

**PROPUESTA DE UNA RED SOCIAL PARA BIBLIOTECAS
UNIVERSITARIAS**

Anna Kawalec

Valencia, Octubre 2009

Índice

Introducción	3
1. Las redes sociales en Internet.....	6
1.1 Idea de las redes sociales en Internet	7
1.2 La historia y el desarrollo de las redes sociales en Internet	9
1.3 Construcción y funcionamiento de las redes sociales en Internet.....	14
1.4 Ejemplos de las redes sociales en Internet	16
2. Presencia de las bibliotecas en los sitios de las redes sociales.....	18
2.1 Posibilidades que ofrecen las redes sociales para las bibliotecas	18
2.2 Análisis de aplicaciones que usan las bibliotecas presentes en las redes sociales	22
2.3 Las bibliotecas que participan en las redes o están creando sus propias redes	32
3. Una red social de la biblioteca académica	38
3.1 Los usuarios potenciales - análisis	39
3.2 Aplicaciones de las redes sociales para las bibliotecas académicas.....	45
Conclusiones	51
BIBLIOGRAFIA	56
LISTA DE LAS TABLAS, IMÁGENES, FIGURAS	62
ANEXOS	63

Introducción

En este trabajo se analiza la utilización de redes sociales en las bibliotecas universitarias. El objetivo del trabajo es hacer una propuesta de diseño de una red social para una biblioteca universitaria.

La popularidad de las redes sociales y otras herramientas de Web 2.0 obliga a las bibliotecas a ir acorde a los tiempos y adaptarse a las novedades que ofrece el mundo de Internet. Durante los últimos años la moda de las redes sociales ha aumentado en todo el mundo. Todavía no está claro dónde nos llevarán esas herramientas, si son totalmente seguras, ya que se analiza mucho su fiabilidad con respecto a los datos personales. Aunque una cosa queda clara, la creciente presencia de las redes sociales en la vida cotidiana debe llamar la atención de los profesionales de la información.

Este trabajo tiene por objetivo estudiar las diversas aplicaciones existentes en las redes sociales y evaluar su posible utilización en el diseño de una red social para bibliotecas universitarias. Como resultado pretende construir un modelo de prototipo completo para ser implantado en una biblioteca.

Esta tesina consta de tres partes. La primera de ellas es una introducción a las redes sociales que menciona aspectos como idea, historia y desarrollo, contenidos y elementos y analiza distintos ejemplos de redes sociales. La siguiente parte de la tesina es un análisis de presencia de bibliotecas en las redes sociales. Se habla de la posibilidad de crear redes sociales para las bibliotecas, ventajas y desventajas para éstas, presentando ejemplos de bibliotecas que participan en redes o intentan crear sus propias redes. También se analiza aplicaciones que usan las bibliotecas presentes en redes sociales. A continuación se propone el proyecto de red social para una biblioteca universitaria.

El proyecto está basado en la investigación sobre los potenciales usuarios. Se ha realizado una encuesta a nivel internacional a un grupo de estudiantes, personal de bibliotecas y profesionales de documentación, con el objetivo de recoger sus opiniones, conocer sus necesidades y escuchar sus propuestas en lo referente a las redes sociales para bibliotecas. La encuesta se realizó entre abril y

agosto 2009. La petición de participación en la encuesta estaba publicada en varios sitios de redes sociales, en blog de la autora (<http://blogbardzonaukowy.blogspot.com/>) con el fin de recibir el mayor número de respuestas posibles. Los resultados de la encuesta se presentan en los capítulos siguientes de la tesina. Si bien se tiene en cuenta que dicho estudio no es representativo, por no disponer de las herramientas y recursos suficientes para seleccionar una muestra de población más conforme al método científico, el interés de los resultados así como su significado se han considerado aptos para exponerse en esta tesina. Por tanto, consideramos que los resultados obtenidos son suficientes para poder extrapolarlos o bien continuar el estudio con una muestra mayor.

En el proceso de recopilación de materiales para la tesina se han realizado búsquedas en bases de datos y catálogos de bibliotecas de disciplinas como documentación, información, ciencias sociales. Se han consultado las siguientes bases de datos y repositorios de la información accesibles en Internet: *Educational Resource Information Center (ERIC)*, *Library Information Science & Technology Abstract (LISTA)*, *Infomine*, *MyiLibrary*, *E-LIS*, *Directory of open access journals*, *Base de ISBN de España*, *Base de Datos de Tesis españolas: TESEO*, *Base de datos de tesis del CBUC*, *Dialnet*, *ISOC del CSIC*, *Compludoc*, *Social Science Citation Index*. La consulta de los catálogos online de bibliotecas se han realizado en: Biblioteca General de UPV, Biblioteca Nacional de España, Biblioteca Nacional de Polonia, Catálogo colectivo de las Bibliotecas Públicas del Estado, REBIUN, catálogo de Biblioteca Jagiellońska y de la Universidad de Varsovia.

Entre las fuentes citadas en el texto de la tesina están los diccionarios profesionales de las siguientes disciplinas: informática, documentación, biblioteconomía, por ejemplo: *A Dictionary of the Internet*, *Concise Dictionary of Library and Information Science*, *Online Dictionary for Library and Information Science ODLIS*. Los textos citados en esta tesina son monografías, artículos de periódicos, también documentos electrónicos – páginas WWW, artículos de revistas electrónicas etc. La bibliografía adjuntada a esta tesina, esta elaborada según normas ISO 960.

Los métodos empleados en la realización de la tesina son: el análisis y crítica de publicaciones profesionales, el análisis de usabilidad y evaluación de varias redes sociales de bibliotecas o perfiles de bibliotecas en las redes sociales globales. Otro método que se ha usado en este trabajo es una encuesta electrónica entre los usuarios potenciales de red social de biblioteca. Un ejemplar del cuestionario de la encuesta está adjuntado al trabajo en el anexo I.

1. Las redes sociales en Internet

En esa parte del trabajo vamos a proporcionar algunos conocimientos básicos de las redes sociales en Internet – como es su idea, historia y desarrollo, funcionamiento y algunos ejemplos.

Previamente parece necesario dar una explicación del término que es el tema principal de ese trabajo: red social. Muy pocos diccionarios de la materia de biblioteconomía e información contienen la definición del término red social o sitio de red social en Internet. Unos elementos que nos ayudan a construir la definición, podemos encontrarlos en enciclopedias generales en Internet y artículos sobre varios aspectos de las redes sociales. Podemos empezar por la teoría de las redes sociales, que explica esas relaciones como un grafo donde las personas son nodos y vínculos entre ellas son vértices [Arroyo, 2008]. El término “la red social” fue acuñado en año 1954 por J. A. Barnes. Significa una estructura social de los nodos que son generalmente individuos u organizaciones. Una red social representa las relaciones y flujos entre las personas, grupos, organizaciones, animales, computadoras u otro tipo de información / conocimientos de procesamiento de las entidades [Webopedia, documento electrónico].

Con el desarrollo de la Web social, la filosofía de las redes sociales se ha incorporado a sitios Web – que ayudan mantener contactos, compartir recursos etc. Las redes sociales en Internet se visualizan en forma de grafo y pueden ampliar nuestras relaciones sociales aparte de los contactos directos con las personas [Arroyo, 2008]. Según definición encontrada en *Wikipedia*, un servicio de la red social se centra en la construcción y la verificación de las redes sociales online para las comunidades de personas, que comparten intereses y actividades, o que están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros, y que requiere el uso de software [Wikipedia, documento electrónico]. Una explicación mas desarrollada dan Boyd y Ellison: por sitios de redes sociales (ing. *social network sites*) se entiende servicios basados en la Web que permiten a los individuos, construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado. También permiten crear una lista de otros usuarios con cuales mantienen una conexión, y después ver, cambiar, fusionar dicha lista con otras listas otros

dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro [Boyd, Ellison, 2007].

Con la definición fijada, podemos pasar a otros aspectos para conocer el fenómeno de las redes sociales en Internet.

1.1 Idea de las redes sociales en Internet

Cuando analizamos algún objeto o fenómeno, unas de las primeras preguntas que se nos ocurren son: ¿de donde viene?, ¿cual es su destino?, ¿para que sirve?, ¿por que lo han creado? En ese apartado del trabajo intentaremos explicar razones que han fomentado la creación de sitios de redes sociales en Internet.

La comunicación es una de las necesidades básicas de los humanos. Mantener las relaciones con otra gente es una acción natural entre la gente. Para obtener objetivos, sobrevivir, cooperar, mantener salud mental, se requiere comunicación con otras personas. En la época de tecnología, del desarrollo de Internet, del crecimiento del significado de la información, muchas acciones de comunicación, que antes se mantenía en vivo, se desplazan a espacio virtual – usando las herramientas de Internet.

La idea de las redes sociales ha encontrado un gran apoyo en Internet. La filosofía de las redes sociales online, es en principio igual que la teoría de la red social: representar las relaciones y flujos entre las personas o grupos.

Aparte de mantener contacto con otra gente, una ventaja de las redes sociales en Internet, es la información, que es accesible, coordinada y tiene referencias [Kijkuit, R.C., 2007]. Dentro de los sitios de las redes sociales observamos la diversidad de la información. Los miembros tienen una oportunidad de expresar varias opiniones del mismo tema en el mismo tiempo. Esa acción nos lleva a ideas creativas – porque informaciones diversas, si se combinan, pueden dar lugar a nuevas ideas creativas.

Otra ventaja de las redes sociales en Internet es la capacidad para facilitar acciones colectivas y coordinar las tareas. Unos especialistas (Adler, Kwon, Sandefur, Laumann) dividen esa ventaja en dos: el control y la solidaridad. El control se refiere a la influencia de un actor, como consecuencia de una posición favorable en el sistema con una distribución asimétrica de poder o de la información. La solidaridad se refiere a los actores, para que sienten estímulo para cumplir con las normas sociales, normas y costumbres locales, reduciendo la necesidad de controles formales.

El beneficio más obvio de las redes sociales, se basa en la idea de que "dos personas pueden hacer algo más que una". De este modo se aumenta la cantidad de información, su diversidad y la velocidad con la que la información esta procesada [Kijkuit, R.C., 2007].

La idea de las redes sociales en Internet se puede relacionar con el concepto de "aldea global". Las redes ayudan a mantener contactos con amigos, familiares, conocidos que están a miles kilómetros de nosotros. Dan la posibilidad de recuperar contactos perdidos con el tiempo o por la distancia geográfica. Aparte de contactos personales o de carácter hobby, las redes sociales ofrecen la oportunidad de aprovechamiento para asuntos profesionales. Se las puede usar en el trabajo – para mantener relaciones entre compañeros o colaboradores. Por ejemplo en el trabajo científico, las redes sociales en Internet, dan posibilidad de encontrar y seguir en contacto con los profesionales de otros países, que se especializan en la misma materia. Estas acciones sin viajar serian difícil y costarían más tiempo y esfuerzo.

La idea y aplicación de los sitios de las redes sociales con tiempo estaba evolucionando. Ahora sirven no solo como la herramienta de mantener contactos, tan personales como profesionales. También dan una oportunidad de intercambiar materiales o compartir ficheros. Es una forma útil y rápida para presentar varios tipos de materiales – fotos o videos, por ejemplo.

Además las posibilidades de uso de las redes sociales en Internet son aprovechadas por las organizaciones de diverso carácter. Se puede observar unas empresas que usan las redes sociales en Internet para dar a conocer las marcas desconocidas [Arroyo, 2008]. Otras de las ventajas de las redes sociales para las

empresas, es la demanda de la información, la comunicación más rápida que a través de correo electrónico, una mejor cultura en el trabajo, y presencia profesional más personalizada, confianza con fotos, biografías, y la información de los posibles socios y clientes para acceder a ellos [Raphael, 2007].

Como la idea cambia y evoluciona, cada sitio de las redes sociales tiene sus características específicas, su filosofía y objetivos. Unas sirven principalmente a contactos personales, otras son más útiles para contactos profesionales, otras dan la posibilidad de compartir ficheros, intereses, hobbies etc.

En general podemos caracterizar la existencia de las redes sociales en siguientes formas:

- un nuevo canal de comunicación,
- colaboración en una materia concreta / creación de grupos en torno a un tema de interés común,
- compartimiento, intercambio de ideas, materiales, experiencias,
- publicidad de marcas, instituciones etc.

1.2 La historia y el desarrollo de las redes sociales en Internet

En esta parte del trabajo se introducen unos hechos sobre inicios y desarrollo de las redes sociales en Internet. Como cualquier breve historia de un gran fenómeno, los datos presentados abajo serán incompletos. Igual como es un fenómeno bastante joven, tampoco hay muchas referencias completas y bien elaboradas.

La historia de las redes sociales en la Web tiene que ver con el desarrollo de la Web 2.0. Se puede decir que las redes sociales son un ejemplo de cumplimiento de la idea de Web 2.0. Permiten a los usuarios hacer más que recuperar la información. Los usuarios pueden poseer los datos y mantener control sobre esos datos. Las redes sociales en Internet ofrecen una "arquitectura de participación" que invita a los usuarios a añadir su valor a las aplicaciones, en vez de solo usarlas. Las redes sociales aprovechan la experiencia del usuario, su participación, y gracias a eso ofrecen el contenido dinámico. La funcionalidad de las redes sociales en la Web ha llegado a sustituir el término Web 2.0 con término

Web social y usarlos como si fueran sinónimos [Arroyo, 2008].

Según Linda Raphael, la tendencia de las redes sociales en la Web se inició gracias a las personas que querían volver a contactar con los amigos de la escuela. Desde ese punto se expandió a compartir mensajes, música y vídeos e intereses [Raphael, 2007]. De la literatura reconocemos que, la primera red social en Internet fue creada en el año 1995 y se llamaba *Classmates.com* [Wikipedia, documento electrónico], [Raphael, 2007]. La red fue creada por Randy Conrads. El objetivo del sitio era ayudar a sus usuarios a encontrar y ponerse en contacto con los amigos de la escuela infantil, el colegio, la escuela secundaria, la universidad, el trabajo, así como el ejército. Ahora esa red cuenta con más de 40 millones de miembros activos en los Estados Unidos y Canadá. Según Nielsen online, *Classmates.com* es la tercera red social en cuanto al número de visitas mensuales [Wikipedia, documento electrónico]. Con una suscripción gratuita la red permite crear un perfil y realizar la búsqueda de otros compañeros. Por un costo mínimo se puede poner en contacto con los amigos “perdidos”, participar en las comunidades y foros de escuelas específicas [Raphael, 2007].

La siguiente red social ha sido lanzada en el año 1997. *SixDegrees.com* permitía a los usuarios crear los perfiles, las listas de amigos y, a partir de 1998, navegar por las listas de amigos. Cada una de estas características existía en alguna forma antes de la creación de *SixDegrees*. Esa red fue la primera en combinar estas posibilidades.

