

Reconquistar a usuarios, enamorar a ciudadanos y dialogar con personas: Las Bibliotecas Municipais da Coruña y las redes sociales

Catuxa Seoane García

Coordinadora Servicios Web 2.0. Bibliotecas Municipais da Coruña

Internet ha revolucionado el mundo y el modo en que los ciudadanos acceden, consumen, y comparten información. Esto unido a la instauración de un nuevo concepto de web, denominada Web 2.0, basada en conceptos como sabiduría de las multitudes, conocimiento colectivo, reutilización, colaboración... ha dado lugar a la creación y utilización de toda una serie de herramientas y servicios basados en el *software* social, que hacen especial hincapié en el espíritu colaborativo y en donde las bibliotecas tienen mucho que aportar.

Gracias a la Web 2.0 podemos hablar de un nuevo concepto de biblioteca en la que la comunidad de usuarios es el motor de un sistema bibliotecario en el que no existen las barreras físicas ni temporales y en donde el usuario es creador y consumidor de contenidos. La capacidad de adaptación y la actitud con la que enfrentarse a estas nuevas herramientas sociales, son la clave para renovar los centros y servicios bibliotecarios y ofrecer a la ciudadanía verdaderas bibliotecas para el siglo XXI.

La relación de las bibliotecas con la tecnología es cada vez más estrecha y dependiente, lo que permite por un lado agilizar los procesos propios del día a día de una biblioteca, y por otro estar cada vez más interconectadas con los usuarios. En la actualidad ya nadie duda del papel que desempeñan las nuevas tecnologías en las bibliotecas, convirtiendo a éstas en verdaderos instrumentos de comunicación y alfabetización, lugares propicios para romper el latente aumento de la brecha digital entre generaciones y otorgar a los ciudadanos la posibilidad de tener acceso equitativo a la información y al conocimiento. A la gran mayoría de los ciudadanos, les resulta tan inconcebible una biblioteca que no ofrezca el servicio de acceso a Internet como una que no ofrezca el préstamo de libros y de otros materiales.

Así hemos pasado de permitir a los usuarios consultar nuestro catálogo desde casa (lo que ya no es suficiente) hasta planificar y poner en marcha servicios virtuales a tiempo real en donde lo que prima ya no es sólo lo que ofrecemos a través de nuestras colecciones (sean impresas o digitales) sino que el valor añadido está en actuar como “curadores de contenido”: localizando, filtrando y dando sentido a todo el contenido que otros están creando, para encontrar el mejor y más relevante, con la intención de que la información se transforme en conocimiento.

Los avances tecnológicos y la opulencia de la información digital, entre otras cosas, han modificado las expectativas de los usuarios. En el paradigma de lo impreso, se daba por hecho que encontrar información precisa requería esfuerzo y mediación de la biblioteca; en el paradigma de lo digital²⁴, el usuario no entiende de restricciones; por una parte se quiere “todo y ahora” y por otra el efecto Google ha ocasionado que haya una fuerte tendencia a aceptar lo que se presenta de forma inmediata (primera página de búsqueda en Google). Las bibliotecas debemos tener presentes estos cambios para el diseño de nuestros servicios y revestirlos de innovación con propuestas diferentes basadas en la cooperación, en la búsqueda de sinergias y en el uso eficiente de los recursos.

Cómo hemos cambiado: nuevos usuarios, nuevas necesidades y nuevas realidades

Ante el cambio de expectativas que los usuarios tienen cuando acuden a la biblioteca, contamos con una nueva definición de usuarios y de perfiles de usuarios cuya conducta va a determinar la propia evolución social y tecnológica de la biblioteca y de los servicios bibliotecarios, y hoy podemos hablar ya de usuario 2.0

36

Noelia Fernández, Directora General de Productos y Servicios de Yahoo España acuñó en el 2005 el concepto de usuario 2.0 como aquel que quiere formar parte del proceso informativo y que no se conforma con una única fuente de información.

En palabras de Sergio Ortega Santamaría²⁵ podemos decir que un usuario 2.0 es aquel que aporta, difunde, comparte y colabora; no se trata ya de un usuario espectador y consumidor pasivo sino que presenta unas características muy peculiares, unos hábitos adquiridos y conocimientos demostrados. Son usuarios autónomos que saben dónde buscar la información y se preocupan por formar parte de ésta, seleccionando, publicando, etiquetando, difundiendo... información en las herramientas y productos de la Web 2.0: Flickr, Blogs, Wikis, Facebook, Twitter, Youtube... y las bibliotecas no debemos permanecer al margen de éstos nuevos hábitos ni necesidades si queremos ser algo más que depósitos de libros.

Los usuarios reales y potenciales de la biblioteca son hoy personas con una cultura tecnológica avanzada y que presentan una forma diferente de buscar, utilizar y compartir la información y el conocimiento obtenido.

Hoy más que nunca es latente la necesidad de establecer un nuevo modelo de biblio-

²⁴ Lozano, Roser. “Biblioteca, aprendizaje y acceso a la información en medio del temporal tecnológico”. En: *Anuario ThinkEPI*, 2010, vol. 4, pp.91-93.

Anglada, Lluís. “Bibliotecas: Un enfermo con una mala salud de hierro”. En: *Anuario ThinkEPI*, ISSN 1886-6344, n.º 1, 2010, pp. 72-78.

²⁵ Ortega Santamaría, Sergio. *Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0*. [en línea] No Solo Usabilidad, n.º 6, 2007. Disponible en: <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>> (Consulta: 21-08-2012).

teca en donde los servicios bibliotecarios profundicen y fortalezcan la participación de los usuarios, teniendo en cuenta la tecnología disponible (herramientas sociales, software libre, licencias no comerciales, etc.) y la ideología de la Web 2.0 (arquitectura de la participación y apuesta por el saber colectivo) y caminar así hacia el establecimiento y funcionamiento de centros de información por y para los usuarios: bibliotecas 2.0.

Crisis, desencuentros y oportunidades

La actual situación de crisis y recesión que ha afectado a todos los estadios de la sociedad hace necesario que la Biblioteca Pública cumpla un papel catalizador, que adecue su actuación al contexto actual y a las necesidades reales de sus usuarios y que la evidente reducción presupuestaria se compense con un nuevo enfoque de servicios que ayuden a fidelizar a los usuarios reales y a conquistar usuarios potenciales, empleando para ello un conjunto de herramientas gratuitas o de bajo coste de la Web 2.0, tecnologías que la ciudadanía ya conoce y ya está usando, y que la biblioteca debe adoptar para maximizar su presencia virtual y mejorar la colaboración con los ciudadanos y con otras instituciones.

