

La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas

Web 2.0 in the Nordic libraries

Daniel Adrià-Camarasa
Vicent Giménez-Chornet

RESUMEN

Objetivo: Se analizó el uso de las redes sociales y otras tecnologías de comunicación de las bibliotecas de los países nórdicos, en vistas a identificar su nivel de uso.

Diseño/Methodología/Enfoque: Se identificaron 579 sitios web de bibliotecas y centros de documentación de Dinamarca, Finlandia, Suecia e Islandia. Se buscó la producción científica sobre redes sociales en las bibliotecas de estos países, con la finalidad de analizar la implementación de las principales redes sociales en sus sitios web.

Resultados/Discusión: La mayoría de las bibliotecas nórdicas se apoyan en las redes sociales como medio de comunicación. Los contenidos son difundidos mediante noticias, cursos en línea, y recordatorios de los últimos eventos de la biblioteca. Las principales redes sociales usadas son Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. Se identificó que el beneficio de estas redes sociales radica en la emisión de información a los usuarios, los cuales reciben alertas en sus móviles.

Conclusiones: Las bibliotecas de los países nórdicos se han apoyado en las tecnologías Web 2.0 para satisfacer las necesidades de sus usuarios. Especialmente usan las redes sociales como medio de comunicación y difusión de contenidos, así como vía para facilitar la visualización en línea de documentos.

Originalidad/Valor: La amplia muestra de bibliotecas analizadas nos conduce a unas conclusiones fundamentadas. Se resalta el importante uso de las tecnologías Web 2.0 en estas bibliotecas para mantener a sus usuarios informados de las novedades. Esta apuesta por la comunicación en línea puede servir de ejemplo de buenas prácticas para las bibliotecas de otros países.

PALABRAS CLAVE: Bibliotecas nórdicas; Redes sociales; Comunicación; Uso de redes sociales; Difusión de contenidos.

ABSTRACT


Objective: The use of social networks and other communication technologies of the libraries of the Nordic countries was analyzed, in order to identify their level of use.

Design/Methodology/Approach: We identified 579 library websites and documentation centers in Denmark, Finland, Sweden and Iceland. The scientific production on social networks in the libraries of these countries was searched for the purpose of analyzing the implementation of the main social networks on their websites.

Results/Discussion: The majority of the Nordic libraries rely on social networks as a means of communication. The contents are disseminated through news, online courses, and reminders of the latest events in the library. The main social networks used are Facebook, Twitter, Instagram and YouTube. It was identified that the benefit of these social networks lies in the diffusion of information to users, who receive alerts on their mobile phones.


Daniel Adrià-Camarasa* Universitat Politècnica de València, España.

daadca@inf.upv.es

 0000-0002-8554-5960

Vicent Giménez-Chornet: Universitat Politècnica de València, España.

vigicho@har.upv.es

 0000-0003-1183-9058

Cómo citar: Adrià-Camarasa, D.; & Giménez-Chornet, V. (2019). La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas. *Bibliotecas. Anales de Investigación*; 15(1), 35-50.

Recibido: 11 de septiembre de 2018

Revisado: 5 de octubre de 2018

Aceptado: 25 de noviembre de 2018

Conclusions: *The libraries of the Nordic countries have relied on Web 2.0 technologies to meet the needs of their users. They especially use social networks as a means of communication and dissemination of content, as well as a way to facilitate the online viewing of documents.*

Originality/Value: *The large sample of libraries analyzed leads us to some well-founded conclusions. It highlights the important use of Web 2.0 technologies in these libraries to keep their users informed of the news. This commitment to online communication can serve as an example of good practices for libraries in other countries.*

KEYWORDS: *Nordic libraries; Social networks; Communication; Use of social networks; Dissemination of contents.*

Introducción

Las nuevas formas de comunicación hacen que para centros y usuarios de la información sea imprescindible contar con la tecnología adecuada para acceder al contenido que se publica en Internet. Uno de los objetivos más perseguidos por parte de las bibliotecas ha sido garantizar a los usuarios el acceso al conocimiento (Werf Davelaar, 1999), ofreciendo recursos y fuentes de información contrastadas, facilitando su adaptación a las tendencias variables que experimentan las personas. Al mismo tiempo los usuarios son quienes condicionan el sector tecnológico, empleando dispositivos móviles desiguales, con lo que no todos comparten un formato de software común. Por eso cada institución adecua su colección con el fin de proveer la información en formatos compatibles; sin tener en cuenta el tipo de terminal móvil que tiene cada consumidor, garantizando una aplicación en web apropiada que permita visualizar documentos en línea. No solamente se usan diferentes dispositivos para obtener información, existen múltiples plataformas sociales de comunicación inmediata, las cuales coexisten dentro de un mercado en alza.

En este contexto, las organizaciones han considerado transcendental adecuarse a los nuevos requisitos tecnológicos y de comunicación para posicionarse en la web. Es necesario señalar que hay diferencias entre los distintos canales de comunicación, como por ejemplo los de tipo RSS (Maness, 2006) y de redes sociales (García, 2010). Estos son los cauces de comunicación más empleados por las instituciones. La RSS se usa principalmente para conservar un contenido fresco y actualizado de la página web de la biblioteca, ofreciendo a los usuarios registrados la emisión de una alerta personalizada a su terminal sobre noticias vinculadas a sus intereses. Las cuentas personales de los usuarios de lectores RSS son muy similares a una cuenta de correo web que les permiten iniciar su sesión en cualquier ubicación en la que estén conectados, al mismo tiempo que se mantiene la configuración previa del recurso web, así como los contenidos.

Con la llegada de las redes sociales se rompe la brecha unidireccional de comunicación, apareciendo nuevas opciones de notificación instantánea que facilita la interacción entre personas o entidades, con funciones nuevas de valor añadido como la marcación de favoritos, de una noticia o un evento concreto, o la opción de compartir contenidos propios o enlaces de interés. Estas funcionalidades garantizan una comunicación extraordinariamente rápida y eficiente.

El impacto global que pueden ejercer determinadas redes sociales hace que sean realmente influyentes sobre algunos centros, que recurren a los diferentes medios sociales como apoyo para la organización en un intento de aumentar su difusión, visibilidad y obtener una mayor captación de la población. Estos canales son utilizados para poder conectar con el usuario en tiempo real con un servicio funcionando las veinticuatro horas al día. Mediante el uso de estas redes de comunicación las bibliotecas pueden verter información actual y veraz, sin tener otro intermediario que la propia aplicación web. Gracias a estos medios, las organizaciones son capaces de mantener un contacto directo donde los usuarios reciben alertas a su dispositivo por parte del centro al que estén interrelacionados para consultar sus novedades o publicaciones más recientes.