SixDegrees se ha utilizado también como una herramienta para ayudar a la gente a ponerse en contacto y enviar mensajes a otros. Aunque esa red ha atraído millones de usuarios, no se ha convertido en un negocio sostenible y, en año 2000 el servicio ha desaparecido.

Desde 1997 hasta 2001, han aparecido una serie de las herramientas, que empezaron a apoyar las combinaciones de perfiles y listas de contactos accesibles públicamente. Las redes como *AsianAvenue*, *Blackplanet*, *MiGente*, permitían a los usuarios crear perfiles personales y profesionales, donde por data se podría identificar los “amigos”, sin pedir la aprobación para agregar a alguien a la lista de los contactos. *LiveJournal*, poco después de su lanzamiento en el año 1999, ha implementado conexiones de única dirección, en las páginas de sus usuarios. En

LiveJournal, la gente marca a los otros como “amigos”, para seguir sus publicaciones y puede gestionar la configuración de su privacidad.

La siguiente ola de las redes sociales en Internet se comenzó, cuando *Ryze.com* se lanzó en el año 2001, para ayudar a mantener las redes empresariales. Al final, *Ryze* nunca adquirió una popularidad masiva. De ese tipo de redes sociales solo *LinkedIn* se convirtió en un servicio poderoso de negocio [Boyd, Ellison, 2007].

En la historia de servicios de las redes sociales hay que mencionar el caso de *Friendster* – que se puso en marcha en el año 2002 como un complemento a *Ryze.com*. Fue diseñado para competir con *Match.com*, un rentable sitio de citas online. Lo nuevo de *Friendster* era que, se diseñó para ayudar a encontrarse amigos de amigos, con el supuesto de que los amigos de amigos crearan parejas mejores y más románticos que los extranjeros. *Friendster* era muy popular entre tres grupos que influyeron a ese sitio: los bloggers, los asistentes del Burning Man arts festival, y los homosexuales. Creció a 300.000 usuarios antes de su promoción en la prensa en mayo del año 2003. Como aumentó la popularidad de *Friendster*, el sitio encontró dificultades técnicas y sociales. Los servidores estaban mal equipados para manejar su rápido crecimiento, y el sitio regularmente fallaba, frustrando a los usuarios. Para complicar las cosas, *Friendster* comenzó la restricción de las actividades de sus usuarios más apasionados. Al mismo tiempo que *Friendster* estaba perdiendo la popularidad en los EE.UU., su popularidad se disparó en las Filipinas, Singapur, Malasia e Indonesia.

En el año 2003 se inició *MySpace* para competir con los sitios como *Friendster*, *Xanga*, y *AsianAvenue*. Según el co-fundador Tom Anderson, los fundadores de *MySpace* querían atraer a los usuarios decepcionados de *Friendster*. Debido a esto, *MySpace* pudo crecer rápidamente. Un grupo particularmente notable que alentó a otros a cambiar, fueron bandas de indie-rock que fueron expulsados de *Friendster* por no cumplir los reglamentos con el perfil. Las bandas no eran la única fuente de crecimiento de *MySpace*, pero la relación simbiótica entre bandas y los fans ha ayudado a la red extenderse más allá. *MySpace* ha desarrollado siguiendo las necesidades de sus usuarios y permitiendo a los

usuarios, personalizar sus páginas de los perfiles. Luego, en julio de 2005, News Corporation compró *MySpace* por \$ 580 millones (BBC, 2005), atrayendo la atención de los medios masivos.

Mientras que *MySpace* atrajo la atención de los medios en los EE.UU. y en el extranjero, las redes sociales en Internet, se multiplican y su popularidad crece en todo el mundo. *Friendster* ha ganado popularidad en las Islas del Pacífico, *Orkut* fue la red más popular en Brasil después de crecer rápidamente en la India, *mixi* se adoptó en Japón, *LunarStorm* en Suecia, *Grono* apareció Polonia, *Hi5* se adoptó en los países de América Latina, América del Sur y Europa, y *Bebo* se hizo muy popular en el Reino Unido, Nueva Zelanda y Australia.

Los blogs con elementos de las redes sociales también han ganado popularidad. Ejemplos: *Xanga*, *LiveJournal* y *Vox*, que en los EE. UU. tienen un amplio público. *Skyrock* triunfa en Francia, y *Windows Live Spaces* domina muchos países del todo mundo, incluso en México, Italia y España.

A partir del año 2003, muchas redes sociales en Internet se pusieron en marcha. La mayoría tuvo la forma de sitios basados en el perfil, intentando repetir el éxito de *Friendster*. Aparte de las redes sociales que están organizadas para abarcar público amplio, encontramos las redes de carácter profesional, como *LinkedIn*, *Visible Path* y *Xing*, que se centran en la gente de negocios.

Existen también las redes en Internet centradas en la pasión como *Dogster*, que juntan extraños compartiendo sus intereses. *Care2* reúne ecologistas y activistas, *Couchsurfing* conecta a los viajeros y los turistas en su búsqueda de sitios para dormir, y *MyChurch* une a las iglesias cristianas y sus miembros.

Además, cuando creció el fenómeno de los medios de comunicación social y de contenido generado por el usuario, las páginas Web enfocadas en compartimiento de medios han empezado a aplicar elementos de las redes sociales, convirtiéndose en sus mismos. Los ejemplos incluyen *Flickr* (compartimiento de fotos), *Last.FM* (hábitos de escuchar música), y de *YouTube* (compartimiento de vídeo) [Boyd, Ellison, 2007].

Hablando de la historia de las redes sociales no se puede olvidar de *Facebook* - la red que ahora mismo triunfa en muchos países europeos y estadounidenses. *Facebook* comenzó a principios del año 2004 como una red

social de universidad de Harvard. Para unirse, se requería que el usuario tenga correo electrónico de Harvard. A partir de septiembre del año 2005, *Facebook* empezó a ampliar su acceso a los estudiantes de escuelas secundarias, a los profesionales de las redes corporativas, y finalmente a todo el mundo. La diferencia entre *Facebook* y otras redes sociales es que, los usuarios de *Facebook* pueden decidir sobre el nivel de accesibilidad de sus perfiles a otros usuarios. Otra característica que distingue a *Facebook*, es la capacidad de crear "aplicaciones", que permiten a los usuarios personalizar sus perfiles y realizar tareas, tales como comparar las preferencias de la película o hacer un mapa de viajes [Boyd, Ellison, 2007]. En febrero del año 2008 se traducía la plataforma de *Facebook* al español, lo que ha supuesto a esta red un crecimiento del 999% en el mercado español, más de 5,6 millones de visitas y subir al primer puesto entre los sitios de las redes sociales más populares, según datos de la empresa comScore [Arroyo et al., 2009].

Diversas redes sociales han surgido en diferentes idiomas y países. Se estima que actualmente hay más de 200 sitios de redes sociales existentes en Internet [Wikipedia, documento electrónico]. El futuro nos va a mostrar cuáles de ellas se desarrollan y sobreviven. De momento una cosa está clara: el aumento de las redes sociales en Internet, nos indica un cambio en la organización de comunidades en línea. Si bien los sitios Web dedicados a los grupos de interés, siguen existiendo y prosperando, las redes sociales están organizadas principalmente en torno a las personas y no en intereses. *Usenet* y los foros de debate se estructuran por temas y sus jerarquías, y las redes sociales se estructuran como las redes personales (o "egocéntricas"), con la persona en el centro de su propia comunidad. Esto refleja con precisión las estructuras sociales inmediatas, donde "el mundo está compuesto de las redes, no de los grupos"[Boyd, Ellison, 2007].

1.3 Construcción y funcionamiento de las redes sociales en Internet

Viendo varios sitios de redes sociales, observamos una gran variedad de las características técnicas. No obstante la base de construcción de una red social son los perfiles de las personas que muestran una lista de “amigos” que son también usuarios del mismo sistema. Los perfiles son páginas únicas, en las cuales “uno se puede crear”.

Después de registrarse a una red social en Internet, al usuario se le pide rellenar unos formularios que contienen una serie de preguntas. El perfil se genera con las respuestas a estas preguntas, que suelen incluir descriptores como: edad, ubicación, intereses, y una sección "sobre mí". La mayoría de las redes también permite a los usuarios cargar una foto del perfil. Algunos sitios dan la posibilidad a los usuarios para modificar su perfil a su gusto, añadir ficheros multimedia, aplicaciones etc. [Boyd, Ellison, 2007].

La visibilidad de un perfil varía según la red y el usuario. Eso provoca una gran discusión sobre protección de los datos y privacidad. Pero esa cuestión no es el objetivo de este trabajo.

Los perfiles de *Friendster* y *Tribe.net* son rastreados por los motores de búsqueda, y por eso son visibles para cualquier. Alternativamente, *LinkedIn* controla la visibilidad de los perfiles – según el tipo de la cuenta (pagada o no). Los sitios como *MySpace* permiten a sus usuarios elegir si desean que su perfil sea público o visible sólo para contactos de su lista. *Facebook* adopta un enfoque diferente: los usuarios que forman parte de la misma "red" pueden ver los perfiles de los demás. Existe una opción que el propietario del perfil puede negar el permiso de ver su perfil a los de su red. Las variaciones estructurales en torno a la visibilidad y el acceso, son una de las principales formas en que las redes sociales en Internet se diferencian unas de otras.

El paso siguiente después de unirse a un sitio de la red social, es identificar las relaciones que se tiene con los demás. La etiqueta de estas relaciones es diferente dependiendo del sitio, los términos más populares son: “Amigos”, “Contactos”, “Fans”. La mayoría de las redes sociales requiere confirmación de la “amistad”, pero algunos no lo hacen. Estos vínculos uni-direccionales son

etiquetados como "fans" o "seguidores", pero en muchos sitios se llaman "amigos" también.

El término "amigo" puede ser engañoso (por eso en este texto se le pone entre comillas), porque la conexión entre dos personas en la red social, no significa necesariamente la amistad en el sentido de la vida cotidiana. Además las razones de vincularse son variadas y en muchos casos desconocidas. La exhibición pública de las conexiones entre "amigos" es un componente crucial de las redes sociales en Internet. La lista de los "amigos" contiene enlaces a cada perfil de un amigo, lo que permite a los usuarios recorrer las redes de otros usuarios. En la mayoría de los sitios, la lista de "amigos" es visible para cualquier persona que tiene acceso para ver el perfil de un usuario, aunque hay excepciones.

La mayoría de las redes sociales en Internet ofrece un mecanismo para que los usuarios puedan dejar los mensajes en los perfiles de sus "amigos". Esta práctica normalmente implica dejar los "comentarios". Muchas veces las redes sociales tienen una función similar a la mensajería Web.

Más allá de los perfiles, listas de amigos, comentarios y mensajes privados, las redes sociales varían en sus características y en base de los usuarios. Algunas tienen aplicaciones para compartir las fotos o videos, mientras que otras incluyen tecnología de los blogs y la mensajería instantánea. Hay redes sociales específicas para móviles (por ejemplo *Dodgeball*), algunas redes basadas en la Web, también interactúan con los móviles (por ejemplo, *Facebook*, *MySpace*, y *Cyworld*). Muchas de las redes sociales están creadas para personas de las regiones geográficas específicas o para grupos lingüísticos, aunque esto no determina siempre el sitio. *Orkut*, por ejemplo, se puso en marcha en los Estados Unidos, con un solo interfaz en inglés, pero los brasileños portugués parlantes, se convirtieron rápidamente en el grupo principal de los usuarios. Algunas redes sociales están diseñadas para determinados grupos étnicos, religiosos, orientación sexual, política u otra categoría. Incluso hay las redes sociales para perros (*Dogster*) y gatos (*Catster*), aunque sus propietarios deben gestionar sus perfiles.

Si bien las redes sociales son a menudo diseñados para ser ampliamente accesible, atraen a muchas poblaciones inicialmente homogéneos, por lo que no es raro encontrar unos grupos que utilizan las redes sociales en Internet, para

separarse por nacionalidad, edad, nivel educativo, y otros factores, aunque esa no era la intención de los diseñadores [Boyd, Ellison, 2007].

1.4 Ejemplos de las redes sociales en Internet

La lista de las redes sociales que existen en Internet es muy larga. Se la adjunta a este trabajo como Anexo II. No es posible describir todas las redes aquí, además no es objetivo de este trabajo. Para la descripción se han elegido cuatro redes sociales de carácter diferente. La descripción de estas se presenta en la tabla siguiente.

Tabla 1. Ejemplos de las redes sociales en Internet

Nombre:	<u>Epernicus</u>	<u>LibraryThing</u>	<u>Flickr</u>	<u>Facebook</u>
Enlace:	http://www.epernicus.com/	http://www.librarything.com/	http://www.flickr.com/	http://www.facebook.com/
Logotipo:				
Creador: (persona/institución)	Universidades: Cambridge, Massachusetts	Tim Spalding	Ludicorp	Mark Zuckerberg
Año :	2007	2005	2004	2004
País de origen:	Inglaterra, Estados Unidos	Estados Unidos	Canadá, Vancouver	Estados Unidos
Registrados:	Información no encontrada	600.000	Información no encontrada	3.106.833
Tipo de registro:	Invitación, abierto	Abierto	Abierto	Invitación, abierto
Objetivo(s):	Reunir y consolidar el mundo científico para tener una plataforma de intercambio de experiencia y materiales para investigación.	Crear club de libros más grande del mundo, crear listas propias de libros, catalogar libros desde Amazon, la Biblioteca del Congreso y otras 690 bibliotecas de todo el mundo.	Sirve como servidor personal para compartir fotografías personales, el servicio es mundialmente usado como un repositorio fotográfico.	Crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos.
Destinatarios:	Investigadores (ciencias puras)	Bibliotecarios, publico general	Publico general	Publico general
Aplicaciones disponibles:	Perfil, mensajes, grupos, muro, publicaciones/compartimiento de los artículos	Catalogación, tags, chat, grupos	Álbumes de fotos, tags, etiquetas	Perfil, chat, grupos, álbumes de fotos, juegos eventos, muro, cuestionarios
Idiomas:	Ingles	32 idiomas (ingles, español, alemán, etc.)	Ingles, chino, alemán, italiano	70 idiomas ¹ : Ingles, español, francés, alemán etc.

Fuente: elaboración de la autora

¹ Datos actuales para el día 15/10/2009, la cantidad de idiomas crece.

2. Presencia de las bibliotecas en los sitios de las redes sociales

En este apartado del trabajo vamos a analizar las acciones que toman las bibliotecas para su presencia en las redes sociales. Intentaremos responder a las preguntas ¿que posibilidades ofrecen las redes sociales para las bibliotecas? ¿Qué aplicaciones son útiles para bibliotecas que participan en las redes sociales en Internet? También se presentara algunos ejemplos de bibliotecas que están presentes en las redes sociales o intentan crear sus propias redes.