Si consideramos la relación de la Biblioteca Pública y sus usuarios como si de un matrimonio se tratara y hablamos de crisis, diríamos que en el plano económico y en los cambios de intereses culturales y de necesidades informativas y formativas estamos atravesando un estado temporal de trastorno y desorganización emocional caracterizado por la incapacidad del individuo para enfrentarse a la situación y solucionar el problema o problemas que surgen en la pareja: la falta de atención, la incompreensión, la infidelidad o la suma de diversos problemas hasta llegar a la desilusión generalizada.

Los expertos hablan de que las crisis matrimoniales ocurren cuando los cónyuges no saben cómo manejar sus diferencias y como consecuencia se ofenden mutuamente, llegando al extremo de lastimarse muy seriamente o llegar al punto de que ya no le importa nada a alguno de los dos, o a los dos. Frecuentemente estas situaciones surgen tras años de convivencia y coinciden en la mitad de la vida cuando la persona evalúa su vida y la compara con las metas fijadas y los logros obtenidos. ¿No está la Biblioteca Pública atravesando una situación de crisis tras años de ofrecer los mismos servicios a los mismos usuarios (con los mismos intereses) y que hasta ahora han funcionado, pero ya no son suficientes?

Y para superar cualquier crisis y que ésta se convierta en un punto de inflexión y de resurgimiento, debemos saber convertir esta etapa de crisis y frustración, en una etapa de esplendor futuro y de nuevas oportunidades.

Como todo matrimonio, cuando decidimos poner en marcha una biblioteca o planificar un nuevo servicio los hacemos bajo tres objetivos principales:

1. Hacer muy feliz a nuestra pareja: ofrecer los servicios que la gente demanda y necesita.
2. Vivir juntos hasta que la muerte nos separe, en las alegrías y en las penas: fidelizar usuarios pese a los problemas presupuestarios, los cambios políticos, o la propia oferta cultural.
3. Formar una familia y/o tener hijos: ampliar nuestros servicios y adaptar nuestras actividades a los diferentes públicos y perfiles a través de la cooperación entre diversos agentes.

En un verdadero matrimonio, ambos tienen que aprender a desarrollar su vida conyugal, en todas sus manifestaciones, descubrimientos y vivencias físicas, afectivas, sexuales, intelectuales, sociales, económicas, culturales y espirituales. Este aprendizaje, les supone un esfuerzo para tratar de armonizarse y conjugar, lo que son cada uno y lo que aportan al

matrimonio. Se trata de establecer el marco, en el que se va a desarrollar la vida en común, para buscar la identidad del nosotros, haciendo desaparecer el yo de cada uno.

Y en el matrimonio de la Biblioteca pública con el usuario, se han incorporado los servicios web 2.0 y de la personalización del servicio surge hace años el concepto de Biblioteca 2.0 como filosofía de servicio de información que se centra cada vez más en el usuario²⁶, se basa en una organización de la información más participativa y democrática pasando de una comunicación unidireccional a una multidireccional, alentando a toda esa ciudadanía que tiene tanto que aportar y tantas ganas de participar en una conversación que lleva tiempo gestándose en Internet desde la llegada de los blogs hasta la proliferación de las distintas plataformas y redes sociales donde ponemos a disposición de los usuarios espacios de participación, donde conversar de tú a tú. La adecuada gestión de esas comunidades y espacios sociales ayudará a aumentar tanto el uso como el reconocimiento del servicio bibliotecario.

Catarsis y renacimiento

Hace ya algún tiempo que en las Bibliotecas Municipales de Coruña quisimos superar la posible crisis que pudiera surgir en la relación biblioteca pública–usuarios trabajando el diálogo y la colaboración empleando para ello las herramientas que hoy nos brinda la Web Social; partimos de una planificación de nuestra presencia en el mundo virtual donde cada vez es más fácil conversar de tú a tú con el usuario, apostando desde el 2006 por implantar la filosofía de la Web 2.0 en algunos de nuestros servicios (como es el caso de los blogs y los wikis).

Hasta entonces la presencia de nuestras bibliotecas en Internet se limitaba a la Web institucional²⁷, que imposibilita la participación e interacción ciudadana, muy condicionada por las muchas limitaciones del gestor de contenidos y las políticas de diseño del sitio web definidas por el Ayuntamiento.

38

Los tres objetivos fundamentales que nos planteamos a la hora de asumir y hacer nuestra la filosofía 2.0 en nuestras bibliotecas son:

- Atender las demandas y necesidades de los nuevos usuarios, especialmente de los nativos digitales, que tienen una relación distinta con la tecnología. Estar donde los usuarios están y nos necesitan.
- Otorgar visibilidad a la biblioteca y dar a conocer nuestros servicios y productos más allá de los medios de comunicación y publicidad tradicionales.
- Seguir siendo organismos relevantes y de referencia para nuestros usuarios cuando se habla de servicios de información.

Implementar en nuestras bibliotecas los servicios y herramientas de la Web Social es relativamente fácil y económico, pero conseguir verdaderas bibliotecas 2.0 es realmente difícil en cuanto se precisa asumir la filosofía propia de este nuevo modo de entender los servicios y la misión de la biblioteca.

Las aplicaciones y productos que se desarrollen al amparo de la tecnología 2.0 en nuestra biblioteca deben verse y entenderse como una sucursal más del sistema bibliotecario, una

²⁶ Serrano-Cobos, Jorge y Seoane García, Catuxa. "Gestión de comunidades de usuarios en la biblioteca social". En: *Mi biblioteca*. Málaga, 2011, n.º 26. pp. 58-62.

²⁷ <www.coruna.es/bibliotecas>.

sede virtual de la biblioteca en donde se ofrece información pero también participación a la ciudadanía en cualquier momento y lugar.

En muchas ocasiones, los ejemplos que tenemos de implementación de servicios 2.0 ponen de manifiesto la total ausencia de planificación y su ejecución se basa exclusivamente en un criterio de novedad y oportunismo.

