

Anuario ThinkEPI 2012. Análisis de tendencias en información y documentación

Anuario ThinkEPI 2012. Análisis de tendencias en información y documentación, vol. 6. T. Baiget, J. Guallar y E. Orduña-Malea (eds.). Barcelona: EPI SCP y Editorial UOC, 2012, 340 p. ISSN: 1886-6344 / ISBN: 978 84 97889858.

Mari Váñez

mvallez@uoc.edu

El nou anuari de ThinkEpi ha vist la llum aquest mes de maig. Es tracta de la sisena edició, per la qual cosa ja s'ha consolidat com una publicació de referència. A més, cal destacar que ha escalat posicions en el rànquing de revistes acadèmiques i cada vegada està indexada en més bases de dades especialitzades.

Aquesta edició inclou les notes publicades a través de la llista *IweTel* durant el 2011 i principis d'aquest any, i el debat que ha generat la seva publicació. D'aquesta manera, es pot dir que els seus continguts passen un doble procés d'avaluació, una en obert per especialistes que enriqueixen les aportacions inicials, i una altra pels membres del Consell Científic de la publicació.

El contingut d'aquest nou *Anuari* s'ha centrat en la següent llista de temes: la formació, la professió, les biblioteques, els arxius, la gestió de la informació a la empresa, la comunicació científica, els mitjans, la web semàntica i les biblioteques virtuals, el mercat i la indústria del sector de la informació, els sistemes d'informació i, per últim, les tecnologies. De gran part dels temes es presenten informes de situació tècnics realitzats per experts, després es recopilen les notes dels experts publicades a *IweTel*,

incloent les contribucions realitzades pels lectors. En alguns casos també es recullen ressenyes d'informes internacionals de recerca que s'han publicat a través de *Blok de Bid*¹.

Degut al gran abast de temes tractats i a la seva extensió, només es farà una ràpida revisió d'aquells temes que han generat més participació per veure des de quines perspectives s'han analitzat.

Les primeres seccions estan dedicades a fer un estat de l'art de la professió, analitzat des de diferents punts de vista. Primer, s'ha examinat la trajectòria que han seguit els estudis de biblioteconomia i documentació, es mostra el panorama estatal de la situació i la seva evolució al llarg de les últimes dècades. A continuació, es presenten alguns nous perfils professionals que han aparegut, on els documentalistes poden ocupar un paper destacat: *community managers*, *content curators*, etc. També es reflexiona sobre la situació actual de les biblioteques a Espanya, es realitza un estudi de la incidència de la crisi econòmica en el sector, per acabar amb una reflexió sobre quin és el seu futur a mig termini, en els propers quinze anys. Es destaca el paper actual de les biblioteques, que ha recobrat importància, tal com comenta Lluís Anglada, «quan el poder adquisitiu de la gent baixa, l'ús de la biblioteca augmenta». D'altra banda, s'inclouen diferents ressenyes d'informes internacionals, sobretot del món anglosaxó, on es mostra el paper que estan exercint les biblioteques principalment en l'àmbit acadèmic i de la recerca. L'últim tema és el dedicat a la web semàntica i a les biblioteques virtuals, on es mostra com l'èxit del projecte *Europeana* està afavorint l'intercanvi de dades gràcies a la definició d'un model de dades que està resultant un gran avanç en les biblioteques virtuals.

L'*Anuari* també compta amb uns apartats dedicats a l'anàlisi de les tecnologies de la informació des de la perspecti-

L'apartat dedicat als sistemes d'informació vol centrar-se en la gestió documental i de continguts web, però com que és un dels més amplis és el que resulta alhora més heterogeni

va de l'empresa, els arxius i els mitjans de comunicació. A més, s'estudia, des de diferents punts de vista i amb ressenyes, el mercat i la indústria del sector de la informació, mostrant la seva implicació en l'economia actual.