2.1 Posibilidades que ofrecen las redes sociales para las bibliotecas

La Web 2.0 ha empezado la era de nuevos canales y las nuevas herramientas en la comunicación. Las bibliotecas no pueden quedarse sin notarlo e ir acorde a los tiempos. Las bibliotecas deben observar cuales son los canales y herramientas en la comunidad de usuarios que las sirven. Muchas bibliotecas se están esforzando por estar presentes y ofrecer servicios a través de varias herramientas *on-line*, como blogs, wikis, gestores de citas sociales, servicios de catalogación, OPAC 2.0, lenguajes de sindicación, y por fin, las redes sociales.

Los sitios de las redes sociales son utilizados por las bibliotecas, para ser visibles a las comunidades que utilizan estas redes. Es una herramienta que facilita mucho la comunicación con los usuarios, recolección de sus opiniones y una buena forma de iniciar un mejor contacto con ellos. La forma más popular de presencia de las bibliotecas en redes sociales es la creación de un perfil de la biblioteca [Margaix-Arnal, 2008A]. Las redes de carácter general, donde podemos encontrar perfiles de bibliotecas son: *MySpace*, *Tuenti*, *Facebook*.

Aparte de mejorar la comunicación de biblioteca con los usuarios, las redes sociales pueden ayudar en la realización de sus objetivos. Entre las funciones de las bibliotecas hay: difundir la información sobre su colección, crear el mejor acceso a materiales para los usuarios, informar a los usuarios sobre los procesos de gestión bibliotecarios.

La información se puede difundir por varios canales – pues ¿por que no aprovechar las redes sociales para cumplirlo? Hace poco tiempo – en la época de desarrollo de las páginas Web, había la necesidad de que cada biblioteca tuviera su portal, para poder ser mas accesible, útil y atractiva al usuario. Actualmente, con la popularidad de las redes sociales en Internet, las bibliotecas deben aprovechar las oportunidades que le brindan. La participación en alguna de redes sociales existentes, crea posibilidad a la biblioteca de:

- promover actividades de la biblioteca,
- anunciar los eventos organizados o planeados por la biblioteca,
- promover la colección de la biblioteca,
- obtener un rápido feedback de sus usuarios,
- observar la estructura de sus usuarios – en base de sus perfiles.

El perfil de la biblioteca en la red social puede ser un buen complemento de los servicios ofrecidos en la página Web de la biblioteca. Puede ser, aunque no esta justificado, que la presencia en las redes sociales genere tráfico hacia su sitio Web [Margaix-Arnal, 2008A]. Hay que añadir que la red social tiene otro carácter, que no es tan oficial como suelen ser las páginas propias de las bibliotecas. Este hecho alo mejor da más libertad y confianza a los usuarios para expresar sus opiniones, recomendaciones, etc. Observando el número creciente de los fans de bibliotecas en varias redes sociales, podemos suponer que los usuarios están contentos por encontrar las bibliotecas en las redes.

La Biblioteca Nacional está llevando a cabo una revolución silenciosa... ajena a los focos de los titulares de prensa está abriéndose a las nuevas tecnologías... [...] Enhorabuena por estos cambios ² – ha escrito uno de los fans de la Biblioteca Nacional Española, después de aparición de dicha en *Facebook*.

La participación de las bibliotecas en las redes sociales en Internet también se puede considerar como una forma de marketing. Como muchas bibliotecas no tienen medios financieros para organizar campañas de marketing y publicidad, aprovechan las herramientas gratuitas, que son las redes sociales. Además participando en las redes sociales la biblioteca se hace más moderna y atractiva en

² <http://es-la.facebook.com/pages/Madrid/Biblioteca-Nacional-de-Espana/35622383401>

ojos de sus usuarios. Por supuesto principalmente la biblioteca debe ser buena cada día. Si no es, ninguna forma de marketing ni publicidad le ayudara. Pero condicionando que la biblioteca es buena y quiere evaluar, las redes sociales en Internet, le dan una buena oportunidad.

La decisión de participación en alguna red social, a continuación nos lleva a elegir una de tantas redes existentes debemos para introducir la biblioteca. Ese es el problema particular de cada biblioteca, donde se debe considerar su carácter, tipos de los usuarios y objetivos que quiere conseguir la biblioteca a través de estar presente en alguna red social en Internet. Las posibilidades para elegir son muchas.

Tuenti es la red social más utilizada en España, pero sólo se puede acceder mediante invitación de un miembro, que el número de invitaciones por usuario es limitado. Además carece de herramientas para crear aplicaciones. Estos son factores que limitan interés para la biblioteca. *MySpace* tiene un importante peso de la cultura musical y artística. *Hi5* por su parte tiene un gran número de usuarios jóvenes, pero está más orientado a las relaciones personales. *Facebook* tiene una significativa presencia de usuarios que son estudiantes universitarios y da muchas oportunidades de construir aplicaciones. Los estudiantes han incluido *Facebook* tanto en sus rutinas de trabajo como en las relaciones personales. Como ya se ha dicho cada biblioteca deberá decidir cuál es el mejor canal (o canales) para llegar a sus usuarios, pero parece que la mayoría de bibliotecas universitarias han optado por *Facebook* mientras que las públicas apuestan por *MySpace* [Margaix-Arnal, 2008B].

Otra cosa que hay que tener en cuenta, cuando decidimos que queremos mejorar la visibilidad de biblioteca en la red social, es que la participación no puede ser caótica y de cualquier manera. Hay que implementar algún plan de participación en las redes sociales. Natalia Arroyo propone considerar siguientes elementos en plan dicho:

- visión, misión y objetivos de la biblioteca,
- objetivos: ¿Qué queremos conseguir?: ¿más usuarios?, ¿una mejor valoración de servicios?, ¿recabar ideas de mejora?, ¿ampliar oferta de servicios? etc.,

- usuarios: ¿quiénes son?, ¿cómo son?, ¿dónde están?,
- conceptos: ¿de que se va a hablar?, ¿qué queremos vender?, ¿qué necesitan los usuarios?,
- herramientas: ¿que redes sociales son las más adecuadas y cómo funcionan?, En relación con los usuarios: ¿debemos estar en la red social de la mayoría o en todas donde haya usuarios? ¿Sería mejor crear nosotros el entorno adecuado y que sean ellos los que vengan?,
- tareas: al unir los objetivos con los usuarios y las herramientas, aparecen tareas a realizar. Estas son las que deben llevar al éxito,
- personas: ¿quien debe ser “la voz de la biblioteca”?, ¿Debe haber varias? ¿Deben tener nombre o escudarse bajo el nombre biblioteca?, ¿quién debe encargarse de cada tarea?,
- tiempos: hay que definir fases y temporalizar las tareas,
- evaluación: debemos establecer mecanismos para poder evaluar periódicamente el estado del proyecto y tomar medidas correctoras, modificar los objetivos o lo que sea necesario [Arroyo et al., 2009].

Esa propuesta no es una garantía para el éxito, pero seguro que puede ayudar en la creación de un perfil de la biblioteca, que seria atractivo y útil para sus usuarios. Después de tener considerados los aspectos mencionados, podemos ponernos a analizar las herramientas y aplicaciones, que serán interesantes para cumplir nuestra idea. También hay que observar otros perfiles de bibliotecas – para darse cuenta de como realizan sus objetivos.

2.2 Análisis de aplicaciones que usan las bibliotecas presentes en las redes sociales

Las bibliotecas en las redes sociales funcionan de manera parecida a las personas privadas. Como cualquier usuario, para existir en la red social, la biblioteca debe crearse un perfil. Ese perfil es parecido a perfiles de personas, tiene la misma composición visual, parecidas aplicaciones etc. Existen las pequeñas diferencias – por ejemplo los contactos de las bibliotecas no se llaman “amigos” (como en perfiles de personas), pero “fans”.

Dentro de las ramas que ofrece la red social, cada biblioteca según su idea y necesidades elige aplicaciones necesarias para la realización de sus objetivos. Para observar este proceso, ponemos el ejemplo de perfiles de bibliotecas en *Facebook*. Sobre las aplicaciones de *Facebook* para las bibliotecas escribían Angela Kille, Ellyssa Kroski, Michael Baumann, Didac Margaix-Arnal. En *Facebook* existe un grupo llamado *FacebookAppsForLibraries*.

Para crear página de la biblioteca en *Facebook*, es suficiente que un usuario visite su página y pulse el enlace “Crear una página para mi empresa”. Después hay que concretar el tipo de página que se desea crear. Es conveniente seleccionar “Local” y dentro de sus opciones “Biblioteca/Edificio público”, a continuación se añade el nombre de la biblioteca y se inicie la edición de la página. Lo habitual es incluir una fotografía o el logotipo de la biblioteca, los datos básicos de contacto, horario, etc. La persona que cree la página quedará registrada como administrador y puede invitar a otros contactos a ser también administradores de la misma. Son los que pueden eliminar el contenido no apropiado generado por los fans [Margaix-Arnal, 2008B].

Los elementos más habituales en los perfiles de las bibliotecas son:

- el muro: para escribir mensajes,
- info: la sección donde la biblioteca puede poner información sobre su misma como: misión, objetivos, enlaces a pagina Web, actividades, historia etc.,
- eventos: para anunciar actividades organizadas e invitar a participar en el

- evento, a los que pueden confirmar o no su asistencia,
- *YouTube*: para dejar películas – relaciones de eventos o presentaciones de colección,
- fotos: permite publicar fotos de biblioteca o de eventos pasados, se ordena por álbumes,
- notas: ofrecen la posibilidad de publicar noticias, textos, etc. Se puede actualizar automáticamente con un canal RSS.

Otras aplicaciones de *Facebook* que suelen utilizarse para mejorar los contenidos son:

- *Fbml* estático: una aplicación desarrollada por *Facebook* que inserta código *fbml*, (*Facebook markup language*), una versión de HTML adaptada por *Facebook*. Permite incluir varias cajas de contenido como si fueran distintas aplicaciones. Es la aplicación más versátil y utilizada. Se puede usar para insertar formularios de búsqueda, enlaces recomendados, etc. Otra aplicación similar es *My html*,
- *Simply RSS*: permite agregar canales RSS, con lo que es posible mantener la página actualizada permanentemente con las noticias de la biblioteca o el contenido de algún blog, siempre que estén disponibles en algún lenguaje de sindicación de contenidos,
- aplicaciones de búsqueda: existen numerosas utilidades de búsqueda bibliográfica. Las más avanzadas son *WorldCat* y *CiteMe*, de la *OCLC*. También las hay para *JStore* y *PubMed* y en un ámbito más cercano otras no oficiales para *Dialnet* y el *Catálogo Colectivo de Rebiun*. Muchas bibliotecas han optado por crear utilidades de búsqueda en sus catálogos bibliográficos,
- *MeeboMe*: permite insertar una pequeña ventana de chat o mensajería instantánea,
- *Bookshare Books*: presenta las cubiertas de libros recomendados por la biblioteca. Existen aplicaciones más avanzadas y sencillas de utilizar, pero sólo están disponibles para perfiles, no para páginas,
- páginas favoritas: establece relaciones entre distintas páginas *Facebook*, lo cual permite por ejemplo presentar de forma conjunta todas las páginas de

las distintas sucursales de un sistema bibliotecario, otras bibliotecas especializadas en el mismo campo temático, etc. [Margaix-Arnal, 2008B].

Las aplicaciones descritas arriba se presentaran en las imágenes siguientes. Se han elegido perfiles de tres bibliotecas diferentes: una nacional, una universitaria y una pública, que están presentes en *Facebook*.

Podemos observar que los perfiles son parecidos. Cada una tiene encabezamiento donde aparece el nombre de biblioteca su logotipo o foto. Cada una de las bibliotecas usa muro, sección info. Otras aplicaciones dependen de objetivos, idea y necesidad de la biblioteca. La Biblioteca Nacional de España usa *Eventos, Notas, YouTube, Discusiones, Fotos*. Biblioteca de de la Universidad Complutense de Madrid aparte de aplicaciones ya mencionados, ha añadido una aplicación de búsqueda. Biblioteca Pública de Berkeley tiene una aplicación *Páginas Favoritas* que agrupa las páginas recomendadas por la biblioteca.

Imagen 1: Perfil de la Biblioteca Nacional de España en Facebook

The image shows the Facebook profile of the Biblioteca Nacional de España. The page layout includes a top navigation bar with 'facebook', 'Home', 'Profile', 'Friends', 'Inbox', and 'Settings Log out'. The profile header features the BN logo, a cover photo of the building, and the name 'Biblioteca Nacional de España' with a bio: 'También hemos añadido a otras Bibliotecas Nacionales en nuestras "Páginas Favoritas": Australia, Belgrado, Finlandia, Serbia, Trinidad y Tobago y Turkmenistán.' Below the header are tabs for 'Wall', 'Info', 'Events', 'YouTube', 'Photos', and 'Boxes', with 'Info' circled in red. A text input field 'Write something...' and 'Attach' buttons are visible. The 'Information' section on the left lists the location as 'Paseo de Recoletos 20 - Madrid (España)', phone '(34) 91 580 78 00', and hours: 'Mon - Fri: 09:00 - 21:00' and 'Sat: 09:00 - 14:00'. The 'Fans' section shows '6 of 8,771 fans' and lists six members: Diana Serrano Catalan, Nadia Ruiz Ganga, Francisco Nuñez, Rafa LC, Helena Amaya Garzon, and Iraida Silvestre. The 'Events' section shows '63 past events' and lists three: 'Cooperación bibliotecaria y má...', 'Exposición bibliográfica de Ed...', and 'Para esta noche'. The main feed contains three posts: 1) 'Nueva Guía Bibliográfica dedicada a la novela histórica' (18 August at 09:21), 2) 'Publicada en la Biblioteca Digital Hispánica la nueva colección de Libros de Caballería' (17 August at 11:38), and 3) 'Publicada en la Biblioteca Digital Hispánica la nueva colección de Libros de Caballería' (17 August at 11:38).

Fuente: <http://www.facebook.com/bne>

Imagen 2: Perfil de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid en Facebook

facebook Home Profile Friends Inbox Settings Log out

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Become a Fan

Wall Info Events Photos Video

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid Just Fans

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Información científica: nuevos soportes (Seminario Madroño)
El Consorcio de Bibliotecas Madroño organiza una jornada dedicada a los nuevos soportes de la información científica, en la que se tratarán cuestiones como el libro digital y sus lectores, las experiencias europeas en las plataformas de libros electrónicos y las nuevas herramientas para la...
Thurs at 14:31 · Share
2 people like this.

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Resumen del curso de verano 'La cooperación bibliotecaria'
Como suele ser habitual cada verano escorialense, la Biblioteca de la Universidad Complutense ha organizado un curso que este año ha dedicado a la cooperación bibliotecaria. Tuvo lugar la última semana de julio y en el mismo intervinieron 16 personas, además del Rector, Carlos Berzosa, y del...
Wed at 12:17 · Share
3 people like this.