La puesta en marcha de servicios 2.0 deben enmarcarse dentro de un plan estratégico de la biblioteca y responder a una razón de ser y justificación, como afirma Meredith Farkas²⁸ deben cubrir necesidades de los usuarios, han de solucionar algún problema ahorrándoles tiempo, o de lo contrario, sólo los usuarios más adeptos a la tecnología lo utilizarán.

Si seguimos empleando la metáfora de la crisis en una relación de pareja aplicado a la Biblioteca Pública, en la planificación y mantenimiento de los servicios Web 2.0 que se pongan en marcha desde la biblioteca partiremos de una serie de consejos que en toda relación debemos tener en cuenta para una buena convivencia.

Los 10 mandamientos para conseguir una pareja (biblioteca-usuarios) feliz y bien avenida

El matrimonio no es una empresa fácil, sí lo es el flirteo y la conquista, pero afianzar una relación, mantener una buena convivencia y no perder nunca la ilusión... es un trabajo que cada día hay que revisar y cuidar, ajustar o aflojar dependiendo de las circunstancias hasta encontrar el equilibrio.

De igual forma, que la biblioteca tontee con las herramientas de la Web Social, que cree perfiles en diferentes plataformas, que ponga en marcha un blog de recomendaciones literarias o suba sus videos a YouTube, también es algo relativamente sencillo, pero “jugar” en serio en las redes sociales, interactuando con los usuarios, fidelizándolos y conquistando usuarios potenciales, respondiendo a las críticas vertidas públicamente, gestionando comentarios, mantener vivos y actualizados los perfiles y medir y evaluar los resultados obtenidos es como mantener viva la llama del amor en un matrimonio, una ardua tarea, una carrera de fondo para la que tenemos que estar preparados.

Los terapeutas hablan de 10 mandamientos para conseguir un matrimonio feliz, consejos que debemos tener en cuenta para que la relación que mantenemos con nuestros usuarios sea no sólo cordial, sino mucho más:

1. Mantener el diálogo

Si bien dicen que la conversación es un arte, conversar en las redes sociales no es la excepción. Cada frase que decimos, cada post que compartimos, cada emoticono que agregamos en nuestras publicaciones, van formando el diálogo que tenemos con los usuarios.

Como dice Dolores Vela, “Lo que nos define es cómo nos relacionamos, es decir, cómo nos comunicamos, qué decimos y a través de qué canales”, y para saber qué contenidos queremos comunicar tenemos que:

²⁸Farkas, Meredith G. *Social software in libraries: building collaboration, communication, and community online*. Medford, N. J.: Information Today, 2007.

- Definir las necesidades e intereses de nuestros perfiles de usuarios
 - Qué necesitan
 - Qué contenido es de valor
 - Qué buscan
 - Segmentación

- Definir los contenidos: temas claves, tópicos recomendados y como consejo enganchar con temas que sean soluciones y tópicos de interés general (información más allá de la propia organización, experiencias, conversación)

- Autoridad y periodicidad:
 - Definir la línea editorial de la biblioteca
 - Definir perfiles de autoría y roles
 - Definir y marcar periodicidad de posteo de cada tipología de herramienta

Dolores Vela²⁹ hace hincapié en un nuevo concepto a tener en cuenta a la hora de comunicar y conversar: la psicosemántica³⁰, establecer vínculos emocionales (definir la relación, la filosofía, la marca).

El buen comunicador en los Medios 2.0 es aquel que entiende la psicosemántica, que percibe los matices, que ha escuchado y leído tanto, que se mimetiza completamente con su audiencia, eso sí, siempre dándole un toque personal de valor coherente con la marca, sea ésta personal o profesional.

2. Desarrollar alguna actividad con un compañero

40

Hemos pasado de una sociedad de la información basada en la tecnología a una sociedad del conocimiento, basada en la colaboración, en el trabajo en red. Y si algo caracteriza a las redes sociales es la capacidad que tienen para lograr aliados y sacar provecho de todo ese conocimiento colectivo.

Aprovecharnos de lo que nuestros usuarios saben y conocen para poner en marcha o mejorar las herramientas existentes y hacerlo de manera conjunta: biblioteca-comunidad de usuarios.

3. Aprender a reírnos de nuestras propias faltas y debilidades

Actualmente las críticas en las redes sociales representan uno de los mayores temores y quebraderos de cabeza para las organizaciones y los profesionales, pues está en juego su reputación.

Pero las críticas no son algo nuevo. Desde siempre las personas han comentado, sugerido, criticado o compartido sus experiencias con otros usuarios, sobre un mal servicio, el fracaso de una actividad, el estado del fondo documental o la mala atención recibida en el mostrador de las bibliotecas.

²⁹ Vela, Dolores. Mundo referencial y Psicosemántica: hacia una nueva teoría de la Comunicación en Marketing. Disponible en: <<http://www.socialmediacm.com/2012/02/mundo-referencial-y-psicosemantica.html>>.

³⁰ “Semántica de las representaciones mentales” factores psicológicos que inciden sobre el significado de las palabras.

La diferencia es que ahora y gracias a Internet los comentarios que sobre la biblioteca vierten nuestros usuarios, lo hacen, ante millones de personas.

Lo que debemos entender es que la Web Social va mucho, muchísimo más allá del “estar en Facebook”, “abrir una cuenta en Twitter” o “montar un blog”. Supone una transformación enorme, el darse cuenta de que durante muchos años hemos vivido en un entorno unidireccional, en el que toda la comunicación entre la biblioteca y sus usuarios se reducía a mensajes de los que, una vez emitidos, todo lo que nos generaban era un océano de incertidumbre, pero no había una retroalimentación, no existía la réplica; se trataba como dice Enrique Dans³¹ de una comunicación que tenía lugar a través de canales defectuosos, de teléfonos estropeados que solo permitían hablar desde un extremo y escuchar desde el otro.

Uno de los requisitos básicos de nuestra presencia en las redes sociales es saber encajar los comentarios negativos y corregir los errores cometidos siempre con sentido del humor, escuchar y aceptar los reproches de los usuarios, mostrar una actitud positiva y dar la razón en la medida de lo posible a quien ha hecho un comentario crítico. Sobre todo, debemos dar a entender al usuario, al amigo de Facebook o al seguidor de Twitter que su opinión nos interesa y que comprendemos su crítica, nunca censurar, porque detrás de un comentario negativo hay algo de lo que podemos aprender para mejorar.

