

**“Nuevos Medios y Bibliotecas: usos, prácticas y consumos culturales de nuevos
medios en bibliotecas”^{1*}**

PALACIO, Marta Inés
martaipalacio@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba
DNI 14.969.454

MARTIN, Sandra Gisela
sandragmartin@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba
DNI 21.076.164

Eje: Industrias culturales, globalización y TIC

Resumen

La informatización y el uso de los nuevos medios (internet, redes sociales, celular), consecuencias tecnológicas y culturales de la globalización, han modificado la producción y circulación de los documentos de información: ha variado sustancialmente la cantidad, el formato y los lenguajes en que se expresan los textos y documentos. La constante y monumental acumulación de documentos exige procedimientos altamente profesionales

¹ Actualmente estamos desarrollando el Proyecto de Investigación, avalado y subsidiado por SECYT 2012-2013, denominado “*Nuevos Medios y Bibliotecas: usos, prácticas y consumos culturales de nuevos medios en la Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba. Un estudio de caso*” (Directora Dra. Marta Palacio. Codirectora: Lic. Rosa Bestani. Integrantes: Mag. Sandra Martín, Lic. Belén Cortes, Lic. Viviana Dugatto, Bib. Graciela Galli, Bib. Mónica Muela)

de almacenamiento, organización, recuperación y difusión, al tiempo que su accesibilidad está regulada por instituciones públicas o privadas: universidades, centros de investigación, centros de documentación, bibliotecas, archivos, internet.

Las bibliotecas no han sido ajenas a estos cambios tecnológicos, han tenido que adaptarse para desarrollar nuevos servicios de información, de formación y de orientación mediados por TICs, gestionar el acceso a las colecciones digitales y asumir el desafío de aplicar tecnologías emergentes tales como la web móvil, los metadatos, la web semántica, etc.

Las bibliotecas juegan un rol clave en el campo del saber ya que sus servicios atañen directamente a los procesos de circulación comunicacional de los documentos de la llamada "industria cultural": revista, libro, texto electrónico y multimedia, cuya transformación en mercancía y consumo cultural es hoy innegable. En este contexto el desarrollo de servicios de referencia virtual son esenciales para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios.

El reciente sistema de comunicación interactivo ha generado nuevos modos de uso, consumo y producción que se extiende a todas las prácticas sociales cotidianas transmutando el imaginario social sobre la comunicación y la cultura.

La difusión de los conocimientos y el desarrollo de hábitos comunicacionales informáticos, tradicionalmente a cargo de los centros educativos y universidades, hoy involucran a las bibliotecas como importantes agentes de difusión de la innovación social. Las prácticas de extensión bibliotecológica comienzan a jugar un rol importante en relación con el acceso público de la información, la eliminación de la desigualdad social en el uso de los nuevos medios y el desarrollo de la alfabetización informática. Aún no ha sido estudiado en profundidad el impacto de la evolución constante de las recientes tecnologías en las bibliotecas.

Las bibliotecas pueden influir particularmente en contrarrestar la inequidad y la brecha generacional respecto al uso de las tecnologías con acciones pro-sociales: abrir el acceso

a la comunicación multidireccional, acercar los servicios a los usuarios y asesorar en los circuitos de selección de la información (textos y documentos multimedia) y en el proceso de gestión del conocimiento, contribuyendo así a los procesos democratizadores del uso y consumo de los nuevos medios.

Desarrollo

1. El acceso a la información

Las ciencias y las profesiones vinculadas con la información, la documentación y la comunicación se hallan actualmente en un vertiginoso proceso dual de desestabilización y reconfiguración debido al cambio cultural provocado por las grandes transformaciones tecnológicas y la convergencia digital de los medios. En esta ponencia asumimos que “La tecnología remite hoy no a lo novedad de los aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras, a la mutación cultural que implica la asociación del nuevo modo de producir con un nuevo modo de comunicar que convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa.” (Martin Barbero, 2002: 225)

Frente a las nuevas exigencias del saber de un mundo altamente tecnologizado, donde la información se produce industrialmente y a un ritmo aceleradísimo, la cuestión espinosa y que nos acosa constantemente es saber cómo acceder a ella. La biblioteca -como institución gestora de la información y el conocimiento- está particularmente preocupada en garantizar un acceso eficaz a la información y de este modo contribuir a la igualdad e inclusión de la ciudadanía en la sociedad de la información. En especial el asesoramiento sobre cómo buscar y utilizar el “documento mediado” o el “texto digital” son esenciales para los usos del sistema multimedia interactivo (Castells, 2000).