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Cambios en el catálogo
Desde hace algún tiempo estamos trabajando en un nuevo diseño del OPAC (Catálogo en Línea de Acceso Público), que incorpora no sólo un nuevo aspecto, sino una serie de nuevas funcionalidades (algunas de ellas relacionadas con la web 2.0). En este sentido, os anunciamos que acabamos de publicar...
17 August at 12:56 · Share
8 people like this.

Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Ejemplo de proyección de nuestros bibliotecarios
El elemento más importante de cualquier biblioteca es su personal. Y buena parte de su relevancia externa, además de la historia, se la proporciona el elemento humano...
29 June at 11:07 · Share
3 people like this.

Martina Cavallini Arena hola soy martina y no soy de una universidad todavía voy a la escuela y soy de argentina .y me dieron para hacer un trabajo sobre su universidad y hay una pregunta uqe no la encuentro por ningún lado y la necesito saber porque es la ytarea para el receso de invierno porfa me pueden responder en este muro esta pregunta:

Information
Location:
Ciudad Universitaria
Madrid, Spain, 28040

Fans
6 of 336 fans See All

Sonia Pérez Blanca Salom María Dolores Acosta Mira
María Jesús García Mateu Silvia Villaplana Anna Cortés Martínez

Buscar

 En el Catálogo Cisne
 En la Colección Digital
 En Libros BUC-Google
Buscar

Fuente:

<http://www.facebook.com/search/?init=srp&sfxp=&o=&q=biblioteca+de+universidad+#/pages/Madrid/Biblioteca-de-la-Universidad-Complutense-de-Madrid/57228901593?ref=search&sid=712880770.3380317472..1>

Imagen 3: Perfil de Berkeley Public Library en *Facebook*

The image shows the Facebook profile of the Berkeley Public Library. At the top, the navigation bar includes 'facebook', 'Home', 'Profile', 'Friends', 'Inbox', and 'Settings Log out'. The profile header features the library's name, a 'Become a Fan' button, and a menu with 'Wall', 'Info', 'Discussions', 'Photos', 'Boxes', and 'Events'. The left sidebar contains sections for 'Fans' (6 of 735 fans), 'Events' (3 past events), and 'Favourite Pages' (6 of 11 Pages). The main feed displays several posts, including a video link from cbs5.com, a notice about library closures for July 3rd and 4th, and fan testimonials such as 'Jennifer Feng Archuleta best place to work ever!!!' and 'Guillermo Jaramillo BEST LIBRARY EVER !!!!!'. Red circles highlight the 'Fans' and 'Events' sections in the sidebar, and a testimonial post by Jennifer Feng Archuleta in the main feed.

Fuente:

<http://www.facebook.com/search/?init=srp&sfxp=&o=&q=public+library#/pages/Berkeley-Public-Library/33672625913?ref=search&sid=712880770.2402174002..1>

Para esta comparación se presenta otro ejemplo de perfil de biblioteca. Es el perfil de la biblioteca de la Universidad del País Vasco en *Tuenti*. Podemos observar muchas cosas parecidas entre este y los perfiles de bibliotecas en *Facebook*, vistos antes. Las aplicaciones comunes que usan bibliotecas en *Tuenti* son: *Fotos*, *Sección Sobre Biblioteca* (que es semejante de Info de *Facebook*), *El muro*, *Redes*. *Redes* es una aplicación que reúne varios perfiles de personas o instituciones en grupos. Observamos que en *Tuenti* los asociados al perfil de la biblioteca se nombran ‘amigos’ no ‘fans’ como en *Facebook*. Lo que mas diferencia *Tuenti* de *Facebook* es el acceso. A *Facebook* puede unirse cada persona desde la pagina principal, a *Tuenti* hay que tener invitación de otros miembros. El acceso es más restringido.

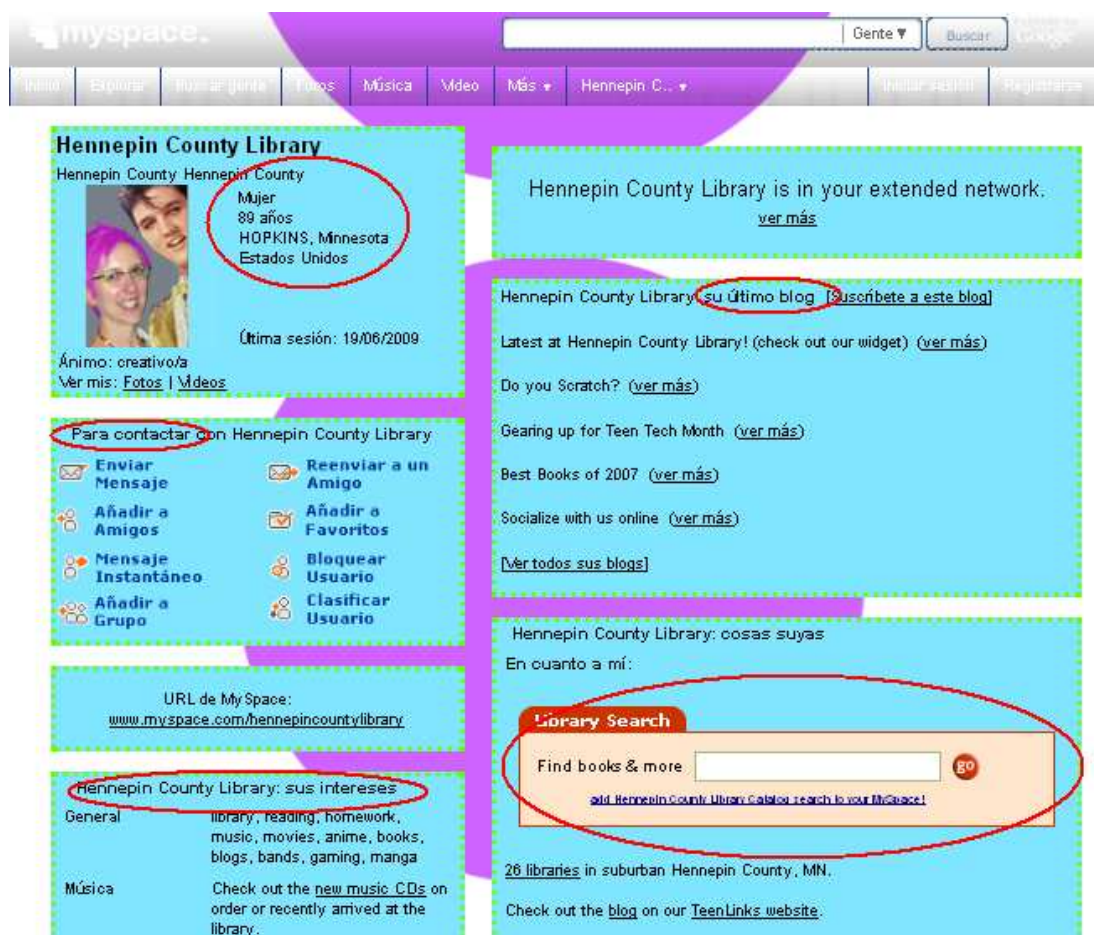
Imagen 4: Perfil en *Tuenti* de la biblioteca de la Universidad del País Vasco- Euskal Herriko Unibertsitatea



Fuente: [Margaix-Arnal, 2008B].

Ambas redes *Tuenti* y *Facebook* requieren un registro previo para poder acceder a la información de algún contacto. Los perfiles presentados arriba son visibles solo para miembros de la red social. Ese hecho limita la accesibilidad de la biblioteca en la red social. Abajo se muestra un perfil de la biblioteca en *MySpace* que esta visible sin necesidad de estar registrado a la red social.

Imagen 5: Perfil en *MySpace* de Hennepin County Library



Fuente: <http://www.myspace.com/hennepincountylibrary>

El perfil de Hennepin County Library tiene una construcción parecida a los perfiles mencionados en *Facebook* o *Tuenti*. Hay la sección de Info con foto/ fotos e “intereses” de la biblioteca, una bien preparada sección para contacto, blog, aplicación para búsqueda y muro.

Las posibilidades que ofrecen *Facebook*, *Tuenti* o *MySpace* no es todo lo que pueden aprovechar las bibliotecas de las redes sociales. Un servicio ofrecido por las redes sociales, popular entre las bibliotecas es catalogación social. La mayoría de bibliotecas utilizan este tipo de servicios para recomendar lecturas a sus usuarios o mejorar su política de adquisiciones. Los comentarios de los usuarios, sus etiquetas y la 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.

Hay bibliotecas que 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 han hecho de *LibraryThing* su propio catálogo. Por ejemplo la biblioteca del Museo del Cómic de Nueva York usa como OPAC *Library-Thing* [Margaix-Arnal, 2008A].

Imagen 6: Pagina de la biblioteca del Museo del Cómic de Nueva York en *Library-Thing*



Fuente: <http://www.librarything.com/profile/moccany>

El catalogo de la biblioteca del Museo del Cómic de Nueva York en *Library-Thing* es un buen ejemplo de creación de OPAC 2.0, entre la biblioteca y los usuarios. La biblioteca crea la descripción, los usuarios pueden poner sus tags, opinar sobre los documentos y evaluar a las posiciones favoritas. Es interesante que el usuario pueda elegir el estilo de descripción bibliográfica. Hay estilos que muestran solo información básica como autor, título, año, imagen de tapa de documento, pero hay estilos mas especializados con símbolos de clasificación de Biblioteca de Congreso, números ISBN. Existe la posibilidad de navegar por la colección y también de búsqueda.

LibraryThing ofrece una herramienta llamada *LibraryThing for Libraries*, que 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 [Margaix-Arnal, 2008A].

Con el tiempo observamos el desarrollo de las aplicaciones que ayudan a las bibliotecas mejorar sus servicios a los usuarios y hacen los perfiles más atractivos. Aunque todo todavía parece muy fragmentado. No hay red social que reúna todo, lo que podría aprovechar una biblioteca. Por eso parece que lo optimo seria que la biblioteca pueda mantener su propia red social. Si es el camino correcto lo intentamos considerar en siguientes apartados de esa tesina.

2.3 Las bibliotecas que participan en las redes o están creando sus propias redes

El número de bibliotecas con página o perfil en *Facebook* va aumentando [Arroyo et al., 2009]. Hay ya más de 150 bibliotecas universitarias que disponen de su página en *Facebook* [Margaix-Arnal, 2008B]. En este apartado vamos a introducir unas bibliotecas que están presentes en varias redes sociales o intentan crear alguna red social propia – aunque de estos hay muchas menos. La creación de redes propias exige una preparación más profunda y sobre todo medios financieros – que a veces para las bibliotecas es una dificultad. Por eso la mayoría de bibliotecas de momento aprovecha de las redes sociales existentes en Internet – considerando que hay una gran variedad a elegir para cumplir sus objetivos o misión. Algunas bibliotecas utilizan su presencia en una determinada red social para informar a sus actuales usuarios sobre sus actividades, mientras que otras aspiran a captar nuevos usuarios que no conocen la programación de la biblioteca. El enfoque y contenidos de cada uno de estos perfiles serán totalmente distintos [Arroyo et al., 2009].

Según un bibliotecario de *British Library* la presencia de esa biblioteca en las redes sociales *“les puso en contacto más estrecho con los usuarios individuales, que nos permite medir la popularidad de nuestros servicios Web, como podcasts. También ha causado un mayor interés en los productos tales como charlas, noches abiertas. Los jóvenes disfrutan diciendo que son "fans". British Library se percibe ahora como una organización mas moderna, menos formal, más abierta. Presencia en las redes sociales nos lleva mas interés de los periodistas, somos más atractivos para nuestros usuarios”*³.

Como primer ejemplo de la presencia de bibliotecas en las redes sociales, vamos a analizar la Biblioteca de la Universidad de Sevilla (BUS). La Biblioteca de la Universidad está formada por 19 bibliotecas. Su plantilla está formada por unas 270 personas. Su comunidad universitaria la forman aproximadamente 60.000 alumnos, 4.300 personas de administración y servicios y 2.300 profesores. La biblioteca usa tres redes sociales. La primera, *Facebook* se usa

³ Correspondencia de la autora con los bibliotecarios de la British Library, 28.08.2009

fundamentalmente para conectarse entre los bibliotecarios y con otros profesionales. Recientemente se están incorporando profesores universitarios animados por los bibliotecarios. También se usa *Facebook* para divulgar las noticias y eventos de la biblioteca.

La red social *Tuenti* se usa principalmente para conectarse con el alumnado. A comienzos de 2008, de los 58.000 alumnos de la Universidad de Sevilla, ya eran miembros de *Tuenti*. En esta red, la aceptación del alumno ha sido muy positiva. Es un canal directo de acceso a los alumnos que ha sido muy bien recibido por ellos. Como evidencia de este uso, a finales del 2008, la Biblioteca realizó publicidad en su portal Web de las encuestas de satisfacción de usuarios para que fueran cumplimentadas por los alumnos. Al incorporar la publicidad en *Tuenti*, el resultado fue espectacular, de 1334 encuestas de alumnos en 2007, pasaron a 6841 en 2008 con la incorporación de *Tuenti* como canal de difusión.

Twitter es la tercera de las redes que se usan en la BUS, pero hasta ahora no ha tenido un uso intenso, ya que únicamente se estaba usando como difusión de las actividades de una sección. Con la incorporación de una persona a las tareas de marketing de la biblioteca, el uso como sistema de difusión tendrá un rebrote que esperan sea duradero y fructífero tanto para los usuarios como para la biblioteca y la Universidad.

BUS ha elaborado dos documentos que pueden definir su política de uso. Por un lado un documento marco elaborado en 2008, que recoge la filosofía de la Web 2.0, se definen las herramientas, se describen las mejores prácticas y se hace una descripción de las herramientas que se usan de forma extensiva en la BUS. El documento va acompañado de bibliografía y de una versión wiki. El segundo documento es un protocolo de calidad, de enero de 2009, en el que se fijan:

- objetivos a alcanzar durante los años 2008 y 2009,
- criterios de normalización y mínimos de calidad,
- establecimiento de un sistema de recogida de datos estadísticos para la memoria y toma de decisiones. Este último objetivo se plasma en la recogida de datos trimestrales por parte de cada biblioteca y en la wiki de trabajo colaborativo que servirá de toma de decisiones para la estrategia a seguir en los próximos años. Últimamente se han elaborado unas políticas de uso tanto para los bibliotecarios

como para los usuarios, referidas al Servicio de Referencia virtual que se acaba de poner en marcha.

La biblioteca de la Universidad de Sevilla está considerada como una de las pioneras en España en el uso de las herramientas de la Web social. Especialmente se destaca el uso de las wikis como herramienta de trabajo colaborativo y por la implantación de la aplicación de chat *LibraryH3lp* en todas sus bibliotecas.