La secció dedicada a la comunicació científica és un dels apartats que ha generat més aportacions. Es presenten consideracions al voltant del moviment *open access* i els repositoris, la webmetria, els diferents canals existents de comunicació dels resultats de la investigació (ponències, articles, patents) i, per acabar, es reflexiona sobre les noves eines per a l'avaluació de la ciència.

L'apartat dedicat als sistemes d'informació vol centrar-se en la gestió documental i de continguts web, però com que és un dels més amplis és el que resulta alhora més heterogeni. Es comenten eines i estratègies utilitzades pels sistemes de gestió de biblioteques per assegurar la seva viabilitat i qualitat. També es reflexiona sobre l'empremta de les xarxes socials, tant per la seva volatilitat

1. *Blok de BiD* (www.ub.edu/blokdebid) és una publicació setmanal que té l'objectiu de ressenyar informes destacats de l'àmbit de la biblioteconomia i la documentació per tal d'ajudar el lector a fer-se una opinió sobre l'evolució i les tendències internacionals en aquest camp.



©istockphoto/Brian Jackson

Però en realitat no es tracta d'un problema que impedeixi el seguiment dels continguts, ja que és una obra que no implica una lectura lineal, sinó que emplaça més a anar llegint les notes que van interessant en cada moment. Per acabar, un altre aspecte que crida l'atenció és el diferent nivell d'aprofundiment dels temes. Alguns d'ells estan molt detallats, amb moltes referències que permeten introduir-se en el tema, però d'altres es queden en un simple tastet, però que, això sí, fa engrescador el tema.

com per la dispersió que comporten, per destacar el paper que està adquirint Twitter com a canal de comunicació. Un altre dels aspectes tractats en aquesta secció és el referent a la web semàntica i les noves àrees de negoci que pot obrir gràcies als *linked data*.

L'últim apartat és el dedicat a les tecnologies, on es fa una revisió de les noves tendències de la informàtica i de les telecomunicacions que tenen més impacte en l'entorn bibliotecari i documental. Es destaca l'important paper que està adquirint la web mòbil i totes les implicacions que comporta tant a nivell de serveis com de tecnologies. Un exemple que es detalla és la utilitat que es pot atorgar als codis QR.

El format de l'*Anuari* és una forma ràpida i pràctica d'estar al dia d'allò que succeeix en el món de la informació i la documentació. Per tant, es pot destacar la seva funció d'observatori del que passa en la nostra professió i de les noves tendències que sorgeixen. Com a punt feble, es pot fer referència als temes en què s'han classificat les aportacions, ja que de vegades no són suficientment significatius o engloben continguts que s'allunyen de la temàtica.

Libraries in Crisis¹

Carme Galve

galvemc@diba.cat

The Huffington Post és un diari en línia que neix el 2005 a càrrec d'Arianna Huffington, Kenneth Lerer i Jonah Perreti. Originàriament pretén ser un bloc agregador de notícies alternatiu a iniciatives de caire més conservador, com el *Drudge Report*.

S'edita als Estats Units (Chicago, Washington, Denver, Detroit, Miami, Nova York, Los Angeles i San Francisco), Canadà (amb edicions anglòfona i francòfona), França i al Regne Unit. La darrera incorporació és l'edició espanyola el juny de 2012, iniciativa participada econòmicament pel grup Prisa Noticias.

Entre d'altres reconeixements, el *Huffington Post* ha estat guanyador enguany d'un premi Pulitzer pel millor reportatge nacional, i ha estat el bloc més visitat segons Technorati Authority.

A més de seccions generals, el diari compta amb canals especialitzats en política, negocis, mitjans, art, cultura, ciència, religió, viatges i educació.

Libraries in crisis és una secció ubicada en el canal *CULTURA* i, segons l'editorial a càrrec del seu coordinador, Andrew Losowsky, té com a objectiu esdevenir una plataforma per a l'anàlisi i el debat sobre el paper de les biblioteques en una situació econòmica complexa.