En nuestra “sociedad de la información” el conocimiento es un bien social y un derecho humano básico que está condicionado al ejercicio real y concreto de los derechos a la información y a la comunicación por parte de la ciudadanía. Las bibliotecas juegan un rol clave en el campo del saber ya que sus servicios atañen directamente a los procesos de circulación comunicacional de los documentos de la llamada “industria cultural”: revista, libro, texto electrónico y multimedia, objetos cuya transformación en mercancía y bien de consumo cultural es hoy innegable, como tempranamente advirtieron T. Adorno y M. Horkheimer al caracterizar la capacidad técnica de la economía capitalista para producir masivamente bienes culturales (Adorno y Horkheimer, 1944). Según conceptualizaciones actuales las industrias culturales son aquellas orientadas a la producción y circulación industrial de textos de distinta naturaleza que tienden a comunicar significados sociales, cuyas características de centralidad económica, concentración en grandes corporaciones industriales, globalización e interrelación, las tornan cuestión relevante en la agenda de los estudios de comunicación y cultura (Roig, 2008). La cuestión de la distribución de los documentos es capital puesto que puede realizarse restringidamente si sólo se realiza bajo pautas económicas e ideológicas de las industrias culturales, y bajo este mecanismo engendrar exclusiones y desigualdades que atentan contra el derecho al conocimiento de cada individuo.

2. Cambio cultural pos-convergencia tecnológica

La importante transformación de las comunicaciones en que nos hallamos puede pensarse desde dos categorías estrechamente interrelacionadas: convergencia tecnológica y cambio cultural. Desde esta la doble dimensión tecnológica y socio-cultural abordaremos la cuestión del nexo entre los nuevos medios y las bibliotecas.

La convergencia de las tecnologías de información y comunicación, impulsada por el avance y ampliación del proceso de digitalización, implica la articulación y acoplamiento

de los mass media clásicos (prensa, cine, radio, tv), las plataformas de Internet y comunicación móvil (telefonía celular) y los dispositivos de producción y almacenamiento de la información (PC, Dvd, cámaras de fotos y videos) cuyo eje es el sistema audiovisual (Jaume Duran y Lydia Sanchez, 2008)

Si bien la revolución tecnológica digito-audiovisual es estudiada por varias disciplinas a la zaga de sus continuas innovaciones, que se acumulan y convergen entre sí al ritmo de dinámicas económicas de la industria cultural, concordando con el modo en que es presentada por el imaginario publicitario, Jesús Martín-Barbero propone estudiar y comprender en relación al movimiento social. El cambio cultural producido por la revolución tecnológica estaría signado por varios elementos: surgimiento de una conciencia planetaria transnacional, trastorno de la temporalidad de la experiencia cotidiana, aparición de nuevos modos de participación social y política, conformación de identidades des-territorializadas, desfase del modelo de societario organizado en torno a la industria, el Estado nacional y el espacio público, afectación de la cotidianidad y las tramas sociales de asociación (trabajo, escuela, hospital, administración) por la transversalidad de las nuevas tecnologías, disolución del modelo masivo de comunicación por la fragmentación de los públicos y segmentación de los consumos, emergencia de nuevos modos de percepción y de lenguajes (Martín Barbero, 2002).

Para comprender el proceso de cambio cultural en el que nos hallamos García Canclini propone dos nociones recuperadas de distintas tradiciones teóricas: la noción de campo cultural de Pierre Bourdieu y la de convergencia digital de los estudios de comunicación (García Canclini, 2009). Según el autor, el concepto de campo cultural permite superar tanto el enfoque ilustrado que confina a la cultura a la estrechez de las producciones individuales artísticas de una élite culta, por un lado, como la perspectiva marxista que sólo considera la estructura y determinación socio-económica de las obras culturales. La categoría posibilita a su vez visualizar a los sujetos sociales, productores y consumidores de la cultura, inmersos en instituciones especializadas de producción, circulación y

apropiación de los bienes culturales (universidades, centros de investigación, galerías de arte, museos, bibliotecas, editoriales y revistas). Por su parte, el concepto de convergencia tecnológico-digital de las industrias culturales y de los medios de comunicación visibiliza la creación reciente de estructuras interrelacionadas para la producción de textos y mensajes aptos para todo tipo de pantallas (televisión, computadora, celular). Los nuevos medios son la expresión más atractiva de esta convergencia tecnológico-digital que también abarca a los medios “clásicos” en una novedosa reinención de su confluencia: cine, tv, radio, diarios, editoriales, entre-lazados en Internet, constituyendo el gran hipermedia.