Lo que ha hecho la BUS no fue realización de un proyecto. Ha sido un proceso en el que es fundamental, una serie de factores como: la implicación de la institución y del personal, la aceptación y el conocimiento suficiente por parte de los directivos de lo que significa tener presencia en la red, y la existencia de alguien que gestione el perfil, alguien que “tire del carro” y se implique en su seguimiento, dinamización y evaluación.

Siguiente objetivo de la Biblioteca de Universidad de Sevilla es crear una red social para los alumnos de nuevo ingreso con la colaboración de aquellos servicios y unidades de la Universidad que prestan su apoyo a este tipo de alumno. De esta forma los alumnos recién llegados podrán contactar entre ellos y recibir toda la ayuda necesaria y por otro lado se fortalecen proyectos transversales dentro de la Universidad, con implicaciones en la sociedad. Los comentarios de la comunidad sobre esta experiencia pueden encontrarse en el blog del curso [Arroyo et al., 2009].

Otro ejemplo de las experiencias de las bibliotecas con las redes sociales es la Biblioteca – Centro de Documentación del MUSAC (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León). Aunque el museo tiene un sitio Web diseñado en el lenguaje de programación php (en el que la biblioteca tiene un pequeño apartado), faltan las herramientas de la Web social y no existen activados espacios de comunicación e interacción, como comentarios, votaciones, etc. Por esta razón pusieron en marcha una serie de blogs como complemento a la página Web, con la posibilidad de que los usuarios inserten sus comentarios sobre la biblioteca. Aparte el Museo tiene presencia en *Facebook* y la biblioteca es una parte muy activa de su página. El uso de esta red social es con fines de publicidad

y marketing, como difusión de eventos y fotos de exposiciones y para crear conversación con los usuarios. La página de MUSAC en *Facebook* tiene 1.704 admiradores, lo que da idea del impacto de este Museo y, como parte activa de él, su biblioteca. El deseo de la biblioteca es crecer como Biblioteca 2.0 y crear nuevas comunidades que apoyen y produzcan contenidos centrados en su especialidad temática, para este nuevo espacio en la red que ahora están impulsando [Arroyo et al., 2009].

En caso de la biblioteca de MUSAC podemos observar la posibilidad que dan las redes sociales a instituciones mas pequeñas a presentarse mejor y “salir de la sombra” de su superior. Empezando por blogs, perfiles de la red social la biblioteca se hace más visible, más independiente. Puede promover sus actividades y servicios.

Entre las bibliotecas extranjeras presentes en las redes sociales presentamos el caso de la Médiathèque ESC Lille (Francia). La Médiathèque de Lille mantiene un constante ritmo de actualización y puesta en marcha de nuevos proyectos gracias a sus dinámicas profesionales de la información. Esta mediateca comenzó a usar las herramientas de la Web social en sus productos y servicios en el año 2006. Con visión de futuro, apostaron de forma decidida por el uso de unas herramientas que aún no estaban consolidadas. En su sitio Web le explican al usuario qué es para ellas la Web social y su aplicación en bibliotecas: *...un lugar que será el reflejo de un nuevo modo de trabajo colaborativo, interactivo, de contribución e intercambio*. La construcción de una nueva mediateca que multiplica sus espacios físicos significa una forma de continuidad natural de sus servicios virtuales (y curiosamente, no al revés). La Médiathèque du campus Lille es la Biblioteca de la Escuela de Negocios de Lille. Sus bibliotecarios son los dinamizadores de las comunidades de las 6 áreas temáticas que atienden: Gestión de proyectos, Marketing, Estrategia y Gestión empresarial, Finanzas, Recursos Humanos, Economía y Derecho. El grupo de la Médiathèque de Lille quiere dar una permanente alerta tecnológica en beneficio de su comunidad, informando de las tendencias de la Web, probando nuevas herramientas y formando a su comunidad. Es interesante que su identidad en la red vaya más allá de la

mediateca como servicio, para subrayar que no solo se trata de un equipo de mediateca, sino de individualidades, profesionales con nombre, apellidos y avatar que humanizan el servicio. Mantienen perfiles personales, para cada bibliotecario, en *Facebook* y *Twitter*, como reflejo de lo dicho. Afirman que más del 80% de sus estudiantes están en *Facebook*, y por ello entre sus proyectos inmediatos, quieren invertir más en estas plataformas y crear una nueva cuenta en *Facebook* para la Mediateca, que les permita compartir con sus usuarios los artículos que publican. La creación de una nueva cuenta en *Twitter* para la Mediateca sobre un tema concreto “¿Sobre qué trabajas?”, le dará la posibilidad al usuario de notificar a la Mediateca sus necesidades concretas de información. A continuación la Mediateca puede ofrecer la ayuda exacta que necesita el usuario. Otro tipo de redes que quiere explorar el grupo de la Mediateca son las profesionales como *Viadeo*, *LinkedIn*. Los bibliotecarios son conscientes de que cada vez, más sus graduados están presentes en ellas. Como resultado de su alerta tecnológica y social, han impulsado y liderado acciones sociales sobre temas de actualidad.

De la reputación de la Médiathèque de Lille hablan, no solo las veces que sale mencionada en blogs y cursos sobre actuaciones innovadoras en bibliotecas, sino que también quedaron en segundo lugar en el premio a la mejor iniciativa 2008 del i-expo 2008, reconocido evento en el que se premian proyectos de alerta tecnológica. La mediateca nos muestra el interés por humanizar sus servicios presentando a sus bibliotecarias como profesionales que forman un equipo más que el equipo en su conjunto. Nos da ejemplo su papel de dinamizadores de las comunidades temáticas en las que trabajan, sus alertas sociales y tecnológicas y su implicación en la sociedad y en acercar las tendencias de la Web a la sociedad. Nos convence su permanente revisión de objetivos y estudio de las nuevas posibilidades que les ofrecen las herramientas de la Web social para compartir, interactuar, colaborar, contribuir. [Arroyo et al., 2009].

Otro ejemplo de experiencias de bibliotecas extranjeras con redes sociales es Danbury Library (<http://cat.danburylibrary.org>). Esa biblioteca ha sido la primera 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* [Margaix-Arnal, 2008A].

Hay más ejemplos de experiencias de las bibliotecas con las redes sociales en Internet. Como se ha dicho, el número de bibliotecas con la página o un perfil en varias redes va aumentando. Parece que es un fenómeno positivo, considerando que la biblioteca tiene que seguir las necesidades y esperanzas de sus usuarios. Cada biblioteca tiene sus propios motivos de reunirse a las redes sociales. Algunas utilizan su presencia en una determinada red social para informar a sus actuales usuarios sobre sus actividades. Otras aspiran a captar nuevos usuarios que no conocen la programación de la biblioteca.

¿Donde nos va a llevar la presencia de bibliotecas en las redes? ¿Será suficiente el perfil de biblioteca en la red? Con esas preguntas nos enfrentamos en apartado siguiente.

3. Una red social de la biblioteca académica

En este capítulo nos enfrentamos a la siguiente cuestión: ¿Donde nos lleva la participación de las bibliotecas en las redes sociales? Con cada día que pasa las bibliotecas que participan en las redes sociales, avanzan y llegan a la conclusión de que solo un perfil en una red común, no es suficiente.

¿Que es mejor para la biblioteca? ¿La participación en la red social de carácter general o la creación de su propia red? Depende de los objetivos que tiene la biblioteca y también del tipo de biblioteca. Si es solo por anunciarse, hacerse más visible en Internet – las redes sociales de carácter común son un buen remedio. Pero si la biblioteca quiere dar un paso mas, ofrecer un valor más a su usuario, un perfil en una red social, al final no es suficiente. Cada biblioteca necesita considerarlo según sus necesidades y objetivos. No podemos exigir, que cada biblioteca ponga en marcha su propia red social. Parece que no es necesario. Aló mejor se debería pensar en alguna reconstrucción de la página con más elementos de servicios 2.0.

En este apartado consideramos el caso de una biblioteca académica. Si pensamos en diseñar una propia red social bibliotecaria, el caso de bibliotecas académicas parece ser el más apropiado. Después del análisis de funciones y tareas de las bibliotecas universitarias, podemos llegar a la conclusión que gracias a las redes sociales y sus elementos, se puede mejorar mucho los servicios ofrecidos.

No obstante el diseño de la red social bibliotecaria, hay que empezar por un reconocimiento de los usuarios a quienes se dedica la red social. El siguiente paso será, dar 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 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 las necesidades de los usuarios se recomienda observarlos, 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 [Margaix-Arnal, 2008A].

3.1 Los usuarios potenciales - análisis

En este apartado del trabajo vamos a analizar el grupo de usuarios potenciales de una red social de una biblioteca académica. Intentaremos descubrir sus características, necesidades, esperanzas, opiniones - para crear un estereotipo de ese grupo. Los usuarios de bibliotecas universitarias son: estudiantes, graduados, investigadores, profesores, investigadores internacionales, otras personas que usan ocasional la biblioteca.

Como ya han mencionado, por necesidad de este trabajo se ha realizado una encuesta electrónica. Se realizó entre un grupo internacional de estudiantes, personal de bibliotecas y profesionales de documentación, con el objetivo de recoger sus opiniones, conocer sus necesidades y escuchar sus propuestas en lo referente a las redes sociales para bibliotecas. La encuesta se realizó entre abril y agosto 2009. La petición de participación en la encuesta estaba publicada en varios sitios de redes sociales, en blog de la autora: <http://blogbardzonaukowy.blogspot.com/>. La autora tiene en cuenta, que el estudio no es representativo, por no disponer de las herramientas y posibilidades para realizar una prueba científicamente correcta. En la encuesta han participado personas de España, Alemania, Francia, Polonia, Hungría, Italia, Dinamarca, Reino Unido, Portugal, Indonesia, Estados Unidos, Canadá, Egipto.

La encuesta contenía 17 preguntas en inglés de varios tipos: preguntas abiertas y cerradas, elección única y múltiple, evaluación. Un formulario de la encuesta se

adjunta a esa tesina en el Anexo I. Los resultados de dicha investigación se presentan abajo.

Todo el grupo encuestado usa los servicios bibliotecarios por sus estudios, trabajo científico e investigación. Las personas encuestadas reconocen el sistema informativo de la biblioteca. Usan su paginas Web, catálogos on-line, bases de datos. En la Tabla 2 se presenta una evaluación de varios elementos del sistema informativo de la biblioteca.

Tabla 2: Evaluación de usabilidad de los elementos del sistema informativo de la biblioteca

	1 =nada útil	2	3	4	5 =más útil
sitio Web		8.82%	22.05%	32.35%	36.76%
catalogo on line		5.88%	4.41%	16.17%	73.52%
bases de datos	4.41%	4.41%	8.82%	41.17%	41.17%
biblioteca digital	5.88%	10.29%	14.7%	36.76%	32.35%
contacto usuario - bibliotecario	7.35%	16.17%	25%	33.82%	17.64%
otros	33.82%	14.7%	38.23%	7.35%	

Fuente: elaboración de la autora

Como podemos observar, los elementos más útiles, según los encuestados son los elementos on-line, como sitio Web, catalogo, bases de datos y materiales disponibles a través de biblioteca digital.

91% de los encuestados han respondido que están satisfechos con el uso de su biblioteca, pero hay cosas que se podría mejorar. En la lista de mejoras en el uso de biblioteca aparecen:

- mas interactividad en los servicios
- los catálogos on-line
- añadir los tags a descripciones bibliográficos
- creación de los espacios compartidos
- el interfaz
- dejar más materiales e artículos accesibles on-line.

96% de los encuestados usa varias redes sociales. La motivación para

registrarse es diferente para cada uno. En el siguiente diagrama se puede ver motivación de los encuestados para participar en las redes sociales.

Diagrama 1: Motivación de uso de las redes sociales

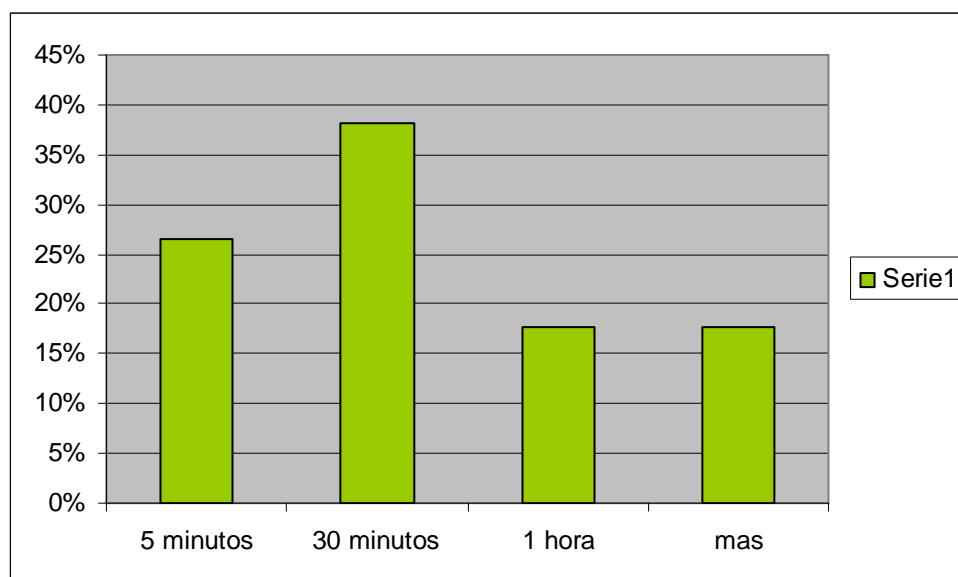


Fuente: elaboración de la autora

La mayoría de encuestados usa las redes sociales principalmente para contactar con sus amigos o colegas. El segundo grupo más grande (33%) aprovecha las redes sociales para asuntos relacionados con los estudios, investigación científica. 29% de los encuestados aplica las redes sociales para su trabajo profesional. Parece que estos dos últimos grupos tienen que ser más interesantes como objetivo de una red social propia de biblioteca.

El siguiente factor para la característica del grupo potencial de usuarios de la red social bibliotecaria es el tiempo que pueden dedicarle. Según la encuesta realizada la mayoría de los usuarios de las redes sociales en Internet puede dedicar 30 minutos diarios al uso de las redes. Los datos más exactos podemos consultar en el diagrama 2.

Diagrama 2: Tiempo diario dedicado a las redes sociales



Fuente: elaboración de la autora

Referente al conocimiento del uso de las redes sociales, más que 50% de los encuestados evalúa sus conocimientos como buenos. El 37% de los encuestados considera que sabe usar muy bien los sitios de las redes sociales. El 9% del grupo investigado declara su conocimiento como excelente en el uso de las redes sociales. Ninguno de los encuestados ha evaluado sus conocimientos como malos. Así que podemos suponer dos cosas: el uso de los sitios de redes sociales no es muy difícil, o los encuestados son un grupo bastante avanzado. También pueden influir los dos factores.

