comunidad.

a) Widgets Bibliotecarios

Algunos recursos de información importantes como PubMed o Wikipedia cuentan con widgets propios. Otras bibliotecas han creado *widgets* para buscar en sus catálogos, el más desarrollado es el de la Jacobs University (Alemania) <<http://teamwork.jacobs-university.de:8080/confluence/display/library/jOPAC>>, pero también existen *widgets* de algunas bibliotecas españolas como la de Muskiz <<http://www.muskiz-liburutegia.org/kokotaraino.xml>> y el Servei de Biblioteques i Documentació de la Universitat de València <<http://www.uv.es/bib-soc/trobes.xml>>.

b) Universos bibliotecarios

Algunas bibliotecas han desarrollado portales utilizando páginas personalizadas ofreciendo así contenidos relevantes para sus usuarios. De esta forma agrupan bajo una misma URL diversas herramientas de búsqueda, canales RSS, páginas web, etc. Estas páginas son relativamente sencillas de construir y permiten ahorrar mucho tiempo al

usuario, pues simplifican altamente la navegación web. Algunos de los portales más destacados son:

- Médiathèque de l'ESC (Lille, Francia) <<http://mediateque.esc-lille.fr>>. El trabajo de la Escuela Superior de Comercio de Lille supone uno de los mejores ejemplos de cómo se pueden utilizar estas páginas para ofrecer portales de información destinados a los usuarios. En este centro se han creado distintos universos, uno por cada especialidad formativa, y las han denominado “Comunidades”. En cada comunidad una bibliotecaria especializada ha seleccionado una serie de recursos (blogs, páginas oficiales, publicaciones especializadas, etc.) de interés para esa comunidad de usuarios concreta. Las páginas, además, tienen una presentación visual muy llamativa y ofrece los datos de contacto con la biblioteca.

- Biblioteca de Muskiz <<http://www.netvibes.com/muskizkoliburutegia>>. En su universo se combinan diversas herramientas en una única página web complementaria a la de la biblioteca. Este universo permite a la biblioteca agrupar en único sitio la información del municipio dispersa en Internet. Para ello utilizan las posibilidades de otras herramientas como del.icio.us o YouTube.
- Bibliotecas Públicas de Dublín <<http://www.pageflakes.com/dublincitypubliclibraries>>. Este portal está elaborado por una importante red de bibliotecas públicas, además está realizado con PageFlakes, no con Netvibes. Es interesante ver cómo ponen a disposición de los usuarios herramientas de Internet (correo-e, mensajería instantánea, etc.) y cómo ofrece información de interés local: prensa, publicaciones oficiales, tráfico, etc.

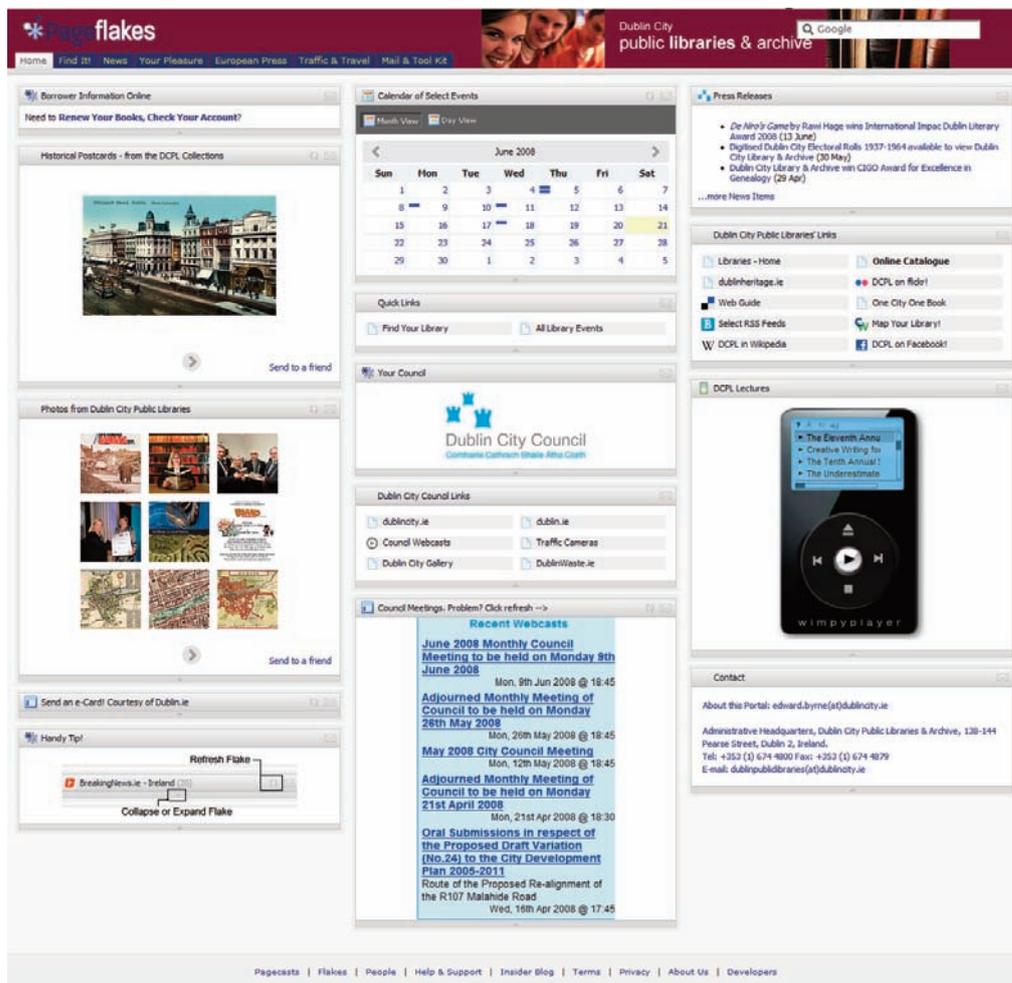


Fig. 25. Universo de las Bibliotecas Públicas de Dublín.

Algunos consejos

A la hora de crear un *widget* para estas plataformas se ha de tener en cuenta la posibilidad de que sea válido o fácilmente reutilizable para otras plataformas. Es conveniente crear el *widget* para la plataforma o página de inicio más utilizada por los usuarios.

Si se pretende crear un portal para los usuarios es imprescindible ser comedidos con los elementos seleccionados y no incluir excesiva información. Se trata de ofrecer los recursos más relevantes para los usuarios, no de ofrecerlos todos.