Esta transformación del entorno que algunos han denominado “matriz intertextual de bienes de consumo” (Roig, 2008: 44) afecta también nuestro estatus de receptores, de tal suerte que los usuarios de medios somos ahora espectadores, lectores, internautas y productores. Se han modificado nuestros modos de leer y de ver (Martín Barbero, 1999). Algunos afirman con cierto optimismo celebratorio frente a la hegemonía y control de los medios que hemos dejado de ser meros “consumidores” para transformarnos y convertirnos en “pro-sumidores” con identidades híbridas entre el consumo y la producción (Roig, 2008). Hay quienes han advertido que los usos cotidianos, reapropiación y resignificación de los bienes culturales son estrategias sociales de procesos de resistencia del individuo común frente a la hegemonía cultural (De Certeau, 1996).

Es innegable el aspecto protagónico de los medios tecnológicos en la estructuración de los intercambios sociales urbanos (materiales y simbólicos) y en la reconfiguración de lo privado y lo público (Martín Barbero, 2002). Coincidimos con García Canclini en que el desafío de este proceso global de convergencia tecnológica y productiva de mensajes debe orientarse al desarrollo de políticas interculturales, donde tengan cabida las distintas expresiones simbólicas y culturales de los pueblos latinoamericanos, y donde la industria cultural no quede supeditada a la lógica del mercado y la hegemonía económica y

productiva de los países del Norte (particularmente Estados Unidos) como es la situación actual (García Canclini, 2009).

La sociedad de la información, o más pertinentemente “sociedades de la información” (SIs) dada la heterogeneidad que adquiere su desarrollo en países y sociedades, ha generado nuevas brechas digitales que para ser superadas provocan un ansia de estar incluidos en el mundo virtual (Internet y nuevos medios) mediante una masiva migración de los sujetos al espacio social generado por las tecnologías informáticas y comunicacionales (Echeverría, 2010).

3. Consumo cultural y nuevos medios

En la última década, los estudios culturales latinoamericanos han puesto de manifiesto la relevancia de los estudios sobre el consumo cultural. Según Guillermo Sunkel, Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini son los autores que más han incidido en el cambio de agenda de los estudios de comunicación y cultura de la región al dar relieve a la temática del consumo cultural desde una perspectiva simbólica socio-cultural, realizando sustantivas contribuciones teórico-metodológicas para estudiar el consumo de medios y otros bienes culturales desde sus contextos sociales (Sunkel, 2002). Al consumir los bienes culturales, los sujetos construyen sentidos para vivir y conforman sus identidades y comunidades, por lo que el consumo como práctica cultural se torna una cuestión clave para estudiar y comprender los comportamientos sociales de una cultura dada (Martín Barbero, 1999). El consumo permite comprender los nuevos modos de reagrupación social, en el contexto de los fenómenos de globalización y localización, y los cambios en los modos de convivir en un proceso que Martín Barbero ha denominado “des-ordenamiento cultural” en el que los lazos sociales, símbolos y rituales, se entretajan en una densa interdependencia con las redes y flujos comunicacionales (Martín Barbero, 2002). Por su parte, el consumo cultural constituye una práctica específica de consumo

dado que está orientada a bienes producidos por la industria cultural en los que el valor simbólico predomina sobre el valor de uso o cambio mercantil (García Canclini, 1999).

Los denominados “nuevos medios” abarcan un entorno de profundos cambios en las tecnologías de distribución de textos y especialmente en los protocolos de comunicación asociados a ellos, que involucran tres capacidades básicas: conectividad e interacción de los medios entre sí (convergencia tecnológica, emergencia de redes sociales); ubicuidad, transporte y conexión continua (aparatos de consumo mediático trasladables en la vida cotidiana); productividad y nuevas prácticas en los usuarios (creación y reelaboración de contenidos) (Roig, 2008). La característica distintiva está dada por la influencia e interrelación sin precedentes de los medios entre sí, y la digitalización de los documentos culturales, lo cual los torna fácilmente transportables. La tecnología digital ha permitido el empaquetamiento de toda clase de mensajes: sonidos, imágenes, textos lingüísticos. Datos que viajan a través de la red tecnológica, capaz de comunicar toda clase de símbolos sin utilizar centros de control. El lenguaje digital universal y la lógica del funcionamiento en red han creado las condiciones para una comunicación horizontal y global y para asegurar el derecho al conocimiento de todo ciudadano. El reciente sistema de comunicación interactivo ha generado nuevos modos de uso, consumo y producción que se extiende a todas las prácticas sociales cotidianas transmutando el imaginario social sobre la comunicación y la cultura y colocando en primer lugar de los estudios la indagación sobre lo que la gente puede hacer (productividad) con los medios (Roig, 2008).