En la encuesta realizada se ha investigado también sobre el conocimiento de unos perfiles de bibliotecas en las redes sociales. Solo 54% de los encuestados ha visitado algún perfil de biblioteca en la red social. Pero el 81% de los encuestados estarían interesados en una red social propia de biblioteca universitaria.

Aplicando las redes sociales a las bibliotecas, se ha preguntado a los encuestados sobre cuales elementos de redes sociales ven útiles para las necesidades de las bibliotecas. La respuesta nos muestra la Tabla 3.

Tabla 3: Evaluación de usabilidad de los elementos de las redes sociales referente a implementación en las bibliotecas

	1 =nada útil	2	3	4	5 =más útil
tags	5.88%	16.17%	32.35%	13.23%	32.35%
comentarios	1.47%	11.76%	20.58%	44.11%	22.05%
evaluación de publicaciones	2.94%	5.88%	35.29%	38.23%	17.64%
contactos por chat	14.7%	35.29%	23.52%	19.11%	7.35%

Fuente: elaboración de la autora

Según los encuestados lo más útil que se podría implementar en una red social de biblioteca son: comentarios y tags. Entre las aplicaciones que parecen más atractivas para los encuestados han mencionado: exposiciones virtuales, calendario de eventos, listas de discusiones. La atracción de las aplicaciones podemos analizar mas profundo en la Tabla 4.

Tabla 4: Las aplicaciones más atractivos de las redes sociales

	1= nada atractivo	2	3	4	5= mas atractivo
álbumes de fotos	13.23%	22.05%	23.52%	29.41%	11.76%
listas de discusiones	5.88%	5.88%	26.47%	35.29%	26.47%
calendario de eventos	2.94%	2.94%	17.64%	41.17%	35.29%
creación de grupos	5.88%	8.82%	23.52%	47.05%	14.7%
chat	10.29%	23.52%	39.7%	13.23%	13.23%
exposiciones virtuales	2.94%	11.76%	23.52%	20.58%	41.17%
otros	30.88%	23.52%	33.82%	10.29%	1.47%

Fuente: elaboración de la autora

Al final se ha pedido a los encuestados que comparten sus ideas, expectativas, propuestas o necesidades referente de la red social de la biblioteca.

Entre ellos encontramos:

- clubs de lectura,
- suscripción al canal de nuevos materiales,
- posibilidad de criticas de los materiales,

- chat con el bibliotecario,
- compartimiento de videos,
- grupos para bibliotecarios – sobre su trabajo, diferencias entre biblioteconomía en varios países,
- facilidad de encontrar la información,
- juntar en un sitio toda la información y actividades,
- obtener información sobre bibliotecas/instituciones parecidas, asociadas,
- poder hacer reservaciones de materiales por la red social,
- poder hacer préstamo inter bibliotecario por la red social,
- posibilidad de creación bibliografías por los usuarios de la biblioteca,
- tener acceso a la red social automáticamente después de registrarse a la biblioteca,
- menos formalidad (ser oficial) que la pagina Web,
- ser flexible y apropiado a gente de varias edades.

Esas conclusiones parecen ser acertadas y útiles para los diseñadores de la red social de la biblioteca. Están basados en las experiencias con las redes sociales ya existentes en Internet.

Creando un estereotipo de usuarios potenciales de la red social de la biblioteca podemos decir que: el grupo esta avanzado en uso de los servicios bibliotecarios. Usan las páginas Web de biblioteca, catálogos on-line, bases de datos por necesidades de sus estudios, trabajo científico e investigación. La mayoría esta satisfecha con los servicios de su biblioteca, pero existen cosas que se podría mejorar. Entre ellos los usuarios potenciales de la red social bibliotecaria mencionan interactividad en los servicios, ampliar descripciones bibliográficas con tags, dejar más materiales e artículos accesibles on-line.

La mayoría de grupo dicho usa las redes sociales principalmente a contactarse con sus amigos o colegas, pero también los aprovecha para asuntos relacionados con los estudios, investigación científica y esta interesada en participación en una red social bibliotecaria.

3.2 Aplicaciones de las redes sociales para las bibliotecas académicas

En este apartado vamos a analizar cuales son los servicios que puede desarrollar la biblioteca académica a través de una red social.

En principio vamos a concentrarnos en los servicios que debería ofrecer la biblioteca universitaria a sus usuarios. Después vamos a pensar con cuales elementos o herramientas de las redes sociales se puede desarrollar dichos servicios. Entre funciones de las bibliotecas académicas encontramos:

- préstamo y acceso a los materiales almacenados,
- información sobre los materiales archivados y un buen acceso a la información sobre recursos archivados,
- información sobre los materiales de las instituciones asociadas,
- promoción de actividades de biblioteca bibliográficos, documentales, educativas,
- actividades científicas y editoriales,
- documentación de trabajos de personal de la biblioteca y universidad.

En la creación de una red social de biblioteca académica hay que pensar en sus funciones, para que las aplicaciones de la red social desarrollen los servicios y funciones que tiene que cumplir la institución.

En caso de la biblioteca, la información sobre los materiales archivados y un buen acceso a esa información, pasa a través un catalogo. La mayoría de las bibliotecas ofrece su catalogo o parte de catalogo en Internet. Es idea acertada para todos los usuarios, pero con el tiempo se ha observado que los catálogos on-line son un paso para convertirse en algo aun mejor. Eso gracias al OPAC 2.0.

El concepto de **OPAC 2.0** se puede entender como la aplicación de las tecnologías y las actitudes de la Web 2.0 al catálogo bibliográfico. El fenómeno de OPAC 2.0 consta en los lenguajes que permiten la sindicación de contenidos (básicamente RSS) y el software social, 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 decidir que es interesante y que no [Margaix-Arnal, 2008A]. Michael Casey, el autor del término Biblioteca 2.0, afirma que los comentarios, las etiquetas y las puntuaciones de los usuarios permiten crear un producto con más información para los siguientes usuarios [Casey, 2006].

Los OPAC 2.0 dejan a los usuarios poner su clasificación de materia en las descripciones bibliográficas. Eso parece una herramienta muy útil, en búsqueda de documentos por materia. Ese sistema se llama tags y folksonomies.

Un tag es una palabra clave como azul, Valencia o animal. Sirve para describir objetos, fotografías, bookmarks. No suele ser un término formado por varias palabras, solo por una. Folksonomy es un sistema de autclasificación de contenidos o (objetos), que no lo hace a priori un profesional de información, un documentalista, ni sistema automático basado en algoritmo. Son los usuarios quienes van clasificando los contenidos de algún modo, en forma democrática. Una folksonomía puede ser un sistema de organización de libros por centros de interés basados en las peticiones de los usuarios a la biblioteca en su propio lenguaje natural [Serrano, 2007]. Se dice que folksonomías pueden organizar todo en todos. Es muy útil para el usuario [Seoane, 2007].

Con unos datos más abiertos, el OPAC puede posicionarse mejor entre las herramientas de recuperación de información utilizadas por los usuarios. Además el uso de información social y el aprovechamiento de la inteligencia colectiva ayudarán a reforzar el OPAC como una herramienta de descubrimiento de información y no sólo como localizador de documentos ya conocidos [Margaix-Arnal, 2008A].

Se conoce unos ejemplos de implementación de OPACs con tecnologías 2.0. La biblioteca del Condado de Hennepin (Hennepin County Library) en su página Web ofrece una sección *Bookspace*, donde se ofrece información sobre las novedades bibliográficas. En su catálogo permite a los usuarios incluir 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 elaboró un auténtico OPAC Social que permite a los usuarios incluir etiquetas y comentarios sobre los documentos 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.

El catálogo colectivo de la Universidad de Colonia 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 [Margaix-Arnal, 2008A].

La promoción de la biblioteca y sus actividades se puede mejorar gracias a los **servicios de geoposicionamiento**. Las bibliotecas que utilizan los servicios de geoposicionamiento lo hacen 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 son:

- Mapa literario de Manhattan, elaborado por el New York Times. Se ubican sobre un mapa 99 lugares de la isla que han sido escenario de famosas novelas.
- A City, a Book - un proyecto de la Biblioteca de la Universidad Politécnica de Valencia 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 que 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 [Margaix-Arnal, 2008A].

Información sobre los materiales archivados por la biblioteca y mejor acceso a la información sobre estos recursos se puede obtener gracias a los **canales RSS**. El RSS está principalmente implantado en los portales de revistas electrónicas, especialmente de publicaciones científicas. 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* 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* o *Dialnet*. Estas bases de datos suelen permitir canales RSS personalizados a la búsqueda que ha realizado el usuario.

Los catálogos de las bibliotecas no tienen esta funcionalidad tan implementada. 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 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.

Además, también es muy frecuente encontrarse con canales RSS en las páginas Web de las bibliotecas para difundir sus propias noticias. Es importante disponer de canales RSS para que los usuarios puedan personalizar sus alertas de novedades [Margaix-Arnal, 2008A].

Las actividades científicas, editoriales y documentación de trabajos de personal de la biblioteca y universidad se pueden enriquecer mucho a través de **compartimiento de documentos**. Los profesores de universidad crean varios tipos de documentos como: presentaciones, materiales para clases, publican los artículos, trabajos de investigación. Igual los estudiantes generan unos trabajos durante sus estudios, hacen proyectos. Estos documentos se pueden compartir, de lo que han mencionado varias personas de los encuestados. El compartimiento de documentos se podría realizar a través de un catálogo, dejando un link con sitio donde se ubica el fichero o adjuntando un fichero electrónico en formato

acordado. Los autores podrían mandar la versión digital de sus trabajos y los bibliotecarios lo podrían subir al espacio compartido haciendo una descripción bibliográfica.

Los **calendarios de eventos** pueden ser utilizados en red social diseñada para dar a conocer las noticias que se consideren relevantes: inauguraciones, exposiciones, encuentros, publicación de una colección de libros, puesta en marcha de un nuevo servicio, cursos etc.

Según las esperanzas de los encuestados no pueden faltar **galerías de fotos**. Los álbumes de fotos son una buena forma de propagar los eventos, hacer una promoción de exposición abierta etc.

La red social también debería tener un espacio como **muro** – para publicar noticias, para dar a los miembros posibilidad de dejar sus comentarios.

Lo que también era señalado por los potenciales usuarios fue necesidad de tener nuevo canal de contacto con bibliotecarios - por **chat**. Eso puede ser difícil para realizar pero no es imposible. El chat tendría que tener sus horarios o la biblioteca tendría que poner una persona dedicada a guardia para poder responder el chat.

Lo que debe tener una red social de biblioteca académica es una **sección de páginas favoritas**, que presente relaciones que mantiene la biblioteca con otras bibliotecas especializadas, instituciones u organizaciones del sistema bibliotecario en el mismo campo temático.

Después de reconocer los elementos que debería tener la red social de biblioteca académica, la siguiente cuestión sería que forma debe coger esa red. Es la cuestión con cual se enfrentan muchas bibliotecas que han decidió ir mas adelante que varios perfiles en varias redes sociales.

La forma de una red social de biblioteca académica no debería cumplir el esquema

de red de perfiles y contactos. Parece que tiene que ser carácter más de plataforma, que esta accesible para un grupo cerrado – solo de usuarios, con protección de claves. En el momento de inscripción a la biblioteca y obtener la tarjeta, el usuario recibe también claves de acceso a al red.

Después de registro el usuario podría entrar a los servicios:

- el catalogo 2.0, donde puede dejar comentarios (solicitudes o propuestas de tags por ejemplo), puntuaciones sobre los materiales y donde puede tener posibilidad de acceder a texto de documento,
- posibilidad de mandar una propuesta de documento con su descripción bibliográfica para incluirlo a catalogo de biblioteca,
- muro – para publicar noticias por los administradores pero también, para dar a los miembros posibilidad de dejar sus comentarios, preguntas, notas,
- crear un espacio de intranet donde los profesores podrían dejar materiales de clases y los estudiantes puedan acceder,
- sección de páginas favoritas – una red de “amigos”, que presente instituciones asociadas, relacionadas con la biblioteca académica,
- geoposicionamiento: posibilidad de poder localizar los edificios de la biblioteca y sus filiales en campus o en la ciudad y también la red de instituciones relacionadas. Con el tiempo se podría desarrollar un proyecto como *Map2Books* etc.,
- canales RSS para alertas de novedades en catálogos, eventos, etc.,
- los calendarios de eventos: inauguraciones, exposiciones, encuentros, publicación de una colección de libros, puesta en marcha de un nuevo servicio, cursos etc.,
- galerías de fotos. Los álbumes de fotos son buena forma de propagar los eventos, hacer una promoción de exposición abierta etc.,
- contacto con los bibliotecarios por chat.

Todo lo anteriormente mencionado no es ninguna directiva, es una propuesta que necesita evacuación y colaboración del personal de biblioteca e informáticos. Pero parece un buen principio. Es un proceso largo de diseño, testeo e implementación de la red. Después de un periodo de experiencia, observaciones de reacción de los usuarios se puede modificar ese proyecto.

Conclusiones

La idea de las redes sociales en Internet se puede relacionar con el concepto de “aldea global”. Las redes ayudan a mantener contactos con amigos, familiares, conocidos que están a miles kilómetros de nosotros. Dan la posibilidad de recuperar contactos perdidos con el tiempo o por la distancia geográfica. Aparte de objetivos personales, las redes sociales se pueden aprovechar para asuntos profesionales. Por ejemplo en el trabajo científico, las redes sociales en Internet dan la posibilidad de encontrar y seguir en contacto con profesionales de otros países, que se especializan en la misma materia. Estas acciones sin viajar serían difíciles y costarían más tiempo y esfuerzo.

La idea y aplicación de los sitios de las redes sociales está evolucionando. Sirven como la herramienta de mantener contactos. También dan una oportunidad de intercambiar materiales o compartir ficheros. Es una forma útil y rápida para presentar varios tipos de materiales – fotos o videos.

En general podemos caracterizar la existencia de las redes sociales en siguientes formas:

- un nuevo canal de comunicación,
- colaboración en una materia concreta / creación de grupos en torno a un tema de interés común,
- compartimiento, intercambio de ideas, materiales, experiencias,
- publicidad de marcas, instituciones etc.

Se estima que actualmente hay más de 200 sitios de redes sociales existentes en Internet [Wikipedia, documento electrónico]. El futuro nos va a mostrar cuales de ellas se desarrollan y sobreviven. De momento esta claro que el aumento de las redes sociales en Internet, nos indica un cambio en la organización de comunidades en línea.