4. Mantener los rituales familiares

Cada familia crea sus propias tradiciones y formas de convivencia que les son significativas. Cenar cada noche toda la familia en conjunto o compartir un almuerzo dominical con los abuelos son algunos ejemplos. La biblioteca, en su intento de mimar la relación que mantiene con sus usuarios en las redes sociales, debe instaurar una serie de “rituales” que ayuden a mejorar la imagen de marca de la biblioteca, a diferenciarla del resto de organizaciones y que aporten frescura a los perfiles institucionales.

41

Los rituales básicos que podemos establecer a través de las redes sociales son:

- Saludos: saludarse y despedirse siempre al iniciar la conversación por las mañanas en los perfiles institucionales de Facebook o Twitter.
- Dar gracias: agradecer los comentarios, la resolución de una pregunta lanzada en un post o la colaboración en un wiki.
- Cumpleaños: felicitar a los amigos del Facebook que cumplan años cada día.



Bibliotecas Municipales A Coruña ▶ Marta Casal Cacharron

Dende as Bibliotecas Municipais da Coruña desexamos que disfrutes do teu día. ¡Saúde e libros!

11 de Maio de 2010 ás 9:07 · Gústame · Comentar · Ver amizade



Marta Casal Cacharron pero es que sois lo máximo. Felicitades a vosotros y vosotras de nuevo por vuestro supertrabajo y dedicación. Funcionariado a donar el de estas bibliotecas.

11 de Maio de 2010 ás 16:10 · Gústame

³¹Dans, Enrique. Buena idea, mala idea: la empresa y la Web Social. Disponible en línea <<http://www.enriquedans.com/2012/05/buena-idea-mala-idea-la-empresa-y-la-web-social.html>>.

5. Entender al otro como un ser único

Antes de la llegada de Internet, el usuario podía tener acceso a una serie limitada de información, cuando buscaban un libro o una película sólo tenía a su disposición lo que se encontraba en el catálogo de la biblioteca, pero de esta información limitada hemos pasado a la saturación. El problema ahora está en poder separar lo que interesa del tipo de información que no deseamos. Y los bibliotecarios tenemos ahora la oportunidad de utilizar la web social para conocer más a nuestro usuario y ofrecerle los servicios y contenidos que realmente necesita, no los que nosotros pensamos que le interesan.

Una buena práctica es interpretar las métricas de cada red. Muchas de las redes sociales proporcionan informes específicos con datos cualitativos y cuantitativos, número de visitas... esto nos ayudará a actuar y adecuar nuestros contenidos y estrategia en redes sociales, lo que permite eliminar la sobrecarga de información o infoxicación, mediante la adaptación de los contenidos para cada tipo de usuario.

6. Sacar tiempo para estar juntos

La clásica teoría de la comunicación de masas ya no es válida y debemos adaptar el mensaje, porque no nos dirigimos a un público en masa, sino que podemos segmentar a los destinatarios de nuestro mensaje y ellos esperan que lo hagamos. Cuando alguien se dirige a cualquier servicio de “atención al cliente” espera no sólo que se le atienda, sino que lo hagan de manera individual.

Unido a la personalización de los contenidos, las redes sociales nos brindan ahora la oportunidad de poner en marcha servicios de información *online* que nos ayudan a conocer más al usuario y ofrecer respuestas personalizadas. Un buen ejemplo es el servicio de *chat* integrado en el propio Facebook a través del cuál recibimos consultas, peticiones, sugerencias y quejas de diversa índole, y durante la atención de éste servicio debemos tener presente que como ocurre cuando atendemos a un usuario físicamente en el mostrador de la biblioteca: *Nada puede ser más importante que eso y cualquier otra cosa debe esperar.*

42

7. No dejar para más tarde lo que necesita ser ahora

Una respuesta a tiempo es una victoria y en la web social los tiempos de respuesta se acortan radicalmente, cada segundo son minutos en la vida real y no hay nada más frustrante para un usuario que no ser escuchado. A nadie le gusta ser ignorado y no tener rápidamente la respuesta o apoyo que busca para resolver su problema.

Una respuesta ágil en las redes sociales es de vital importancia para el éxito de un perfil social de una biblioteca, sin embargo, hay quienes no son conscientes de esto.

Si bien muchas bibliotecas ya tienen presencia en las redes sociales, son muy pocas las que se preocupan por dar respuesta rápida y eficiente a sus ciber usuarios.

Es muy importante tener bien estructurada el área de *Community Manager*, organizar un equipo de trabajo que sepa qué debemos responder en cada momento o a quién dirigirse en cada caso, trabajar con planes de contingencia estructurados para ser reactivos ante las quejas y proactivos en las soluciones. Usar las herramientas necesarias para recibir las notificaciones de cada nuevo *tweet* donde nos mencionen, cada nuevo comentario en

Facebook o post en algún blog. Con esto, podremos dar una respuesta casi inmediata y en caso de que no tengamos la solución sobre la queja o consulta del usuario, al menos deberemos de comunicarle que se recibió su petición o comentario y que se está trabajando en una solución.

8. Mantener la risa en la familia

Sin perder nunca de vista la misión de la biblioteca como centro de información, debemos enganchar con temas que sean soluciones y tópicos de interés general (información más allá de la propia organización) e intercalar entre post y post informativo o formativo, la publicación de imágenes, videos, etc. de contenido más informal que fomenten la participación distendida y que ayuden a ofrecer una imagen más humana de la biblioteca y las personas que trabajan en ella.

Muchas bibliotecas cometen el error de despersonalizarse cuando interactúan en redes sociales. Es mucho más gratificante saber que hay una persona tras estas publicaciones capaz de mostrar sentido del humor.

9. Complicidad en el mantenimiento de la mirada

La complicidad la podemos definir como una actitud que muestra un conocimiento entre unas personas que no es compartido por los demás. También el diccionario de la Real Academia la define en una de sus acepciones como un sentimiento especial de camaradería y solidaridad.

Complicidad también implica establecer guiños con nuestros usuarios, emplear un lenguaje acorde con la herramienta que estamos empleando y con el perfil de usuarios a los que nos dirigimos.

El gran volumen de información en Internet hace que desechemos gran parte de los contenidos con los que nos encontramos en la web. Debemos enganchar en las primeras líneas, conectar a nivel relacional. Esto es, conocer los códigos interpersonales que definen la relación con los usuarios.

