

Nuevos servicios, nuevas realidades: la experiencia de la Biblioteca Pública del Estado en Huelva en el nuevo entorno digital

Antonio Agustín Gómez
Gómez

Director de la Biblioteca
Pública del Estado en
Huelva

Este foro representa una ocasión inestimable para dar testimonio de la evolución que ha seguido nuestra biblioteca en estos últimos seis años, una trayectoria que refleja perfectamente muchos otros casos similares al nuestro y que vienen experimentando muchas otras bibliotecas públicas en nuestro país.

En las siguientes líneas haremos un breve repaso a:

- Nuestros éxitos y fracasos anteriores. Partíamos de una experiencia previa y, aunque fallida, éramos una de las pocas Bibliotecas Públicas del Estado visibles en Internet <http://bphuelva.sistelnet.es>.
- La experiencia de trabajo concreta y el desenvolvimiento con la aplicación del GSW (Generador de Sedes Web) puesto en marcha por la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria del Ministerio de Cultura <http://www.bibliotecaspublicas.es/huelva/> y la buena sintonía con la empresa y el equipo de profesionales responsables del desarrollo de la herramienta.
- La migración a una nueva plataforma y a un nuevo gestor de contenidos, dentro del servidor de páginas web de la administración de la que dependemos: el portal en Internet de la Red de Bibliotecas Públicas de Andalucía <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/>
- Y por último, analizaremos las perspectivas que se abren para el futuro en nuestro ámbito de trabajo con las nuevas realidades que conlleva la web 2.0¹.

Experiencias anteriores

Página alojada en el servidor de un proveedor de servicios web externo (Marzo de 2001/Verano 2004).

Nuestra biblioteca inició su presencia en Internet en marzo de 2001, cuando se presentó su primera pági-

na Web <http://bphuelva.sistelnet.es>², prácticamente un mes después de la inauguración del nuevo edificio tras la remodelación total de su antigua sede por parte del Ministerio de Cultura.

El equipo directivo de la biblioteca se encargó de elaborar la información que quedó como una especie de foto fija en este primer sitio web, alojado en un proveedor comercial de servicios de Internet: la empresa de web hosting SISTELNET. Sin embargo, a pesar de este buen arranque, el servicio prestado no funcionó adecuadamente ya que era enormemente difícil la actualización de los contenidos para mantener viva la página. La empresa y el servidor externo que albergaba nuestra página terminaron cerrando, y ésta durante un tiempo quedó de forma testimonial o residual en uno de los últimos rincones de la web institucional de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

Esta experiencia evidencia las iniciativas, las carencias de mantenimiento y los fracasos de muchos proyectos web en esta primera fase de desarrollo. Y entre las razones que explican dichos fracasos podríamos apuntar las siguientes:

- Falta de conocimientos técnicos en lenguajes HTML y diseño de páginas web.
- Escaso respaldo por parte de las unidades de informática de las diferentes administraciones; salvo excepciones.
- Necesidad de poner en marcha una serie de tareas de administración en el servidor que albergue la sede web, y eso es algo que se escapa a nuestro control.
- La ausencia de un gestor de contenidos que permita gestionar la información web de forma descentralizada y distribuida, o autónoma por parte de la propia biblioteca. En este horizonte nos encontrábamos con páginas web con contenidos estáticos que precisan de un mantenimiento exter-

no, y la solución pasaba por la creación de páginas dinámicas fáciles de actualizar.

- Afán por la uniformidad de la identidad corporativa de la institución de la que depende la biblioteca, que deja poco margen a la posibilidad y libertad de maniobra que requiere el estar en Internet.

1.2. Fase piloto del Gestor de Sedes Web (GSW) del Ministerio de Cultura.

La posibilidad que nos brindó la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria de participar en el proyecto del GSW supuso para nosotros una enriquecedora experiencia. En concreto tuvimos la oportunidad de trabajar junto con las Bibliotecas Públicas del Estado de Vitoria, Guadalajara y Salamanca y la biblioteca municipal de Tortosa en la fase piloto que inició su andadura a lo largo de 2003, fecha en que se celebraron una serie de reuniones de trabajo junto con la empresa encargada del desarrollo de la aplicación del gestor de contenidos. En verano de 2004 se empezaron a visualizar las páginas definitivas en Internet, haciéndose la presentación institucional o formal, por así decirlo, en el II Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas celebrado en Salamanca del 17 al 19 de noviembre de 2004.