La secció neix el 15 de novembre de 2011, i en un recorregut de poc menys de deu mesos ha aplegat 29 articles i 15 posts en format bloc sobre els tancaments de biblioteques, les reduccions pressupostàries, les mobilitzacions –tant de professionals com d'usuaris–, el finançament o el paper de les biblioteques en una societat, com l'americana, on l'*e-book* és un format amb un èxit aclaparador.

Libraries in crisis té dos tipus d'entrades: els **articles** són peces d'actualitat que poden haver estat elaborats per un redactor, o bé agregats des d'una altra font de

1. www.huffingtonpost.com/news/libraries-in-crisis



©istockphoto/Andriy Kravchenko

notícies (*Washington Post*, *CBS*). En cada entrada hi ha relacionades altres notícies i s'ofereix a l'usuari la possibilitat de compartir-les i/o ampliar-les a través de continguts complementaris o opinions. Un altre tipus de consideració mereixen els **articles d'opinió** (blocs) a càrrec d'autors de reconegut prestigi (com ara la presidenta de l'ALA), si bé aquestes entrades esdevenen més estàtiques i només s'obren al debat a través dels comentaris.

El *Huffington Post* té com a serveis associats la subscripció a nous continguts, la rellevància dels articles més destacats a través de la comptabilització dels comentaris generats i l'aplicació *Social News*, que permet associar l'ús que un usuari fa del *Huffington Post* (comentaris, consulta de notícies, etc.) amb els agregats al seu compte de Facebook.

Libraries in crisis està centrat en un debat marcat pel context nord-americà, el qual té uns paràmetres socials i tecnològics força diferents dels europeus. A més, es tracta d'una font creada recentment amb temàtiques molt limitades i no s'hi apleguen, de moment, problemàtiques que

...la valoració global de *Libraries in crisis* no deixa de ser positiva perquè aporta idees i reflexions sobre la superació d'un context econòmic molt advers pel que fa a les polítiques públiques de difusió de la lectura.

puguin afectar biblioteques universitàries, distribuïdors d'informació o sistemes bibliotecaris complexos.

Amb tot, la valoració global de *Libraries in crisis* no deixa de ser positiva perquè aporta idees i reflexions sobre la superació d'un context econòmic molt advers pel que fa a les polítiques públiques de difusió de la lectura. El més remarcable del discurs el *HuffPo* és la visibilitat del debat que, pel fet d'estar en un mitjà generalista, s'obre a una base de lectors molt àmplia que no necessàriament és professional. Altrament, es relaten una sèrie de tendències que són una realitat als Estats Units i que són de caire imminent en el nostre entorn com ara l'encaix de l'ebook en les col·leccions, les mobilitzacions o el finançament. En definitiva, una reflexió sobre el valor (i els valors) que representen les biblioteques en èpoques de crisi.

Gestión de la reputación online: «Buenos días a todo el mundo, menos a @vodafone_es»

Leiva, Javier. *Gestión de la reputación online*. Barcelona: UOC, 2012. 98 p.

Lluís Vicente

lvicente@ateneubcn.org

La reputació de les empreses i dels professionals sempre ha tingut molta importància, ja que allà on no arriba el coneixement profund d'un servei, d'una acció o d'un producte, arriba la imatge que tenen els individus o la societat. El boca-orella, les crítiques positives, negatives o la sensacions que es transmeten desemboquen en una reputació que pot fer fracassar o triomfar qualsevol mena d'iniciativa. L'aparició d'Internet no ha fet més que eixamplar aquests canals. Encara que amb això no n'hi ha prou, hi ha un nou element dins de l'escenari: l'usuari. Tant si és client o futur client, tant si és més o menys passiu, l'usuari ja no és un element contemplatiu en la relació comercial amb l'empresa. L'usuari pot participar de manera activa fent pública la seva opinió i la seva experiència amb tot allò relacionat amb «producte», «servei» o «tracte» o pot compartir les opinions d'altres amb la seva xarxa de

contactes. Sota aquest nou marc, el consultor i formador Javier Leiva ens mostra a través del seu llibre aspectes que hem de tenir presents en el moment de plantejar, millorar o controlar la nostra reputació *online*, i sobretot establir procediments que anticipin problemes i puguin donar respostes satisfactòries. És a dir, com gestionar la relació amb l'usuari i com treure'n profit.