Es conveniente incluir, por lo menos, los siguientes elementos:

- ✓ El nombre de la biblioteca y la información de contacto: dirección, correo-e, teléfono, logotipo, etc.
- ✓ Un enlace a la página web de la biblioteca.
- ✓ Una ventana de mensajería instantánea para ofrecer ayuda a los usuarios.
- ✓ Si la biblioteca dispone de página web, ésta se puede incluir como un elemento más del portal, incluso incluir también la vista del catálogo que muestra las novedades. De esta forma se facilita la navegación entre los contenidos de la biblioteca.
- ✓ Si es preciso, se pueden crear distintos portales para distintos segmentos de usuarios: por edades, por especialidades, etc. Algunos portales de bibliotecas incluyen juegos para los usuarios más jóvenes.
- ✓ Incluir canales RSS de noticias locales, blogs relevantes de la materia de la biblioteca, etc.
- ✓ Dentro de estos portales la información suele organizarse en pestañas. Es conveniente no utilizar demasiadas para evitar un portal abrumador y sobrecargado. Suele ser suficiente con sólo una línea de pestañas.
- ✓ Personalizar, en la medida de lo posible, el portal, para que coincida lo máximo posible con la página web de la biblioteca.

Así pues la construcción de *widgets* permite a la biblioteca poner las herramientas de búsqueda más cerca del usuario y agrupar en un único espacio toda su proyección digital, que es posible quede dispersa si la biblioteca utiliza muchas herramientas 2.0. Es preciso decidir y establecer cuál va a ser la relación entre la página web de la biblioteca y el portal construido con estas herramientas, es la única forma de no duplicar esfuerzos. Es posible que se tenga que buscar formas de promoción de este portal, tanto desde dentro de la web como desde fuera.

Redes sociales: representar nuestras relaciones

Las redes sociales

Los sitios de redes sociales han sido la moda más importante de este año, especialmente en España, pese a que su existencia es mucho anterior. Los movimientos de adquisiciones sobre algunos de ellos, las alianzas para construir plataformas compatibles y abiertas sobre las que construir aplicaciones y las traducciones de algunas interfaces han contribuido a esta popularización.

Las redes sociales son definidas por Natalia Arroyo como “como aquellos sitios web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de una plataforma en línea y articular sus relaciones con otros usuarios de la misma, de forma que cualquiera que lo desee pueda acceder a su perfil y contactar con él” [Arroyo, 2008]. A partir de esas relaciones el usuario crea una red de contactos, estableciendo cierto tipo de relaciones. Estas relaciones pueden ser la representación digital de relaciones surgidas fuera de Internet, o pueden surgir a través de la búsqueda de intereses comunes, contactos de otros contactos, etc.

Dentro de las redes sociales existen aplicaciones con distintas funcionalidades, como compartir fotos, enviar mensajes, realizar tests sobre películas y otras aplicaciones para el ocio. Pero también se puede encontrar aplicaciones de tipo bibliotecario como búsqueda en los catálogos bibliográficos, en portales de revistas electrónicas, etc.

Muchos sitios de la Web 2.0 han sido etiquetados como redes sociales, si bien hay ciertos matices. En los sitios de redes sociales, el principal elemento es la relación entre los usuarios y los sitios con funcionalidades sociales

son sitios web que tienen un objetivo concreto y que de forma complementaria permiten establecer relaciones entre los usuarios. Por ejemplo, Facebook es un sitio de redes sociales, porque su propósito es mantener en contacto a distintas personas, cada usuario utilizará las herramientas que brinda la plataforma que mejor se le ajusten. En cambio, sitios como del.icio.us tienen un objetivo concreto (en este caso guardar y compartir enlaces) y además, de forma opcional, se pueden establecer contactos con otros usuarios para ver sus enlaces de forma conjunta, pero el propósito principal del sitio sigue siendo compartir enlaces, no gestionar la red de contactos.

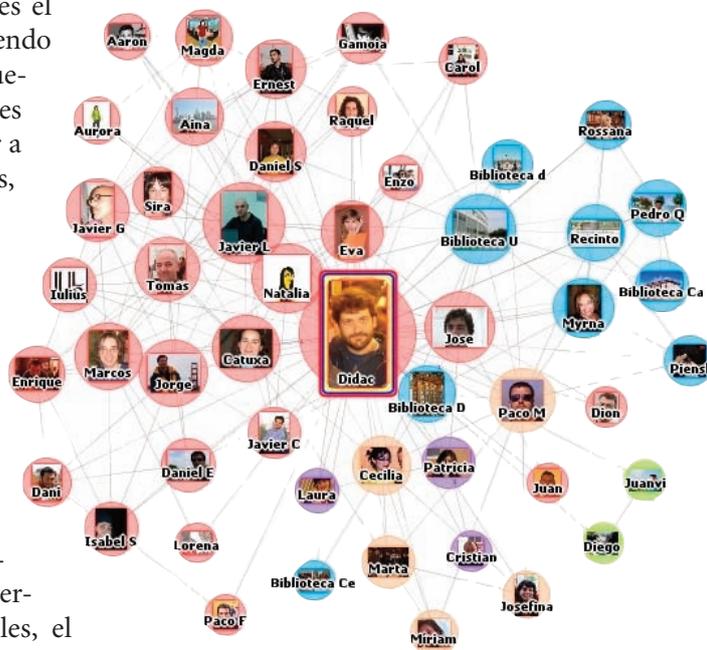


Fig. 26. Red social de una persona en Facebook.

Tipos de redes sociales

Cada red social crea su propia cultura, tiene su propia misión y su propio público objetivo, lo cual crea unas dinámicas internas que no siempre son extrapolables a otras redes. Pese a que se podrían establecer muchos tipos de clasificaciones, lo más habitual es clasificar a las redes sociales en dos tipos:

- Las redes sociales profesionales, donde los perfiles del usuario recogen datos de su trayectoria profesional y académica. Son utilizadas para buscar ofertas de trabajo, candidatos a un puesto, nuevas oportunidades de negocios, etc. Las más utilizadas en nuestro país son **Xing** <<http://www.xing.com>> y **LinkedIn** <<http://www.linkedin.com>>.

- Las redes sociales de propósito general, que no cuentan con una finalidad concreta y que además existen muchas aplicaciones, por lo que cada usuario le dará la orientación que desee utilizando las herramientas que más se le ajusten. Dentro de este grupo están las redes más conocidas: **Facebook** <<http://www.facebook.com>>, **MySpace** <<http://www.myspace.com>>, **Bebo** <<http://www.bebo.com>>, **Hi5** <<http://www.hi5.com>> o la española **Tuenti** <<http://www.tuenti.com>>.

Es precisamente en estas últimas, en las redes de propósito general, donde las bibliotecas tienen un papel más destacado y más posibilidades de aplicación. En una red profesional, el papel de la biblioteca es muy limitado más allá de la presencia



Fig. 27. Redes sociales (Imagen: © Guillermo Seguí).

de sus profesionales. No obstante se ha de tener cuidado con no utilizar redes que afectan a una esfera demasiado privada del individuo, donde la presencia de la biblioteca puede tener consecuencias negativas al considerarse casi una intromisión. En algunas redes el usuario está más acostumbrado a ver la presencia de otras organizaciones y suelen contar con herramientas que permiten a la biblioteca crear sus propias aplicaciones.