Nuestra experiencia en el diseño y mantenimiento de la página albergada en el dominio www.bibliotecas-publicas.es

La filosofía de este proyecto se basaba en la constitución de un equipo de trabajo dentro de la biblioteca que hiciera posible su puesta en marcha y su continuidad. En el planteamiento inicial que hicimos en dicho equipo planeaban una serie de preguntas:

- ¿Qué queríamos contar de nuestra biblioteca a través de esta magnífica caja de resonancia que en definitiva es Internet?
- ¿Qué servicios queríamos ofrecer?
- Y sobre todo con qué contenidos digitales, contenidos web, queríamos dotar a nuestra sucursal virtual para ofertar servicios de valor añadido, en

definitiva para ofrecer un servicio de mayor calidad a nuestros usuarios.

Y lo que aprendimos fue que el proceso de publicar una página web debe ser escalonado, ir poco a poco alimentando la estructura de contenidos que puede reflejar el modelo ideal al que queremos aspirar para nuestra sede web. En nuestro caso, optamos por una política de máximos y la explicación es que teníamos auténticas ganas de volver a estar en Internet y ofrecer información sobre nuestra biblioteca, contar acerca del trabajo que desarrollábamos, y también ofrecer un vehículo de participación a nuestros usuarios.

No nos queríamos conformar con facilitar tan sólo una información estática, una información básica de carácter general: dirección, horarios, teléfono y correo electrónico, describir qué secciones y servicios presenciales ofrecíamos. Este tipo de páginas web son una especie de “foto fija” de la biblioteca, poco atractiva, aunque útil y necesaria. Queríamos optar por un modelo de información más dinámico y pro-activo, decantándonos por los llamados servicios de valor añadido. Nuestros esfuerzos fueron reconocidos y tomados como ejemplo por otras bibliotecas que han iniciado su aventura web con la herramienta facilitada por el Ministerio.

El portal en Internet de la Red de Bibliotecas Públicas de Andalucía <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas> (Marzo de 2005)

La fructífera experiencia anterior nos sirvió en gran medida para liderar el proceso que nos encomendó nuestra propia administración autonómica cuando se decidió que las páginas web de las bibliotecas gestionadas por la Consejería de Cultura estuvieran bajo el dominio www.juntadeandalucia.es y con su misma identidad corporativa. En marzo de 2005³ se inauguró oficialmente el nuevo portal, y nuestra, por así decirlo, 3ª página web.

Mencionar que este portal de las Bibliotecas Públicas de Andalucía se ha construido sobre una plataforma que usa software libre, el cual también se pretende brindar a todas las bibliotecas municipales andaluzas con el objetivo de hacerlas visibles en Internet y que permite a los propios bibliotecarios crear y mantener fácilmente sus contenidos y páginas en Internet.

Aspectos a destacar de la sede web de la Biblioteca Pública del Estado de Huelva <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bphuelva> (fortalezas y oportunidades de nuestro modelo de sede web).

- En la actualidad, nuestra sede web se conceptualiza como una sucursal virtual que viene a complementar y afianzar los servicios presenciales que se ofre-

¹ El principal creador del término ha sido Tim O'Reilly, quien define el concepto en su artículo: “Qué es web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software” disponible en su traducción al castellano en: Boletín de la Sociedad de la Información (23-2-2006) http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/documentos/articulos/TRIBUNA_web2.pdf

² “Nueva Web de la Biblioteca Pública del Estado de Huelva”, Educación y Biblioteca: revista mensual de documentación y recursos didácticos, mayo/junio 2001, Año 13, Nº 123. p. 47-48

³ Gómez Gómez, Antonio Agustín: “Portal en Internet de la Red de Bibliotecas Públicas de Andalucía”, Correo Bibliotecario : boletín informativo de la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, nº 81, marzo de 2005, p.5-6 <http://www.bcl.jcyl.es/correo/pdf/correo81.pdf>

cen en la biblioteca física. Además hemos querido dotarla de contenidos atractivos y útiles que sirvan de reclamo tanto para los usuarios como los no usuarios. Toda nuestra sede web está plagada de esos continuos reclamos y “anzuelos” que buscan captar la atención de nuestros usuarios: p.e. fotos de las visitas de los niños para que puedan descargárselas y presumir delante de sus amigos de estar en Internet, fotos de los ganadores de los concursos que provocan una sana competencia entre los participantes de nuestro certamen “el mejor lector del mes”⁴, la posibilidad de volcar en Internet las conclusiones e impresiones recogidas por los integrantes de nuestros clubes de lectura, noticias sobre los eventos y principales actividades organizadas. Con este tipo de contenidos pretendemos, en definitiva, fidelizar a nuestros usuarios del día a día, y reconvertirlos además en usuarios web. Nuestra biblioteca tiene una vocación de servicio, dirigido no a la totalidad de nuestro país, sino a los usuarios que nos conocen y nos visitan a diario. De ahí, en nuestra sede web, la importancia de lo local y los guños y canales de participación a nuestros usuarios-clientes.