La comunicación en los nuevos medios (internet, móvil, videojuego) no siempre es masiva, ni es institucional, ni es unidireccional. La clásica división entre productores y receptores, que mantenían los medios masivos de comunicación, se borra. El concepto de productividad tiñe las prácticas de recepción y uso: los agentes sociales (audiencia, receptores, usuarios) se convierten en pro-sumidores mediante la adopción social de las nuevas tecnologías. La Web 2 ha posibilitado que quienes poseen capital social y cultural

pueden producir contenidos en la Web (Wortman, 2008). Además, la producción de conocimiento en las redes sociales tiene la impronta de la colaboración y la producción colectiva (Freire, 2008).

La informatización y el uso de los nuevos medios (internet, redes sociales, celular) han modificado la producción y circulación de los documentos de información: ha variado sustancialmente la cantidad, el formato y los lenguajes en que se expresan los textos y documentos. La constante y monumental acumulación de documentos exige procedimientos altamente profesionales de almacenamiento, organización, recuperación y difusión, al tiempo que su accesibilidad está regulada por instituciones públicas o privadas: universidades, centros de investigación, centros de documentación, bibliotecas, archivos, internet.

Si bien es la lógica del mercado la que fija el diseño de los usos, percepciones y consecuencias sociales del multimedia, las Bibliotecas pueden influir particularmente en contrarrestar la inequidad y la brecha generacional respecto al uso de las tecnologías con acciones pro-sociales: abrir el acceso a la comunicación multidireccional, acercar los servicios a los usuarios y asesorar en los circuitos de selección de la información (textos y documentos multimedia) y en el proceso de gestión del conocimiento, contri-buyendo así a los procesos democratizadores del uso y consumo de los nuevos medios.

Las bibliotecas no han sido ajenas a estos cambios tecnológicos. Han tenido que adaptarse para desarrollar nuevos servicios de información, de formación y de orientación mediados por TICs, gestionar el acceso a las colecciones digitales y asumir el desafío de aplicar tecnologías emergentes tales como la web móvil, los metadatos, la web semántica, etc.

La difusión de los conocimientos y el desarrollo de hábitos comunicacionales informáticos, tradicionalmente a cargo de los centros educativos y universidades, hoy involucran a las bibliotecas como importantes agentes de difusión de la innovación social. Las prácticas de extensión bibliotecológica comienzan a jugar un rol importante en relación

con el acceso público de la información, la eliminación de la desigualdad social en el uso de los nuevos medios y el desarrollo de la alfabetización informática (Palacio, 2010). La emergencia de comunidades virtuales y redes sociales en torno a un interés compartido plantea nuevas tareas y prácticas profesionales bibliotecológicas, a la vez que modifica la interacción de los usuarios. Recién se está investigando en profundidad y con cierta sistematicidad el impacto de la evolución constante de las recientes tecnologías en las bibliotecas y las políticas institucionales y profesionales al respecto.

Estos nuevos consumos culturales y la emergencia de las tecnologías de la información implican por un lado, que desde las gestiones de las bibliotecas se establezcan políticas claras sobre el acceso, difusión y socialización de la información, y por otro, exige una fuerte y constante capacitación y perfeccionamiento del personal bibliotecológico no sólo para poder desarrollar nuevos servicios, sino para interactuar con los nuevos usuarios. Atendiendo a estas demandas internas y externas de las Bibliotecas, en esta ponencia nos interesa plantear qué dinámicas institucionales de las bibliotecas estructuran y regulan los usos, prácticas y apropiaciones de nuevos medios.

4. Prácticas de los nuevos medios en los servicios de las bibliotecas

Los nuevos medios (internet, redes sociales, celular) implican la emergencia de nuevas formas de producción, distribución y comunicación de contenidos mediados por TICs. Los cambios tecnológicos y el surgimiento de los nuevos medios, han generado en las bibliotecas el desarrollo de nuevos servicios de información, de formación y de orientación (Magán Wals, 1998) mediados por TICs; la gestión de accesos a las colecciones digitales y el desafío de aplicar tecnologías emergentes tales como la web móvil, los metadatos y la web semántica, entre otras.

Los cambios tecnológicos obligan a las bibliotecas replantear los usos, los servicios y la tecnología.

La biblioteca -como institución gestora de la información y el conocimiento- está particularmente preocupada en garantizar el acceso eficaz a la información y en asesorar sobre qué buscar y cómo utilizar el “documento mediado” o el “texto digital”. En este contexto el desarrollo de servicios de referencia virtual son esenciales para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios. Merlo Vega (2008) define el servicio de referencia digital o virtual como: “el servicio bibliotecario que atiende peticiones de información de forma telemática, empleando tecnologías digitales para la comunicación con los usuarios”. Y OCLC (2007) a su vez define referencia virtual, como: “Uso del computador y las tecnologías de comunicaciones para proporcionar servicios de referencia a usuarios en cualquier momento y en cualquier lugar”.