En todo el mundo son muchos los organismos que han tenido que adaptarse para no caer obsoletos y convivir con las nuevas tecnologías, ofreciendo servicios en línea y mejorando las habilidades de los profesionales y consumidores de la información (Wasike, 2013). Los bibliotecarios son también un punto esencial en la toma de decisiones para atraer al consumidor, deben de esforzarse en el buen uso de los medios de comunicación social con el fin de provocar la participación del usuario en medios sociales y al mismo tiempo catapultar la biblioteca. Dado que estas herramientas en línea de medios sociales han protagonizado un acrecentamiento (Xiang & Gretzel, 2010; Routley, 2015), numerosos entornos webs reconocen la eficacia de los productos que permiten una retroalimentación positiva para el centro y para los usuarios. Los motivos para dicho éxito han sido la accesibilidad, el fácil manejo e intuitivo de las aplicaciones y su bajo coste, creando unas condiciones inmejorables para su propagación y uso.

Por otra parte, las redes sociales no deben de ser percibidas como un problema para las bibliotecas. Más bien son un fuerte aliado para sus portales digitales y espacios físicos, originando nuevos hilos de comunicación para los usuarios en línea, en las que se ofrecen nuevas funcionalidades y oportunidades para encontrar fuentes de información de influencia contrastada. Estos hechos provocan un estímulo positivo en el usuario, que puede repercutir con una nueva suscripción con el centro a través de un determinado medio social ligado a la entidad como pueda ser Facebook, Twitter, Instagram, Soundcloud, etc. Consecuentemente, se han implantado eficientes pautas de interacción usando aplicaciones móviles iOS o Android, y proporcionando útiles herramientas como Snapchat (Anderson, 2015; Piwek & Joinson, 2016), o ejemplos de mensajería efímera como lo son los *chats* internos de las bibliotecas. Estas nuevas funcionalidades de comunicaciones en línea permiten contactar con el personal del centro para realizar consultas específicas, y en ocasiones también se proporciona la posibilidad de participación con otros usuarios y poder compartir impresiones, imágenes, documentos o enlaces a otras webs. Estos hechos han favorecido la comunicación y el intercambio de opiniones con el resto del personal adherido al sistema, con el que suministrar información gracias a una simple aplicación web.

“...las redes sociales no deben de ser percibidas como un problema para las bibliotecas. Más bien son un fuerte aliado para sus portales digitales y espacios físicos, originando nuevos hilos de comunicación para los usuarios en línea...”

Objetivo

En estudio se analizará el uso de las redes sociales y otras tecnologías de comunicación de las bibliotecas de los países nórdicos, en vistas a identificar su nivel de uso.

Metodología

En una hoja de cálculo se han registrado las bibliotecas localizadas en Internet (con un total de 579), separadas por países, para anotar en las columnas información cualitativa sobre el tipo de dispositivo usado (entre otras) y sobre las redes sociales o tecnologías Web 2.0 más exitosas (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Delicious, RSS, etc.). Es difícil adjuntarlo en el presente artículo, pero se encuentra en el trabajo de investigación de la Universidad Politécnica de Valencia (en su repositorio <https://riunet.upv.es/>).

Para saber qué bibliotecas nórdicas incluir en el análisis, el primer paso ha sido localizar por internet las poblaciones más importantes en número de habitantes para, posteriormente encontrar la web del municipio que ofrece información de su biblioteca pública. No ha habido discriminación por número de habitantes, sino que se ha intentado incorporar toda aquella biblioteca que tuviese un sitio web (habiendo poblaciones que disponen de más de una biblioteca). Para estructurar la información recogida, se ha creado una hoja Excel con los siguientes datos en sus columnas: nombre de la biblioteca, URL, disposición de web en inglés, opción de reproducción digital, servicios ofrecidos, Feedback; RSS, E-services, Equipo de digitalización, Wifi; Redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Flickr, Vimeo, Google+, Pinterest, Foursquare, SoundCloud, Pinterest, LnuPlay, Googreads, Tumblr, Issuu, Twitch y Delicious. La hoja de cálculo ha facilitado, en cuanto al análisis de cada biblioteca, abordar con los mismos criterios la pesquisa de todo sitio web. Se describieron las principales redes sociales en base a sus propias funcionalidades, que difieren unas de otras.

No todas las redes sociales tienen las mismas características. Por ejemplo, no es igual el funcionamiento, objetivos, interés, o impacto de una red social como Twitter que la red LinkedIn, cuando en la primera la comunicación es de forma inmediata, con escasos caracteres. Mientras que en la otra prima la descripción del perfil profesional de los bibliotecarios, con una estructura de campos de información totalmente distinta a Twitter. En el presente artículo nos ha interesado hacer constar cual(es) redes sociales han sido de interés para la biblioteca, con la finalidad de realizar una valoración y conocer qué redes sociales predominan en la cultura nórdica. Se ha descartado el uso de otra información (como los servicios bibliotecarios que ofrecen en su biblioteca física) que no está relacionado con la Web 2.0, y que será motivo de otro análisis posterior.

Resultados

Participación de bibliotecas en la Web 2.0

La experiencia de las bibliotecas en medios sociales también se refleja en los países nórdicos, en los que se sigue fomentando la par-

“En el presente artículo nos ha interesado hacer constar cual(es) redes sociales han sido de interés para la biblioteca, con la finalidad de realizar una valoración y conocer qué redes sociales predominan en la cultura nórdica.”

tipificación de los usuarios en busca de conocimiento o de literatura concreta. Además, las bibliotecas danesas cuentan con ideas innovadoras y de cooperación, en algunos casos orientadas por y para usuarios (Rasmussen, 2016), como por ejemplo las propuestas efectuadas por jóvenes en la creación de servicios y eventos para todo tipo de públicos. La Web 2.0 ha introducido un nuevo camino regido por las tendencias de los usuarios en el uso de determinados canales sociales. Estos indicadores pueden ser muy positivos para observar la participación de los usuarios en bibliotecas web, ayudando a establecer modificaciones o elaboraciones de nuevos proyectos y ofrecer servicios en línea que mejoren las condiciones actuales del centro.