- La sede web de la BPE-BP de Huelva se concibe como un magnífico instrumento de marketing bibliotecario y difusión de sus actividades. Así, en nuestro portal distinguimos entre dos tipos de eventos de noticias:

a) Canal Noticias⁵ que recoge noticias generales sobre el funcionamiento de la biblioteca, puesta en marcha de nuevos servicios, horarios especiales, etc.; a la vez que da cabida a todos aquellos concursos, premios, certámenes y actividades literarias que tienen su convocatoria en el ámbito de la provincia. En este sentido se convierte en un canal de información de interés para la comunidad, en el que el último año se publicaron un total de 53 entradas.

b) Agenda cultural⁶, consiste en un calendario mensual ordenado cronológicamente. Todas las noticias aquí publicadas corresponden exclusivamente a eventos y actividades puntuales que han tenido lugar dentro de las instalaciones de la Biblioteca (cursos, reuniones y conferencias en el salón de actos, actividades de animación en la sala infantil, o exposiciones en el vestíbulo del edificio).

- La portada, con ella queremos dar mayor grado de visibilidad a determinadas secciones del mapa de contenidos, o poner en relevancia diversas acciones que queramos llevar a cabo. Se trata de una sección en constante renovación.
- Desarrollamos también una política muy activa en lo que se refiere a nuestra presencia en los medios de comunicación, con el objetivo de hacernos más

visibles de cara a la opinión pública y reforzar nuestra imagen externa. En nuestra sección La biblioteca en la prensa⁷ ofrecemos una selección de las noticias aparecidas en los medios de comunicación locales (prensa, radio y televisión) relacionadas con la biblioteca.

- Elaboración de dossiers de prensa: como el ya comentado anteriormente o la denominada base de datos de prensa local, especializada en temas monográficos de especial relevancia a nivel local⁸. Siguiendo, en parte, el modelo de la BPE de Tarragona hemos empezado a compilar una base de datos documental de carácter selectivo que contiene referencias de noticias publicadas en prensa y que se gestionan a través del propio Sistema Integrado de Gestión Bibliotecaria (SIGB) AbsysNet. Con anterioridad a la catalogación analítica del artículo periodístico, digitalizamos en formato pdf la página del periódico en la que se localiza la noticia, subimos a nuestro servidor web el fichero y, por último, lo enlazamos por medio del campo 856 de localización y acceso electrónico del registro bibliográfico.

- Uno de los apartados que despierta mayor interés, a juzgar por las visitas, es el de Historia de la biblioteca,⁹ sección en la que presentamos una reseña histórica de nuestra institución que cuenta con una larga trayectoria de 150 años al servicio de la lectura en Huelva, y que se ilustra con fotografías antiguas y recortes de prensa digitalizados del diario Odiel de los años 40, 50 y 60.

- Para nosotros es importante que se conozca la activa presencia que desarrollamos en proyectos de cooperación bibliotecaria¹⁰, tanto a nivel regional y nacional, como internacional (Pregunte, REBECA, GSW, PULMAN, CALIMERA), y que en cierta medida han actuado como magníficas oportunidades que nos han obligado a someternos y beneficiarnos de continuos procesos de aprendizaje.

- El afán por la transparencia en los objetivos fijados y logros alcanzados queda patente en nuestra memoria anual que se recoge en La biblioteca en cifras¹¹, donde además presentamos una serie de gráficos con los indicadores estadísticos que evidencian el rendimiento y la evolución en el funcionamiento de los servicios.

- Otro de los puntos fuertes que nos proporcionan un mayor número de visitas a la página, es nuestro servicio de alerta informativa¹². Con una periodicidad casi mensual solemos editar un boletín informativo que se distribuye a través de un e-mail, con un formato html enriquecido, en el que incluimos noticias sobre las actividades programadas y enlaces a distintas secciones de nuestra sede

web¹³. Este mensaje se distribuye a casi 3.500 usuarios que disponen de una dirección válida de correo electrónico en la base de datos de lectores de nuestro SIGB y para ello utilizamos una plataforma de envío de correo masivo facilitada por la Junta de Andalucía. Y efectivamente, podemos observar los picos en el número de visitas a nuestra página, el día del envío y los posteriores. El propio mensaje que recibe el usuario permite darse de baja de este servicio si así lo desea. Como complemento, estos mismos boletines informativos que se distribuyen a través del correo electrónico, se cuelgan dentro de la sección servicios en línea de nuestra página web¹⁴.