La mayoría de los profesionales del mundo del libro (bibliotecarios, librerías, editores, etc.) coinciden en señalar que la mejor campaña de fomento de la lectura, es la que realizan a diario los propios lectores recomendándose libros entre ellos a través del famoso “de boca en boca” [Arroyo et al., 2009]. Ese funcionamiento es el que tienen las redes sociales. Si la mejor campaña se realiza por “de boca en boca”, entonces ¿por qué no promover las bibliotecas así? Según la literatura hay ya más de 150 bibliotecas universitarias que disponen de su página en *Facebook* [Margaix-Arnal, 2008B].

Parece que en caso de las bibliotecas, la pregunta ya no puede ser ¿si se debe participar o no en los sitios de redes sociales? La pregunta es: ¿cómo y dónde? [Margaix-Arnal, 2008B].

El presente trabajo ha permitido identificar las razones de participación de las bibliotecas en las redes sociales, que son:

- acercarse a los usuarios,
- acercar los recursos y contenidos de la biblioteca, mediante widgets que permitían un acceso inmediato a las colecciones de recursos especializados y al catálogo (lo que algunos han llamado *appvertising* o publicidad por medio de aplicaciones). Así varias bibliotecas universitarias crearon interfaces para sus catálogos [Arroyo et al., 2009],
- creación de un diálogo con el usuario para satisfacer sus necesidades de información,
- compartimiento de recursos, optimización del esfuerzo colectivo, ideas comunes, experiencias, sugerencias, buenas prácticas, etc.,
- innovación en la manera de trabajar,
- mejorar la visibilidad de las bibliotecas en Internet.

También se han identificado las limitaciones y puntos débiles de las redes sociales que hay que considerar. Causas de fracasos que hay que tener en cuenta son:

- que los miembros no se conecten de forma continuada en la red y de ese modo esté vacío. No hay nada más frustrante que abrir un foro de debate y un día tras otro comprobar que no hay apenas intervenciones. O que el sitio Web del grupo no se alimenta de nuevos documentos, noticias o

mensajes. El peligro o limitación consiste en crear una infraestructura digital para el trabajo del grupo,

- que haya miembros muy activos en la red, y otros pasivos. Es importante evitar que en el grupo se fraccione entre quienes hablan/escriben, y quienes solamente miran. Inevitablemente habrá los dos grupos. Lo importante es conseguir la situación que todos se impliquen y participen de forma más intensa que los demás. Para ello es fundamental perder el miedo a conectarse y debe reclamarse compromiso a participar de forma activa a través del espacio virtual,
- que la red virtual no propicie “experiencias de aprendizaje” satisfactorias a los miembros. Cada participante inscrito en la red cuando se conecte a la misma debiera encontrar nuevos contenidos, debates, noticias, materiales o cualquier aportación que le suponga una experiencia o conocimiento novedoso. Si las aportaciones a los foros son simples y rutinarios, si las informaciones o noticias no son interesantes o si los materiales ofrecidos no son útiles para la práctica docente, entonces la red no servirá como espacio para la autoformación, y el interés en participar irá desapareciendo. [Area Moreira, 2008].

Hay que acordarse de que la presencia de la biblioteca en los sitios de redes sociales tiene que ser planificada y cuidada. El perfil en una red social no puede sustituir a la página Web de la biblioteca. Puede ayudarle a estar presente en el contexto de información, ocio y relaciones del usuario, dar visibilidad a sus servicios. El perfil de la biblioteca en la red social puede ser un buen complemento de los servicios ofrecidos en la página Web de la biblioteca. Es posible, aunque no está justificado, que la presencia en las redes sociales genere tráfico hacia su sitio Web [Margaix-Arnal, 2008A].

Como se ha mencionado, el número de bibliotecas con la página o un perfil en varias redes va aumentando. Parece que es un fenómeno positivo, considerando que la biblioteca tiene que seguir las necesidades y esperanzas de sus usuarios. Cada biblioteca tiene sus propios motivos de reunirse a las redes sociales. Algunas utilizan su presencia en una determinada red social para

informar a sus actuales usuarios sobre sus actividades. Otras aspiran a captar nuevos usuarios que no conocen la programación de la biblioteca.

Las bibliotecas creando perfiles en las redes sociales o diseñando sus propias redes, intentan ser participantes, no observadores. Planifican el uso de herramientas sociales y crean unas guías de buenas prácticas para promoverlas en sus instituciones. Así se acercan a sus usuarios, dando imagen de institución moderna, flexible, que actúa a favor de su público.

El objetivo de esta tesina se ha realizado, construyendo un modelo de una red social para una biblioteca universitaria. El modelo esta basado en análisis de perfiles de bibliotecas existentes en varias redes sociales y en investigación de la autora entre las estudiantes, usuarios de bibliotecas y su personal. En la creación de una red social de biblioteca académica se ha pensado en sus funciones, para que las aplicaciones de la red social desarrollen los servicios y funciones que tiene que cumplir la institución.

Referente a la forma de dicha red social de biblioteca académica se propone el carácter de plataforma, que esta accesible para un grupo cerrado – solo de usuarios, con protección de claves. Los servicios propuestos son los siguientes:

- el catalogo 2.0 con posibilidad de acceder a texto de documento,
- posibilidad de mandar una propuesta de documento con su descripción,
- muro – para publicar noticias, dejar comentarios, preguntas,
- crear un espacio de intranet para dejar materiales de clase,
- sección de páginas favoritas de instituciones relacionadas con la biblioteca académica,
- geoposicionamiento: posibilidad de poder localizar los edificios de la biblioteca en la ciudad. Con el tiempo se podría desarrollar un proyecto como *Map2Books* etc.,
- canales RSS,
- los calendarios de eventos,
- galerías de fotos,
- contacto con los bibliotecarios por chat.

Este modelo no es ninguna directiva, es una propuesta que necesita evacuación y colaboración del personal de biblioteca e informáticos durante un proceso largo de diseño, testeo e implementación. Después de un periodo propuesto modelo se puede modificar según necesidades e ideas de sus usuarios y administradores.

BIBLIOGRAFIA

1. Adamic, Lada A. A social network caught in the Web. *First Monday* [en línea]. Orkut, Buyukkokten ; Eytan Adar. 2003, vol. 8, n. 6 (June 2003), [Consulta: 15 agosto 2009]. Disponible en: http://firstmonday.org/issues/issue8_6/adamic/index.html
2. Albrecht, Christine. *Folksonomy* [en línea]. Wien : Technische Universitat, 2006. Trabajo fin de carrera. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: <http://www.cheesy.at/download/Folksonomy.pdf>
3. Al-Fadhli, Meshal Shehab. *Web 2.0 + Library = Library 2.0 / What is Library 2.0. Resesarch Training Program*. [en línea]. [Sheffield] : University of Sheffield, 2008. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: http://eprints.rclis.org/archive/00012679/01/Web_2.0_%26_Library_2.0.pdf
4. Álvarez Garduño, Pilar. *Arquitectura e interiorismo en Internet*. 1ª ed. Madrid : Anaya Multimedia, 1998, 223 p. ISBN 8441506639
5. Area Moreira, Manuel. Las redes sociales en Internet como espacios para la formación del profesorado. Razón y palabra [en línea]. 2008 , Nº. 63. [Consulta: 21 febrero 2009]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>
6. Arroyo Vázquez, Natalia. ¿Web 2.0? ¿Web social? ¿qué es eso? *Educación y Biblioteca* [en línea]. 2007, vol. 161, pp. 69-74. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/archive/00011752/>
7. Arroyo Vázquez, Natalia. Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad?, *IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas, A Coruña (Spain), 24-26 September 2008* [en línea]. 2008. [Consulta: 16 julio 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/14815/>
8. Arroyo-Vázquez, Natalia. *Promoción de servicios de información en las redes sociales. Cómo difundir nuestros servicios en la Web social* [en línea]. Celaya, Javier; Menéndez, José-Luis; Leiva-Aguilera, Javier; González-Fernandez-Villavicencio, Nieves; Acuña, María-José. 2009, sin publicar, [Library Instructional Material]. [Consulta: 13 agosto 2009]. Disponible en: http://eprints.rclis.org/16587/1/redes_sociales_texto.pdf
9. Barrero, Vanesa. Razones para el uso de las folksonomias. *Anuario ThinkEPI. Análisis de tendencias en información y documentación*. 2007, p. 77-77. ISSN 1886-6344.
10. Beccaria, Mike. Fac-Back-OPAC: an Open Source Interface to Your Library System. *Computers in Libraries* [en línea]. Scott, Dan. 2007, vol. 27, No.9 – October. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: http://www.infotoday.com/cilmag/oct07/Beccaria_Scott.shtml

11. Blanco Canales, Ana. Redes sociales y variación sociolingüística. *Reis : Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. 2000, Nº 91, p. 115-135.
12. Bosman, David. *Web 2.0 para todos: sácale el máximo partido*. Con la colaboración de Stéphanie Guillaume. Ecuellas (Francia) : KnowWare E.U.R.L., 2007, 79 p. ISBN 2915605661
13. Boyd, Danah M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Ellison, Nicole B. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, vol. 13, issue 1, pp. 210 – 230. Disponible también en línea:
http://consommacteurs.blogs.com/files/socialnetworksites_boyd-ellision_2007.pdf
14. Bradley, Phil. *How to use Web 2.0 in your library*. London: Facet Publishing, 2007, 212 p. ISBN falta.
15. Cabezas Mardones, Cristian. Leer y escribir en la Web social: uso de blogs, wikis y multimedia compartida en educación. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información* [en línea]. 2008, n. 35, pp. 1-16. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/archive/00013724/>
16. Caraballo Pérez, Yeter. Los topic maps y las redes sociales como herramientas de gestión del conocimiento en la Web. International Society for Knowledge Organization. *IX Congreso ISKO – España, Valencia 11-13 Marzo 2009, Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento, Actas del Congreso, Tomo II*. Valencia: Editorial de la UPV, 2009. p. 739 – 746.
17. Casey, Michael E. Library 2.0. Service for the next-generation library. *Library Journal* [en línea]. Savastinuk, Laura C. 2006, vol. 131, nº 14. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en:
<http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html>
18. Cisek, Sabina. *Nauka 2.0 : nowe narzędzia komunikacji naukowej* [en línea]. 2008, sin publicar. [Consulta: 2 marzo 2009]. Disponible en:
<http://eprints.rclis.org/archive/00012894/>
19. Díaz Pérez, Maidelyn. Redes sociales en Internet: *aplicación FOAF (Friend-of-a-Friend)*. Acimed: revista cubana de los profesionales de la información y la comunicación en salud [en línea]. 2007, Vol. 15, Nº. 6. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_06_07/aci09607.htm
20. Domingo, Carlos. La Web 2.0. Una revolución social y creativa. *Telos : Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* [en línea]. González, Jaime ; Lloret, Oriol. 2008, enero-marzo; (74). [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en:
<http://www.campusred.net/TELOS/articulodocumento.asp?idArticulo=3&rev=74>
21. García Fernández, Fernando. Redes sociales en Internet. *Nuestro tiempo: Revista mensual de cuestiones actuales*. 2008, Nº. 649-650, pág. 15.

22. Gilchrist, Alan. Can Web 2.0 be Used Effectively Inside Organizations? *Bilgi Dünyası* [en línea]. 2007, vol. 8, n. 1, pp. 123-139. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/archive/00010641/>
23. González-Cam, Celso. Arquitectura de la información: diseño e implementación. *Bibliodocencia : Revista de Profesores de Bibliotecología* [en línea]. 2003, vol. 1, n. 5, pp. 15-18. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/7889/1/Arquitectura.pdf>
24. Gómez Dueñas, Laureano Felipe. Web 2.0, Software Social y Alfabetización Informacional. [en línea]. 2008, sin publicar. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/archive/00012741/>
25. Gómez Hernández, José A. Alfabetizarse desde dentro en la Web 2.0 : Aprender a informarse y comunicarse en redes sociales. Saorín Pérez, José Luis. *Educación y biblioteca: revista mensual de documentación y recursos didácticos*. 2006, año 18, N. 156, p. 131-141.
26. Grau, Jordi. Pensando en el usuario: la usabilidad. *Anuario ThinkEPI. Análisis de tendencias en información y documentación*. 2007, p. 172-177. ISSN 1886-6344.
27. Hagedorn, Kat. *The information architecture glossary* [en línea]. Argus Associates. 2000. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: http://argus-acia.com/white_papers/ia_glossary.pdf
28. Haubenwaller, Barbara. *Herausforderung Bibliothek 2.0 : Chancen und Risiken für Verbundkataloge durch die Anreicherung mit Web 2.0-Konzepten* [en línea]. Graz: University of Applied Sciences Campus02 Fachhochschule der Wirtschaft, 2009. Trabajo fin de carrera. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: http://eprints.rclis.org/15620/1/Diplomarbeit_Barbara_Haubenwaller.pdf
29. Kijkuit, Robbert Cornelis. *Social Networks in the Front End: The Organizational Life of an Idea*. Rotterdam School of Management (RSM) Erasmus University, Erasmus Research Institute of Management (ERIM), 2007, 194 [10] p. ISBN 9058921376. Disponible también en versión electrónica : <http://repub.eur.nl/publications/index/416041573/>
30. Kim, Amy Jo. *Community building on the Web*. Berkeley, CA : Peachpit, 2000, 360 p. ISBN 0201874849
31. Koenig, Michael E.D. *Knowledge management for the information professional*. Srikantaiah, T. Kanti. Medford, (New Jersey): Information Today, 2000, 598 p. ISBN falta.
32. Kroski, Ellyssa. Top ten Facebook apps for librarians. *iLibrarian* [en línea]. Agosto 2007. [Consulta: 20 agosto 2009]. Disponible en: <http://oedb.org/blogs/ilibrarian/2007/08/page/3/>
33. Krug, Steve. *Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability*. Berkeley, Calif.: New Riders Publishing, 2000, 224 p. ISBN 8373616969