Redes sociales más importantes

Existen decenas de redes sociales. Entre las más empleadas por los usuarios hispanohablantes se pueden destacar las siguientes:

- **Tuenti** <<http://www.tuenti.com>>. La red social más importante en España parece ser Tuenti. Algunas bibliotecas, especialmente universitarias, ya han creado sus propios perfiles y tienen presencia en esta red, pero algunas de sus características como por ejemplo la necesidad de ser invitado para formar parte de la red y la inexistencia de un API para desarrollar aplicaciones, limitan considerablemente las opciones de las bibliotecas en esta red social.
- **MySpace** <<http://www.myspace.com>>. Aunque puede ser utilizada por cualquier tipo de usuario, MySpace está orientada a compartir perfiles de músicos. Son muchos los cantantes y grupos independientes o comerciales que tienen creado un perfil en esta red. Esta presencia les permite compartir informaciones, mensajes y canciones con sus seguidores. En la actualidad MySpace está formado por todo tipo de usuario, especialmente jóvenes.
- **Facebook** <<http://www.facebook.com>>. Facebook nació en el entorno de las universidades americanas y en la actualidad está formada por todo tipo de usuarios. Dentro de las redes sociales de propósito general es de las más utilizada y potente, con herramientas muy interesantes para organizar los contactos, crear grupos, compartir fotografías e incluso desarrollar aplicaciones. Dentro de Facebook los usuarios se pueden agrupar en redes (geográficas, de universidades o empresas) y grupos de intereses comunes. Destaca por disponer de un API muy potente que ha permitido a desarrolladores y usuarios crear aplicaciones con los

más variados propósitos: mapas para indicar las ciudades se han visitado, integrar del.icio.us en el perfil de Facebook, recordar los cumpleaños de los amigos, etc. El porcentaje de estudiantes de una universidad americana en Facebook puede llegar al 100%, aquí ese porcentaje es mucho más reducido, pero va aumentando.

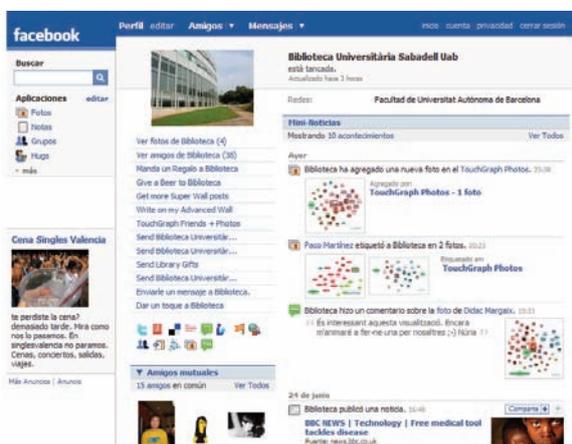


Fig. 28. Perfil B.U. de Sabadell (UAB) en Facebook.

Las redes sociales y las bibliotecas

Hay una máxima que resume los servicios bibliotecarios que nos invita a “estar donde los usuarios están”. Esta filosofía aplicada a los servicios 2.0 implica asumir los nuevos canales y las nuevas herramientas que los usuarios utilizan para comunicarse, conocerse, mantenerse en contacto, etc. Por este motivo, las bibliotecas deberán hacer un ejercicio de observación para comprobar cuales son esos canales y esas herramientas en la comunidad de usuarios a la que sirven. Siguiendo con esta filosofía en el momento actual muchas bibliotecas universitarias se están esforzando por estar presentes y ofrecer servicios a través de las plataformas de formación *on-line*.

Los sitios de redes sociales son utilizados por las bibliotecas para ser visibles a las comunidades que utilizan estas redes. Supone, además, una herramienta que facilita la mucho la comunicación con estos usuarios, la obtención de sus opiniones y una buena forma de iniciar la conversación con ellos.

La forma más habitual de estar presentes en estas redes (especialmente en MySpace y en Tuenti) es mediante la creación de un perfil de la biblioteca.

En este caso hay que tomar algunas decisiones, pues al ser herramientas pensadas para personas, suelen solicitar datos como la edad, sexo, etc. Lo más habitual es encontrarse con un único perfil por biblioteca, pero es posible crear varios perfiles para cada una de las secciones o las áreas de la biblioteca: juvenil, cine, etc. La información de estos perfiles incluye información de contacto, horario, noticias, fotografías de la biblioteca, etc. También es posible crear perfiles individuales para el personal de la biblioteca, facilitando así el trato directo con los usuarios y una conversación más informal y enriquecedora.

Otra forma más tecnológica de estar presentes en estas redes sociales, allí donde la plataforma lo permite, es desarrollar aplicaciones vinculadas a los servicios de la biblioteca. Frecuentemente estas aplicaciones permiten realizar búsquedas básicas en el catálogo de la biblioteca.

Facebook tiene herramientas más avanzadas. Pese a que hay bibliotecas con perfiles en esta red social, la forma recomendada para estar presentes bibliotecas y otras organizaciones son las *páginas* [Margaix, 2008]. Estas páginas tienen como principal ventaja estar accesibles para usuarios ajenos a Facebook, los perfiles, por el contrario, requieren estar registrado y tener algún tipo de vinculación para ser consultados.

Los sitios de redes sociales constituyen pues una de las herramientas que pueden dar más visibilidad a la biblioteca e integrarla en su comunidad. La presencia de la biblioteca en los sitios de redes

sociales ha de ser planificada y muy cuidada. Es difícil conseguir contactos, una vez conseguidos se han de cuidar.

La presencia en una red social no puede sustituir a la página web de la biblioteca, pero sí puede ayudarle a estar presente en el contexto de información, ocio y relaciones del usuario, dar visibilidad a sus servicios y generar tráfico hacia su sitio web. En la medida en que los usuarios utilicen estas redes la presencia de la biblioteca será más importante, justificada y rentable. En ocasiones existen redes especializadas o creadas dentro de una organización. Si esa es la red que utilizan los usuarios, esa es la red donde debe estar presente la biblioteca, aunque ofrezca menos prestaciones.

Otro papel que están empezando a desempeñar las bibliotecas respecto las redes sociales es alfabetizar a los usuarios en el manejo de su privacidad. Esta formación puede ayudarles a ser conscientes de los datos que van difundiendo en al red y evitar situaciones comprometidas en el futuro. Por ejemplo, cuando un estudiante recién licenciado comienza a buscar trabajo y las empresas utilizan sus perfiles en las redes sociales para evaluarles.

Los sitios de redes sociales son todo un mundo lleno de retos, oportunidades, controversias y de amenazas a una confusión de la esfera profesional y personal del individuo. Las bibliotecas, como profesionales de información y gestores de gran cantidad de datos personales de los usuarios no pueden quedarse al margen, no pueden obviar ni ignorar esta realidad.