Una buena práctica en el establecimiento de complicidades y guiños es compartir contenidos generados por alguno de los usuarios en sus perfiles personales, por una parte le estamos demostrando a ese contacto que estamos atentos a lo que va publicando en su muro y por la otra, es la mejor prueba que le demuestra que ese contenido lo consideramos lo suficientemente interesante para dárselo a conocer al resto de nuestros seguidores.

10. Planes de vida de la pareja

Como en un plan de vida de la pareja donde se establecen los proyectos, las ideas que se tienen de algo, qué se piensa y qué se quiere hacer, y de cómo llevarlo a cabo, en la relación entre biblioteca y usuarios debemos establecer una planificación de nuestra presencia de las redes sociales y de cómo vamos a mantener la conversación e interacción de la biblioteca con los usuarios en estos espacios.

David Lee King, Director de los Servicios Digitales de la Biblioteca Pública de Topeka, (EEUU) establece una serie de pautas a seguir para no naufragar en la planificación de cualquier servicio 2.0 que recoge y contextualiza Dídac Margaix en 5 puntos:

1. ¿Por qué? Establecer cuál es la necesidad de los usuarios o el proceso interno sobre el que se quiere actuar: Difusión de nuevas adquisiciones, selección de sitios web, etc.
2. ¿Qué?Cuál va a ser el producto final. Las herramientas más acertadas para ese producto, el software a utilizar, etc.
3. ¿Quién? Quién se va a encargar de la generación de contenidos, si va a ser el personal de la propia biblioteca, o sólo un grupo de ellos, qué va a pasar con las nuevas responsabilidades que asuman, qué formación van a necesitar...
4. ¿Cómo? El nuevo proyecto necesitará un líder dentro de la organización para gestionarlo. Las necesidades de tiempo del personal se tendrán que prever: formación, creación de contenidos, supervisar los comentarios de los usuarios, etc.
5. ¿Cuándo? El momento de implantar este servicio dependerá de muchos factores y variará de una institución a otra en función de su actitud tecnológica, la existencia de personal capacitado para esas tareas, y los procesos de toma de decisiones. Es preciso contar con ciertos aliados en las áreas clave de la biblioteca para poner el servicio en marcha.

Es vital establecer como prioritario el desarrollo de un Plan de Comunicación, dirigido tanto al personal como al público, con el fin de mejorar los cauces hasta ahora establecidos y desarrollar otras nuevas vías, fijando normas y criterios de uso que nos permitan obtener mayor eficacia y eficiencia en los procesos de comunicación, manteniendo además una imagen corporativa homogénea y coherente con la entidad.

Tras una fase de experimentación de tonteo y flirteo, cuando nos planteamos seriamente la presencia de la biblioteca en las redes sociales debemos encontrar el momento para realizar una evaluación y análisis del uso de las herramientas empleadas y de los logros obtenidos con éstas en los últimos años, para lo cual es necesario la creación de un libro de estilo de uso de las herramientas sociales en la biblioteca y el establecimiento de un protocolo de calidad de la Web Social por parte de los bibliotecarios del sistema.

Además, en el proceso de planificación no puede faltar el plan de formación interno, destinado a dar a conocer al personal qué es la Web 2.0, qué aporta a la organización y cómo funcionan las aplicaciones que se van a desarrollar al amparo de estas tecnologías de manera que sean conocedores de las posibles ventajas de los nuevos servicios con el objetivo de que el personal de la biblioteca se sienta más seguro, acepte esa tecnología y la difunda a los usuarios³².

Los distintos espacios donde mimamos la relación entre biblioteca y usuarios

El Servicio Municipal de Bibliotecas de A Coruña está formado por una oficina central de coordinación y ocho bibliotecas: Castrillón, Estudios Locales (especializada en fondos sobre A Coruña), Forum Metropolitano, Infantil y Juvenil (especializada en fondos infantiles y juveniles), Monte Alto, Os Rosales, Sagrada Familia y Ágora que se ubican geográficamente en

³²Margaix-Arnal, Dídac. *Informe APEI sobre web social*. Gijón: APEI, 2008. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/12506/>> (Consulta: 20-04-2012).

Los blogs son una de las mejores herramientas para establecer una relación con los usuarios y la biblioteca, además de crear comunidad con otros profesionales, que comparten tareas e inquietudes de otros lugares y donde podemos comunicar e intercambiar nuestras experiencias y retroalimentarnos de las demás. Partiendo de nuestra experiencia con esta herramienta de publicación y comunicación, hemos ido creando blogs temáticos y de apoyo a servicios presenciales a medida que teníamos la necesidad de extender nuestro trabajo más allá de lo presencial.

Apoyo a programas y actividades:

- *Blogs de los clubes de lectura*: 1 presencial y 1 virtual.
- *Blog del Club de Ciencia e Investigación*³⁵ dirigido a chicos y chicas de entre 9 y 13 años con espíritu aventurero y curiosidad científica. Se trata de un programa bibliotecario de animación y promoción del hábito lector, fundamentalmente de libros de información y divulgación científica. Anualmente la programación gira en torno a un tema genérico, dedicado este año a la paleontología y a la criptozoología. Los contenidos se estructuran en forma de encuentros con expertos y se complementa con selecciones de lecturas, juegos y otras propuestas lúdicas como viajes culturales.
- *Blog de la Bebeteca*³⁶ de la Biblioteca del Fórum Metropolitano que da apoyo al programa de animación a la lectura “Descubriendo Xuntos” donde bebés entre 0 y 2 años y sus familias descubren con ayuda del personal bibliotecario el mundo de la lectura.

46

Segundo

Artigo novo

Bibliotecas Municipais da Coruña
Departamento de A Coruña
Centro de Estudos

0-2 anos
Descubriendo Xuntos!

INICIO | QUÉ É UNHA BEBETECA | ONDE ESTAMOS | CÓMO PARTICIPAR | CALENDARIO DE SESIÓNS | SOS SOMOS PAIS

English for Babies

MAR 12 Publicado por natalialpz

A educación bilingüe é unha labor complicada que se prolonga durante moitos anos. Para motivar aos bebés debemos apoiar nos materiais adicionais que nos poida axudar na aprendizaxe do idioma inglés para bebés: contos, cancións e videos.