- Hemos hecho gran hincapié en recopilar toda aquella información de interés local (tipo directorio de recursos de información en Internet sobre

literatura, ocio y cultura, turismo rural, y turismo cultural, etc.). Y hemos prestado especial atención al papel de la biblioteca como mediadora en la difusión del panorama literario de su localidad: Huelva literaria y la Guía online de autores onubenses.

- Las nuevas tecnologías nos ofrecen un gran potencial para la difusión de la creación y la producción literaria, y nuestras bibliotecas son unas instituciones culturales, relacionadas estrechamente con el mundo del libro y de la literatura, que deberían situarse estratégicamente en ese “nicho de mercado” en un marco tan disputado como el de Internet. En este sentido, hemos concebido los dos instrumentos arriba citados como una magnífica oportunidad de negocio para posicionarnos en ese saturado “mercado persa” que representa Internet, adelantándonos a otras posibles iniciativas y ocupando un sector o cuota de mercado para que se nos considere como el sitio de referencia en el que poder consultar todos los recursos informativos que tienen que ver con el panorama literario local. La sección Huelva literaria se configura como una especie de agenda de recursos con información detallada sobre librerías y bibliotecas en Huelva y provincia, tertulias y asociaciones literarias, certámenes y premios literarios, etc.
- Hemos perseguido en todo momento la promoción del libro y de la lectura, considerando que tenemos que saber mantener la razón de ser de la biblioteca, que se define como la casa de los libros y, por ende, de los autores que los escribieron. De ahí el gran esfuerzo desarrollado en la creación de la denominada Guía online de autores onubenses¹⁵. Además, como biblioteca provincial, estamos a cargo del patrimonio bibliográfico local procedente del negociado de depósito legal. Esa función explica y fundamenta nuestra apuesta por la proyección de los escritores locales mediante la generación de contenidos informativos específicos en la Red¹⁶.
- Esta guía consiste en un conjunto de fichas bibliográficas que persiguen un doble objetivo, por un lado la difusión de esos autores entre el público en general, dándolos a conocer a través de Internet, lo que, al mismo tiempo, puede suponer un activo estratégico para el posicionamiento y la visibilidad en Internet de nuestra propia biblioteca. Son 82 los autores recogidos hasta el momento con obra publicada, todos ellos en principio jóvenes aunque otros no tan jóvenes, y que reflejan la existencia de un activo panorama literario en la provincia de Huelva. Nuestras fuentes de información han sido las propias portadillas de los libros que escribieron, e Internet, ese amigo indiscreto que a veces todo lo cuenta; amén de los propios autores, entre los que ha despertado un enorme interés este proyecto, colaborando en algunos

⁴ Tal como concreta la Instrucción 2006/2 del Fiscal General del Estado, al respecto de la Ley de Protección Jurídica del Menor, de enero de 1996, se permite la difusión de este tipo de imágenes siempre que no conlleven ningún tipo de connotación negativa y especialmente cuando se trate de informaciones relativas al mundo infantil que transmitan valores positivos.

⁵ Las noticias activas se pueden localizar en: <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bphuelva/herramientas/noticias.html> Mientras que el archivo histórico de las editadas en 2006 se viene recogiendo dentro de la sección “Sabías qué” de nuestra Revista Digital, instituida ya con una periodicidad anual: <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/activbiblio/revistaDigital01-07/sabiasQue.html>

⁶ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/activbiblio/agendames.html>

Decir que se publicaron un total de 233 eventos en la Agenda Cultural durante el 2006, cifra muy superior a los 137 del año anterior

⁷ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/infgeneral/biblioprensa.html> La prensa local se hizo eco un total de 202 ocasiones de actividades y noticias relacionadas con la biblioteca. Por el contrario 47 fueron las noticias que se registraron en el 2005

⁸ Hasta la fecha solo hemos elaborado el dedicado al Trienio Zenobia-Juan Ramón http://www.juntadeandalucia.es/cultura/opencms/export/bibliotecas/bibhuelva/noticias/detalle_noticia_12663.html

⁹ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/infgeneral/histbiblio.html>

¹⁰ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/infgeneral/proy.html>

¹¹ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/infgeneral/estadist.html>

¹² <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/servnlinea/boletines.html>

¹³ Esta es una de esas técnicas que más pueden ayudar a fidelizar clientes, tal como se recoge en: Verónica M. “Técnicas para fidelizar visitas”, en La Webera : una tortilla de consejos útiles para tu Web, http://www.lawebera.es/promocionar/fidelizar_visitas2.php

¹⁴ http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/servnlinea/bolinf/bol_adu.html

¹⁵ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bibhuelva/infmloca/guiacompletadeautores.html>

¹⁶ A nivel regional, habría que citar el recurso puesto en marcha por el Pacto Andaluz por el Libro, fruto del acuerdo suscrito por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía con otras administraciones y organizaciones: Escritores en la Red, <http://www.escritoresenlared.com/>, una base de datos en la que se busca la implicación de los propios autores en la generación de los contenidos.

casos estrechamente en alimentar la información sobre ellos vertida, y creando una incipiente comunidad virtual de usuarios en este sentido.