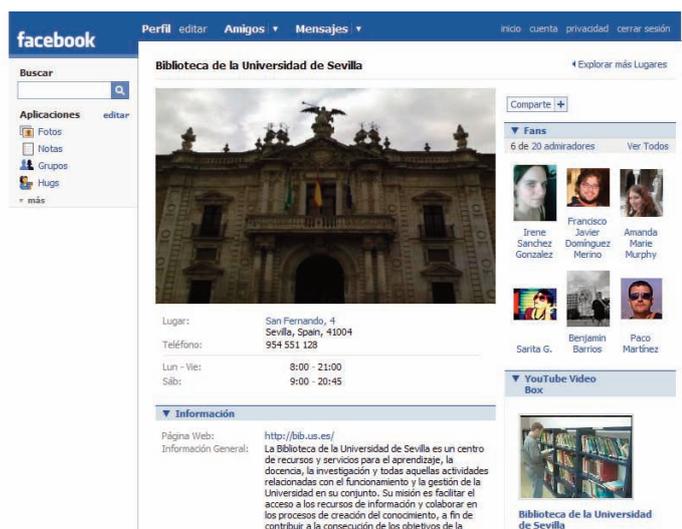


Fig. 29. Página de la Biblioteca de la Universidad de Sevilla en Facebook.

Promoción social de noticias: la comunidad vota

El filtrado de noticias

Los sitios de promoción social de noticias son unos de los más difíciles de categorizar. Para muchos autores (y para muchas clasificaciones de sitios Web 2.0) son simples sitios de marcadores sociales, para otros representan una categoría algo difícil de definir y que ha recibido numerosas críticas por la forma en que las noticias son publicadas y pueden ser manipuladas.

La forma de funcionar de estos sitios es la siguiente: un miembro de la comunidad, registrado en el sitio, ve una noticia, una página web, una entrada en un blog que le resulta interesante. En ese momento, envía la URL de la noticia que le ha interesado con un título y un comentario. La noticia permanece “pendiente de votación” para que los miembros de la comunidad voten positiva o negativamente su interés. Cuando la noticia alcanza los votos necesarios pasa de estar “pendiente” a estar en la portada del sitio, ordenada según ciertos algoritmos.

A diferencia de los periódicos digitales ni la selección de noticias ni la configuración de la portada se realizan con criterios periodísticos, se realizan como resultado de la actividad de la comunidad, por eso se les denomina sitios de “promoción social de noticias”.

Sitios más destacados

Dentro de esta categoría de sitios web los más destacados, con mayor número de usuarios son:

- **Digg** <<http://digg.com>>. Es el sitio de este tipo por excelencia. Es el más utilizado de todos los existentes, basado en informaciones producidas en Estados Unidos.
- **Menéame** <<http://meneame.net>>. Es el sitio de promoción social de noticias más utilizado en España. Además ha liberado su código, por lo que existen otros sitios que funcionan con el mismo software de Menéame. También es importante la difusión que ha hecho del concepto de *karma*, el cual trata de representar la relevancia del usuario dentro de la comunidad.
- **Fresqui** <<http://www.fresqui.com>>. Muy similar a Menéame y también centrado en el ámbito español, pero con un menor número de usuarios.

La importancia que han adquirido estos servicios y su capacidad para redireccionar tráfico hacia un sitio web la revela, por ejemplo, el hecho de que muchos medios digitales fomentan el envío de noticias de sus sitios por parte de los lectores a estos promotores sociales de noticias. Es fácil encontrar, al final de cada noticia, en los periódicos o en los *post* de los blogs, unos pequeños iconos que invitan a realizar estos envíos.

La disponibilidad de herramientas de software libre para elaborar webs de este tipo ha permitido la aparición de sitios de promoción de noticias especializados. Si Menéame y Fresqui están centrados en noticias del ámbito español, se puede encontrar **Copada** <<http://www.copada.net>> para noticias de Argentina, **Enchilame** <<http://www.enchilame.com>> para noticias de México, **Chuz!** <<http://chuza.org>> para noticias sobre Galicia y **Aupa Tu** <<http://www.aupatu.com>>, que puede ser el que tenga una interfaz más desarrollada, para Euskadi.

De la misma forma, existen sitios especializados temáticamente, donde se publican noticias de una materia concreta. Pueden ser ejemplos **Slashdot** <<http://slashdot.org>> para noticias sobre tecno-

logía, **Pixélame** <<http://pixelame.net>> sobre imagen digital y videojuegos, **Webéame** <<http://www.webeame.net>> para desarrollos web y **Culturizame** <<http://www.culturizame.net>> para noticias del mundo cultural.

Entre las especializadas temáticamente cabe destacar **DocuMenea** <<http://www.documenea.com>>, especializada en noticias de Biblioteconomía, Documentación, Gestión de la Información y otros temas afines [Baiget, 2008]. Estos sitios están orientados a comunidades profesionales o de interés concretas.

La posibilidad de añadir comentarios a las noticias, las ventajas de un filtrado social que designe democráticamente aquello que es relevante y aquello que no y su tecnología no invasiva hace pensar que estas herramientas puedan progresivamente ir sustituyendo a las listas de correo como forma de difundir novedades y de estar al día en un campo concreto.

Herramientas para construir servicios de promoción de noticias

No es recomendable desarrollar servicios de este tipo para comunidades excesivamente reducidas, pero puede ser útil para guardar históricos de noticias, hacer recomendaciones, etc. Existen varias herramientas de software libre que permiten construir servicios de promoción de noticias. La aplicación más utilizada es la de **Menéame** <<http://svn.meneame.net>> pero también está disponible **Pligg** <<http://www.pligg.com>>. Ambas requieren su instalación en un servidor propio.

Para aquellos usuarios que deseen disponer de un servicio de este tipo y no puedan disponer de un servidor existe el servicio **Noticia.es** <<http://noticia.es>> permite crear un servicio de este tipo gracias al software de Meneame.

Los sitios de promoción social de noticias y los profesionales de la información

Pese a las limitaciones que pueden tener crear servicios de este tipo, estos sitios deben ser conocidos por los profesionales de la información por los siguientes motivos:

La idea del *karma* y de la reputación del usuario están presentes en muchos sitios de la Web 2.0. Existe documentación sobre los algoritmos para

calcular el *karma* en estos sitios. Esta forma de medir la reputación puede ser aprovechada en los OPACs de los centros de información.

Han demostrado como pueden convivir una selección y ordenación profesional, la de la prensa digital, y una selección y ordenación popular o social, cada una con unas reglas de funcionamiento distintas, pero complementarias.

Pueden ser utilizados por los centros de información para dar a conocer las noticias que consideren relevantes: inauguración de una biblioteca, publicación de una colección de libros, puesta en marcha de un nuevo servicio, etc.

Cada vez se va utilizando más como fuente de información para la actualización profesional.

Las historia de los sitios de promoción social de noticias está llena de anécdotas, de intentos de manipulación y de censuras, de lecciones aprendidas y de consecuencias imprevistas. Es conveniente repasar algunas de estas historias para ser conscientes y poder prever las consecuencias de abrir los servicios de información a la participación.