Los servicios de referencia de las bibliotecas de cualquier tipo reciben consultas a través de servicios como correo electrónico, teléfono, chat, SMS, formularios en línea, o las denominadas plataformas o entornos web colaborativos (Rodríguez Briz, 2005). En general los servicios pueden clasificarse de acuerdo a la tipología y de acuerdo a los sistemas de comunicación.

De acuerdo al tipo de servicios:

1. Servicios 2.0: blogs, wikis, redes sociales: Facebook, Twitter, Google+.
2. Servicios para crear, publicar y compartir recursos: podcasts, videocasting, álbumes de fotos (Flickr), presentaciones en línea, geoaplicaciones, mapas mentales, líneas de tiempo, bideoconferencias web, webminarios y screencasting.
3. Herramientas para recuperar y organizar información: folcsonomías, nubes de etiquetas, marcadores sociales, sindicación de contenidos (RSS).

De acuerdo a los sistemas de comunicación se pueden distinguir dos formas de servicios:

- 1.- Servicios digitales asíncronos: en los cuales el transmisor puede enviar datos sin previo aviso. El usuario realiza la consulta y la biblioteca responde en diferido. Por ejemplo:

- o Consultas por correo electrónico
- o Consultas, sugerencias y/o pedidos a través de formularios Web
- o Mensajes de texto SMS
- o Servicios en redes sociales: las bibliotecas interactúan con sus usuarios a través del muro para publicar noticias pero también, para dar a los miembros la posibilidad de dejar sus comentarios, opiniones, preguntas y notas. Las redes sociales permiten llegar una amplia comunidad de usuarios para: promover actividades de la biblioteca, anunciar eventos, difundir servicios y productos, dar a conocer las colecciones, etc.
- o Otros servicios web 2.0:
 - o Catálogo 2.0: donde puede dejar comentarios (solicitudes o propuestas), puntuaciones sobre los materiales y donde puede tener posibilidad de acceder a texto de documento (Breeding, 2010).
 - o Sitios para compartir imágenes o galerías de fotos: los álbumes de fotos son buena forma de propagar los eventos, hacer una promoción de exposiciones, etc.
Ejemplo: Flickr
 - o Sitios para compartir videos: generalmente las bibliotecas utilizan estos servicios para subir videos de la biblioteca donde se promocionan sus servicios o tutoriales de uso de las distintas herramientas, como por ejemplo los gestores bibliográficos o las bases de datos.

2.- Servicios digitales síncronos: el transmisor debe coordinar con el receptor antes del envío de datos. El usuario realiza la consulta y la biblioteca responde en tiempo real. Ejemplos de estos servicios son:

- o Chat: Los programas informáticos disponibles en el mercado pueden proporcionar utilidades diversas: autenticación de usuarios, conversaciones públicas o privadas, particulares o en grupo, envío automático y por correo electrónico de transcripciones de las sesiones, producción de informes estadísticos, gestión de la cola de espera, personalización de herramientas y entornos de trabajo, canales para la charla con otro

bibliotecario mientras se atiende una consulta (back channel), envío automático de cuestionarios de satisfacción al acabar la sesión, etc.

Por lo general, las bibliotecas ofrecen el servicio de chat durante un número limitado de horas al día, aunque en algunos proyectos cooperativos la atención puede extenderse a las 24 horas los 7 días de la semana.

o Voz sobre IP: el proceso de transmisión de conversaciones de voz a través de la red de datos por usando el protocolo IP puede ser aprovechado por las bibliotecas para comunicarse con sus usuarios a través de sus servicios de referencia. Ejemplo: el software Skype.

o Servicios de referencia cooperativos 24/7: que posibilitan brindar el servicio las 24 hs. del día, los 7 días de la semana. Ejemplos: QuestionPoint, de OCLC o Ask a librarian, de la Library of Congress, donde el usuario y el bibliotecario se comunican en tiempo real.

o Videoconferencia: implica la comunicación en tiempo real de audio y vídeo. Permite mayor interactividad con el usuario, y permite que usuario y bibliotecario puedan verse cara a cara simulando una entrevista presencial. Ejemplo: el software Skype, el plug-in para instalar en el servicio de chat con voz y vídeo de gmail o Google Talk para el escritorio.

5. Nuevos medios y nuevos usos en las bibliotecas

Los nuevos medios han generado nuevas formas de producción y distribución de contenidos. El consumo de contenidos digitales es cada día mayor y el auge de los contenidos electrónicos está modificando los hábitos de lectura y las formas de acceso a la información.