La participación de las bibliotecas y de los bibliotecarios noruegos en la investigación del comportamiento de los usuarios frente al servicio ATL (Høivik, 2007), mostró la intención de florecer habilidades de búsqueda en los usuarios. En aquel momento, la red ATL ofrecía la opción de preguntar directamente al personal del centro por correo electrónico, al que se añadió la correspondencia de mensajes de texto o SMS. Estas herramientas acercaron los servicios aún más a las personas, sobre todo al sector más joven. La vinculación con la tecnología es un hecho inevitable para los centros informativos que actualizan sus elementos en busca de una mejor prestación al usuario como son los chats internos o el posicionamiento en la Web 2.0. Estos ayudan a las organizaciones a situarse como un centro de referencia dentro de un mercado competitivo. Estudios locales en base de datos y catálogos de Noruega visualizaron un aumento en la intervención social de los usuarios en páginas Web 2.0 (Sveum, 2010). Estas nuevas herramientas, como Wikipedia o como el Archivo Nacional del Reino Unido, que tienen enlaces web a sus archivos, se consideraron imprescindibles para iniciar un intercambio de conocimiento, donde los usuarios puedan participar editando y compartiendo información de manera libre. Estas experiencias dieron paso a canales amigables para intercambiar contenidos rápidamente y con fácil acceso mediante conexiones en línea como LinkedIn, Facebook, Twitter o YouTube.

Partiendo de un concepto general de auto servicio (Lagerborg, 1997), las bibliotecas suecas, como las respectivas en la gran parte del mundo globalizado, han evolucionado drásticamente en el sector para terminar ofreciendo recursos e información en distintos medios de comunicación en línea. Anteriormente, los medios más requeridos para darse a conocer eran la televisión o la radio. Este último canal era el más utilizado, pero ahora prácticamente ha dejado de serlo en merced de Internet y los accesos sociales, dando lugar a nuevas formas de examinar información y hacer consultas, permitiendo en algunos casos una comunicación directa con el profesional de la información a través del espacio virtual.

A raíz de la conferencia realizada en el KTH (Instituto Real de Tecnología), de Estocolmo, los centros de información reafirmaron la relevancia que puede ejercer el acceso global de la información (Lager, 2007). A pesar de influir sobre todo en la información académica, tanto las bibliotecas públicas como las bibliotecas universitarias se ven beneficiadas. La repercusión en las redes sociales puede garantizar una mayor difusión gracias a los medios sociales que emplean las bibliotecas digitales y a las fuentes de información que propor-

cionan. Para que estos acontecimientos se diesen lugar, destaca la colaboración de la Biblioteca Nacional de Suecia, la cual dio apoyo al desarrollo de repositorios de acceso abierto y el programa *Open Access* (Björk et al., 2013). Con el paso del tiempo se estableció una política de acceso abierto (Hagerlid, 2011) para expandir el conocimiento humano y el patrimonio cultural. La comunidad científica también es, en muchos casos, la principal benefactora, por lo que numerosos estudios y tesis son publicados mediante acceso abierto en universidades o en revistas en línea. El fácil acceso, y de forma gratuita en diversos casos, favorece que las publicaciones científicas se propaguen. Esto no es incompatible con que los derechos de autor se hayan protegido con licencias de copyright que ceden la libre difusión de sus textos, es decir, los derechos de explotación. La tendencia ha aumentado de tal forma que las publicaciones se han convertido en elementos muy importantes para los usuarios de la información, que utilizan los medios sociales con el objetivo de revitalizar aún más su difusión mediante el acceso global al contenido, total o parcial, y la descarga de archivos en red.

Uso de canales RSS y Podcast en las bibliotecas nórdicas

Debido al incremento del volumen de documentación generada en Internet durante los últimos años, y teniendo en cuenta la velocidad en la que algunos conceptos de información pueden estar obsoletos, junto a la falta de un sistema de gestión de información que regule dicho abastecimiento, surgió una necesidad por parte de algunas entidades, como Bloglines o el lector de Goolge (Kmiec, 2010), de aprovechar la densidad de productos ofrecidos en la red y su calidad, brindando sus servicios para ayudar en la organización de sus “feeds” (Güell, 2011).

Basándose en los datos extraídos de los cinco países analizados (con un total de 579 sitios web de bibliotecas), encontramos 170 bibliotecas que sí ofrecen RSS (un 29%) (Véase tabla 1). El valor más representativo es el de Finlandia, el cual posee 88 centros web (62%) con RSS, de las 141 bibliotecas contempladas en ese país. Le sigue Noruega, con 51 bibliotecas (33%) de las 153 analizadas. Finalmente, y por debajo de la media, se encuentran Islandia con 4 bibliotecas (17%), Suecia con 18 entidades (14%) y Dinamarca con solo 9 (1%). Se observa una disparidad de interés en los diferentes países en el uso de RSS, solamente Finlandia y Noruega consideran útil este servicio de comunicación.

Tabla 1. Servicios RSS en bibliotecas digitales de la región nórdica.

País	Número de páginas web analizadas	Webs que ofrecen RSS	% uso de RSS
Dinamarca	130	9	1
Finlandia	141	88	62
Islandia	24	4	17
Noruega	153	51	33
Suecia	131	18	14
TOTAL	579	170	29

En la última década, la RSS y los conocidos como Bloglines han implementado un método eficaz de mantener contenidos actualizados en los servicios de sitios webs, blogs, base de datos y servicios de noticias (Mu, 2008). En este nuevo camino, los servicios RSS cumplen con algunas de las condiciones que pedían los usuarios para no hacer de esta herramienta un elemento pesado, sin necesidad de utilizar otro software adicional. Los usuarios pueden añadir “feeds” y acceder al contenido de los mismos desde cualquier ordenador. Además, para facilitar la navegación, pueden clasificar sus “feeds” en carpetas o marcar noticias como no leídas y posteriormente volverlas a utilizar. Aprovechando la compatibilidad de algunos navegadores como *Mozilla Firefox* e *Internet Explorer 7*, los usuarios pueden apoyarse en estos exploradores de información con los que pueden configurar y reproducir los canales RSS. Igualmente coexisten con otros buenos lectores de noticias como son *My Yahoo* y *Google Reader*, capaces de desempeñar dichos servicios igualmente.