- En la estructura interna de esas fichas también podemos detectar una 2ª función más enfocada a la investigación y a la crítica literaria, al incluir con un afán de exhaustividad las referencias a páginas que podemos rastrear en la web sobre los autores objeto de estudio. El ámbito reducido de ese elenco de escritores nos permite acometer un esfuerzo de estas características. El resultado final es una especie de repositorio digital de una información muchas veces amenazada por la volatilidad de las páginas web y los enlaces URL que las direccionan. Consideramos que puede ser un ejemplo de buena práctica que podrían seguir otras bibliotecas para contribuir a una de nuestras funciones básicas, que es la de generar contenidos informativos de interés local.
- Nuestra Revista Digital se conforma como una especie de portavoz u órgano de expresión de la biblioteca, y también como el espacio donde se facilita el protagonismo de nuestros usuarios. Además, al tener un carácter periódico se constituye como un fidedigno archivo de nuestro historial de actividades.
- Y por último, y como el producto de mayor valor añadido que puede ofrecer nuestra sede web, se encuentra el acceso a nuestro Catálogo Online, que en nuestro caso además se trata de un catálogo cooperativo en red que aglutina los fondos de 574 bibliotecas de toda Andalucía, integra más de 1.000.000 de títulos, y pone a disposición de 916.000 andaluces que se han hecho socios de alguna de las bibliotecas de esta red, 4.500.000 de ejemplares. Un OpacWeb, además, que integra todas las funcionalidades de los SIGB de última generación: gestión de reservas, sugerencias de compra, renovaciones de préstamos. Servicios avanzados que permiten interactuar con el usuario a través de la Red, sin la presencia del mismo en la biblioteca y proporcionándole servicios remotos personalizados. Si bien, todavía se encuentra lejos de convertirse en ese nuevo modelo de Opac social que podría implementarse en el ámbito de la web 2.0¹⁷.

Inconvenientes del modelo actual (debilidades y amenazas).

En cuanto a los inconvenientes, a los que se enfrenta una biblioteca como la nuestra que sigue un modelo de web institucional, caben citar los siguientes:

- Obligación de estar dentro de la sede web de la institución en la que se incardina orgánicamente

(ayuntamiento o consejería). Estas sedes institucionales presentan una estructura demasiado administrativa y jerarquizada, en la que la biblioteca viene referenciada como un servicio más, y ello condiciona la visibilidad de la biblioteca tanto a nivel formal como de la arquitectura de la información, prevaleciendo los criterios de identidad corporativa de la institución superior.

- En nuestro caso, el encorsetamiento que se manifiesta en el propio dominio que etiqueta y publicita nuestra dirección en Internet: excesivamente largo y poco amigable.
- Imposibilidad de actuar de manera independiente y ágil, como pueden ser las limitaciones a la hora de implantar nuevos servicios que no se encuentren disponibles en los servidores de la propia Consejería, ya que el uso de “hosting” o páginas externas rompe con la filosofía de desarrollo de nuestra Consejería. Así, las nuevas herramientas del llamado software social (blogs, sindicación de contenidos, agregadores de noticias, etiquetado social), no están operativas en nuestro modelo de página portal, por lo que estamos lejos todavía de convertirnos en esa nueva biblioteca considerada como un usuario más de la web 2.0. Y nuestro verdadero problema es la falta de respuesta, por parte del Departamento responsable de la web pública de nuestra Consejería, a las demandas de mejora que planteamos.

Análisis de la audiencia y nicho de mercado: ¿Quiénes son los clientes potenciales de nuestra web y qué es lo que más les puede interesar?