Abans d'entrar dins de la gestió pròpiament, el llibre dedica el seu primer capítol a exposar un cas viscut en primera persona, on es mostren totes les mancances que pot patir una empresa en el moment de donar resposta als clients o futurs clients. L'exemple serveix per apropar el lector a les conseqüències negatives de la lentitud de la resposta, del contingut en contra generat pel client i de l'efecte viral del desprestigi que ha patit l'empresa en concret. El cas és una bona excusa per introduir el concepte de mala gestió de la reputació *online*, però també per exposar quins són els conceptes i les consideracions bàsiques que defineixen el concepte de reputació *online* i com hem de poder anticipar-nos al comportament d'un client que volem fidelitzar. A partir d'aquí, ja ens podrem introduir en el món de la gestió.

En el moment en què una empresa comença a ocupar-se de la imatge que dona a l'exterior a través d'Internet, ha de d'auditar-ne els senyals que transmet. Així es pot veure quin és el punt de partida. Se'n parla molt, de nosaltres? Poc? Gens? Qui ho està fent? De quina manera ho fan? Si es parla molt de nosaltres, haurem de determinar qui ho fa i què es diu, ja que podem trobar-nos amb moltes referències negatives. Si es parla poc o gens pot significar que ens trobem en perill, no existim per a la xarxa, o la poca informació que hi ha no és positiva. L'autor ens fa adonar que, abans d'avançar molt més, ens podem trobar davant de la necessitat d'apagar algun foc.

L'auditoria és, per tant, el primer procés de la gestió i es divideix en diverses fases. Una primera fase de monitorització; una segona, d'anàlisi, que anirà acompanyada d'actuacions necessàries urgents, si escau; i finalment, una darrera fase on s'espera l'extracció d'un diagnòstic que ens permeti saber per on començar. Per poder processar tota la informació rebuda i poder definir millor quina és la situació, el llibre presenta diverses propostes pràctiques per inventariar, mesurar i concloure, fàcilment aplicables.

Un cop se sap des d'on iniciar el camí per les xarxes, el següent pas en la gestió és la planificació estratègica. S'han de definir quins són els nostres objectius, recursos, destinataris, codi de conducta... Leiva destaca que és important documentar tots aquests punts, entre molts d'altres, abans de desenvolupar cap mena d'acció. Però a més, l'autor retorna a la idea que durant l'auditoria s'ha de dedicar temps a escoltar en tot moment per tal de poder fer les rectificacions convenients. Per realitzar l'escolta trobem un breu llistat de les eines d'anàlisi web més importants, interessants i gratuïtes (*GoogleAlerts, Social Mention, Omgili...*). Continuant amb la planificació, en funció dels interessos definits convindrà utilitzar una xarxa social tipus Facebook, Twitter, blocs corporatius o xarxes professionals tipus LinkedIn. Per facilitar l'elecció del canal o canals que utilitzarem Leiva n'analitza els principals. Així mateix, resulta especialment interessant la recomanació de crear un

...la gent, client o no client,
no vol parlar amb empreses,
sinó amb persones.

protocol d'actuació, davant d'una situació de crisi, per poder reaccionar de la manera més ràpida possible. La reputació *online* requereix d'una proactivitat important, i per tant s'han de preveure i d'anticipar tots els possibles problemes. Finalment, la gestió de l'àmbit mostrarà les maneres de mesurar l'èxit o el fracàs d'aquestes accions, i com avaluar per a la millora dels processos i de les accions futures.