Una de las principales ventajas de los RSS reside en su simplicidad de uso. El lector de RSS relaciona nuevos contenidos de interés y muestra sugerencias coincidiendo con ítems de búsquedas anteriores. De este modo facilita un nuevo contenido web renovado a los usuarios que se suscriben al canal. Potencialmente, los destinatarios reciben la información fortalecida mediante notificaciones de nuevos materiales de la biblioteca, artículos publicados en revistas electrónicas o noticias y eventos del centro al que están registrados. La Biblioteca Nacional de Suecia, mediante el uso de RSS, garantiza un espacio diariamente renovado con noticias y eventos actuales, comunicando con rigor los posibles cambios de horarios del centro, así como anuncios de posibles cursos y actividades que puedan servir en áreas de interés personal (Sarkar, 2012). Otra faceta destacable es la herramienta de nuevos materiales, se crea con inmediatez una página de noticias personalizadas. Visto que no todo el mundo tiene las mismas necesidades informativas, independientemente de la edad, sexo o grupo étnico, la RSS emplea guías temáticas para usuarios con el fin de mostrar novedades de acuerdo con los intereses particularizados.

Otras tendencias que la tecnología sigue ofreciendo como medio para comunicarse, sobre todo en medios académicos son los podcasts (Godwin & Parker, 2008) y herramientas sociales como Twitter (Wilson, 2008). El servicio podcast son programas de audio o video distribuidos normalmente bajo suscripción a un canal RSS. Esta tecnología puede ser de gran utilidad y fácil uso, pudiendo adquirir la información deseada desde la web y posteriormente reproducirlo bajo un formato de archivo estándar como MP3 o PM4. Podemos encontrar distintos tipos de podcasts: podcasts de audio (son meramente un archivo con contenido de audio, normalmente vienen en formato MP3), podcasts de video (se trata de un formato más elaborado que incluye una reproducción simultánea de imagen y audio, empleando mayoritariamente el formato MP4), podcast mejorados (versión singular, que combina el audio con imágenes fijas que cambian o van variando según avanza la reproducción), y podcasts de *screencast* (cuando se produce una grabación digital desde el monitor de un ordenador, también reconocido como captura de pantalla de video añadiendo una narración de audio). Así pues, el podcast no

“La Biblioteca Nacional de Suecia, mediante el uso de RSS, garantiza un espacio diariamente renovado con noticias y eventos actuales, comunicando con rigor los posibles cambios de horarios del centro, así como anuncios de posibles cursos y actividades que puedan servir en áreas de interés personal...”

deja de ser una manera más de comunicarse con gente interesada en unos contenidos determinados. Asimismo, podemos observar otro tipo de servidores podcasting (Hiebner & Hiebner, 2014), como SoundCloud, más conocido como plataforma que distribuye material de audio en línea. Este espacio brinda una oportunidad para aquellas personas que quieren construir su propia música y compartirla en la red. La interacción entre personas genera un *feedback* positivo, que sirve de herramienta a los usuarios para aprender unos de otros y mejorar hábitos de trabajo. Como gran parte de las personas nórdicas puede tener acceso a la red y a un ordenador, archivos como los podcasts pueden ser descargados e introducidos en un reproductor digital, o bien a un dispositivo de almacenamiento externo garantizando una fuente de información móvil lista para ser reproducidos en cualquier momento. Los contenidos podcast suelen estar relacionados con un canal RSS que proporciona un contenido dinámico a disposición del usuario para servir de base para actividades cotidianas y el aprendizaje.

Características de las principales redes sociales usadas en las bibliotecas nórdicas

Las experiencias puestas en análisis hacen referencia a las redes sociales más poderosas y con mayor valor institucional para las bibliotecas digitales a estudio de los países nórdicos. Con el aumento de las redes sociales, las instituciones tratan de adecuar los servicios que suministran a través de la elección de una o varias redes en cualquier canal social, con el fin de proporcionar información al usuario, independientemente de la herramienta social que hayan elegido previamente sus usuarios.

Twitter

La red social Twitter, conocido popularmente como servicio de mensajería Web 2.0, ofrece conexiones de últimas noticias y comentarios relacionados. Tanto las personas, empresas, como centros de información, ven a Twitter una vía más de comunicarse, transmitir información o promocionar el centro, así como la calidad de sus productos y servicios. Pero Twitter no solo es un canal de comunicación, es considerado también una red de difusión de contenidos. Una cuenta en este sistema de información puede ser usada por cualquier persona, por usuarios de blogs o por personas con una reputada repercusión mediática (Dobrecky, 2007), que pueden explotar este canal para difundir intereses particulares. Por tanto, Twitter puede llegar a ser una herramienta muy poderosa debido a que, si un usuario determinado tiene varios miles de seguidores, la cuenta se convierte claramente en un negocio en sí mismo, ya que existen fórmulas como la publicidad para generar ingresos directos con Twitter.

De entre las diferentes funcionalidades de Twitter que pueden ser aprovechadas por las bibliotecas destacan:

- Compartir contenido informativo de valor para los seguidores,
- compartir eventos o consejos que puedan ayudar al público,
- compartir sucesos, noticias, imágenes o videos,

- unirse o crear una conversación,
- realizar una pregunta que pueda desencadenar un diálogo,
- sondear opiniones de una web o un blog,
- enviar felicitaciones,
- crear días temáticos para que los seguidores puedan acceder los días determinados, para consultar el contenido. como por ejemplo son los #followfriday de twitter,
- creación de listas para localizar más cómodamente a los seguidores. como las listas de expertos en determinados temas, clientes o usuarios favoritos,
- permite la exploración de listas de amigos, clientes, compañeros e incluso competidores para encontrar buenos usuarios de twitter a los que seguir.

Facebook

El uso de Facebook mostró, en un estudio realizado en los países nórdicos, un alto grado de satisfacción por la inclusión de las organizaciones locales en este instrumento social de comunicación (Bellsström, 2016). Entre 2005 y 2010, Suecia experimentó un crecimiento del 10% en el uso de redes sociales y en el año 2014 el 72% de la gente ya utilizaban algún tipo de medios de comunicación social. Este tipo de estudios tiene lugar en diferentes ámbitos educativos, que muestran las aptitudes de los estudiantes y usuarios de Facebook para compartir recursos y comunicarse con otros usuarios mediante esta red social (Hanell, 2017).