No podemos olvidar que estamos hablando de una web institucional que representa a un servicio de proximidad a la ciudadanía. Así, en primer lugar, nos debemos a nuestros usuarios presenciales y también a los denominados no usuarios de nuestra biblioteca física, esto es, usuarios potenciales que se localizan dentro del radio de acción de la comunidad a la que servimos, pero que no conocen o no visitan nuestro edificio. Y en un segundo término, pero no por ello menos importante, nuestros contenidos pueden tener un gran atractivo para el usuario web externo. Estos segundos internautas difícilmente pisarán nuestra biblioteca física, pero para ellos puede ser de gran utilidad toda esa información elaborada por nosotros y que tiene que ver con lo local, especialmente en el caso de la Guía online de autores onubenses o la publicidad que llevamos a cabo de los certámenes literarios que se convocan en el ámbito de nuestra provincia.

Además, para fidelizar a nuestros clientes web hay que ofrecerles contenidos de calidad y en constante renovación, ya que de lo contrario el usuario ya ha visto lo que hay y no volverá a visitarla. Hacer visibles

las novedades, presentándolas en un primer nivel es una buena estrategia; en nuestro caso esas novedades principales se dan a conocer a través del tablón de anuncios de la portada. Otra de las técnicas más adecuadas para fidelizar usuarios es el boletín informativo ya comentado, aunque actualmente se considera mucho más práctico que sea el propio usuario el que tenga la posibilidad de suscribirse a una fuente de sindicación, debido a que cada vez se muestran más reacios a apuntarse a un boletín de noticias¹⁸.

¿Y con todo este esfuerzo, qué resultados obtenemos?

Es básico poder conocer cuáles son las páginas más visitadas y en función de los resultados seguir o no creando contenido, cuál es el porcentaje de abandonos en la página de acceso (señal de que no les interesa lo que ven), el número de páginas visitadas por usuario, el tiempo que permanecen en la web, etc¹⁹.

La nuestra mantiene una posición de preeminencia respecto al resto de sedes web de bibliotecas homólogas a la nuestra dentro de nuestra Comunidad, y somos la que cosechamos un mayor número de accesos por parte de los usuarios web:

Número de visitas a la Web:

Almería	15.475	Huelva	22.443
Cádiz	14.476	Jaén	10.303
Córdoba	11.620	Málaga	15.704
Granada	13.718	Sevilla	20.009

¹⁷ Margaix-Arnal, Dídac (2007)

¹⁸ "Sindicación web". En: Wikipedia : la enciclopedia libre. [Consulta: 9 septiembre 2007]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Sindicaci3n_web

¹⁹ Verónica M. "Analiza tu audiencia. Clave de éxito en la Web", en La Webbera : una tortilla de consejos útiles para tu Web, <http://www.lawebbera.es/de0/audiencia.php>. Y sin embargo nos encontramos con sorpresas; por ejemplo, una de nuestras secciones más visitadas es la de flamenco, a la que por cierto hemos prestado poca o escasa atención desde su creación. Dicha página no ha sido especialmente considerada dentro de nuestro universo de interés, puesto que se trata únicamente de enlaces que redireccionan a páginas externas. Y es que, para nosotros, la generación de contenidos en este campo no es prioritaria, a diferencia de la estrategia que seguimos con nuestros autores locales, ya que existen otras páginas mucho más enfocadas a ello.

²⁰ "La web de Huelva, la más visitada de las bibliotecas de Andalucía", en Odiel Información, 17-07-2007 http://www.juntadeandalucia.es/cultura/opencms/export/download/bibhuelva/ODI20070717_0013.pdf

²¹ Fernando Juárez Urquijo "Un problema de desconocimiento," en Jorge Serrano Cobos: Web 2.0 en las bibliotecas: el concepto Library 2.0, Thinkipi [<http://www.thinkepi.net/repositorio/web-20-en-las-bibliotecas-el-concepto-library-20/>]

²² La fiebre bloguera también ha llegado a nuestra biblioteca, pero por el momento ha quedado más en deseo que en realidad: "La mar de libros: otro maldito blog sobre una biblioteca" Disponible en: <http://valleriego.wordpress.com/> Se trata de un experimento fruto de un trabajo de curso organizado por la Asociación Andaluza de Documentalistas al que tuvimos la oportunidad de asistir, e impartido por Jorge Serrano Cobos en marzo de 2007

Indicar también que en el primer semestre de 2007 hemos estado muy cerca de alcanzar el total de visitas efectuadas a nuestra página durante todo el 2006, año en que se sumaron un total de 22.443 visitas²⁰. Nuestros usuarios online van creciendo de una manera significativa y ya casi representan el 10 % de nuestros usuarios presenciales.

Y ahora la web 2.0 ¿Cuál es el papel que puede jugar la denominada web 2.0 en el futuro de los servicios que pueden ofrecer nuestras bibliotecas a través de Internet?