The screenshot shows the DocuMenea website interface. At the top, there is a search bar and a 'login' button. Below the header, the main content area displays a list of news items under the heading 'noticias más votadas'. Each item includes a karma score in an orange box, the title of the news item, a brief description, and the date it was published. The items listed are:

- 27 menasos**: Recomendaciones para formar una biblioteca. Karma: 36. Category: Bibliotecas.
- 25 menasos**: La Biblioteca Nacional cambiará de nombre y se llamará 'Biblioteca Nacional de España'. Karma: 38. Category: Bibliotecas.
- 23 menasos**: "El profesional de la información" en Facebook. Karma: 43. Category: Mercado de la información.
- 23 menasos**: El libro más bello del mundo. Karma: 74. Category: Ofertas.

Fig. 30. Documenea, noticias de documentación.

¿Y ahora qué? Planificación de servicios 2.0 en las bibliotecas

Una visión estratégica

En los trabajos sobre herramientas 2.0 es frecuente encontrarnos con descripciones de proyectos que han tenido un mayor o menor éxito, o explicaciones detalladas sobre cómo utilizar alguna herramienta u otra. Una vez leídas esas aportaciones es frecuente que los profesionales de la información se planteen la posibilidad de implantar estas tecnologías en sus centros de trabajo. Este capítulo pretende explicar los pasos a seguir que recomiendan los grandes autores que han liderado importantes historias de éxito y han publicado sus experiencias [Stephens 2007; Farkas 2007; King, 2007].

Hay varios motivos que justifican la implantación de recursos de la web 2.0 en la biblioteca:

- Cubrir las necesidades de los nuevos usuarios, especialmente de los nativos digitales, que tienen una relación distinta con la tecnología.
- Seguir siendo relevantes en el conjunto de herramientas de información que utiliza el usuario.
- Mantener actualizada la proyección digital de la biblioteca.

Una coincidencia entre todos los autores es la necesidad de enmarcar la implantación de las herramientas 2.0 dentro del plan estratégico de la biblioteca. Estas herramientas sólo son eso, herramientas que sirven para ofrecer servicios relevantes y útiles para los usuarios. Ni las herramientas 2.0 ni ninguna otra tecnología, pueden ser consideradas un fin en sí mismas, son un recurso más que permiten mejorar los servicios ofrecidos o los procedimientos de trabajo.

Desde ese punto de vista, los servicios que se quieran implantar deben tener un porqué, una

justificación y unos objetivos claros y enmarcarlos en la estrategia de servicios de la biblioteca y que encaje con sus formas de comunicación. Por ejemplo, el objetivo de la biblioteca no puede ser “tener una cuenta en Flickr” el objetivo será “compartir una colección de fotografías antiguas con los usuarios” o “compartir fotografías de la biblioteca y sus actividades para que los usuarios puedan conocer el centro y reutilizarlas”, el objetivo no puede ser “tener una wiki” será “crear una guía de recursos colaborativa” o simplemente “utilizar la wiki para mejorar y simplificar los procesos de elaboración de guías temáticas”.

Meredith Farkas [Farkas, 2007] destaca como elemento clave para que estos servicios se implanten con éxito que han de cubrir necesidades de los usuarios, han de solucionar algún tipo de necesidad, algún tipo de problema ahorrándoles tiempo, o de lo contrario, sólo los usuarios más adeptos a la tecnología lo utilizarán.

Para conocer estas necesidades de los usuarios Farkas recomienda observarlos, observar cómo leen, cómo estudian, cómo se informan, etc. Esto nos dará las claves de las formas de comunicación con ellos, sin descartar otras técnicas de análisis más formales y establecidas como encuestas o reuniones con grupos de usuarios.

El personal de la biblioteca

Todos los autores coinciden también en resaltar la importancia del personal de la biblioteca en la implantación de estos proyectos. Es importante que el personal esté implicado en la implantación del nuevo servicio. Esto requerirá una importante tarea de explicación sobre las novedades. Seguramente serán visibles los procesos habituales de resistencia al cambio. Una forma útil de empezar

puede ser crear un comité interno donde se encuentren representadas las distintas sensibilidades de la biblioteca (personal directivo, de gestión, de atención al usuario, con conocimientos tecnológicos más avanzados, con conocimientos tecnológicos menos avanzados, etc.) y que este comité evalúe las ventajas y los inconvenientes de esta nueva tecnología antes de decidir si se va a adoptar o no.

La formación del personal, elaboración de materiales autoformativos y una explicación clara de las ventajas del nuevo servicio son favorables para que el personal de la biblioteca se sienta más seguro, acepte esa tecnología y la difunda a los usuarios.

Una coincidencia entre todos los autores es la necesidad de enmarcar la implantación de las herramientas 2.0 dentro del plan estratégico de la biblioteca.

Preguntas que responder

Para planificar un servicio 2.0 se puede seguir las siguientes preguntas que plantea David Lee King [King, 2007]:

- ✓ ¿Por qué? Establecer cuál es la necesidad de los usuarios o el proceso interno sobre el que se quiere actuar: Difusión de nuevas adquisiciones, selección de sitios web, etc.
- ✓ ¿Qué?Cuál va a ser el producto final. Las herramientas más acertadas para ese producto, el software a utilizar, etc. Por ejemplo: si se desea crear una guía de recursos utilizando una wiki, o páginas con contenidos reutilizados de del.icio.us, o que software para wikis se va a utilizar, etc.
- ✓ ¿Quién? Quién se va a encargar de la generación de contenidos, si va a ser el personal de la propia biblioteca, o sólo un grupo de ellos, que va a pasar con las nuevas responsabilidades que asuman, que formación van a necesitar... Si la creación de contenidos se va a dejar en manos de los usuarios habrá que fomentar su participación, la cual normalmente suele darse en forma de comentarios y valoraciones. Pa-

rece que los habituados a esta participación son los jóvenes. Siguiendo con el ejemplo anterior, se tendría que decidir quién va a poder editar los contenidos de la guía temática, si se va a permitir a los usuarios introducir nuevo contenido o sólo comentarios, etc.

- ✓ ¿Cómo? El nuevo proyecto necesitará un líder dentro de la organización para gestionarlo. Las necesidades de tiempo del personal se tendrán que prever: formación, creación de contenidos, supervisar los comentarios de los usuarios, etc. Habrá que presupuestar algunas herramientas si no se dispone de ellas y son necesarias para el servicio: cámara de fotos o vídeo, micrófonos para el ordenador, o la misma instalación del software. En el caso de una guía temática basada en una wiki, igual es necesario un mayor tiempo de formación del personal que la va a editar, si la instalación requiere algún coste, etc.
- ✓ ¿Cuándo? El momento de implantar este servicio dependerá de muchos factores y variará de una institución a otra en función de su actitud tecnológica, la existencia de personal capacitado para esas tareas, y los procesos de toma de decisiones. Es preciso contar con ciertos aliados en las áreas clave de la biblioteca para poner el servicio en marcha. Siguiendo con el ejemplo, sería imposible desarrollar una guía temática sin contar con el apoyo del servicio de referencia.