Así como las editoriales, están incursionando en el mercado digital ofreciendo libros electrónicos y distintas plataformas de ventas online, también las bibliotecas están analizando y evaluando las distintas alternativas de contenidos que se ofrecen en el

mundo digital. Las bibliotecas ya no sólo ofrecen al usuario las colecciones que tienen sino también las colecciones que acceden, de allí que han surgido en los últimos años las nuevas plataformas de servicios digitales, donde la cantidad y variedad de contenidos y recursos digitales van desde los libros y revistas electrónicas hasta el audio, vídeo, simulaciones, etc.

La aparición de los libros electrónicos ha revolucionado en ámbito bibliotecológico y el entorno educativo. La convergencia entre el papel y lo electrónico, entre la industria editorial y las bibliotecas universitarias han generado en estos últimos tiempos un nuevo ecosistema del libro. Los libros electrónicos se insertan cada día más en las aulas virtuales y los distintos formatos, modelos (acceso abierto o de negocios), plataformas de préstamos y hábitos de los lectores digitales hacen necesario un trabajo conjunto entre bibliotecarios y educadores en la selección, uso y aplicación de este tipo de soportes.

El acceso abierto (AA) se impone con la disponibilidad gratuita de la literatura en Internet que permite que cualquier usuario pueda leer, descargar, copiar, imprimir, distribuir, buscar y enlazar información sin barreras financieras, legales o técnicas (Budapest open access initiative, 2002). Los autores son quienes definen los derechos que otorgan a sus trabajos que generalmente se realizan a través de licencias creative commons. El AA genera nuevas formas de creación y consumo de recursos digitales, ya sea por la vía dorada, que abarca a las revistas, como la vía verde, que comprende a los repositorios institucionales (RI) que constituyen un sistema de información que reúne, preserva, divulga y da acceso a la producción intelectual y académica de una institución y a los repositorios temáticos que se limitan a una disciplina en particular y los documentos pueden ser de distinta procedencia.

También la gran diversidad de bibliotecas digitales y bases de datos bibliográficas y/o en texto completo con material científico y académico especializado en una determinada disciplina o multidisciplinarias, han modificado la forma de recuperación y difusión de la información. Algunas son de acceso abierto, como por ejemplo PubMed y Scielo y otras

comerciales, como por ejemplo: JSTOR o SAGE journals. El uso y aprovechamiento de estos recursos depende mucho de la coordinación que se haga desde la biblioteca con las propuestas educativas.

6. Nuevos medios y nuevas tecnologías en las bibliotecas

El acceso a Internet, la disponibilidad de dispositivos móviles como los de tinta electrónica denominados e-readers, las tablets, los smartphones y los teléfonos celulares han abierto nuevas formas de comunicación que las bibliotecas utilizan para alcanzar los contenidos a sus usuarios, acercándose cada vez más a sus necesidades y sus preferencias.

Esos dispositivos han generado en las bibliotecas la necesidad de desarrollar nuevas aplicaciones tales como: web móviles, servicios basados en localización, códigos QR, RFID y realidad aumentada.

Los metadatos y progreso hacia la web semántica, añade significado, identidad a los datos. El concepto de web semántica hace referencia a una web extendida, es decir, dotada de mayor significado (más semántica), en la que cualquier usuario podrá encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida. Los buscadores semánticos comprenden el contexto en el cual las palabras están siendo usadas y ofrecen resultados más relevantes. La web semántica brinda a las bibliotecas innumerables oportunidades para integrar sus datos a la web, como por ejemplo la iniciativa de datos abiertos enlazados.

7. Conclusiones

La biblioteca -como institución gestora de la información y el conocimiento- está particularmente concernida en garantizar el acceso eficaz a la información y en asesorar sobre qué buscar y cómo utilizar el “documento mediado” o el “texto digital”. En este contexto el

desarrollo de servicios de referencia virtual son esenciales para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios.

La difusión de los conocimientos y el desarrollo de hábitos comunicacionales informáticos, tradicionalmente a cargo de los centros educativos y universidades, hoy involucran a las bibliotecas como importantes agentes de difusión de la innovación social. Las prácticas de extensión bibliotecológica comienzan a jugar un rol importante en relación con el acceso público de la información, la eliminación de la desigualdad social en el uso de los nuevos medios y el desarrollo de la alfabetización informática. Aún no ha sido estudiado en profundidad el impacto de la evolución constante de las recientes tecnologías en las bibliotecas.