En este sentido, el modelo del portal bibliotecario que en la actualidad representamos difiere del modelo participativo y creativo 2.0, y que se basa en la idea de utilización de la plataforma o aplicación web como un medio en el que es el usuario quien, finalmente, crea los contenidos. Coincido plenamente con las palabras de mi colega Fernando Juárez Urquijo²¹ cuando habla de un problema de desconocimiento de las nuevas herramientas de la web social entre los profesionales de las bibliotecas. Primero tenemos que convertirnos en usuarios en nuestro ámbito personal, jugar con ellas, para poder ofrecerlas y utilizarlas en nuestro ámbito de trabajo. Y sobre todo también coincido en que muchas de nuestras administraciones, especialmente las más grandes y con una estructura más rígida, se muestran muy remisas o lentas, a la hora de incorporar los nuevos entornos tecnológicos, mucho más flexibles, de la web 2.0.

Consideramos a nuestra sucursal virtual como una web excesivamente institucionalizada que responde a la filosofía de los portales bibliotecarios de la denominada web 1.0, donde la comunicación es casi en exclusiva unidireccional. Ello se manifiesta como una debilidad pero al mismo tiempo como una oportunidad de mejora futura. Así, la web 2.0 nos permite ofertar una serie de cauces mucho más participativos que el actual modelo que ofrecemos, y uno de los mejores ejemplos de los nuevos productos de la web 2.0 que podemos aplicar a nuestro campo profesional, son los blogs bibliotecarios. Comentar que dentro de esa nueva tendencia, también nuestra biblioteca ha iniciado sus primeras experiencias²². En nuestro caso, y teniendo en cuenta las limitaciones impuestas y la falta de tiempo que dedicarle, entendemos el posible blog de una biblioteca como la nuestra desde una doble estrategia:

a) Para reforzar nuestra visibilidad y posicionamiento dentro de los buscadores (tipo Google), al aumentar el número de enlaces que se dirigen a nuestras páginas. Así, se puede trabajar en paralelo, y concebir el blog como una especie de espejo de la web institucional de la que extraemos noticias de interés informativo y las "duplicamos" en este canal social mucho más flexible; en definitiva una especie de nicho de enlaces que incrementaría el page rank de la página principal en el motor de búsqueda de google,

y sin que llegue a ser una técnica masiva que nos pueda provocar una penalización por parte del buscador.

b) Ofrecer un cauce tecnológicamente más apropiado para favorecer la participación de nuestras micro-audiencias. Ejemplo de ello pueden ser los posts sobre lecturas que se llevan a cabo en las reuniones de los clubes de lectura y los comentarios asociados que pueden subir los propios miembros de esos clubes, o bien recomendaciones de libros por parte de la propia biblioteca a partir de su boletín de novedades.

Una gran cantidad de blogs han surgido recientemente en nuestro ámbito profesional²³, y muchos de ellos han sido ideados como herramientas de marketing y promoción de los servicios de la biblioteca, o bien para invitar a la participación de los usuarios. Y sin embargo, en muchos de estos blogs que mejor ejemplifican el modelo de biblioteca 2.0, se observa, por el momento, una falta notable de comentarios por parte de esa comunidad de usuarios a los que en teoría van dirigidos, lo que hace que todo ese esfuerzo se quede tan solo en un ejercicio de cara a la galería.

En nuestro caso, otros tímidos intentos de aproximación a esa web social o 2.0 sería, por ejemplo, la integración de un sistema de encuestas tipo formulario, que permita algún tipo de interactividad por parte del usuario web que nos visita. Se trata de un reclamo más a través del cual se puede solicitar su opinión sobre un determinado servicio, o sondearles acerca de sus gustos y aficiones. No estamos hablando de encuestas de tipo académico con fines de investigación, sino más bien de propuestas enfocadas para fomentar la participación y reforzar el protagonismo de nuestros usuarios. Esta es una funcionalidad en la que todavía estamos trabajando, y por lo tanto se plantea como una oportunidad de cara al futuro.

También en el terreno de la web social, se podrán destacar nuestros esfuerzos por colaborar con la Wikipedia, al convertir a la propia biblioteca en redactora de esta enciclopedia libre en Internet y en objeto de estudio dentro de la misma. Nos hemos encargado de la edición de un artículo sobre nuestra propia biblioteca, entendiendo que ello ayudará a dar mayor visibilidad a centros culturales como el nuestro en Internet²⁴. Además también estamos volcando parte de nuestros contenidos de interés local, como la Guía online de autores onubenses, en dicha enciclopedia²⁵.

Conclusiones: ¿Qué perspectivas se abren ahora?