En conclusió, ens trobem davant d'una monografia molt útil, no només per introduir-nos en la matèria, sinó per desenvolupar i gestionar una política de comunicació directa amb els clients davant de les seves necessitats o queixes. De manera seqüencial, trobem un plantejament d'implantació clàssic, però que té present les especificitats lògiques del dinamisme i de la cultura del canvi que suposa treballar a través de la xarxa. Tota la monografia té un to clar, explicacions senzilles i exemples propers que en facilita la comprensió. En darrer terme, és difícil resistir-se a tancar aquesta ressenya sense citar una de les reflexions més interessants del llibre: la gent, client o no client, no vol parlar amb empreses, sinó amb persones. Els humans són el centre de tota reputació *online*. Un cop es té això clar, només cal posar-se a treballar.

Quan la crisi entra per la porta...

Candela Ollé

collec@uoc.edu

Seminari *La biblioteca pública i la seva funció social en temps de crisi*, organitzat per l'Aula Jordi Rubió i Balaguer de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació. Barcelona, 26 de juny de 2012.

Els inicis dels seminaris de l'Aula Jordi Rubió es remunten al curs 2007-2008. Amb una periodicitat trimestral s'han anat posant sobre la taula una àmplia diversitat de temes, com la biblioteca pública, la catalogació, el llibre digital, i molts més. Els de l'actual curs han estat marcats pel context social i econòmic que vivim: al novembre va ser el torn d'«Infoemprenadors» i el passat abril el de la «La biblioteca pública i la seva funció social en temps de crisi», seminari que tot seguit us ressenyem.

Revisant les anotacions preses destaquen, en primer lloc, la desena d'idees que va recollir i exposar Josep Mayoral, alcalde de Granollers, a l'hora d'explicar el cas bibliotecari del municipi que governa; les enunciem: racionalitat, fle-

xibilitat, funció de servei, equipaments culturals més emprats, actuar en xarxa amb la comunitat, tenir perspectiva per mirar endavant, espai d'oportunitats en temps de crisi, millora de la gestió per fer-ho més eficient i corresponsabilitat entre els agents gestors.

Tot seguit, va ser el torn dels tres membres de la taula rodona. La primera a intervenir va ser Assumpta Bailac, gerent de Biblioteques de Barcelona. Va recordar que cal ampliar la base social dels assistents als equipaments culturals i va emfatitzar l'accent social de la biblioteca pública, centrant-se en la ciutat de Barcelona, on la funció de servei de les biblioteques va tenir una inflexió social a finals de 2008. Bailac va avançar que actualment cal reforçar el que s'ha aconseguit en els darrers anys –el paper social–, ja que la immigració, els consegüents motius d'exclusió, juntament amb el context econòmic actual, poden posar en perill els avenços obtinguts si les administracions implicades no actuen en la mateixa direcció.

A Barcelona, els aspectes de la vessant social on s'han detectat canvis i on posteriorment s'hi ha treballat són:



©istockphoto/Igor Prole

- El valor i els canvis d'ús de l'espai.
- La cooperació amb els altres agents i la importància del treball en xarxa. Tot cercant la complicitat amb serveis socials i la immigració per tal d'adaptar-se a les noves necessitats.
- L'equip i els recursos humans. Reforçant la formació dels professionals per poder encarar la nova mirada i donar resposta a col·lectius amb dificultats. Per aconseguir-ho cal incorporar nous perfils professionals, com l'educador social, per exemple, per poder donar resposta a realitats molt específiques dels diferents entorns.
- Les dificultats d'accés de determinades comunitats/cultures. Barcelona té grups molt concrets, sobretot la comunitat xinesa, amb els quals és molt difícil establir-hi diàleg. S'han creat acords amb les universitats que tenen màsters en Gestió de la immigració i Estudis xinesos, perquè els alumnes facin pràctiques a la biblioteca, amb molt bons resultats.
- El voluntariat permet oferir suport a determinades necessitats, com és el cas de l'acompanyament a infants amb dificultats lectores.

José A. Gómez, de la Universidad de Murcia, va centrar el seu discurs¹ a donar a conèixer l'existència de les iniciatives, els projectes i els premis que organitzen de manera individual les biblioteques de Múrcia. Realment interessant.