Si bien es la lógica del mercado la que fija el diseño de los usos, percepciones y consecuencias sociales del multimedia, las Bibliotecas pueden influir particularmente en contrarrestar la inequidad y la brecha generacional respecto al uso de las tecnologías con acciones pro-sociales: abrir el acceso a la comunicación multidireccional, acercar los servicios a los usuarios y asesorar en los circuitos de selección de la información (textos y documentos multimedia) y en el proceso de gestión del conocimiento, contribuyendo así a los procesos democratizadores del uso y consumo de los nuevos medios.

Las bibliotecas tradicionalmente han ofrecido servicios destinados a usuarios consumidores pero en la actualidad, ese panorama ha cambiado y es primordial indagar sobre los usos y consumos de los nuevos usuarios pro-consumidores. La gran variedad de formas de comunicación mediadas por TICs permiten hoy un mayor acercamiento a los usuarios, conociendo sus necesidades y sus demandas.

A partir de los nuevos medios y las nuevas formas de comunicación la biblioteca puede conocer comunidades virtuales de usuarios, agrupamientos e intereses compartidos. La personalización de los servicios parece imponerse en el mundo digital, donde ya no se busca la estandarización de los procesos, sino los servicios a la medida y necesidad de los usuarios, con mayor posibilidad de flexibilidad y adaptación de los mismos. No se trata

de desarrollar servicios “para todos” en base a un modelo definido, sino servicios “a la medida” en base a los requerimientos de cada grupo de usuarios.

El grado de aplicación de los servicios y tecnologías anteriormente descriptas dependen del tamaño y las características institucionales de cada biblioteca. Muchas han comenzado a desarrollar nuevos servicios mientras que otras aún no iniciaron el camino. Todo depende de las posibilidades y limitaciones que cada institución posee. Quienes han iniciado el camino, aún tienen mucho por desarrollar, indagar y evaluar: entre otros aspectos, se debería medir el grado de participación, de colaboración y de uso de los servicios y los nuevos medios; indagar sobre el uso académico y sobre las conductas comunicativas que manifiestan los usuarios.

Cada uno de los servicios que las bibliotecas implementan no surgen de las necesidades de los usuarios, sino de las políticas institucionales para no quedarse fuera de la moda, para estar al día con las nuevas tecnologías o para tener una mayor visibilidad.

El uso de los nuevos medios indudablemente conlleva una serie de beneficios para las bibliotecas: acortan los tiempos de comunicación por la llegada inmediata a la información, evitan gastos de impresión como por ejemplo de boletines, permiten tener una retroalimentación por parte del usuario.

Sin embargo, también implican una serie de cuestiones críticas como la sobrecarga de tareas profesionales, la necesidad de gente especializada para desarrollar los servicios, la necesidad de actualización permanente de los servicios y la necesidad de desarrollar un plan de capacitación tecnológica para el personal bibliotecario.

En general se percibe un escaso número de usuarios que utilizan los nuevos medios en relación al total de los usuarios reales de las bibliotecas. Las redes sociales aún no se han impuesto como recursos de valor y uso académico, sino como herramientas de comunicación. Si bien existen redes sociales académicas, las bibliotecas hasta el momento han tenido una mínima participación en ellas.

Respecto a los blogs, son pocas las bibliotecas que logran tener un alto impacto. Si no tienen información atractiva, útil y actualizada los blogs se convierten en espacios estancos y desactualizados a los cuales los usuarios no acceden. En el desarrollo de este tipo de productos las bibliotecas no deberían trabajar solas sino en quipos interdisciplinarios que permitan entre todos generar un verdadero valor agregado al servicio.

Muy pocas bibliotecas ofrecen el servicio de sindicación (RSS) y se percibe un escaso uso del mismo por desconocimiento de los usuarios tanto acerca de la existencia del servicio como de la forma en que se usa. En general, existe un mayor aprovechamiento de algunos servicios más tradicionales tales como consultas por correo electrónico, consultas, sugerencias y/o pedidos a través de formularios Web.

El SMS y el chat constituyen herramientas muy simples, de costo mínimo y muy fáciles de utilizar, pero para que tengan un verdadero impacto se debe disponer de personal que esté atento a estos servicios al menos durante el tiempo en que la biblioteca está abierta. Teniendo en cuenta la escasez de recursos humanos en las unidades de información, estos servicios en muchos casos son imposibles de mantener. Los servicios de referencia cooperativos 24/7 constituyen opciones muy buenas para atender a los usuarios pero el problema está en el alto costo de los software que permiten gestionar estos servicios y la escasez de desarrollos en plataformas en código abierto. Las videoconferencias, tampoco son un servicio muy requerido porque por lo general los usuarios no quieren ser visualizados a través de una cámara cuando realizan una consulta a la biblioteca, incluso muchas bibliotecas no disponen de las tecnologías necesarias para ofrecer el servicio.