El contenido

El contenido es el elemento clave de estos servicios. A la hora de elaborar contenidos por parte de la biblioteca es preciso contar una breve guía de estilo sobre cómo redactar los textos, como crear los enlaces, etc. Cuando se trate de blogs, los autores insisten en la utilización de un tono personal y poco formal, pues resulta más cercano. Los textos publicados por la biblioteca deben invitar a la participación. La clave para la participación de los usuarios está en la forma en que se redacte el contenido. Algunos aspectos como realizar abiertamente una pregunta, utilizar títulos que inviten a la acción, pedir expresamente su opinión o invitarles a visitar la biblioteca son unas de las técnicas más utilizadas.

Los contenidos se deben actualizar periódicamente: los textos del blog, las fotografías de las galerías, etc. A la hora de publicarlos en plataformas externas (como Flickr o YouTube) hay que procurar optar por herramientas que permitan la reutilización de esos contenidos. Por ejemplo, es mejor publicar una fotografía en Flickr y reutilizarla en el blog que publicarla directamente en el blog, porque luego será más difícil de reutilizar.

Las herramientas utilizadas, normalmente, permiten cierta personalización de la presentación. Esta presentación suele tener unas opciones predefinidas conocidas como *temas*. Para implantar un servicio de este tipo se ha de valorar también el aspecto visual, el tema que se va utilizar y el grado de personalización. Una personalización baja requiere pocos conocimientos técnicos y tiene un bajo coste, pero puede parecer poco profesional para los usuarios. Una personalización muy avanzada, por ejem-

plo, para que se asemeje completamente a la web de la biblioteca, no siempre es posible y requiere mayores recursos para desarrollar esa personalización, mayores conocimientos técnicos y estos esfuerzos pueden verse comprometidos con las actualizaciones del software. En cambio, una personalización mayor se ajustará a los criterios establecidos por la biblioteca y dará un aspecto más profesional.

Los usuarios

El primer paso es conseguir tener contacto con los usuarios a través de Internet, esto dará mucha visibilidad al servicio para difundir novedades, etc. Se puede dar a conocer la identidad de la biblioteca utilizando tarjetas de cartulina, por ejemplo, para pedir a los usuarios que agreguen a la biblioteca en sus contactos del servicio de mensajería instantánea, o en las redes sociales de las que participe,

LibraryThing BETA

Portada Perfil Tu biblioteca Etiquetas Añadir libros Conversar Grupos Local

Buscar Panorama actual Herramientas Blog

La Regenta
por Leopoldo Alas

Socios	Reseñas	Popularidad	Valoración promedio	Conversaciones
104	Ninguno	37,110	★★★★ (4.2)	Ninguno

Recientemente añadido por: peterdj, gianca46, Pfanter, Aglie, daemonmeridianus, cdagulleiro, mrssamsa (ver más)

Tu biblioteca

✂ ✕ **La Regenta** por Leopoldo Alas. Penguin Classics (1985), Paperback, 736 pages

Etiquetas de los socios números | todas las etiquetas

(1885) *s11-3 *s18-2 19e siècle **19th century** **800 adultery** Alcalde **Belletristik** Clarín clasico classic drama european literature **fiction** hispanos library Literature lme **love triangle** Modern Narrativa española siglo XIX Narrativa spagnola **novel** objet trouvé **Penguin Classics** Read 1991 realismo Religion **Roman spain** **Spanien** spanischsprachige Literatur **spanish** **spanish fiction** **spanish Literature** spanish/latin american fiction spanje T-bok Trans. John Rutheford **translation** ulest unread world literature **XIX**

Recomendaciones de LibraryThing

1. La Colmena (Clasicos Marenostrum) por Camilo Jose Cela Conde
2. Fortunata Y Jacinta por Benito Perez Galdos
3. Cinco Horas Con Mario por Miguel Delibes
4. Los Santos Inocentes por Miguel Delibes
5. Requiem Por Un Campesino Español por Ramon J. Sender
6. El Arbol De La Ciencia / Tree of Knowledge (Biblioteca De Autor / Author Library) por Pio Baroja
7. La Verdad Sobre El Caso Savolta por Eduardo Mendoza
8. LA Tía Tula por Miguel de Unamuno
9. La Vida Del Buscon (Biblioteca clasica) por Francisco de Quevedo
10. Corazon Tan Blanco / a Heart So White (Punto De Lectura) por Javier Marias

Recomendaciones de los socios:

No hay recomendaciones de los socios (contribuye con una recomendación)

(mira mas recomendaciones y anti-recomendaciones para este libro)

Comprar, tomar prestado, intercambiar o vista

Amazon.com
IberLibro.com
Worldcat
Shaman Drum
Not in stock (search)
Intercambiar este libro (0/3)
Google Books: Partial view

Portadas populares

(ver todas 15 las portadas)

Valoración

Promedio: ★★★★★ (4.2)

0.5
1
1.5
2
2.5
3
3.5
4
4.5
5

1
1
2
7

Fig. 31. LibraryThing es una excelente herramienta para las bibliotecas.

etc. No hay que tener miedo de solicitar a los usuarios que sean “amigos” de la biblioteca en el entorno digital. Muchas herramientas 2.0 cuentan con funcionalidades que permiten localizar a otros usuarios desde las agendas de correo electrónico o por palabras clave, esto ayuda a localizar a los usuarios potenciales.

Lo más habitual es permitir a los usuarios introducir comentarios en los servicios 2.0 que ofrezca la biblioteca. Si se permite estos comentarios es fundamental darles respuesta y hacerlo de forma rápida. No pasa nada si el comentario de un usuario ha de ser editado para corregir alguna falta de ortografía, introducir algún enlace, etc. No cabe duda de que si hay mucha participación, tarde o temprano surgirá algún problema, por lo que los comentarios deberán ser moderados (antes o después de su publicación) para evitar cualquier tipo de uso indebido, por lo tanto es preciso elaborar y publicar previamente una guía sobre lo que estará permitido en los comentarios y lo que no. Algunas acciones judiciales han hecho que muchos autores de blogs publiquen avisos legales delimitando sus responsabilidades y las de quien hace el comentario.

El engranaje que funciona

En resumen, se puede decir que todo servicio 2.0 debe tener unos objetivos, en los cuales se ha de ser realista y conocer el entorno de la biblioteca. Será necesario experimentar con las herramientas para

evaluarlas correctamente. Los contenidos se han de publicar con la idea de ser reutilizables, por la biblioteca o por otros usuarios. Es preciso mantenerse en contacto con los usuarios, la web social presenta nuevas formas de estar en contacto con los usuarios.

Para que un servicio 2.0 funcione es preciso contar con tres elementos clave:

1. Unos usuarios participativos, dispuestos a aportar a colaborar con el desarrollo del servicio, algo que sucederá si el servicio les es útil y cubre alguna de sus necesidades.
2. Una biblioteca receptiva a esa participación, con un personal formado y convencido de las ventajas de los servicios 2.0.
3. Un espacio web interactivo, donde esa participación pueda tener lugar y servir a otros usuarios para mejorar su información y también a la biblioteca.