Gómez recordava la discordança existent entre els usuaris reals i aquells més necessitats de serveis i que tenen més risc d'exclusió social. A la vegada, també va parlar de la inclusió social i de quins eren els múltiples motius d'exclusió, afirmant que la funció social de la biblioteca és evolutiva, canviant i en procés d'adaptació.

Segons les dades que ens va presentar, el 72% de les persones enquestades d'aquesta comunitat no va a la biblioteca, ja sigui perquè no en té costum o no té temps. La pobresa relativa a Múrcia està arribant al 25% i s'ha produït un increment del nombre de llars on cap dels membres té ingressos: l'11%. Escolars amb famílies sense recursos, joves desocupats, un 40% d'atur d'immigrants extracomunitaris, en un context on les prestacions socials bai-

1. www.slideshare.net/FBDUB/gmez-joseantonio-aularubi

...necessitat de compartir, de comunicar-nos, de crear canals...

xen de manera important, són realitats que han provocat una situació «d'emergència social força greu», en paraules de J. A. Gómez. Els serveis bibliotecaris haurien de posar èmfasi en els més desfavorits, conèixer els usuaris i la realitat de l'entorn, sense perdre de vista les missions de la biblioteca pública.

Iniciatives com el Premio Mandarache (www.premiomandarache.es) de formació de lectors, o la Biblioteca punto de empleo (www.bibliotecaregional.carm.es/Biblioteca/faces/br-biblioteca-punto-empleo) són algunes de les accions portades a terme.

El darrer torn de la taula rodona va ser per a Cristóbal Guerrero, director de la Biblioteca Pública Municipal de Camas (municipi andalús de 30.000 habitants). La xarxa andalusa està formada per unes 800 biblioteques. És molt jove i, a més, hi trobem un desigual compromís de cada comunitat local. Per tant, el concepte de xarxa és més una aspiració

que una realitat, sobretot per la falta de regulació, per les plantilles curtes i algunes situacions laborals atípiques. Als mitjans i petits municipis no existeix la preocupació de les administracions per la biblioteca, tot i que en els darrers deu anys aquesta situació ha anat millorant.

La intervenció, titulada «Como un guante a la mano» –del contingut de la qual hem extret el títol de la ressenya– volia fer-nos arribar l'objectiu d'aconseguir que la biblioteca s'adapti a la comunitat. A l'igual que l'anterior ponent, va ressaltar l'alta necessitat d'alfabetització informacional, la voluntat de posar la biblioteca al servei de la comunitat com a centre cultural, com a punt de trobada de les persones. En els darrers minuts de la intervenció va comentar algunes de les propostes portades a terme, com per exemple la «Noche abierta»², per fomentar que tots els veïns siguin protagonistes de la cultura durant la nit més llarga de l'any.

Abans del torn de preguntes, Carme Fenoll, cap del Servei de Biblioteques de la Generalitat, va apuntar des de la fila 0 la necessitat de compartir, de comunicar-nos, de crear canals: «Hi ha un camí important a recórrer i l'haurem de fer junts», va concloure.

Per la seva banda, Marta Cano, cap del Servei de Coordinació Bibliotecària de la Diputació de Barcelona, també a la fila 0, va comentar la capacitat d'anticipació, de donar resposta ràpida a necessitats difícils, la necessitat de segmentar els públics, de sentir-se acollit i de generar oportunitats.

Per tancar la ressenya consultar la *Guia de lectura*³, que elabora per a cada seminari de l'Aula Jordi Rubió la biblioteca de la facultat, on trobareu una selecció de llibres, articles, blocs i pàgines web que han parlat de la biblioteca en temps de crisi.

2. Cròniques de la passada edició: www.camasdigital.es/tag/la-noche-abierta-2011.

3. www.bib.ub.edu/fileadmin/bibs/biblioteconomia/Guies_de_Lectura/Crisi_biblioteca/Biblioteca_crisi.pdf.