Como empregar o material para ensinar inglés aos/as bebés?

O/a bebé aprende a linguaxe por un método de relación, asociando as palabras que está a escoitar co que está vendo nese momento. Aí é onde reside a importancia da xesticulación e da interpretación cando lle estamos a falar ou contar un conto. Cantos máis movementos e xestos fagamos, máis estímulo terá para o/a bebé relacionar os significados das cousas que está a escoitar.

BUSCA NO BLOG

BUSCA NO CATÁLOGO DAS BIBLIOTECAS

YOU ARE FOLLOWING THIS BLOG

You are following this blog, along with 474 other amazing people ([manage](#)).

³⁵ <<http://ccibiblio.wordpress.com/>>.

³⁶ <<http://bebeteca.wordpress.com/>>.

Blogs temáticos de información y dinamización de las colecciones:

- *Fancomic*, dedicado al mundo del cómic.
- *Corto y cambio*³⁷, un blog donde publicamos relatos cortos, cuentos, recomendaciones de libros y curiosidades siempre relacionándolas con los fondos de nuestras bibliotecas.
- *Galicia Móvese*³⁸, un blog que pretende dar apoyo y visibilidad a los artistas emergentes y difundir post a post a través de comentarios y videos propios lo que sucede en el mundo de la cultura gallega.



47

Además de los blogs, empleamos las wikis para fomentar la participación ciudadana y aprovechar el conocimiento colectivo, contamos con 3 wikis enfocados a tres objetivos diferentes:

*Wiki de la Biblioteca Forum Metropolitano*³⁹: el objetivo es compartir las exposiciones y muestras bibliográficas que tienen lugar de manera presencial en las bibliotecas, y dar entrada a la colaboración de los usuarios en la mejora de las selecciones bibliográficas de cada temática. El objetivo es extender esta idea al resto de bibliotecas del sistema para dar cobertura a determinados temas de interés general y ofrecer a la ciudadanía una buena

³⁷<<http://peacarbollo.wordpress.com/>>.

³⁸<<http://galiciamovese.wordpress.com/>>.

³⁹<<http://biblioforum.wikispaces.com/>>.

selección de recursos de diversa índole dando respuesta a sus demandas de información, como ejemplo aprovechamos este año el Día del Orgullo Gay para montar el Wiki *“As bibliotecas entenden”*⁴⁰ que recopila una amplia selección de recursos LGTB sobre Cine, Música, Literatura y obras de divulgación además de recursos en línea.



48

- *Wiki de la Biblioteca de Estudos Locais*⁴¹: recoge información sobre los personajes y entidades más destacados de la ciudad de A Coruña a lo largo de su historia e invita a la colaboración y participación de los propios ciudadanos corrigiendo, ampliando y añadiendo nueva información y creando nuevos personajes y entidades que tengan una especial relación con la ciudad.
- *Wiki de Política de Colección*⁴²: de uso interno, recoge las aportaciones del personal bibliotecario del sistema en relación a los autores y obras básicas de las diferentes literaturas por lenguas y países.
- Además, como organización tenemos presencia en la Wikipedia, contando con una en-

⁴⁰ <<http://bibliolgtb.wikispaces.com/>>.

⁴¹ <<http://estudioslocais.wikispaces.com/>>.

⁴² <<http://bibliotecascoruna.wikispaces.com/>>.

trada⁴³ en donde se define quiénes somos y qué servicios ofrecemos y que actúa como verdadera tarjeta de visita de nuestras bibliotecas.

The image shows a screenshot of the Wikipedia article titled "Bibliotecas Municipales de La Coruña". The page layout includes the Wikipedia logo on the left, a navigation menu, and the main article content. The article text states: "Las Bibliotecas Municipales de La Coruña están formadas por un servicio central de coordinación y ocho bibliotecas municipales de la ciudad española de La Coruña." It lists the structure of the libraries, including generalist ones like "Ágora, Castrillón, Forum Metropolitano, Monte Alto, Los Rosales y Sagrada Familia" and specialized ones for children and local studies. It also lists services such as "Salas infantiles y para adultos", "Consulta en sala", "Catálogo informatizado", "Préstamo a domicilio", "Acceso a internet y bases de datos gratuito", "Wi-Fi", "Atención a personas sordas", "Atención a personas con movilidad reducida", "Atención a bibliotecas escolares", "Aulas de formación informática", "Referencia virtual", and "Préstamo interbibliotecario". There are three photographs: a general view of a library, a children's library, and a library with people sitting on the floor.

Los perfiles institucionales presentes en las redes sociales *ad hoc* nos permiten realizar un uso doble: los bibliotecarios podemos establecer contactos con otros colegas y crear grupos a través de las redes profesionales y desde la biblioteca es posible usarlas como plataformas de contacto con los usuarios facilitando la posibilidad de ampliar los servicios de la biblioteca y otorgando a ésta la imagen de una biblioteca 24/7 (bibliotecas abiertas 24 horas, 7 días a la semana) y de actualidad al estar presente en las redes donde los usuarios esperan encontrarnos.

Los perfiles institucionales creados de las Bibliotecas Municipales de La Coruña tienen por objeto tener presencia, “estar donde los usuarios están” trabajando en la proyección digital de nuestras bibliotecas⁴⁴. Los motivos para optar por esta presencia son: Grandes posibilidades de *marketing*, informar sobre la existencia y características del servicio, los datos básicos (dirección, teléfono, dirección de correo electrónico...), los horarios y los servicios de las distintas bibliotecas. Mantenemos actualizados a nuestros contactos en cuanto a noticias, novedades y servicios, publicando nuestros acontecimientos y actividades.

Fidelización de usuarios: Construimos una comunidad virtual cohesionada con una identidad colectiva que encuentra un espacio para compartir intereses comunes. Identificamos a los usuarios con el equipamiento y la comunidad, aportando valor añadido a la dinamización del grupo a través de foros y encuentros virtuales.

⁴³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Bibliotecas_Municipales_de_La_Coru%C3%B1a>.

⁴⁴ Entre los diferentes usos empleados por las BMC en las redes sociales nos basamos en lo aportado en García Giménez, Daniel (2010). «Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas». BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentación, juny, n.º 24. <<http://www.ub.edu/bid/24/garcia2.htm>> (Consulta: 13-04-2011).