El desarrollo e implementación de los nuevos medios en las bibliotecas deberían ir acompañados por estudios de usuarios, un plan estratégico y campañas de difusión y marketing. Las bibliotecas deberán tomar una política acerca del alcance de estos medios. En muchos casos, más allá de el uso de los nuevos medios sea aún muy incipiente, las bibliotecas pueden decidir implementarlos aunque lleguen a una población reducida de usuarios con el objetivo de ofrecer cada vez más servicios personalizados.

En estos casos no importa la cantidad de usuarios, sino la presencia de las bibliotecas en estos medios.

Las bibliotecas deben estar por un lado, a la vanguardia de las nuevas tecnologías, y por otro, atentas a estos cambios culturales y convergencias tecnológicas que indudablemente afectan a la forma de comunicación que se establezca con los usuarios.

Para ello resulta primordial indagar sobre usos y consumos culturales en las bibliotecas, antes que seguir una moda e implementar servicios y tecnologías sin analizar y evaluar las demandas y necesidades reales de los usuarios. Proponemos observar, indagar y medir el impacto social de los nuevos medios en las bibliotecas.

Bibliografía

- Adorno, Theodor & Horkheimer, Max. (1944-1947). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta, 1998.
- Breeding, Marshall. (2010). *Next-gen library catalogs*. New York: Neal-Schuman.
- Budapest open access initiative. (2002). Recuperado de: <http://www.opensocietyfoundations.org/openaccess/>
- Castells, Manuel. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Coyoacán: Siglo Veintiuno.
- De Certeau, Michel. (1996). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana-Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.
- Duran, Jaume & Sánchez, Lidia (ed.). (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona: UBe Universitat de Barcelona.
- Echeverría, Javier. (2010). Nomadismo digital. En Fernández Vicente, Antonio (coord.). *Nomadismos contemporáneos. Formas tecnoculturales de la globalización*. (pp. 65-75). Murcia: Edit.um Universidad de Murcia.

- Freire, Juan. (2008). Redes sociales ¿Modelos organizativos o servicios digitales? *El profesional de la información*, 17 (6), 585–588.
- García Canclini, Néstor. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, Guillermo (coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- García Canclini, Néstor. (2009). Los campos culturales en la era de la convergencia tecnológica. En Aguilar, Miguel Ángel... [et. al.]. *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (pp. 277–286). Barcelona: Anthopos-Universidad Autónoma Metropolitana.
- Magán Wals, José Antonio. (1998). Los servicios de información y referencia. Situación actual y aprovechamiento de los recursos. En Magán Wals, J.A. (coord). *Tratado básico de biblioteconomía*. Madrid: Complutense.
- Martin Barbero, Jesús. (1999). Recepción de medios y consumo cultural: travesías. En Sunkel, Guillermo (coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andres Bello.
- Martin Barbero, Jesús. (2002). *Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Merlo Vega, J.A. (2008). *Referencia digital y servicios electrónicos de información*. Recuperado de: <http://www.thinkepi.net/referencia-digital-y-servicios-electronicos-de-informacion/>
- OCLC. (2007). *QuestionPoint glossary*. Recuperado de: <http://www.oclc.org/support/documentation/glossary/questionpoint/>
- Palacio, Marta. (2010). Estudios culturales: una revisión epistemológica de la "Bibliotecología y de sus prácticas intelectuales". En Bestani, Rosa y Martínez, Ana María (comp.). *Textos, autores y bibliotecas*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Rodríguez Briz, Fernanda. (2005). *Los servicios de referencia virtual*. Buenos Aires: Alfagrama.

Roig, Toni. (2008). Las industrias audiovisuales y los nuevos medios. En Duran, Jaume, Sánchez, Lidia (ed.). *Industrias de la comunicación audiovisual* (pp. 43–79). Barcelona: UBe Universitat de Barcelona.

Sunkel, Guillermo. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En Mato, Daniel. *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: Clacso. Recuperado de:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

Universidad Nacional de Córdoba. Secretaría de Asuntos Académicos. Programa de Estadísticas Universitarias. (2010). *Informe de consumo cultural 2010: Encuesta a alumnos y docentes de la UNC sobre preferencias en consumo cultural*. Secretaría de Asuntos Académicos. UNC. Recuperado febrero 17, 2012, a partir de http://www.unc.edu.ar/estudios/programas-saa/estadisticas/ultimas-investigaciones/2010/unc_saa_peu_consumo_cultural_2010.pdf/view

Wortman, Ana (comp.). (2009). *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Eudeba.