Sólo con la combinación de estos tres elementos se encontrarán sitios web 2.0 con participación de usuarios, que mejoren de forma continua y que cada vez tengan más usuarios. Una de esas tres piezas es la biblioteca que puede replantearse algunos de sus servicios y procesos, las otras no dependen íntegramente de ella, pero puede ayudar a construirlas, algo que no por ser un proceso lento y laborioso, ha de desanimar a los profesionales de la información.



Fig. 32. El engranaje que funciona.

Recursos de información

Blogs y webs

En la siguiente lista se recomiendan algunos de los recursos disponibles en Internet para obtener mayor información y conocer las últimas novedades sobre los temas tratados en este informe.

Además de los recursos citados en esta página existen otros muchos blogs profesionales que tratan el tema ocasionalmente, revistas electrónicas que publican monográficos o algunos artículos y redes sociales donde también es posible encontrar información relevante. Es conveniente también revisar periódicamente los contenidos que muchos profesionales publican en distintos repositorios. En el campo de los profesionales de la información el repositorio más conocido es E-LIS <<http://eprints.rclis.org>>.

Blogs internacionales

- LibraryCrunch <<http://librarycrunch.com>>
- Tame the Web <<http://tametheweb.com>>
- David Lee King <<http://www.davidleeking.com>>
- Information Wants To Be Free <<http://meredith.wolfwater.com/wordpress>>
- The Shifted Librarian <<http://www.theshiftedlibrarian.com>>
- ALA Tech Source <<http://www.alatechsource.org/blog>>
- Librarian in Black <<http://librarianinblack.net>>
- Walking Paper <<http://www.walkingpaper.org>>

Blogs españoles

- Bibliotecarios 2.0 <<http://bibliotecarios2-0.blogspot.com>>

- DosPuntoCero <<http://dospuntocero.dma.web.info>>
- Web Social para Profesionales de la Información <<http://comunidad20.sedic.es>>
- Deakialli Documental <<http://www.deakialli.com>>
- Gamoia <<http://gamoia.wordpress.com>>
- Documentalista Enredado <<http://www.documentalistaenredado.net>>

Wikis

- LISWiki <<http://liswiki.org>>
- Library Success Wiki <<http://www.libsuccess.org>>
- Biblioteca 2.0 y + <<http://wiki.sedic.es/index.php/Biblioteca2.0+>>

Otros recursos de información

- Library 2.0 reading list <<http://www.squidoo.com/library20>>
- Red social Library 2.0 <<http://library20.ning.com>>
- Red social Información 2.0 <<http://bibliotecariosydocentes.ning.com>>

Novedades en tecnología

- Soitu. Vida digital <<http://www.soitu.es/soitu/vidadigital.html>>
- MobuzzTV: Dosis diaria <<http://dosisdiaria.mobuzz.tv>>
- WwWhat's New <<http://www.whatsnew.com>>
- Gen Beta <<http://www.genbeta.com>>
- Alianzo. Redes sociales <<http://blogs.alianzo.com/redessociales>>
- Social Computing Magazine <<http://www.socialcomputingmagazine.com>>

Bibliografía

- ALONSO MARTÍN, José Antonio. Una biblioteca escolar 2.0. *Educación y Biblioteca*. Septiembre-octubre 2007, nº 161. p. 98-102.
- ARROYO-VÁZQUEZ, Natalia. Los sitios de redes sociales: una introducción. *Web Social para Profesionales de la Información: comunidad de prácticas* [en línea]. 9 de junio de 2008. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en <<http://comunidad20.sedic.es/?p=176>>.
- BAIGET, Tomàs *et al.* DocuMenea, noticias frescas sobre documentación. *11es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació*. Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris i Documentalistes de Catalunya, 2008. p. 609-611.
- BLYBERG, John. AADL.org goes social. *blyberg.net* [en línea]. 21 de enero de 2007. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.blyberg.net/2007/01/21/aadlorg-goes-social/>>
- BREEDING, Marshall. Next-generation library catalogs. *Library Technology Reports*. Julio-agosto 2007, vol. 43, nº 4. p. 5-42.
- CABEZAS-CLAVIJO, Álvaro. Widgets: reutilizar contenidos con el mínimo esfuerzo. *Documentación, Biblioteconomía e Información* [en línea]. 14 de junio 2008. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.lacocelera.com/documentacion/post/2008/06/14/widgets-reutilizar-contenidos-con-minimo-esfuerzo>>.
- CASEY, Michael E.; SAVASTINUK, Laura C. Library 2.0. *Library Journal*. 1 de septiembre 2006, vol. 131, nº 14, pp. 40-42.
- CASEY, Michael E.; SAVASTINUK, Laura C. *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*. Medford, N.J.: Information Today, 2007.
- CELAYA, Javier. *Comunicación empresarial 2.0: la función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial*. Madrid: Grupo BPMO, 2007.
- CRAWFORD, Walt. Library 2.0 and 'library 2.0'. *Cites & insights* [en línea]. Midwinter 2006, vol. 6, nº 2. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://cical.info/civ6i2.pdf>>.
- FARKAS, Meredith G. *Social software in libraries: building collaboration, communication, and community online*. Medford, N.J.: Information Today, 2007
- FLIMM, Oliver. Die open-source-software OpenBib an der USB Köln - Überblick und Entwicklungen in Richtung OPAC 2.0. *Bibliothek: Forschung und Praxis*. 2007, vol. 31, nº 2. p. 185-192.
- GIMÉNEZ LÓPEZ, Mónica; TRAMULLAS SAZ, Jesús. Evaluación de software libre para la gestión de bibliografía. *1ª Jornada de Software Libre para Unidades y Servicios de Información, Santiago de Compostela, 10 de mayo de 2008*. [En prensa].
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. Bibliotecarios 2.0. *10as. Jornadas Españolas de Documentación* (Fesabid 2007). Madrid, Fesabid, 2007 (a). p 309-315.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. Bibliotecas 2.0 en España: el camino recorrido. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*. Enero-Junio 2007 (b), nº 86-87, p. 29-46.
- GOODCHILD, Michael F. Citizens as sensors: the world of volunteered geography. *GeoJournal: An International Journal on Geography*. Agosto de 2007, vol. 69, nº 4, p. 211-221.
- GUALLAR, Javier. La renovación de los diarios digitales: rediseños y web 2.0. *El Profesional de la Información*. Mayo-junio 2007, vol. 16, nº 3, p. 235-242.
- HAMMOND, Tony; *et al.* Social Bookmarking Tools (I): A General Review. *D-Lib Magazine* [en línea]. Abril 2005, vol. 4, nº 11. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.dlib.org/dlib/april05/hammond/04hammond.html>>.
- JÄSCHKE, Robert *et al.* Organizing publications and bookmarks in Bibsonomy. *16th International World Wide Web Conference (WWW2007)* [en línea]. Alberta, Canada: World Wide Web Conference, 2007. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <http://www2007.org/workshops/paper_25.pdf>.
- JUÁREZ-URQUIJO, Fernando. La biblioteca pública, un usuario más de la Web 2.0. *III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas: Murcia, 29, 30 de noviembre y 1 de diciembre de 2006: la biblioteca pública, espacio ciudadano: actas*. Madrid: Ministerio de Cultura, 2006. p. 442-452.