Las bibliotecas públicas necesitamos hacernos un hueco en ese ya tupido mercado de la generación de contenidos web. La clave del éxito es centrarnos en nuestros usuarios y que puedan interactuar con la información que alberga la sede web de la biblioteca o sentirse protagonistas de la misma. Además, Internet es un laberinto lleno de habitaciones oscuras,

de cuartos sin abrir; páginas web inútiles porque no se visitan. Las páginas Web de muchas de nuestras bibliotecas, después de horas de esfuerzo por parte de los bibliotecarios, pueden convertirse en habitaciones cuyas puertas nunca serán abiertas. El reto para nosotros, los bibliotecarios, es saber dotar a nuestras sedes web con contenidos atractivos y útiles. Los contenidos derivados a lo local, a la información más cercana a nuestros usuarios directos y potenciales será la clave del éxito. Los nuevos entornos tecnológicos de la web 2.0 juegan con ventaja en este sentido.

A pesar del fructífero camino recorrido, no podemos dejar de tener la sensación de que, de alguna manera, llegamos tarde a los avances tecnológicos. Cuando apenas nuestras bibliotecas comienzan a contar con sus propias páginas o sedes web, los usuarios de Internet se encuentran muy por delante, en esa nueva realidad que se ha venido en llamar web 2.0.

Bibliografía

Gómez Gómez, Antonio Agustín. "Bibliotecas municipales e Internet : análisis de la situación en Andalucía" [en línea]. En: Bibliotecas municipales en Andalucía : El corazón de la cultura local (Dos Hermanas - Sevilla, 26-10-2005) Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/opencms/export/download/bibhuelva/bpm_andalucia.pdf> [Consulta: 30-08-2007]

Grupo de Trabajo Bases Tecnológicas para la Gestión y Cooperación Bibliotecaria. "Recomendaciones sobre los servicios que las bibliotecas públicas pueden ofrecer a través de Internet". [en línea] Ministerio de Cultura, 2007. Disponible en: <http://travesia.mcu.es/documentos/recomendaciones_internet_bp_022007.pdf> [Consulta: 30-08-2007]

Juárez Urquijo, Fernando. "La biblioteca pública, un usuario más de la Web 2.0". En: La Biblioteca Pública, espacio ciudadano. Actas del III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Murcia, 30, 31 de noviembre y 1 de diciembre de 2006. Madrid: MCU, Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, 2006, p: 442-452. Disponible en: <http://travesia.mcu.es/documentos/Congreso_3bp/actas_congreso3bp.pdf> [Consulta: 30-08-2007]

²³ Blogs de Biblioteconomía y Documentación en España: <http://sedioblog.wikispaces.com/blogsByd>

²⁴ Esta es una acción propuesta recientemente dentro de una de las listas profesionales más activas en nuestro país, IWETEL <http://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A2=ind0708E&L=iwetel&P=R4463&D=1&I=-3> y que desde nuestra biblioteca hemos secundado con enorme interés [http://es.wikipedia.org/wiki/Biblioteca_Pública_del_Estado_-_Biblioteca_Provincial_de_Huelva](http://es.wikipedia.org/wiki/Biblioteca_P%C3%BAblica_del_Estado_-_Biblioteca_Provincial_de_Huelva)

²⁵ Algunos ejemplos de esa wikificación pueden verse en entradas como: http://es.wikipedia.org/wiki/Juan_Drago o http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel_Garrido_Palacios. O bien, en otros artículos que vienen a reflejar el panorama literario de nuestra provincia: [http://es.wikipedia.org/wiki/Asociación_Literaria_Huebra](http://es.wikipedia.org/wiki/Asociaci%C3%B3n_Literaria_Huebra). En definitiva, con este tipo de estrategias también conseguimos cosechar un mayor número de enlaces que apunten a nuestra página oficial y generar tráfico hacia nuestro sitio Web.

Margaix Arnal, Didac. "El OPAC Social, el catálogo en la Biblioteca 2.0. Aplicación y posibilidades en las bibliotecas universitarias". En: 10as Jornadas Españolas de Documentación : Fesabid 2007. Santiago de Compostela: Fesabid, 2007. p: 199-205. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/archive/00011103/01/final-opac-social.pdf>> [Consulta: 30-08-2007]

Moreno Mulas, M. A. "Bibliotecas blogueras: construyendo espacios de diálogo, creación y aprendizaje". En: La Biblioteca Pública, espacio ciudadano. Actas del III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Murcia, 30, 31 de noviembre y 1 de diciembre de 2006. Madrid: MCU, Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, 2006, p: 453-460. Disponible en: <http://travesia.mcu.es/documentos/Congreso_3bp/actas_congreso3bp.pdf> [Consulta: 30-08-2007]