Captación de nuevos usuarios entre el público potencial: Los contactos de nuestros contactos verán nuestra propuesta, que llegará fácilmente a un gran número de personas que pueden acceder a la información sobre nuestras propuestas de manera fácil, anónima y muy poco invasiva.

Obtención de contactos profesionales: Podemos acceder a los perfiles de profesionales, útiles para las actividades bibliotecarias que no teníamos en la agenda.

Optimización de recursos: Podemos enviar mensajes a nuestros contactos de manera rápida y efectiva, de los cuales recibirán copia directamente en sus direcciones de correo electrónico.

Ampliación de los canales de comunicación con los usuarios: Llegamos a los usuarios interesados a distancia, sin limitaciones de horarios ni problemas de accesibilidad física.

Adaptación al entorno y refuerzo de los mecanismos de evaluación del servicio: Podemos recibir el *feedback* de los usuarios a través de sus comentarios, este hecho es un ítem importante para los mecanismos de evaluación de los servicios de la biblioteca.

Reivindicamos una imagen actual del equipamiento: Estamos a la última moda, nos adaptamos al entorno y a las circunstancias para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

Viralidad. La infraestructura de estos servicios web permiten que los usuarios redifundan fácilmente entre sus contactos los mensajes que se difundan desde las bibliotecas.

La necesidad de compartir nuestros productos documentales y dar difusión a nuestras actividades, ha hecho necesario la creación de cuentas en las redes sociales que actúan como repositorios de información al uso, aunque también permiten la retroalimentación de los usuarios con comentarios y valoraciones, por ello disponemos de cuentas en Flickr⁴⁵ (donde publicamos fotos de nuestras instalaciones, actividades, colecciones, etc), en YouTube⁴⁶ (para difundir los videos de nuestras actividades y hacer partícipes de éstas a los usuarios no presenciales y potenciales), en Slideshare⁴⁷ (para recopilar y compartir nuestras guías de lectura, folletos, carteles, etc.), Delicious⁴⁸ (para compartir recursos electrónicos de interés que permiten apoyar y completar los distintos centros de interés presentes en los fondos de las bibliotecas: búsqueda de empleo, aprendizaje de idiomas, medioambiente, etc.) y en Librarything⁴⁹ (que actúa como estantería virtual donde recomendar lecturas y dar difusión a las recomendaciones de los bibliotecarios).

50

El día a día, la existencia de nuevas herramientas y plataformas sociales, así como la asunción de éstas por parte de la ciudadanía nos obliga a estar permanentemente en alerta buscando las posibilidades que nos brindan las distintas redes sociales que van apareciendo y como ha sucedido con la red social estrella de los últimos meses, Pinterest⁵⁰: la nueva red social de moda que está revolucionando la forma de presentar contenidos visuales, y que augura nuevas posibilidades en el campo de las bibliotecas y que nos ha permitido completar las selecciones y muestras temáticas compartiendo una selección de *booktrailers*, videos musicales o escenas de películas, además de otras cosas.

Además de la existencia de perfiles en estos escaparates virtuales, la verdadera presencia de nuestras bibliotecas en las redes sociales tiene lugar en Twitter y Facebook.

⁴⁵ <<http://www.flickr.com/photos/bibliotecascoruna>>.

⁴⁶ <<http://www.youtube.com/user/smbibliotecas>>.

⁴⁷ <<http://www.slideshare.net/bcoruna>>.

⁴⁸ <<http://delicious.com/bibcoruna>>.

⁴⁹ <<http://www.librarything.es/catalog/biblioforum>>.

⁵⁰ <<http://www.pinterest.com/bibcoruna>>.

Twitter: la concisión e inmediatez con el usuario

Comenzamos a usar Twitter⁵¹ en marzo de 2009 con la intención de emplear la herramienta como tablón de anuncios virtual de nuestras bibliotecas en donde publicar cualquier tipo de información y noticia que pueda ser de interés para nuestros usuarios y potenciales usuarios: desde la referencia de noticias publicadas en la prensa escrita, hasta la recomendación de lecturas y películas, la notificación de novedades llegadas a nuestras bibliotecas, el recordatorio de eventos, cursos y actos que se celebrarán en la ciudad, efemérides literarias, etc..

El perfil en Twitter está vinculado a nuestra página de Facebook de manera que además de todo lo anterior, cada vez que publicamos un nuevo mensaje en Facebook, éste se publica automáticamente en el servicio más difundido del microblogging.

Twitter nos permitió experimentar como biblioteca en las redes sociales y empezar a valorar la necesidad y oportunidad de tener presencia en otras plataformas como es el caso de Facebook o Tuenti.



Twitter <<http://twitter.com/bibcoruna>>

Facebook: la Biblioteca siempre abierta de las BMC

Facebook se ha convertido en los últimos tiempos en “la red social” por excelencia, se sitúa como la red más popular (y casi universal en determinados tramos de edad) con un 78% de

⁵¹<<http://twitter.com/bibcoruna>>.

penetración (usuarios con cuenta activa) y así ha quedado latente en los últimos estudios del uso de las redes sociales en España⁵².

La página es la herramienta que utilizamos para publicar información; así como desde el perfil gestionamos nuestros contactos, desde la página difundimos, publicamos cualquier tipo de información susceptible de ser de interés para cualquiera de nuestros contactos: novedades y premios literarios, noticias de actualidad, actividades y eventos de nuestras bibliotecas y de organismos culturales de nuestra ciudad, recomendaciones de libros, música y cine, recursos divulgativos de interés ciudadano (becas, subvenciones, cursos, etc.)... empleando para ello las dos lenguas oficiales de nuestra comunidad autónoma: el gallego y el castellano, dependiendo en gran medida de los destinatarios y alcance geográfico de la información publicada. Dependiendo del tipo de publicación será publicada en el muro o se generará un evento.



Página en Facebook. <<http://www.facebook.com/bibcoruna>>

- Muro: El muro de Facebook es una plataforma donde la gente comenta las actualizaciones, las fotos, el estado, etc. Es una especie de pizarra donde todos los contactos o fans pueden dejar una nota o un comentario. El muro es donde escribimos mensajes para compartirlos con los contactos o con todos aquéllos que acceden a la página.
- Eventos: Facebook nos permite generar eventos de nuestras actividades (conferencias, encuentros, presentaciones de libros, conciertos, muestras bibliográficas, etc.) y hacérselos llegar a nuestros usuarios, invitando a los diferentes grupos de usuarios que tenemos en el perfil, dependiendo de la temática del evento y así podemos recibir la confirmación de asistencia al acontecimiento que proponemos.