- JUÁREZ-URQUIJO, Fernando. Gracias por tu tiempo: Bateginik, el boletín de novedades cooperativo en la web. *Mi biblioteca*. Primavera 2007, nº 9, p. 46-50
- JUÁREZ-URQUIJO, Fernando. Tecnología, innovación y web social: el valor de la dimensión en la biblioteca pública. El caso de la biblioteca de Muskiz. *El Profesional de la Información*. Marzo-abril 2008, vol. 17, nº 2, p. 135-143.
- KING, David Lee. Setting up the new stuff: planning & implementing Library 2.0. *Computers in Libraries 2007* [en línea]. 16 de abril de 2007. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://davidleeking.com/pdf/cil2007-planningweb20>>.
- KROSKI, Ellysa. The hype and the hullabaloo of Web 2.0. *Infotangle* [en línea]. 13 de enero de 2007. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://infotangle.blogspot.com/2006/01/13/the-hype-and-the-hullabaloo-of-web-20>>
- LUND, Bend; et al. Social Bookmarking Tools (II): A Case Study - Connotea. *D-Lib Magazine* [en línea]. Abril 2005, vol. 4, nº 11. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.dlib.org/dlib/april05/lund/04lund.html>>.
- MACÍAS GONZÁLEZ, Julio; PÉREZ CASAS, Pablo. No es oro todo lo que reluce: una aproximación al nuevo concepto de catálogo social. *Mi Biblioteca*. Primavera 2008, nº 13, pp. 88-98.
- MANIEGA, David. Opac 2.0: El futuro dentro de una realidad tangible. *Anuario ThinkEpi*, 2008. p. 41-45.
- MARGAIX-ARNAL, Dídac. Bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar. *El Profesional de la Información*. Noviembre-diciembre, 2008, vol. 17, nº 6. [En prensa].
- MARGAIX-ARNAL, Dídac. Conceptos de Web 2.0 y Biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El Profesional de la Información*. Marzo-abril, 2007, vol. 16, nº 2, p. 95-106.
- MERLO-VEGA, José-Antonio (coord.). Dossier bibliotecas y web social. *Educación y biblioteca*. Septiembre-octubre 2007, vol. 19, nº 161, p. 62-124.
- MERLO-VEGA, José-Antonio. Las diez claves de la web social. *ThinkEpi* [en línea]. 18 de febrero de 2008. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.thinkepi.net>>.
- MILLER, Paul. Web 2.0: building a new library. *Ariadne* [en línea]. Octubre 2005, nº 45. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>>
- O'REILLY, Tim. *What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software* [En línea]. Sebastopol: O'Reilly, 30 de sept. 2005. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.oreillynet.com/go/web2>>.
- ORIHUELA, José Luis. *La revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006.
- RETHLEFSEN, M. L. Product Pipeline: social bookmarking. *NetConnect*. Verano 2006 (a), p. 16-17.
- RETHLEFSEN, M. L. Product Pipeline: social reference managers. *NetConnect*. Otoño 2006 (b), p. 16-17.
- RETHLEFSEN, M. L. Chief Thingamabrarian. *Library Journal*. 1 de enero de 2007 (a), vol. 132, nº 1, p. 40-42.
- RETHLEFSEN, M. L. Product pipeline: book-sharing tolls and iPods. *NetConnect*. Invierno 2007 (b), p. 14-16.
- ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac; et al. *Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: Esic, 2005
- SAUERS, Michael P. *Bloggng and RSS: a librarian's guide*. Medford, N.J.: Information Today, 2007
- SEOANE-GARCÍA, Catuxa. Weblogs y bibliotecas: ¿y por qué no? la red de blog de las Bibliotecas Municipales de A Coruña. *Educación y Biblioteca*. Septiembre-octubre 2007, vol. 19, nº 161, p. 113-119.
- SERRANO-COBOS, Jorge. Web 2.0 en las bibliotecas: el concepto de Library 2.0. *ThinkEPI* [en línea]. 16 de mayo de 2007. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://www.thinkepi.net/web-20-en-las-bibliotecas-el-concepto-library-20>>.
- SERRANO-COBOS, Jorge. Agregación y recuperación de la información en servicios Library 2.0: el caso de Map2Books. *Información digital: nuevas perspectivas en la Sociedad del Conocimiento: Calsi 2007*. Valencia: MasMedios, 2007. p. 195-213.

- SERRAT BRUSTENGA, Marta; SUNYER LÁZARO, Silvia. Experiències en l'ús dels gestors de referències bibliogràfiques a la Biblioteca del Campus de Terrassa (BCT) de la UPC. *BiD : textos universitaris de biblioteconomia i documentació* [en línea]. Junio 2005, nº 14. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=14serrat.htm>.
- STEPHENS, Michael. Web 2.0 & Libraries: Best practices for Social Software. *Library Technology Reports*. Julio-agosto 2006, vol. 42, nº 4. p. 5-66.
- STEPHENS, Michael. Web 2.0 & Libraries, Part 2: Trends and Technologies. *Library Technology Reports*. Septiembre-octubre 2007, vol. 43, nº 5. p. 7-78.
- WIEBRANDS, Constance. Collaboration and communication via wiki: the experience of Curtin University Library and Information Service. *Proceedings of Australian Library and Information Association 2006 Biennial Conference, Perth (Australia)* [en línea]. [Consulta: 22-06-2008]. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/archive/00007481/>>.



Dídac Margaix Arnal es diplomado en Biblioteconomía y Documentación por la Universitat de València. Ha trabajado en bibliotecas públicas, universitarias y especializadas. Actualmente trabaja en la Biblioteca General de la Universidad Politécnica de Valencia. Desde noviembre de 2006 mantiene su blog DosPuntoCero dedicado a las novedades en el mundo de la información, prestando especial atención los cambios que está trayendo la Web 2.0 a las actividades profesionales y a los servicios de bibliotecas y centros de documentación. Es autor de diversos artículos publicados sobre web social y sus usos en centros de información y ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales. Sus trabajos se centran en el estudio de los conceptos de Web 2.0 y Biblioteca 2.0 y la aplicación de este modelo a los catálogos bibliográficos.

Este informe supone un repaso global a la Web Social y cómo la están aplicando los centros de información en el momento actual, con la intención de servir de guía para los profesionales que deseen conocer las nuevas posibilidades de Internet y sus aplicaciones.

INFORMES DE APEI

1. *Informe APEI sobre web social* por Dídac Margaix Arnal. 2008.
2. *Informe APEI sobre acceso abierto* por Julio Alonso Arévalo, Imma Subirats Coll y María Luisa Martínez Conde. 2008.



<http://www.apeiasturias.org>

info@apeiasturias.org

2008