Con el uso de Facebook en Suecia se descubrió una nueva comunicación más directa entre el gobierno y sus instituciones con los usuarios. Para las organizaciones es muy importante la colaboración de sus usuarios y, visto que sobre algunas cuestiones no recibían mensajes capaces de incitar muchos comentarios, esta red presta una posibilidad de salvar esta barrera. Explotando una simple herramienta interna de Facebook como son las encuestas, el centro puede propiciar una respuesta concisa por parte de los usuarios. Los resultados de las encuestas son muy beneficiosos para las organizaciones a la hora de interpretar los resultados y afrontar posibles propuestas de mejora. De este modo, la colaboración posterior en la recogida de datos estadísticos resulta mucho más fácil que establecer otros criterios de análisis cualitativo.

Tanto la evolución de este canal de información, como la adaptación de las personas por comunicarse en medios electrónicos o la sensación de libertad que tienen los centros de información a la hora de comunicar noticias o eventos, dan lugar a plantearse Facebook como herramienta interactiva y viable para intercambiar ideas o materiales pedagógicos (Manca, 2013), dentro de una sociedad cada vez más arraigada a estas tendencias virtuales de comunicación.

YouTube

Por otra parte, el canal de YouTube combina el modelo de aprendizaje formal con el informal, mostrando vías alternativas para instruirse en aspectos específicos (Fernández, 2017). La enseñanza parte gracias a tutoriales de video gratuitos y abiertos a la interacción con

“Con el uso de Facebook en Suecia se descubrió una nueva comunicación más directa entre el gobierno y sus instituciones con los usuarios.”

expertos a través de redes sociales o blogs. El canal es de libre acceso y puede habilitar contenido original, como video tutoriales, lecturas de dominio público o acceso abierto a artículos (Gremmels, 2013).

El canal de video actúa como un sistema de gestión de cursos (Piña, 2007; Muñoz Arteaga, Osorio Urrutia, & Cardona Salas, 2006), en el que se emplean tecnologías de la información en entornos educativos y de aprendizaje. Inicialmente los sistemas fueron creados como un repositorio de materiales y carecían de herramientas para su desarrollo en medios multimedia. Por esta razón, YouTube se convirtió en un ambiente social idealizado, atractivo y con software personalizable, además es un utensilio de gran capacidad y repercusión social. No obstante, el canal de YouTube está abierto a cualquier usuario que desee registrarse y publicar sus propios videos.

Sitios de comunicación y de libre expresión como Facebook, Twitter o YouTube, a pesar de tener una competitividad muy variada en las redes sociales, han sabido posicionarse en un mundo de bolsillo, en el que ya casi cualquier persona puede acceder desde su dispositivo móvil a contenidos digitales fácilmente mediante el uso de Internet, donde la Web 2.0 es la reina de la actualidad informativa (Ashraf, 2009).

Instagram y otras plataformas de contenido visual

Otro canal que contempló en pocos años un gran crecimiento en el volumen de usuarios y contenidos de información es Instagram. Es frecuente que el uso de Instagram se realice conjuntamente con otras redes sociales, como se puede ver en la Biblioteca de Halmstad (Suecia) (Figura 1). Esta aplicación de fotos tiene uno de los mayores índices de participación de usuarios en teléfonos móviles inteligentes y sobre todo tiene mucha incidencia en la población más joven (Tekulve & Kelly, 2013). La plataforma provee una red social dedicada al contenido visual en la web (Anderson, 2016). En otras palabras, se apoya de imágenes y videos para mostrar el contenido de la información primaria. Esta la aplicación conserva características funcionales similares como Twitter o Facebook, como son: el uso de seguidores, poder compartir información con otros usuarios, reflejar si nos ha gustado el documento y también la opción de escribir comentarios. Otra peculiaridad que conllevan estas redes se basa en la configuración personal y la visibilidad que pueda tener una cuenta establecida. La funcionalidad es muy práctica, principalmente para adaptar el sistema y cambiar apariencias que vienen por defecto cuando descargamos la aplicación. En primera instancia nos propicia la opción de darle un rasgo personalizado a la aplicación y por otro lado para poder controlar la posible repercusión que deseen favorecer en la cuenta de Instagram, mostrando la información publicada, por ejemplo: para nuestros amigos, a amigos de amigos, o abierta a todo el mundo

El radio de acción de comentarios y publicaciones, así como la actividad a la que pueden estar limitados los usuarios, son acciones muy preciadas para lograr mayor o menor difusión según los intereses de cada usuario, como mantener el nivel de transparencia, clasificando el grado de visibilidad que queremos darle a nuestros documentos en la red. Este guiño a la privacidad no permite que terceros

descarguen o guarden el post de un usuario, aunque Instagram no queda exento a las capturas de pantalla y las URL de los mensajes individuales publicados, que sí es de origen público.

Figura 1: Uso de redes sociales en la Biblioteca de Halmstad (Suecia).

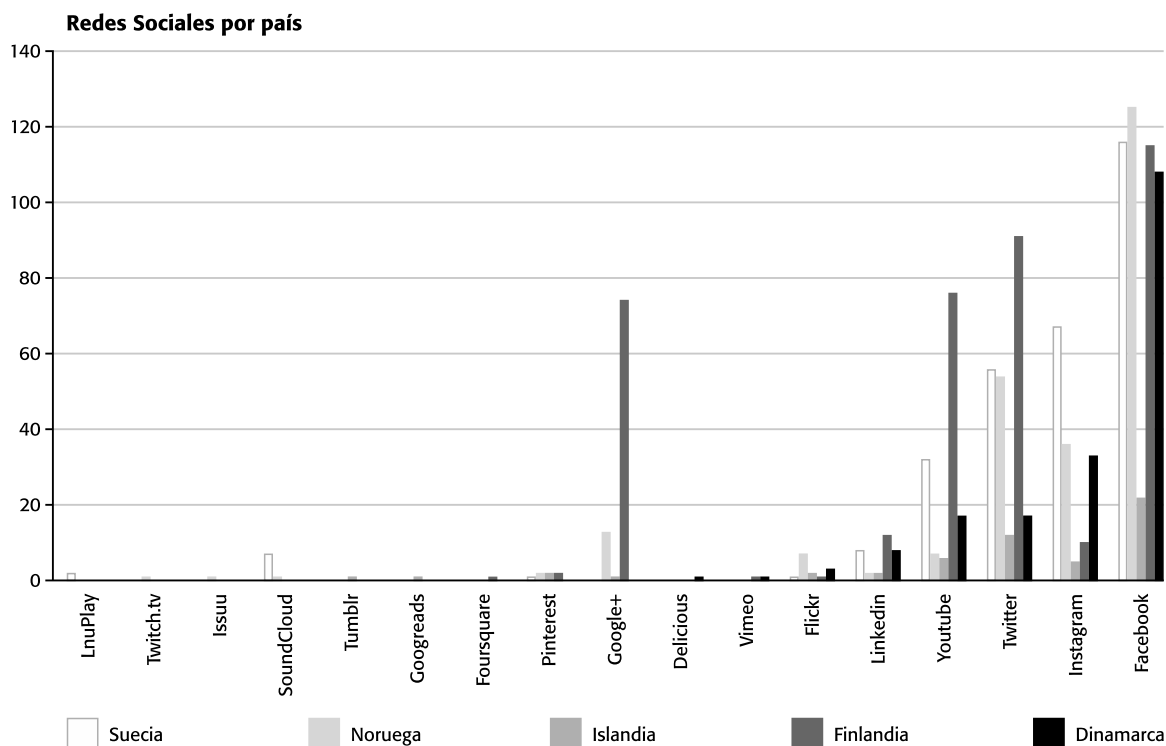
The screenshot shows the homepage of the Halmstad Library website. At the top left is the logo 'Biblioteken i Halmstad'. To its right, there is a section for 'Öppettider idag:' (Opening hours today) with a table listing different branches and their status (e.g., 'Stängt' - Closed). Further right are links for 'Translate | Lästlist | Kontakt' and a 'Mina sidor' (My pages) section with a login form for library card and PIN numbers. Below this is a search bar with the text 'Sök böcker, filmer, musik ...' and a 'SÖK' button. A navigation menu below the search bar includes 'Startsida', 'E-medier', 'Låna', 'Söka', 'Barn', 'Program & utställningar', 'Tips', 'Fråga', and 'Kontakt & öppettider'. The main content area features several promotional banners: 'Låna strömmande film gratis via biblioteket' (Borrow streaming film free via the library), 'LÄS LOV' (Read on the bibblan), 'Aktuellt' (Current) with a red exclamation mark, and 'Följ oss på FACEBOOK', 'Följ oss på INSTAGRAM', 'Vår podd på SOUNDCLOUD', and 'Läs våra BLOGGAR'. There are also buttons for 'Ansök om LÅNEKORT', 'Se våra PROGRAM', 'Anmäl dig till våra NYHETSREV', and 'Lämna en SYNTPUNKT'. A central banner says 'Beta på webben' (Pay on the web) and another says 'Vi söker svensktalande!' (We are looking for Swedish-speaking!).

Fuente: <https://bibliotek.halmstad.se/web/arena>

Otras aplicaciones que se asemejan a Instagram y que aparecen en el estudio son Tumblr y Pinterest. Originalmente nacieron con la misma finalidad, pero actualmente y así se refleja en el estudio (Figura 2), son aplicaciones minimizadas, debido al empuje y aplomo de seguidores que tiene Instagram sobre el resto de redes basadas en imágenes o blogs. Por lo demás, la Figura 1 revela aquellos centros de información que se apoyan en redes sociales para compartir conocimientos, formadas en primer lugar por la plataforma social de Facebook con un 42% de uso, seguido de Twitter con un 19%, Instagram que apenas supera el 13%, YouTube sutilmente por encima del 11% y SoundCloud ligeramente por encima del 6%. Estas redes sociales, aportan valores distintivos y que prevalecen por encima

de otras redes de comunicación social que se sitúan por debajo del 2,5%, como podrían ser, LinkedIn, Flickr, Google+, Pinterest o Vimeo, entre otras.

Figura 2. Número de redes sociales utilizadas en web por países.



Discusión

Sin duda, las redes sociales se han arraigado por todas partes del mundo, pero no significa que las mismas redes sociales sean valoradas por igual en cada nación. En un estudio realizado para diagnosticar el alcance de algunas redes sociales se comparó una determinada red social en diferentes países como Canadá, China, Malaysia, Noruega y Estados Unidos, con el fin de ver la cantidad de cuentas y su frecuencia de uso (Saw, 2013). En este caso Facebook mostró que, a excepción de China que obtuvo una frecuencia de uso aproximadamente de un 40%, el resto de naciones registraron una frecuencia de uso notablemente superior al 70%. Estos datos nos indican cómo la aplicación de Facebook ha sido capaz de establecerse y posicionarse en diferentes países, así como su capacidad de captación de usuarios y entidades, a excepción del continente asiático. Además, Noruega destacó en el uso de redes como Facebook, Twitter y YouTube, que fueron empleadas por estudiantes como herramientas de apoyo a la hora de buscar información, con alrededor de un 40%, 45% y 46% respectivamente del total.

En general, los usuarios de Noruega prefieren usar Facebook como primera opción, siguiéndole Twitter y YouTube en segundo y tercer lugar respectivamente. Por el contrario, en China la tendencia cambia y recurren más a redes sociales como Facebook, Renren¹

1. *Renren Social Network*. Fundada en 2005, *Renren* sigue siendo una de las redes sociales más populares, más abiertas y mejor financiadas en China. Apodada como “copia china de Facebook”, ganó atracción inicialmente entre estudiantes universitarios y luego comenzó a dirigirse a un público más amplio de jóvenes profesionales chinos.

(Men, 2012), Youtube, Qzone² (Park & Kim, 2013) y Google Plus+. En el análisis realizado se evidencia la coexistencia de diversas redes sociales en las páginas web de las bibliotecas. Cabe destacar que 80 de las 579 URL's analizadas (14%) no tenían ningún vínculo con alguna red social. De los 499 sitios web que sí cumplían con el requisito de tener al menos una red social vinculada con el centro de documentación, se han analizado por separado el número de redes sociales empleadas por los países nórdicos y, por otra parte, el porcentaje de páginas web que utilizan redes sociales para divulgar información.

En cuanto a los resultados obtenidos (Tabla 2), observamos que el país que realiza más intervenciones en redes sociales para promocionar sus recursos y servicios de bibliotecas es Finlandia con 381 (32%) redes conectadas con los centros de información, sobre el total de 1.167 vinculaciones a redes sociales en los países nórdicos. En segunda posición se encuentra Suecia con 293 (25%) redes sociales, seguido de cerca por Noruega que cuenta con 251 (21%) centros conectados a medios de propagación social. Le sigue Dinamarca con 188 (16%) centros que igualmente relacionan sus servicios a estas redes. Finalmente, y puede que condicionada por la densidad de población del país y el número de las fuentes analizadas, se halla Islandia, que posee 54 (4%) opciones de conexión con centros de información que tienen sus servicios en alguna red social.

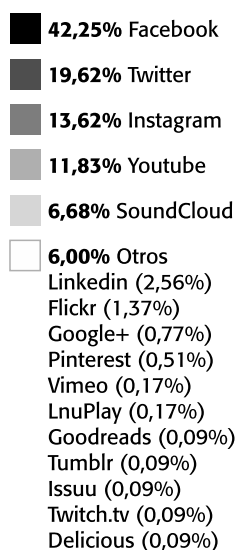
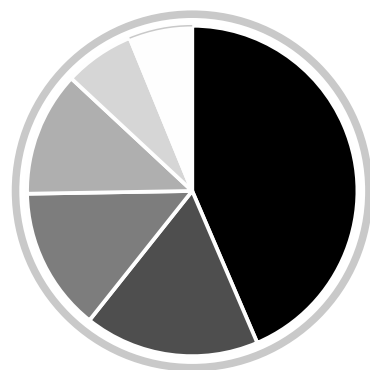
Tabla 2. Uso de redes sociales en las bibliotecas digitales nórdicas.

País	URL's analizadas	Redes sociales usadas	Porcentaje de Redes Sociales	Promedio de Redes Sociales por país
Dinamarca	130	188	16,11	1,45
Finlandia	141	381	32,65	2,70
Islandia	24	54	4,63	2,25
Noruega	153	251	21,51	1,64
Suecia	131	293	25,11	2,24
TOTAL	579	1167	100,00	Media de 2,056

Como se puede observar, el uso de las redes sociales es muy frecuente en los países del norte de Europa, el promedio observado da lugar a dicha interpretación. Prestando atención a los datos mencionados con anterioridad (Tabla 2), y teniendo en cuenta que no todas las organizaciones analizadas tienen redes sociales, nos percatamos de que con las 141 páginas web analizadas Finlandia obtiene un ratio elevado, que sitúa a las organizaciones en valores de 2,7 redes sociales por cada sitio web analizado. En segundo y tercer lugar, se posicionan Islandia y Suecia, con unos promedios de 2,25 y 2,24 redes sociales por centro. En cuarta posición Noruega, reflejando un ratio de 1,64 redes sociales por centro y, finalmente, Dinamarca que con un valor de 1,45 de media, es la que se sitúa por debajo del particular ranking de la media existente de redes sociales por cada espacio web estudiado. Por último, cabe destacar el promedio general de los centros de información estudiados de los países nórdicos que reflejan unas buenas prácticas en sus entornos web, además de mostrar el

2. *QZone*, es una red similar a Facebook en la cual se pueden publicar textos, fotos y videos; cuenta aproximadamente con 645 millones de usuarios y es la plataforma favorita en China.

Figura 3. Porcentaje de redes sociales empleadas en los países nórdicos.



grado de adaptación a nuevas tecnologías y usos de redes sociales. Podemos fundamentar que la media de los centros analizados en los países nórdicos posee como mínimo dos medios de comunicación social por cada enlace analizado. Este hecho garantiza una visibilidad e impacto considerable de las bibliotecas, pero también de los recursos y servicios de las organizaciones sobre los usuarios finales.

Por otra parte, en la Figura 2 podemos visualizar los resultados obtenidos en referencia al número de redes sociales utilizadas en los sitios web por países. Además, con el apoyo de la Figura 3, observamos los porcentajes obtenidos de las diferentes redes sociales que emplean las bibliotecas digitales para difundir noticias, novedades, información general o simple información de los servicios y recursos del centro. Facebook resalta por encima del resto obteniendo un 42'25% de uso, seguido de Twitter con el 19'62%, Instagram (13'62%), YouTube (11'83%) o SoundCloud (6'68%), entre otras redes sociales con menor relevancia.

Tabla 3. Resumen de los datos estadísticos de las redes sociales usadas por las bibliotecas nórdicas.

Redes Sociales	Dinamarca	Finlandia	Islandia	Noruega	Suecia
Facebook	108	115	22	125	116
Instagram	33	10	5	36	67
Twitter	17	91	12	54	56
Youtube	17	76	6	7	32
LinkedIn	8	12	2	2	8
Flickr	3	1	2	7	1
Vimeo	1	1	0	0	0
Delicious	1	0	0	0	0
Google+	0	74	1	13	0
Pinterest	0	2	2	2	1
Foursquare	0	1	0	0	0
Googreads	0	0	1	0	0
Tumblr	0	0	1	0	0
SoundCloud	0	0	0	1	7
Issuu	0	0	0	1	0
Twitch.tv	0	0	0	1	0
LnuPlay	0	0	0	0	2

Conclusiones

Las bibliotecas nórdicas, con la intención de evitar la comunicación unidireccional, trataron de adoptar medidas encaminadas a conservar un contacto directo con los usuarios. Al principio empleaban los mensajes de texto SMS, posteriormente correos electrónicos con el servicio ATL, hoy mediante entornos de bibliotecas Web 2.0, el servicio ATL se sigue utilizando, pero muchos otros centros son capaces de establecer un chat interno en línea con el que poder interactuar con el profesional de la información de la biblioteca y con otros usuarios en tiempo real. A pesar de estos avances, las últimas tendencias inciden en mantener otro tipo de comunicaciones digitales como puede ser el uso de las redes sociales. Las redes sociales son

un medio de comunicación muy efectivo debido a que gran cantidad de usuarios están vinculados como mínimo a una determinada red social.

Como podemos ver en el estudio, de los 579 sitios web de bibliotecas analizadas, 499 de ellas si tenían por lo menos una red social ligada con el centro de información (Tabla 3). Los resultados obtenidos han mostrado una media ligeramente por encima de dos redes sociales por cada centro analizado. Los efectos son muy evidentes, ya no es una tendencia, es un hecho, la mayoría de bibliotecas nórdicas se apoyan en ciertas redes sociales como medio de comunicación y difusión de contenidos, ya sean novedades, noticias, cursos en línea o simplemente recordatorios de los últimos eventos que desempeñará la biblioteca. Estos mensajes que envía la biblioteca se realizan a un grupo determinado de usuarios, concretamente a aquellos que tengan un perfil en el propio canal web y que sean seguidores o compartan amistad con la organización.

El beneficio que protagonizan estas redes sociales es que con un solo mensaje de la institución se desencadena una emisión de información a cada uno de los usuarios vinculados con el centro, que reciben una alerta en su terminal móvil, indicándole las últimas novedades o servicios que emite el centro de documentación. Además, otra funcionalidad de las redes sociales es la posibilidad de comentar una noticia determinada y compartirla al instante con otros amigos. Si esta reacción se cumple con varios usuarios, y a su vez sus amigos la comentan y la vuelven a compartir, se puede llegar a un punto en el que la red social ya no es un elemento más de comunicación e interacción bidireccional, se convierte en todo un negocio, un método muy eficaz de publicidad y de gran valor por la repercusión que puede causar sobre intermediarios.

El motivo esencial por el que se mueve la biblioteca y otros centros de documentación especializados a utilizar las redes sociales es la transmisión de conocimiento, fomentar una comunicación directa con el usuario y mantener actualizados a los usuarios. Por otra parte, las bibliotecas digitales pueden facilitar la visualización de los documentos en línea de manera total, si el contenido es de acceso abierto o, de forma parcial, proporcionando al menos una breve información del contenido, suficiente como para que el usuario identifique si el documento es relevante y, en caso afirmativo, el mismo usuario bajo acreditación previa en el sistema puede solicitar el préstamo o hacer reservas de materiales en línea. Actualmente, los servicios digitales son muy extensos y de contenido muy pertinente por lo que los usuarios tienen a su disposición un abanico lleno de posibilidades. ■

Referencias bibliográficas

Anderson, K. E. (2015). Getting acquainted with social networks and apps: Snapchat and the rise of ephemeral communication. *Library Hi Tech News*, 32(10), 6-10.

Anderson, K. E. (2016). Getting acquainted with social networks and apps: Instagram's instant appeal. *Library Hi Tech News*, 33(3), 11-15.

Ashraf, B. (2009). Teaching the Google-eyed YouTube generation. *Education+ Training*, 51(5/6), 343-352.

Bellström, P. (2016). Facebook usage in a local government: A content analysis of page owner posts and user posts. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 10(4), p. 548-567.

Björk, B.- C., Laakso, M.; Welling, P.; Pætaut, P. (2013). Anatomy of green open access. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(2), 237-250.

Dobrecky, L. P. (2007). Hacia la library 2.0: blogs, rss y wikis. *El profesional de la información*, 16(2), 138-142.

- Fernandez, P. (2017). Through the looking glass: envisioning new library technologies educational trends that will impact library technology. *Library Hi Tech News*, 34(1), p. 1-5.
- García Giménez, D. (2010). Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. *BiD: Textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, (24). doi: 10.1344/105.000001547.
- Godwin, P., & Parker, J. (ed.) (2008). *Information literacy meets library 2.0*. Facet Publishing.
- Gremmels, G. S. (2013). Staffing trends in college and university libraries. *Reference Services Review*, 41(2), 233-252.
- Güell, A. S. (2011). *El podcasting: la (r) evolución sonora*. Barcelona: UOC.
- Hagerlid, J. (2011). The role of the national library as a catalyst for an open access agenda: the experience in Sweden. *Interlending & Document Supply*, 39(2), 115-118.
- Hanell, F. (2017). Teacher trainees' information sharing activities and identity positioning on Facebook. *Journal of Documentation*, 73(2), 244-262.
- Hiebner, G., & Hiebner, S. (2014). *Social Media for Musicians: SoundCloud*. Boston: Cengage Learning.
- Høivik, T. (2007). Public libraries in the Norwegian reference market. *New Library World*, 108(9/10), 396-406.
- Kmieć, M. (2010). Online services for managing information feeds. *Library Hi Tech News*, 27(8), 10-11.
- Lager, G. (2007). KTH in Sweden: Hosting June Conference on Global Access to Science. *Library Hi Tech News*, 24(2), 21-22.
- Lagerborg, K. (1997). Self-service in libraries: an overview. *VINE*, 27(1), p. 3-7.
- Manca, S.; Ranieri, M. (2013). Is it a tool suitable for learning? A critical review of the literature on Facebook as a technology-enhanced learning environment. *Journal of Computer Assisted Learning*, 29(6), 487-504.
- Maness, J. M. (2006). Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries. *Webology*, 3(2). recuperado de <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>
- Men, L. R.; Tsai, W. S. (2012). How companies cultivate relationships with publics on social network sites: Evidence from China and the United States. *Public Relations Review*, 38(5), 723-730.
- Mu, C. (2008). Using RSS feeds and social bookmarking tools to keep current. *Library Hi Tech News*, 25(9), 10-11.
- Muñoz Arteaga, F. J., Osorio Urrutia, B., & Cardona Salas, J. P. (2006). Objetos de aprendizaje integrados a un sistema de gestión de aprendizaje. *Apertura*, 6(3), 109-117.
- Park, Ch., & Kim, Y. J. (2013). Intensity of social network use by involvement: A study of young Chinese users. *International Journal of Business and Management*, 8(6). doi: 10.5539/ijbm.v8n6p22.
- Piña, A. A. (2007). Course management systems: Overview and implications for libraries. *Library Hi Tech News*, 24(5), 7-9.
- Piwek, L., & Joinson, A. (2016). What do they snapchat about? Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358-367.
- Rasmussen, C. H. (2016). The participatory public library: the Nordic experience. *New Library World*, 117(9/10), 546-556.
- Routley, C. (2015). Social media for creative libraries. *Library Review*, 64(8/9), 629-630.
- Sarkar, T. D. (2012). Analyzing RSS applications on library web sites. *Library Hi Tech News*, 29(5), 4-21.
- Saw, G. (2013). Social media for international students—it's not all about Facebook. *Library Management*, 34(3), 156-174.
- Sveum, T. (2010). Local studies collections, librarians and the Norwegian local history wiki. *New Library World*, 111(5/6), 236-246.
- Tekulve, N., & Kelly, K. (2013). *Worth 1,000 words: Using Instagram to engage library users*. Brick and Click Libraries Symposium.
- Wasike, J. (2013). Social media ethical issues: role of a librarian. *Library Hi Tech News*, 30(1), p. 8-16.
- Werf-Davelaar, T. v. D. (1999) Identification and resolution systems for networked access to information. *Online and CDRom Review*, 23(6), 325-331.
- Wilson, D. W. (2008). Monitoring technology trends with podcasts, RSS and Twitter. *Library Hi Tech News*, 25(10), 8-12.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179-188