⁵² The Cocktail Analysis. 3.ª Ola del Observatorio de Redes Sociales. Febrero 2011 [en línea] <<http://www.tcanalysis.com/2011/02/22/publicamos-la-3%C2%AA-ola-del-observatorio-de-redes-sociales/>> (Consulta: 12-05-2011).

Pasando por alto el uso de una u otra plataforma, lo más importante es sin duda, el feedback recibido y su incidencia en el desarrollo y mejora de las colecciones, actividades y servicios de nuestras bibliotecas.

Midiendo, evaluando y reflexionando

La labor de planificación y mantenimiento de los perfiles institucionales en las Bibliotecas Municipales de A Coruña recae en un responsable de servicios Web 2.0 que se encarga de coordinar un grupo de trabajo de Web 2.0 con representantes de cada una de las 8 bibliotecas del sistema. De este modo nos aseguramos que exista una persona de referencia que se responsabilice de los contenidos, de responder los comentarios y de poner en marcha nuevos servicios y por otra parte se vertebrará de manera coordinada la actividad de los diferentes miembros del grupo 2.0.

Como biblioteca pública debemos mejorar la visibilidad de lo que aportamos a la sociedad a la que servimos y hacernos necesarios. Las bibliotecas han estado siempre comprometidas con la efectividad de los recursos que les asignan sus financiadores, pero lo han hecho tradicionalmente con estadísticas de uso. Pero éstas dicen o “significan” ya poco y las bibliotecas debemos encontrar nuevos sistemas para mostrar a la sociedad que nos financia que “vale la pena” seguir invirtiendo e invertir aún más en bibliotecas. Para ello necesitamos datos cuantitativos y también cualitativos. Al coordinador de servicios Web 2.0 le corresponde también hacer un seguimiento de la actividad de la biblioteca en la Web Social y evaluar la presencia de las bibliotecas municipales en las redes sociales, recogiendo datos de las diferentes plataformas de cara a establecer unos indicadores concretos que ayuden a mejorar nuestra actividad en la Web 2.0.

Como afirma Roser Lozano⁵³ en la historia de las bibliotecas hay un antes y un después de acontecimientos como la aparición de Internet, de los móviles o de las herramientas 2.0. Sucesivos monopolios bibliotecarios han caído bajo el peso de las innovaciones tecnológicas: el de lugar de almacenaje de la información y de la cultura (sustituido por repositorios digitales en libre acceso), el de acceso a la información (sustituido por esa vasta red de información que es Internet), el de orientación y apoyo al usuario (sustituido por las redes sociales y espacios virtuales de intercambio de información) el cambio se ha producido ya, y ahora es el momento de aprender a mimar las relaciones existentes entre nosotros biblioteca y ellos usuarios.

53

BIBLIOGRAFÍA

ARROYO VÁZQUEZ, Natalia. *Los sitios de redes sociales: una introducción*. Web Social para Profesionales de la Información: comunidad de prácticas [en línea]. Disponible en: <<http://comunidad20.sedic.es/?p=176>> (Consulta: 20-08-2012).

GARCÍA GÓMEZ, Fco. Javier. “Brecha digital, brecha social, brecha económica, brecha cultural: la biblioteca pública ante las cuatro caras de una misma moneda”. En: *Pez de Plata* [en línea], 2004, n.º 3 <<http://eprints.rclis.org/6440/1/garcia.pdf>> (Consulta: 14-08-2013).

⁵³Lozano, Roser. “Biblioteca, aprendizaje y acceso a la información en medio del temporal tecnológico”. *Anuario Thinkipi*, 2010, vol. 4, pp. 91-93.

GÓMEZ PEREDA, Noemí y MERLO VEGA, José Antonio (coords.): “Experiencias bibliotecarias con las tecnologías sociales”, En: *Educación y Biblioteca*, 2010, n.º 177 (mayo-junio), pp. 59-125.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. “Bibliotecas de Nueva Generación (Biblioteca 2.0)”. En: *Educación y Biblioteca*, 2007, n.º 161, pp. 75-89.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. “Bibliotecas 2.0 en España, el camino recorrido”, En: *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 2007, n.º 86-87 (enero-junio), pp. 29-46.

IBÁÑEZ-HERNÁNDEZ, R. “Economía de esfuerzos para la presencia de las bibliotecas en las redes sociales, 2010”. En: *Primeras Jornadas Virtuales Iberoamericanas de Bibliotecología*, 2010. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/handle/10760/15068>> (Consulta: 20-08-2012).

LOZANO, ROSER. “Biblioteca 2.0: ¿revolución o nuevo maquillaje para viejas formas de hacer?” En: *Anuario ThinkEPI*, 2009, pp. 120-125.

MARGAIX-ARNAL, Dídac. Informe APEI sobre web social. Gijón: APEI, 2008. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/12506/>> (Consulta: 20-08-2012).

MERLO VEGA, José Antonio (coord.). “Dossier bibliotecas y web social”. En: *Educación y biblioteca*, 2007 n.º 161, (septiembre-octubre) vol. 19, pp. 62-124.

MILLER, Paul. “Web 2.0: building a new library”. En: *Ariadne* [en línea]. Octubre 2005, n.º 45. Disponible en: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>> (Consulta: 20-08-2012).

NÚÑEZ PEÑA, Ana. SEOANE GARCÍA, Catuxa. “Difusión y consumo de información: de las bibliotecas a la Web 2.0.” En: *e-Contenidos*, 2007, vol. 0, n.º 1 [en línea] <<http://www.econtenidos.es/article/view/1901>> (Consulta: 16-07-2012).

SEOANE GARCÍA, Catuxa. “Weblogs y bibliotecas: ¿y por qué no? la red de blog de las Bibliotecas Municipales de A Coruña”. En: *Educación y Biblioteca*, 2007, n.º 161 (septiembre-octubre), vol. 19, pp. 113-119.

VICENTE, José Luis de. “Inteligencia colectiva en la Web 2.0”. En: *Elastico.net* [en línea] <www.elastico.net/archives/005717.html> (Consulta: 14-08-2012).