34. Lloret Romero, Nuria. *Bases para el desarrollo de un proyecto de biblioteca digital como herramienta de apoyo a la formación a distancia vía Internet: estudio de un caso, biblioteca digital para la formación en evaluación y calidad de servicios de información* [CD-ROM]. Dirección: Prof. Dr. D. José Vicente Rodríguez Muñoz. Valencia : Editorial UPV, 2004. [Consulta: 14 Febrero 2009]. ISBN 8468846414
35. López Ferrer, Mayte et al. Aplicación de las redes sociales a la delimitación de áreas temáticas en bases de datos multidisciplinares. International Society for Knowledge Organization. *IX Congreso ISKO – España, Valencia 11-13 Marzo 2009, Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento, Actas del Congreso, Tomo II*. Valencia : Editorial de la UPV, 2009. p. 803 – 817.
36. A) Margaix-Arnal, Dídac. *Informe APEI sobre Web social* [en línea]. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información, 2008. [Consulta: 15 agosto 2009]. Disponible en: <http://www.carloshaya.net/biblioteca/apei1.pdf>
37. B) Margaix-Arnal, Dídac. Las bibliotecas universitarias y Facebook : cómo y por qué estar presentes. *El Profesional de la Información* [en línea]. 2008, vol. 17, n. 6. [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: http://eprints.rclis.org/15229/1/articulo_Facebook_Margaix.pdf
38. Mika, Peter. *Social Networks and the Semantic Web*. New York : Springer, cop. 2007, 234 p. ISBN 9780387710006
39. Millán Tejedor, Ramón Jesús. *Páginas Web: cómo diseñar fácilmente un sitio Web atractivo, utilizando recursos gratuitos y publicarlo en Internet: páginas Web*. Millán Tejedor, César. 1ª ed., 1ª imp. [Las Rozas] : Creaciones Copyright, 2008, 152 p. ISBN: falta
40. Odriozola Celaya, Javier. *La Empresa en la Web 2.0 : el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona : Gestión 2000, 2008, 286 p. ISBN: falta
41. *Online Dictionary for Library and Information Science ODLIS* [en línea]. Libraries Unlimited, 2007 [Consulta: 22 mayo 2009]. Disponible en: <http://lu.com/odlis/>
42. Orihuela, José Luis. Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, 2008 OCT; (119), p.57-62.
43. Pérez Reigada, Fernando. *Generación de una herramienta Internet para intercambio de conocimientos*. Oltra Gutiérrez, Juan Vicente. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de Informática, 2000. Trabajo fin de carrera en papel.
44. Peset, Fernanda. Evolución social y networking en la comunidad bibliodocumental. *El Profesional de la Información* [en línea]. Ferrer-Sapena, Antonia ; Baiget, Tomàs. 2008, vol. 17, n. 6, pp. 623-631. [Consulta: 13 agosto 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/15200/1/Networking.pdf>

45. Raphael, Linda. *A Brief History of Social Networking Sites* [en línea]. NFI Studios, 2007. [Consulta: 10 agosto 2009]. Disponible en: <http://www.nfstudios.com/blog/2007/06/21/a-brief-history-of-social-networking-sites>
46. Requena Santos, Félix. *Análisis de redes sociales : orígenes, teorías y aplicaciones*. 1ª ed. Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas, 2003, 497 p. ISBN 8474763479
47. Rey Artime, Ana Isabel. *Creación de páginas Web en los centros educativos* [CD-ROM]. González Fernández, Alejandro. 1ª ed. [Oviedo]: Centro de Profesores de Oviedo, 07/2000. [Consulta: 14 febrero 2009]. ISBN: falta
48. Rosenfeld, Louis. *Information architecture for World Wide Web*. Morville, Peter. Beijing, Cambridge etc.: O'Reilly, 2002, 461 s. ISBN 8373610030
49. Rowley, Jennifer. *Organizing knowledge: an introduction to managing access to information*. Farrow, John. 3rd ed. Aldershot: Gower, 2000, 404 s. ISBN falta.
50. Sánchez Balmaseda, María Isabel. *Análisis de redes sociales e historia Recurso electrónico: una metodología para el estudio de redes clientelares* [CD-ROM]. Madrid : Universidad Complutense de Madrid, Vicerrectorado de Extensión Universitaria, D.L. 2001. [Consulta: 14 febrero 2009]. ISBN 8484662632
51. Senso, José, A. Visualizar información en bibliotecas. *Anuario ThinkEPI. Análisis de tendencias en información y documentación*. 2007, p. 191-194. ISSN 1886-6344.
52. Seoane, Catuxa. Flexibilidad de las folksonomias. *Anuario ThinkEPI. Análisis de tendencias en información y documentación*. 2007, p. 74-75. ISSN 1886-6344.
53. Serrano Cobos, Jorge. Tags, folksonomias y bibliotecas. *Anuario ThinkEPI. Análisis de tendencias en información y documentación*. 2007, p. 71-73. ISSN 1886-6344.
54. Spiteri, Louise F. Social cataloguing sites: features and implications for cataloguing practice and the public library catalogue. International Society for Knowledge Organization. *IX Congreso ISKO – España, Valencia 11-13 Marzo 2009, Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento, Actas del Congreso, Tomo II*. Valencia : Editorial de la UPV, 2009. p. 769 – 785.
55. Sudweeks, Fay, et al. *Network and netplay : virtual groups on the internet..* California : American Association for Artificial Intelligence ; Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 1998, 313 p. ISBN 0262692066
56. Thelwall, Mike. ¿Cómo son las sedes de redes sociales integradas en la Web?. Un análisis exploratorio de enlaces. *Cybermetrics. International Journal of Scientometrics, Informetrics and Bibliometric* [en línea]. 2008, 12(1). [Consulta: 22 febrero 2009]. Disponible en: <http://www.cindoc.csic.es/cybermetrics/articles/v12i1p1.html>

57. Totterman, Anna-Karin et al. Web 2.0 and collaborative knowledge in the university context. International Society for Knowledge Organization. *IX Congreso ISKO – España, Valencia 11-13 Marzo 2009, Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento, Actas del Congreso, Tomo II*. Valencia : Editorial de la UPV, 2009. p. 786 – 793.
58. Toub, Steve. *Evaluating Information Architecture* [en línea]. Argus Associates, 2000. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: http://argus-acia.com/white_papers/evaluating_ia.pdf
59. Ugarte, David de. *El poder de las redes*. 1 ed. Barcelona : el cobre, 2007, 126 p. ISBN 9788496501324
60. *Web 2.0 : el negocio de las redes sociales: resumen ejecutivo*. [s.l.] : Fundación de la Innovación Bankinter, cop. 2007, 14 p. ISBN: falta
61. *Webopedia - the online dictionary and search engine you need for computer and Internet technology definitions* [en línea]. WebMediaBrands, cop.2009. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: http://www.webopedia.com/TERM/W/web_site.htm
62. *Wikipedia – encyclopedia en Internet* [en línea]. Cop. 2009. [Consulta: 2 agosto 2009]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org>
63. Wilson, Tom. Human information behaviour. *Informing Science* [en línea]. 2000, Vol. 3, no 2. [Consulta: 20 marzo 2009]. Disponible en: <http://informationr.net/tdw/publ/papers/2000HIB.pdf>
64. Wilson, Tom. Information seeking behaviour and the digital information world. *Information Research* [en línea]. 2004. [Consulta: 2 abril 2009]. Disponible en: <http://informationr.net/tdw/publ/papers/2004ISBandDigitalInfo.html>
65. Yunta, Luis Rodríguez. Etiquetado libre frente a lenguajes documentales. Aportaciones en el ámbito de biblioteconomía y documentación. . International Society for Knowledge Organization. *IX Congreso ISKO – España, Valencia 11-13 Marzo 2009, Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento, Actas del Congreso, Tomo II*. Valencia : Editorial de la UPV, 2009. p. 832 – 845.
66. Yaşar, Tonta. Digital Natives and Virtual Libraries: What Does the Future Hold for Libraries? *15th Jubilee Conference: Libraries and their clients: free or fee services supporting social communication in digital era. June 1-2, 2009, Kraków, Poland 2009* [en línea]. 2009. [Consulta: 13 agosto 2009]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/16101/1/tonta-krakow-2009-full-text.pdf>

LISTA DE LAS TABLAS, IMÁGENES Y FIGURAS.

Tabla 1. Ejemplos de las redes sociales en Internet

Imagen 1: Perfil de la Biblioteca Nacional de España en *Facebook*

Imagen 2: Perfil de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid en *Facebook*

Imagen 3: Perfil de Berkeley Public Library en *Facebook*

Imagen 4: Perfil en *Tuenti* de la biblioteca de la Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea

Imagen 5: Perfil en *MySpace* de Hennepin County Library

Imagen 6: Pagina de la biblioteca del Museo del Cómic de Nueva York en *Library-Thing*

Tabla 2: Evaluación de usabilidad de los elementos del sistema informativo de la biblioteca

Diagrama 1: Motivación de uso de las redes sociales

Diagrama 2: Tiempo diario dedicado a las redes sociales

Tabla 3: Evaluación de usabilidad de los elementos de las redes sociales referente a implementación en las bibliotecas

Tabla 4: Las aplicaciones más atractivos de las redes sociales

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA (preguntas en ingles en forma electrónica)

Dear Student,

This questionnaire is prepared to improve a student's project about libraries participating in social networks. Please answer the questions by putting a cross in the appropriate box or give your own opinion by using the numbers' scale from 1 to 5 where it is asked and the scale is given. you can also write your proper ideas where it is asked. This questionnaire is anonymous and it is important that you respond honestly. Please do not leave empty boxes. Thank you for your cooperation, paying attention and time spent filling in this form.

1. Do you visit /use libraries?

yes

no

2. What is purpose of your visits?

studies

contact with friends

scientific research

xeros

just borrowing books

other reasons (for example:.....)

3. Which elements of library information system, do you appreciate most?
(put number form 1 not appreciate to 5 most appreciate)

Web page

On line catalog

Data bases

Digital library

Contact user-librarian

4. Do you consider following possibilities useful? (give number form 1
useless to 5 most useful)

Tagging

Comments

Judging publications/texts

Contacts by chat

5. Are you satisfied with the services of the library you use?

yes

no

6. What would you like to change?

.....
.....
.....

7. Do you use/ participate any of social networks?

- yes
- no

8. If you participate in any social network - what is your main purpose?

- professional necessity (work)
- education necessity: connected with studies, scientific research
- personal contact with friends
- just for orientation, curiosity
- other reasons (for example:.....)

9. How much time (daily) on average are you spending for participation in social networks?

- 5 minutes
- 30 minutes
- 1 hour
- more (how much ?.....)

10. Please judge your orientation and skills according to using social networks:

- bad
- good
- very good
- excellent

11. Have you seen any profile of any library in any social network (Facebook etc.)?

- yes
- no

12. Would you be interested in a social network of a library?

- yes
- no

13. If yes which application do you consider most attractive?

- photo albums
- discuss list
- event's calendar
- groups
- chat
- virtual exhibitions
- others

14. Do you have any expectations or propositions of applications for a social network of library?

.....
.....
.....
.....

More details:

Country:.....

Language (s) you speak:

University where study work:.....

ANEXO II

La lista de las redes sociales disponibles en Internet

Adult FriendFinder	para adultos
Advogato	desarrolladores de open software
Amie Street	red sobre música
ANobii	red sobre libros
aSmallWorld	para elites sociales de Europa
Athlinks	deportes
Avatars United	juegos on line
Badoo	general
Bebo	general
Bigadda	red social de India
Biip	red social de Noruega
BlackPlanet	red social Africana
Broadcaster.com	webcam chat
Buzznet	música
CafeMom	para madres
Cake Financial	sobre invertir dinero
Care2	ecología, activismo
Classmates.com	amigos de escuelas
Cloob	popular en Irán
College Tonight	estudiantes
CouchSurfing	para viajeros que buscan sitio para dormir
DailyStrength	salud, grupos de ayuda
DeviantART	arte
Disaboom	para gente discapacitada
dol2day	politica
DontStayIn	clubbing
Draugiem.lv	general
Elftown	fans de fantasía y ciencia ficción
Epernicus	publico científico
Eons.com	niños
Experience Project	experiencia de la vida
Exploroo	vijaes
Facebook	general
Faceparty	general
Faces.com	jóvenes en Inglaterra
Fetlife	
Filmaffinity	películas
FledgeWing	estudiantes en mundo
Flixster	películas
Flickr	compartimiento de fotos
Fotolog	Photoblogging
Friends Reunited	general

Friendster	general
Frühstückstreff	general
Fubar	citas, para adultos
Gaia Online	juegos
GamerDNA	juegos
Gather.com	compartimiento de materiales varios
Geni.com	genealogía
Gogoyoko	música
Goodreads	bibliotecas, catálogos
Gossipreport.com	cotillas
Grono.net	red polaca de jóvenes
Habbo	general
hi5	general
Hospitality Club	para viajeros que buscan sitio para dormir
Hyves	general, popular en Holanda
Imeem	música
Indaba Music	música
IRC-Galleria	
italki.com	red para aprender idiomas
InterNations	
Itsmym	móviles
iWiW	
Jaiku	general
Jammer Direct	páginas creativas
Kaioo	general
Kaixin001	red china
Kiwibox	general
Last.fm	música
LibraryThing	bibliotecas, libros
Lifeknot	hobbys
LinkedIn	red de contactos profesionales
LiveJournal	blogging
Livemocha	red para aprender idiomas
LunarStorm	
MEETin	general
Meetup.com	general
Meettheboss	contactos profesionales
Mixi	red japonesa
Mobikade	móviles
MocoSpace	móviles
MOG	música
Multiply	relaciones
Muxlim	red musulmana
MyAnimeList	
MyChurch	red de iglesias cristianas

MyHeritage	red con objetivos familiares
MyLife	familia y amigos
MyLOL	general

MySpace	general
myYearbook	general
Nasza-klasa.pl	red polaca, de amigos
Netlog	
Nettby	
Nexopia	
Ning	
Odnoklassniki	general, popular en Rusia
OkCupid	citas
OneClimate	clima
OneWorldTV	compartimiento de videos
Open Diary	blogging
Orkut	popular en India, Pakistán, Brasil
OUTeverywhere	
Passportstamp	viajes
Pingsta	
Plaxo	
Playahead	jóvenes de Suecia, Dinamarca
Playboy U	
Plurk	
Present.ly	red para negocios
Quarterlife	artistas, músicos, etc.
Ravelry	
ResearchGATE	red para investigadores científicos
ReverbNation	música, grupos musicales
Ryze	red para contactos profesionales
scispace.net	red para investigadores científicos
Shelfari	libros
Skyrock	red francesa
SocialGO	
SocialVibe	
Sonico.com	general
Soundpedia	música
Stickam	red de life video
StudiVZ	red de estudiantes
Tagged.com	general
Talkbiznow	red de negocios
Taltopia	red de artistas
TravBuddy.com	red Africana
Travellerspoint	viajes
tribe.net	general
Trombi.com	red francesa

Tuenti.com	general, muy popular en España
Tumblr	general
Twitter	general
V Kontakte	general; red rusa
Vampirefreaks	subculturas goticas
Viadeo	European Social Networking and Campus Networking en siete idiomas
VandM.com	mercado online de cosas antiguas, muebles, arte
Vox	blogging
Wakoopa	para fans de ordenadores, software y juegos
Wasabi	general
WAYN	Viajes, estilo de vida
WebBiographies	genealogia, biografias
Windows Live Spaces	blogging
Wis.dm	preguntas y respuestas sobre todo
WiserEarth	comunidad de justicia y movimientos de medioambiente
Xanga	Blogs
Xiaonei	red china
XING	comunidad de negocios
Xt3	red social católica, creada después de World Youth Day 2008
Yammer	red para compañeros de la oficina
Yelp, Inc.	Local Business Review and Talk
Youmeo	red social de Reino Unido
Zoo.gr	punto de encuentro de Grecia

Preparado en base de:

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites