



CRUE

CAU

Conferencia de Archiveros
de las Universidades Españolas

2010

ARCHIVOS Y WEB 2.0

APROXIMACIÓN Y EXPERIENCIAS



**GRUPO DE TRABAJO
SOBRE DIFUSIÓN DE
LOS ARCHIVOS A
TRAVÉS DE LA WEB 2.0**

SUMARIO

1. PRESENTACIÓN.....	2
2. INTRODUCCIÓN.....	3
3. BLOGS	4
4. REDES SOCIALES PROFESIONALES.	12
5. DIFUSIÓN PROFESIONAL 2.0: DOCUMENEA....	21
6. WIKIS: ARCHIVOPEDIA.....	25
7. EXPERIENCIAS 2.0 EN ARCHIVOS UNIVERSITARIOS..	30
8. CONCLUSIONES.....	38
9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.....	40

1. PRESENTACIÓN

El grupo de trabajo Web 2.0 se crea durante las Jornadas de la CAU correspondientes al curso 2008/09 y lo conforman:

Yolanda Cagigas Ocejo

Directora del Archivo General de la Universidad de Navarra

Jorge Conde López

Responsable de Servicio de Archivo de la Universidad Francisco de Vitoria

María de los Ángeles Díez Rabadán

Jefa de Sección de Archivo Histórico del Archivo Universitario de la Universidad de Valladolid

Pilar Gil García

Directora del Archivo Universitario de la Universidad de Castilla-La Mancha

Santiago B. Gutiérrez Martínez

Jefe del Archivo Universitario y Registro de la Universidad de Alcalá

Rodrigo de Luz Carretero (Coord.)

Ayte. del Archivo de la Universidad CEU San Pablo (Fundación CEU San Pablo)

Maria Isabel Segura Molina

Jefa de Sección del Archivo Universitario de Murcia

2. INTRODUCCIÓN

En general se entiende por Web 2.0 aquella serie de aplicaciones y páginas cooperativas y bidireccionales que permiten la integración en un tejido social, es decir, una red de personas que pueden interactuar en base a intereses comunes.

La finalidad del presente informe es realizar una aproximación a este fenómeno desde una perspectiva estrictamente archivística con la finalidad de determinar su utilidad para la difusión de los archivos, sus fondos documentales y servicios, así como canal de captación y comunicación con los usuarios.

La metodología utilizada se concreta en la selección de algunas de las aplicaciones de la Web 2.0, que se han estimado más significativas, para su posterior análisis desde una doble perspectiva teórica y práctica:

Desde un punto de vista teórico, se han recopilado, en cada caso, los datos básicos que permiten conocer a grandes rasgos las aplicaciones web 2.0 seleccionadas con el fin de dotarles de cierto marco contextual que contribuyera a su mejor interpretación. En algunas de ellas, por ejemplo, las redes sociales y profesionales, este breve resumen teórico introductorio se ha omitido por considerarla de todo punto innecesario.

Desde un punto de vista práctico, se han incorporado al informe las propias experiencias de algunos de los miembros del grupo en relación con la Web 2.0, en concreto las del Archivo de la Universidad de Navarra y el Archivo General de la Fundación CEU San Pablo. Además, siempre que ha sido posible se han incluido los ejemplos de experiencias con aplicaciones Web 2.0 desarrolladas en el ámbito archivístico y documental que se han considerado de mayor interés y utilidad en cada uno de los casos.

El informe se estructura de acuerdo con los siguientes epígrafes:

- Blogs
- Redes sociales profesionales
- Difusión profesional 2.0
- Wikis
- Experiencias web 2.0

y se cierra con las correspondientes conclusiones y el listado de las fuentes utilizadas.

3. BLOGS

¿Qué es un blog?

Un blog, o en español también una [bitácora](#), es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El nombre *bitácora* está basado en los cuadernos de bitácora, cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje y que se guardaban en la bitácora. Aunque el nombre se ha popularizado en los últimos años a raíz de su utilización en diferentes ámbitos, el cuaderno de trabajo o bitácora ha sido utilizado desde siempre¹.

El término entra oficialmente en el *Oxford English Dictionary* en marzo del 2003, con la siguiente definición: “*Blogs contain daily musing about news, dating, marriage, divorce, children, politics in Middle East, or millions of other things or nothing at all*”². Este término inglés *blog* o *weblog* proviene de las palabras *web* y *log* ('log' en inglés = *diario*). El término *bitácora*, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en la web *on line*.

Los blogs se inscriben dentro de un fenómeno que se conoce como web 2.0. De hecho, Francisco Fernández Cuesta³ señala que son la punta del iceberg de la web 2.. Antes de que los blogs se hicieran populares, existían comunidades digitales como [USENET](#), [listas de correo electrónico](#) y [BBS](#).

Habitualmente, en cada artículo de un blog los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. No obstante es necesario precisar que ésta es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el autor del blog, pues las herramientas permiten diseñar blogs en los cuales no todos los internautas -o incluso ninguno- puedan participar.

¹ *Wikipedia* [recurso electrónico en línea] <http://es.wikipedia.org> [Fecha de consulta: 10/03/2010]

² Viola, Patrizia. “Espacio público y privado en la era de Internet : el caso de los blogs”. En *CIC : Cuadernos de Información y Comunicación*, 2008, p. 40. ISSN 1135-7991.

³ Fernández Cuesta, Francisco. Blog para archiveros y profesionales de archivos [recurso electrónico en línea]. Disponible en <http://www.slideshare.net/pacofernandez/blogs-para-archiveros-y-profesionales-de-los-archivos> [Fecha de consulta 22/03/2010]

Tipos de blogs

Según el formato que adopten preferentemente sus anotaciones, estos pueden ser de:

- **Texto:** blogs y microblogs.
- **Fotografía:** fotoblogs o fotologs.
- **Dibujo:** sketchblogs.
- **Sonido:** audioblogs, podcasts.
- **Vídeo:** videoblogs o vlogs.
- **Enlaces:** linklogs.
- **Mixtos:** tumbleblogs.

Según el dispositivo utilizado para publicar el contenido, estos pueden ser:

- **web:** weblogs.
- **dispositivos móviles:** moblogs, phoneblogs.

Elementos básicos de un blog ⁴

Los elementos básicos de un blog son los siguientes:

- **Comentarios:** Mediante un formulario se permite, a otros usuarios de la web, añadir comentarios a cada entrada, pudiéndose generar un debate alrededor de sus contenidos, además de cualquier otra información.

- **Enlaces:** Una particularidad que diferencia a los weblogs de los sitios de noticias es que las anotaciones suelen incluir múltiples enlaces a otras páginas web (no necesariamente weblogs) como referencias o para ampliar la información agregada. Y, además, la presencia, entre otros, de:

- Un enlace permanente (permalinks) en cada anotación, para que cualquiera pueda citarla.
- Un archivo de las anotaciones anteriores.

⁴ Wikipedia [recurso electrónico en línea] <http://es.wikipedia.org> [Fecha de consulta: 10/03/2010]

o Una lista de enlaces a otros weblogs seleccionados o recomendados por los autores, denominada habitualmente [blogroll](#).

- **Enlaces inversos:** En algunos casos las anotaciones o historias permiten que se les haga [trackback](#), un enlace inverso (o retroenlace) que permite, sobre todo, saber que alguien ha enlazado nuestra entrada, y avisar a otro weblog que estamos citando una de sus *entradas* o que se ha publicado un artículo relacionado. Todos los *trackbacks* aparecen automáticamente a continuación de la historia, junto con los comentarios, pero no siempre es así.

- **Fotografías y vídeos:** Es posible además agregar fotografías y vídeos a los blogs, a lo que se le ha llamado [fotoblogs](#) o [videoblogs](#) respectivamente.

- **Redifusión:** Otra característica de los weblogs es la multiplicidad de formatos en los que se publican. Aparte de HTML, suelen incluir algún medio para [redifundirlos](#), es decir, para poder leerlos mediante un programa que pueda incluir datos procedentes de muchos medios diferentes. Generalmente, para la redifusión, se usan [fuentes web](#) en formato [RSS](#) o [Atom](#).

Creación y alojamientos de blogs

José Luis Ántunez señala como servicios recomendados para crear rápida y gratuitamente blogs varias iniciativas líderes en el mercado que ofrecen alojamiento y publicación conjunta, al igual que hizo Blogger en 1999, herramienta símbolo y motor de la revolución que están llevando a cabo los blogs en la comunicación⁵. Son el citado Blogger, Movable Type, Word Press y Typepad.

En la blogosfera internacional actual las opciones si eres un usuario con conocimientos técnicos avanzados la dualidad es elegir **Movable Type** (de la compañía Six Apart) o **Wordpress** de la compañía Automattic, tal y como ocurrió en su día con las primeras herramientas de publicación como es el caso de Blogger o Movable Type. No obstante ambas compañías, lanzaron para usuarios no avanzados servicios en los que el software ya puede utilizarse on-line, por lo que el usuario solo tiene que ocuparse de publicar, incluye múltiples opciones, destaca Wordpress por su gratuidad.

⁵ Rojas Orduña, Octavio Isaac [coord.] *Web 2.0 : manual [no oficial] de uso*. Madrid : Esic, 2007.

En el ámbito nacional podemos señalar⁶:

- o **Blogia.com**: sistema gestionado por Blogia S.L., cuya aparición impulsó el censo de bitácoras de la comunidad hispana.
- o **Lacotelera.com**: creado en 2005 por la agencia española de consultoría y desarrollo web The Cocktail, este servicio está dirigido para usuarios sin grandes conocimientos técnicos pero con grandes exigencias.

Enemigos del correcto funcionamiento de un blog ⁷

Al igual que en los foros, los principales enemigos son el [spam](#), los [troles](#), y los [leechers](#). También suelen provocar problemas los [fake](#) (usuarios que se hacen pasar por otros usuarios); y algunos [usuarios títeres](#) (usuarios que se hacen pasar por varios y diferentes usuarios).

Aunque no son enemigos, los recién llegados (o [newbies](#)) pueden ocasionar problemas en el funcionamiento del blog al cometer errores; ya sea por no poder adaptarse rápidamente a la comunidad, o por no leer las reglas específicas que puede tener el blog en el que acaban de ingresar.

Otro problema es el de la lectura, producto del lenguaje usado por los [chaters](#).

¿Para qué sirve un blog?

Los blogs son una interesante y flexible herramienta de interacción que permite otras formas de publicar contenidos sin necesidad de ser un experto en informática. Representan un cambio en la comunicación y son por tanto una oportunidad y un desafío dejando a un lado la comunicación asimétrica a la que estamos acostumbrados.

Los blogs aprovechan la capacidad de colaboración que brinda Internet y la mayor facilidad a la hora del mantenimiento del sitio web, referido tanto al contenido como a su presentación gráfica, a diferencia de los portales. Un aspecto importante, es que con la creación de un blog, se crea una comunidad a tu alrededor, una comunidad de lectores y comentaristas que se interesarán por lo que se cuente en el mismo.

⁶ Rojas Orduña, Octavio Isaac [coord.] Op. cit.

⁷ Wikipedia [recurso electrónico en línea] <http://es.wikipedia.org> [Fecha de consulta: 10/03/2010]

Los blogs se pueden usar tanto con fines profesionales como personales, según Granieri. Se estima que el 40% de los blogs son públicos, el resto son blogs personales. David Sifry, fundador de Technorati y quizás el más importante buscador de blogs, estima que existen entre 60 y 70 millones de blogs en el mundo.

¿Qué utilidad tienen los blogs para los archivos y archiveros?

Los blogs al ser una herramienta de interacción, pueden ser muy útiles para los archivos y archiveros ya que facilitan la cooperación archivística. Según R. Alberch⁸ los blogs son de gran utilidad para los archivos pues facilitan la promoción de la imagen del mismo, la captación de usuarios, la formación de profesionales y usuarios, la articulación de los archivos con la sociedad civil y finalmente el uso intensivo de las nuevas tecnologías.

Para los archiveros los blogs constituyen una herramienta útil para la autoformación (tecnologías web), para el intercambio de información, conocimiento y experiencias, para el establecimiento de una red de contactos y para conseguir una visibilidad profesional.

Ejemplos de blogs especializados en archivos

Los siguientes ejemplos son una muestra de la aplicación de los blogs al mundo archivístico como:

- [Archivistica.net](http://www.archivistica.net)⁹ Noticias para archiveros. Nuevas tecnologías aplicadas a la archivística. Normalización de archivos. Archivos digitales.
- [Archivista - una mirada al mundo de los archivos](http://www.archivista.wordpress.com)¹⁰ Blog sobre archivística y todas las materias relacionadas con el ámbito de los archivos.
- [Archiveros Españoles de la Función Pública](http://www.archiverosefp.blogspot.com/)¹¹ Blog de la Asociación profesional destinada a agrupar a cuantos archiveros hayan accedido al servicio de las diferentes administraciones públicas y de los restantes organismos del sector público en

⁸ Fernández Cuesta, Francisco. *Blog para archiveros y profesionales de archivos* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://www.slideshare.net/pacofernandez/blogs-para-archiveros-y-profesionales-de-los-archivos> [Fecha de consulta 22/03/2010]

⁹ <http://www.archivistica.blogspot.com>

¹⁰ <http://archivista.wordpress.com>

¹¹ <http://archiverosefp.blogspot.com/>

España. Tiene por objeto fundamental promover el desarrollo profesional de sus asociados y el de los servicios a ellos encomendados, así como fomentar la defensa de los archivos públicos como garantes de la transparencia administrativa y de la defensa de los derechos ciudadanos.

Blogs de Archivos Universitarios Españoles

El mejor modo de ver la aplicación de los blogs en el ámbito archivístico y en particular en el panorama universitario es a través de ejemplos, a continuación se describen los siguientes:

- [Blog del Archivo de la Universidad de Granada](http://gfmaldonado.wordpress.com/2009/09/29/primeras-impressiones-sobre-el-curso/)¹². El objetivo de este blog es que sea una plataforma de difusión de los contenidos del Archivo de la Universidad de Granada, a la vez que una herramienta para establecer comunicación con sus usuarios y dar a conocer los proyectos que se están llevando a cabo. Para su creación han utilizado el software de Wordpress. El blog contiene una serie de entradas ordenadas cronológicamente, cuenta con enlaces a la página web del Archivo Universitario de Granada, a otros blogs (@rchivista, archiva_D@s, archivistita.net, archivologo, Archiveros Españoles de la Función Pública), permite la participación del usuario mediante el envío y publicación de comentarios. Posee entre otras funcionalidades la redifusión a través de canales RSS, y a Delicious, así como la clasificación por categorías, e incluye imágenes.



Blog del Archivo Universitario de Granada

¹² <http://gfmaldonado.wordpress.com/2009/09/29/primeras-impressiones-sobre-el-curso/>

- [Blog del Fondo Antiguo y del Archivo Histórico de la Universidad de Sevilla](http://fondoantiguo.blogspot.com/search/label/Archivo%20Hist%C3%B3rico%20de%20la%20Universidad%20de%20Sevilla)¹³. Este blog no es exclusivo del Archivo de la Universidad de Sevilla sino que es conjunto con la sección de Fondo Antiguo. El software utilizado en este caso es Blogger, contiene una serie de entradas y anotaciones ordenadas cronológicamente, incluye imágenes, permite el envío de comentarios por parte de los usuarios y suscripción al blog mediante el estándar de sindicación RSS, posee también la funcionalidad de la clasificación por categorías.



Blog del Fondo Antiguo y del Archivo Histórico de la Universidad de Sevilla

- **Blog de la Biblioteca y del Archivo de la Universidad Autónoma de Madrid**¹⁴

El blog de la Biblioteca y del Archivo de la Universidad Autónoma de Madrid “Canal Biblos” recoge las noticias e información que pueden resultar de utilidad para la comunidad universitaria. En cuanto a sus funcionalidades, permite la suscripción mediante RRS, envío de comentarios para los que han utilizado el formato Atom, enlaces a otros blogs de interés, y permite compartir la información a través de las redes sociales como Factbook, Delicious, Twister, MisterWong, Yahoo, Technorati, Menéame, y Google.



Blog de la Biblioteca y del Archivo de la Universidad Autónoma de Madrid

¹⁴ <http://canalbiblos.blogspot.com/2009/02/bienvenidos-al-canalbiblos-el-blog-de.html>

4. REDES SOCIALES PROFESIONALES.

Las redes sociales profesionales se han convertido en una de las muestras más interesantes de uso de la web en general y de la web 2.0 en particular. Lo que en principio se diseñó como una red de contactos entre antiguos compañeros de clase en centros universitarios ha derivado en una concatenación de contactos a nivel profesional que como todas las tecnologías ha tenido efectos no previstos. Aquí vamos a presentar brevemente tres plataformas: LinkedIn, Xing y la más reciente Buzz.

LINKEDIN ¹⁵

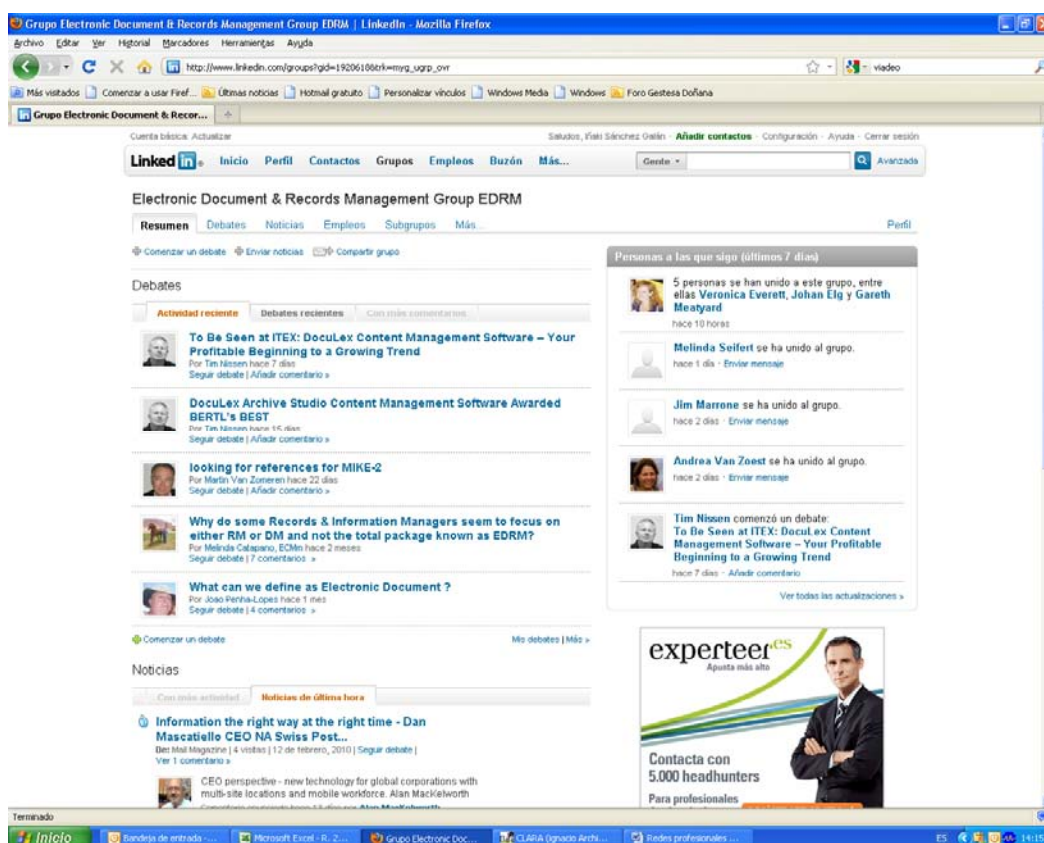
En líneas generales, estas herramientas están pensadas para el contacto personal, por lo que hay que pasar varios requisitos.

En primer lugar debemos darnos de alta, la mejor recomendación es que todas las informaciones sean ciertas, pero que no sean tan exhaustivas como para perder parte de la intimidad. Cuando rellenemos los formularios, debemos pensar en todo lo que queremos incluir para que nos encuentren en las búsquedas. Archivo, Archivero, Archivera, Gestión de documentos, serán datos a incluir con el fin de ser localizados, ya sean en descripción de trabajo, intereses o redes profesionales.

La inscripción es gratuita, pero para sacarle rendimiento hay que pagar una cuota, las empresas y profesionales normalmente pagan, porque en estas redes es fácil encontrar personas con experiencia profesional o que ofrecen sus servicios en consultoría o gestión, por lo que departamentos de recursos humanos están interesados en buscar soluciones de los *curricula vitae* que se presentan en estas herramientas.

Dentro del mundo archivístico es interesante encontrarse con profesionales del ámbito tanto público como privado, se pueden generar contactos de los cuales surge una relación para solucionar problemas, hacer preguntas o compartir experiencias. Por ejemplo, el siguiente grupo de LinkedIn: [Electronic Document & Records Management Group EDRM](#).

¹⁵ www.linkedin.com



"Electronic Document & Records Management Group EDRM" en LinkedIn

Profesionalmente es interesante estar dentro de estos grupos, es parecido a las listas de discusión o a los foros. El valor añadido está en el marketing personal, los miembros más activos en este terreno añaden sus logros u opiniones para que sean conocidos por el resto de las personas inscritas, digamos que este tipo de profesionales "se vende" bien y consiguen crear tendencias y opinión de tal forma como asistir a un congreso o publicar un artículo en una revista.

Otra aplicación es la ayuda profesional, buscar contactos directos en los que personas con cargos parecidos, en instituciones parecidas, en situaciones parecidas, concluyen soluciones que se pueden aplicar en tu entorno de trabajo. Es una sustitución al típico "Benchmarking", de tal forma que con un contacto directo puedes solucionar problemas o resolver consultas, es muy importante este tipo de retroalimentación. Lo más importante es que si hay presencia física-virtual en la red ofrezcas lo que sabes, para no compartir no interesa estar presente.

LinkedIn tiene varias secciones de trabajo, además de los grupos, pueden incluirse solicitudes de puestos de trabajo, muchas instituciones del ámbito anglosajón utilizan

estas herramientas para captar personal de otras empresas con experiencia, además de ofertar puestos de trabajo interesantes para todos los perfiles profesionales.

Otra opción es el seguimiento de preguntas y respuestas, dentro de áreas de interés, aunque algunas veces suelen ser bastante iniciáticas o de personas que quieren entrar en el mercado laboral más que de expertos propiamente dicho.

Y por último, algunas utilidades como quién ha visto mi perfil, la idea es la transparencia, cada vez que vemos el perfil de alguien queda en su historial y como contrapartida te podrá visitar, algunos opinan que viola en cierta medida tu intimidad, pero en este tipo de herramientas es lógica la contraprestación de “ser visto si quieres ver”.

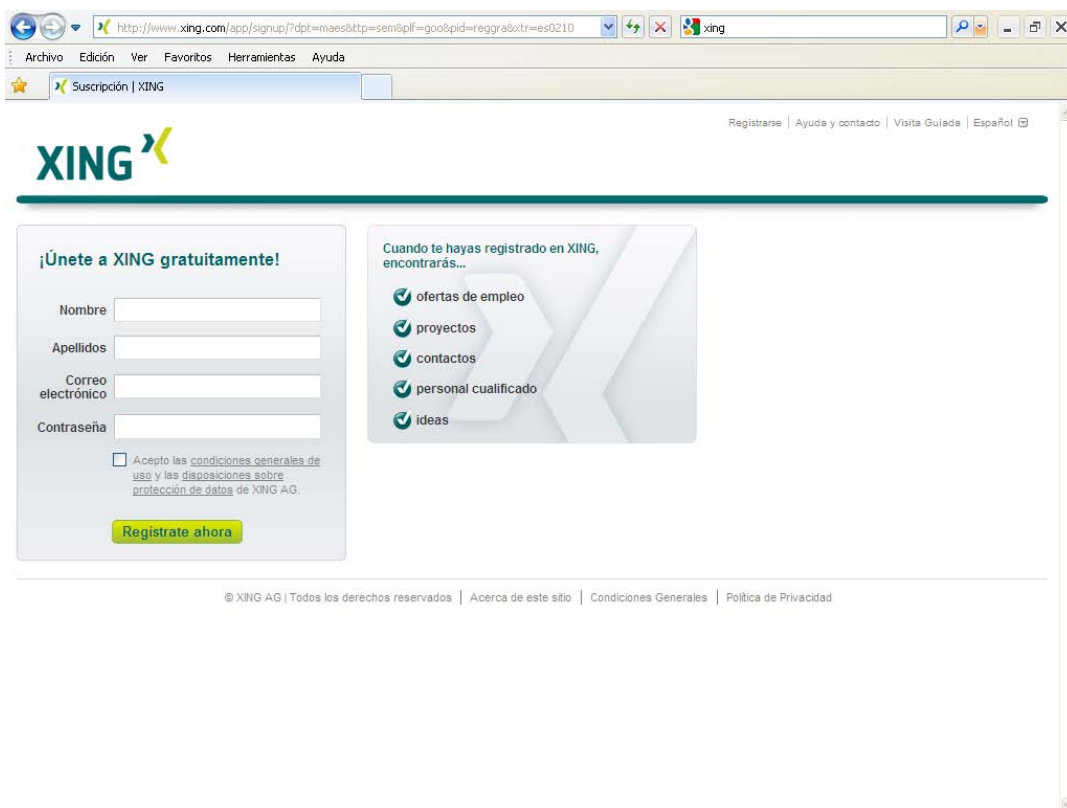
Finalmente, crear grupos, tener contactos, difundir entre compañeros el servicio y desempeño realizado, son parte del uso de estas herramientas, para sacarle partido lo mejor es crear un plan previo, ponerse en contacto con compañeros y que utilizarlo como plataforma en sustitución del correo electrónico o listas de distribución.

XING¹⁶

Como aparece en Wikipedia, [XING](http://www.xing.com) es una de las plataformas de networking más extendidas actualmente, con más de 8,3 millones de usuarios en el mundo, 1,08 de ellos de habla hispana.

Creada en 2003 en Alemania bajo el nombre de Open Business Club (Club abierto de negocios), pasó en 2006 a llamarse "XING", versión abreviada de *crossing* a menudo utilizada para señalar los *pedestrian crossings* o zonas peligrosas como *deer Xing*, *school Xing*. La idea básica compartida con otras redes de networking es construir una red de relaciones entre personas con intereses comunes respecto a empleo, servicios, o ideas.

¹⁶ www.xing.com



The screenshot shows the XING registration page in a web browser. The browser's address bar displays the URL: <http://www.xing.com/app/signup/?dpt=maes&http=sem&plf=goo&pid=reggra&xtr=es0210>. The browser's menu bar includes 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The browser's status bar shows 'Suscripción | XING'. The XING logo is prominently displayed at the top of the page. Below the logo, there is a registration form titled '¡Únete a XING gratuitamente!'. The form includes input fields for 'Nombre', 'Apellidos', 'Correo electrónico', and 'Contraseña'. Below these fields, there is a checkbox labeled 'Acepto las condiciones generales de uso y las disposiciones sobre protección de datos de XING AG.' and a yellow button labeled 'Regístrate ahora'. To the right of the form, there is a section titled 'Cuando te hayas registrado en XING, encontrarás...' which lists several benefits: 'ofertas de empleo', 'proyectos', 'contactos', 'personal cualificado', and 'ideas'. At the bottom of the page, there is a footer with the text '© XING AG | Todos los derechos reservados | Acerca de este sitio | Condiciones Generales | Política de Privacidad'.

Pantalla de registro de XING

XING ofrece una serie de aplicaciones para estar informado sobre novedades de un área concreta, organizar y participar en reuniones virtuales o publicar presentaciones.

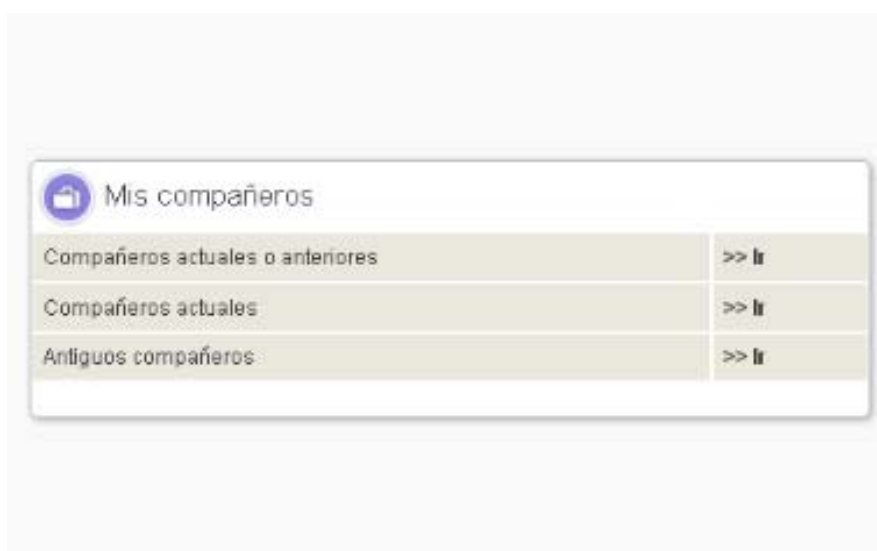
El usuario crea su perfil, elige personal, profesional o ambos, y puede publicarlo en diferentes idiomas; también da la posibilidad de que sea recuperable en Google. Además de los datos concretos de nombre, edad, profesión... -un currículum tradicional-, el usuario dice qué es lo que ofrece y qué es lo que busca en su contexto profesional. Tiene una versión Premium de pago que no incluye publicidad y da alguna prestación más, aunque la tendencia es a extender las posibilidades al usuario gratuito. Las relaciones o contactos bidireccionales deben ser aceptados por cada usuario.

La página de inicio puede personalizarse, y controlar de forma sencilla quien ha visitado el perfil, si ha tenido alguna oferta, etc.



Menú de personalización de la página de inicio en XING

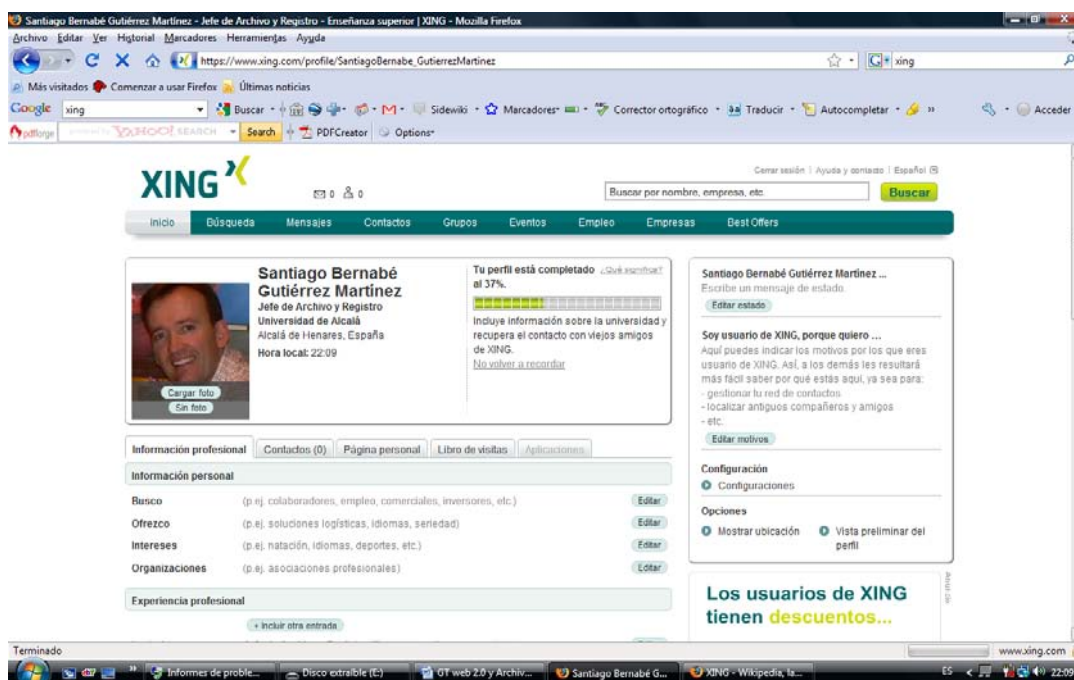
Los usuarios pueden comunicarse entre sí mediante mensajes de correo, sin necesidad de conocer sus mutuas direcciones.



Página de comunicación entre contactos de Xing

Se puede buscar por nombre, ciudad, sector, empresa, puesto, intereses, ofrece, busca o a partir de palabra. También filtrar los resultados, crear alertas y hacer búsquedas predefinidas.

Se puede crear los propios contactos, suscribirse a grupos. Además puede accederse desde dispositivos móviles como terminales de teléfono, PDAs, etc.



Página de perfil de usuario de XING

XING es útil para entrar en contacto con profesionales de un mismo área. Por ejemplo si buscamos “archiveros”, en febrero de 2010 salen 84, “archivera” da 110 resultados, 102 para “archivist”, y se puede filtrar la búsqueda por idioma y país en todo momento. Periódicamente envían al correo electrónico el “newsletter personal” con la estadística del perfil y novedades.

XING puede ser útil en los archivos para dar a conocer la organización de eventos como congresos nacionales e internacionales sobre archivística, ya que facilita el establecer contactos con profesionales de todo el mundo. También para la organización de grupos temáticos internacionales, en este caso de archiveros con situación o intereses semejantes.

Pero la difusión tal y como se entiende en nuestro ámbito profesional no tendría en nuestra opinión una herramienta demasiado útil en XING. No es un blog ni un chat que nos permita atender a nuestros usuarios o informar sobre nuestros servicios, simplemente un lugar donde dejar nuestra “tarjeta de visita” profesional, donde publicar nuestro currículum y buscar u ofrecer trabajo.

Google Buzz ¹⁷

Google Buzz es la nueva red social de [Google](#), para competir en el mercado con Facebook, Tuenti, Sonico, etc. Este servicio da la posibilidad a sus usuarios de realizar el intercambio de hipervínculos, fotos, videos y actualizaciones por medio de [Gmail](#), de forma que integra todos estos servicios que otras redes tienen desglosadas en un único producto. Su lanzamiento y puesta en funcionamiento ha sido el 9 de febrero de 2010.



Página de inicio de Google Buzz

Entre sus funciones generales destacan:

- Posibilidad de compartir tus ideas con todo el mundo o sólo con tus mejores amigos, garantizando de esa manera una segmentación de las posibles audiencias.
- Está integrado en la bandeja de entrada, con lo que los comentarios se envían directamente al correo electrónico para que no se pierda detalles de la conversación, posibilidad que Facebook no tiene al no tener su propia línea de correos electrónicos y depender de otros prestadores de ese servicio.
- Integra también los servicios de fotos que tiene Google, de manera que en cada publicación puedes ver miniaturas y fotos en pantalla completa.
- Importa directamente de Twitter, Picasa, Flickr y Google Reader, integrándolo todo en la misma bandeja de entrada, de manera que mejora notablemente la accesibilidad.
- Novedades en tiempo real. Las nuevas publicaciones y comentarios aparecen en cuanto se crean sin necesidad de actualizar la pantalla.

¹⁷ <http://www.google.com/buzz?hl=es>

- Google Buzz por medios automatizados selecciona las publicaciones que se ajustan a los intereses de los usuarios y descarta las que probablemente no leeríamos según nuestro perfil y necesidades.
- Ofrece la posibilidad de que Google buzz sea fácilmente accesible desde el navegador del teléfono.

Las aplicaciones de Google Buzz en los archivos universitarios pueden resumirse en:

- Posibilidad de compartir ideas, experiencias sobre herramientas de trabajo, organización del Archivo, innovaciones aplicadas, interna o externamente entre compañeros del Archivo, con Servicios relacionados de la Universidad, o con otras universidades o archivos de otras instituciones.
- Al depender de gmail puede ahorrar a las instituciones el mantenimiento de su propio servicio de correo electrónico.
- Posibilidades de intercambio de imágenes entre los diferentes archivos para contextualizar mejor cualquier explicación.
- Agilización de gestiones del mismo servicio de Archivo o con otros compañeros de otras secciones sin necesidad de utilizar el teléfono.
- Posibilidad de realizar las gestiones de préstamo documental, transferencias o consulta a través de formularios entregados vía correo, imágenes escaneadas, etc.
- Por medios automatizados selecciona las publicaciones de otros servicios de Archivos de los cuales queramos estar informados de manera preferente.



Archivos en Google Buzz

Google Buzz plantea ciertos problemas de privacidad; en varios foros se ha señalado que algunas acciones que Google Buzz hace por defecto pueden ser arriesgadas para la privacidad del usuario, como la elección automática del grupo de contactos, fallo en los sistemas de anonimato de los mensajes, publicación de información a veces delicada de forma pública y permitiendo que sea indexada por los buscadores, entre otros. Esto ha motivado varias demandas de organizaciones civiles, usuarios y gobiernos como el de Canadá, dado que se vulneran preceptos constitucionales y puede ser arriesgado para la seguridad de las empresas.

5. DIFUSIÓN PROFESIONAL 2.0: DocuMenea ¹⁸.

En el año 2006 aparece DocuMenea, concebido como un sistema de difusión social para las ciencias de la biblioteconomía y documentación, con el objetivo de lograr visibilidad en este campo y su divulgación entre los profesionales de la Archivística, el Periodismo y la Biblioteconomía y Documentación. Otros temas próximos son Internet y las nuevas tecnologías en el ámbito español y latinoamericano. Para los usuarios de habla hispana es de los más representativos.



The screenshot shows the DocuMenea website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'login', 'registrarse', and a search bar. Below this, there's a sidebar with links: 'enviar noticia', 'pendientes', 'figsona', and 'nótame'. The main content area has a yellow box stating 'Para enviar una historia debes ser un usuario registrado'. Below this, there's a section titled '¿Qué es documenea?' explaining the site's purpose. To the right, there's a login form with fields for 'usuario:' and 'clave:', a 'recuérdame:' checkbox, and a 'login' button. Below the login form, there's a link '¿Has olvidado la contraseña?'. At the bottom, there's a 'Regístrate ahora' button.

Pantalla de registro de DocuMenea

José Ramón Pérez-Agüera, Tomas Baiget, Francisco Tosete-Herranz, Javier Leiva Aguilera crearon DocuMenea, cuyo equipo lo forman además Mónica Caballo, Elea Gimenez-Toledo, Antonia Ferrer-Sapena, Javier Guallar, Enrique Orduña Malea, Silvia Redondo y Julian Marquina. El software se debe a Ricardo Galli. Programado en PHP y MySQL: software libre, con la licencia Affero General Public License compatible con la futura GPL. código abierto.

¹⁸ www.documenea.com

A esta web se envían noticias, información o comentarios que, una vez revisados y cuando reúnen los votos suficientes de los usuarios, pasan a difundirse en la página principal, si no permanecen en la cola de pendientes.

La promoción de noticias se realiza mediante “Menear noticias”, donde se encuentran las historias ordenadas por fecha. Cuando las noticias obtienen los votos suficientes pasan a formar parte de la página principal. Se tiene en cuenta también el “Karma”, coeficiente basado en el número de meneos y el valor del voto de los usuarios. El “Karma” personal se incrementará cuando se manden más noticias.

Para participar en DocuMenea solo hace falta registrarse; el registro se realiza por medio del envío de la historia. Los usuarios pueden:

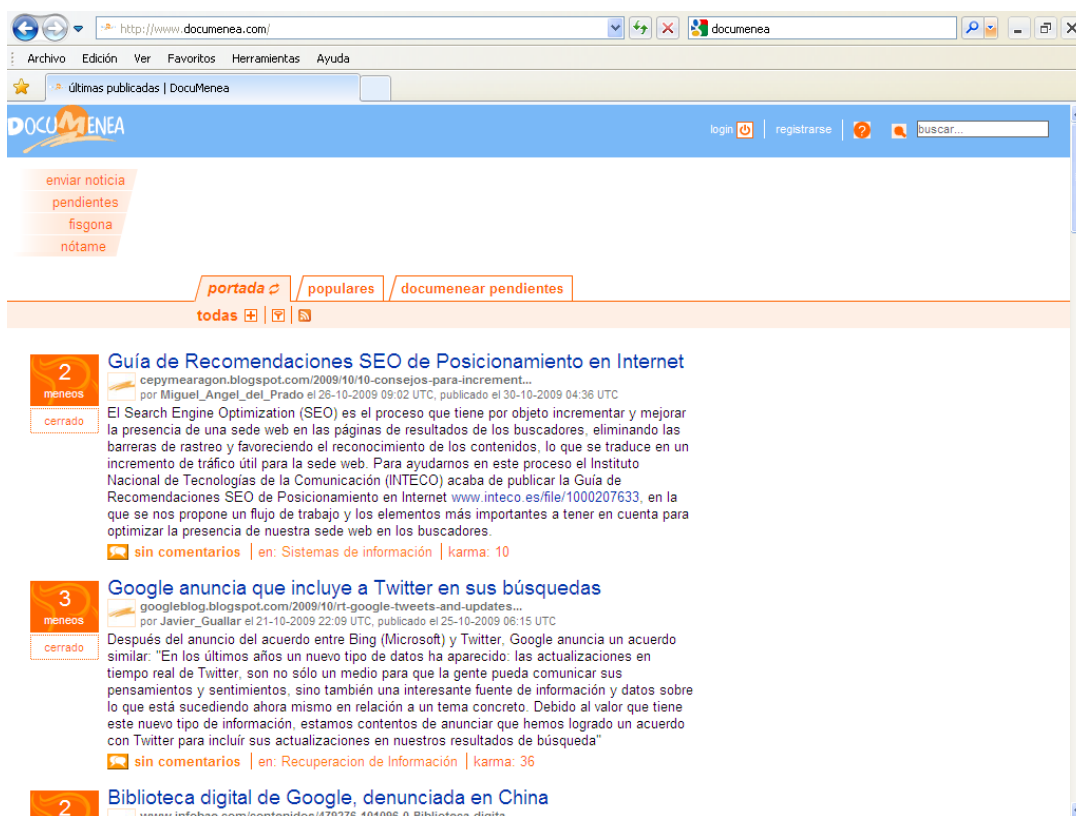
- **Mandar noticias:** Que se consideren importantes. Las noticias provienen principalmente de periódicos digitales, blogs y webs del área temática de biblioteconomía, documentación, Internet... En la actualidad las noticias son enviadas por un escaso número de personas.
- **Votar:** Son los llamados “Meneos”
- **Comentar:** El usuario puede valorar las noticias de manera positiva o negativa. Al mismo tiempo votar los comentarios más acertados.
- **Ver el perfil de usuario:** Permite el acceso a la información sobre cualquier usuario. Se puede asociar imagen.
- **Chatear:** Se puede chatear con más usuarios de Documenea. Con la “fisgona” se controla la actividad de DocuMenea en tiempo real.

Para mandar noticias y comentarios hay que estar registrado, pero no para votar. El voto del usuario registrado tiene más peso. Su objetivo es ampliar el número de usuarios, en los últimos meses con escasa participación.

Algunos ejemplos de noticias enviadas a DocuMenea en el año 2009 son:

- Justicia coloca clips a los expedientes para que no se pierdan. (Febrero) (11 Meneos)
- El principado de Asturias promueve un archivo digital con los papeles de la guerra. (Marzo) (12 Meneos)

- Nueva ley de Archivos incrementando las garantías de acceso público al patrimonio documental. (Mayo) (12 Meneos)
- Archivo del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) (Julio) (13 Meneos)
- Catalogación de los fondos del Archivo Naval de Ferrol. (Septiembre) (3 Meneos)
- Custodia de Archivos españoles bajo las montañas Rocosas de Utah (Septiembre) (3 Meneos)
- Creación del patronato del Archivo de Simancas. (Octubre) (3 Meneos)



Página de noticias de DocuMenea

En cuanto a la valoración, se considera que cumple el objetivo de la Web 2.0, conforme a los siguientes principios:

- **Compartir** con otros usuarios y profesionales del ámbito de la biblioteconomía y documentación las noticias que son de interés profesional.
- **Colaboración**: Permite colaborar con otros profesionales con similares objetivos.

- **Difusión:** De las noticias que se consideren de interés para este ámbito profesional. Se deben aportar noticias de calidad y no solo noticias de la propia institución.
- **Rapidez:** Es un canal ágil de divulgación.
- **Dinámico:** Permite una actualización de las noticias.
- **Participativo:** Los usuarios promocionan las noticias, las votan, comentan...
- **Finalidad:** Se puede utilizar con fines de visibilidad, publicidad, marketing de los Archivos.

6. WIKIS: ARCHIVOPEDIA.

¿Qué es una wiki?

El término “wiki” –rápido- es absolutamente significativo porque la sencillez y rapidez en su elaboración y funcionamiento son su principal característica. En definición de su creador, Ward Cunningham (1995, Portland Pattern Repository) los wiki, o “WikiWikiWeb”, como también se les denomina, son “la base de datos en línea más simple que pueda funcionar (the simplest online database that could possibly work)”¹⁹. En la definición que consta en la propia Wikipedia, un o una wiki es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del propio navegador²⁰.

El tamaño de las wikis no es significativo, puede variar y está en función de su carácter general o especializado, teniendo estas últimas unas dimensiones más reducidas. Al basarse en la tecnología web y el hipertexto, las wikis estructuran sus contenidos mediante enlaces entre las diferentes páginas que las forman.

Los usuarios de una wiki pueden crear, editar, borrar, modificar o actualizar los contenidos de la misma. En algunas wikis es preciso registrarse, en otras no. Como es fácil modificarlas, suelen tener sistemas de control de cambios que permiten verificar las actualizaciones realizadas y controlar los posibles actos de vandalismo del que pueden ser objeto, dada la facilidad que ofrecen en su uso. Periódicamente son noticia casos en los que se ha introducido, de forma deliberada, en alguna wiki información protegida por derechos de autor, no contrastada, incorrecta, o decididamente falsa; así como también hay casos en los que se ha borrado información. Frente a estos ataques se han ideado soluciones de diversa índole que van desde el control de los accesos a la protección de las páginas. Así por ejemplo Wikipedia bloquea la IP del usuario que ha realizado modificaciones falsas.

¹⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/wiki> [Fecha de la consulta: 09/03/2010]

²⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/wiki> [Fecha de la consulta: 09/03/2010]

Una explicación muy clara de lo que es una Wiki la tenemos en el vídeo que se enlaza a continuación:



¿Qué es un wiki? (Wikis in plain English) (Commoncraft 2007)²¹

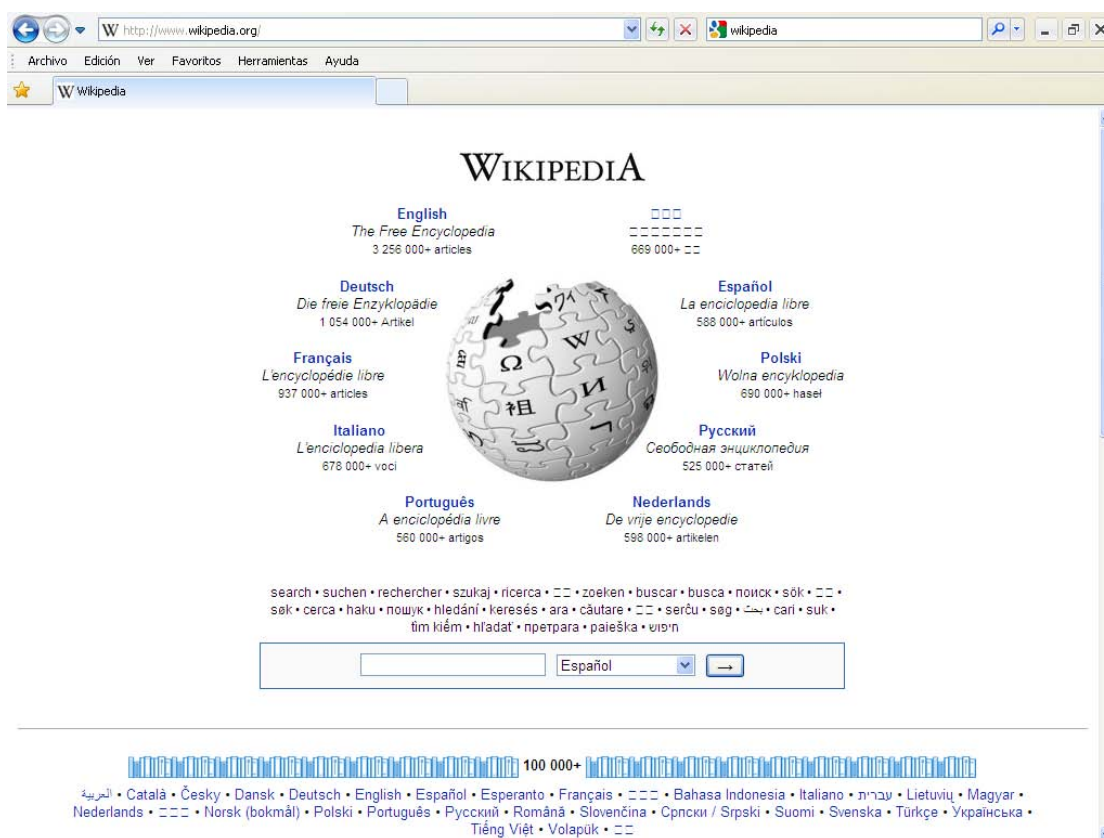
¿Para qué sirven las wikis?

Las wikis no pueden ser consideradas como un fin en sí mismas sino como un medio, una herramienta informática de trabajo colectivo, un auténtico sistema colaborativo al servicio de un conjunto de usuarios para la consecución de fines comunes de trabajo, coordinación, información, comunicación y difusión.

²¹ *¿Qué es un Wiki? (Wikis in plain English)* [recurso electrónico en línea] Commoncraft (2007) Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=iBKhuCAW9AM> [Fecha de consulta: 09/03/2010]

Aunque la más famosa de las experiencias desarrolladas hasta la fecha es la ya citada Wikipedia (Jimmy Wales y Larry Sanger. 2001) que se enmarca en la utilización de la wiki con una de sus finalidades más populares, como es la elaboración colectiva de enciclopedias, las wiki pueden ser y han sido utilizadas para otras finalidades centradas en la comunicación e intercambio de información corporativa, entre grupos de trabajo o colectivos profesionales.

Algunas utilidades de las wikis son la gestión del trabajo corporativo, en general; la gestión del conocimiento institucional; la gestión documental y de la información; la gestión de elaboración de proyectos; el mantenimiento de calendarios de trabajo y agenda de reuniones; la Wiki como canal de atención al cliente, como repositorio de documentación e información, o aplicada a la difusión y marketing de productos.



Página de inicio de WIKIPEDIA²²

²² <http://www.wikipedia.org/>

Finalmente, hay que mencionar que en el entorno de la Web 2.0 y en relación con las wikis, surge la denominada Wikinomía, que “se caracteriza por el papel activo que adquieren los prosumidores (productores y consumidores de forma simultánea) que se organizan en comunidades donde el contenido es elaborado, actualizado, intercambiado y compartido por los usuarios y sus redes sociales”²³

¿Qué utilidad tienen las wikis para los archivos y los archiveros?

Obviamente, las wikis, al ser una herramienta de trabajo en equipo serán útiles a los archiveros tanto en cuanto éstos estén organizados como tales y opten por utilizarlas para desarrollar proyectos y trabajos colectivos; es decir, se puede considerar como una herramienta al servicio de la cooperación archivística.

No hay ninguna finalidad específica de las wikis que se adapte al ámbito archivístico sino que son de aplicación general, con las mismas ventajas e inconvenientes que las observadas en otros ámbitos. Esto no quiere decir que no puedan existir wikis especializadas en archivos, ya que alguna existe como veremos más adelante.

Siguiendo en términos generales, las ventajas de utilizar las wikis se pueden concretar en la simplificación de las tareas, la reducción del tiempo invertido en realizarlas y el fomento de la participación. Todo ello desemboca en la mejora de la eficacia y la eficiencia en la gestión del trabajo a desarrollar, sea de la índole que sea.

ARCHIVOPEDIA: un ejemplo de wiki especializada en archivos ²⁴

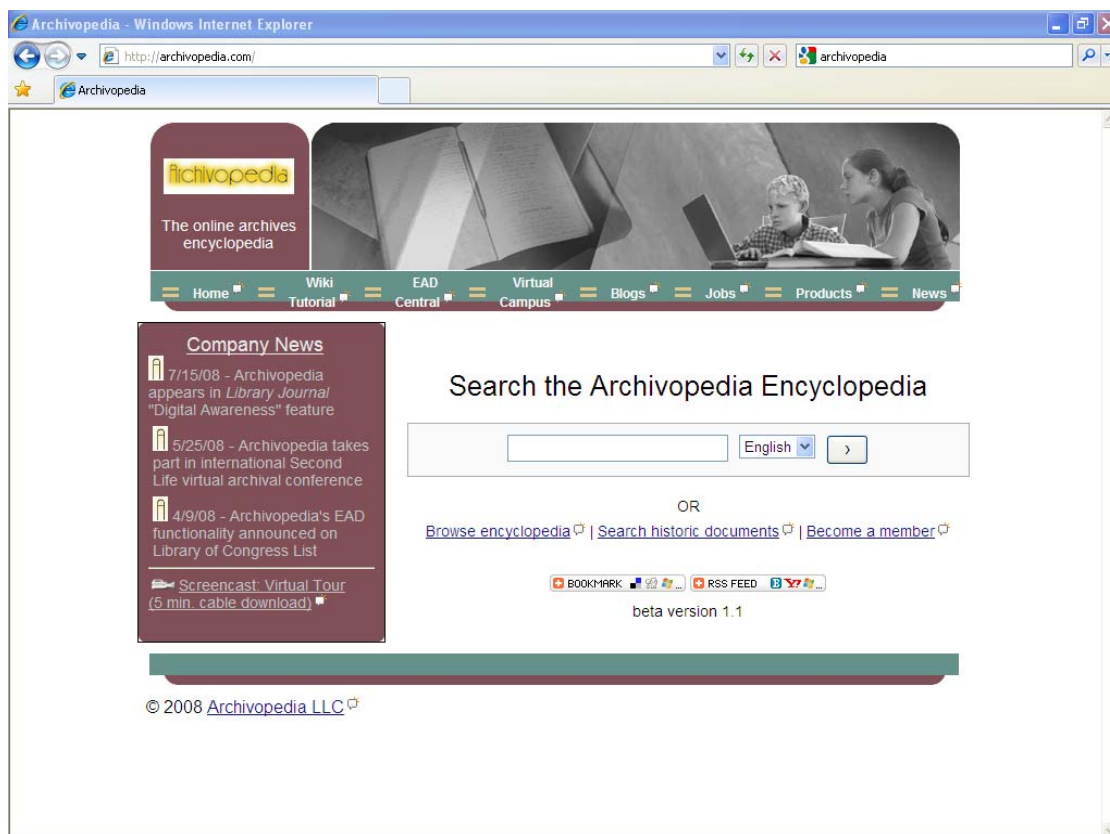
Quizá el mejor modo de ver la aplicación de las wikis al mucho archivístico sea poner un ejemplo. La wiki Archivopedia es una enciclopedia wiki especializada en fuentes y documentos primarios que está abierta a todas aquellas personas que deseen colaborar, si bien es preciso registrarse previamente. Además los colaboradores deben orientar sus contribuciones a la finalidad, contenidos y perfil de los usuarios de la wiki. En caso contrario, los contenidos fuera de contexto pueden ser borrados y, en casos extremos de mal uso de la wiki, las cuentas pueden ser bloqueadas.

²³ Maqueira, J.M. ; Bruque, S. Marketing 2.0. *El nuevo marketing en la web de las redes sociales*. 2009. ISBN 978-84-7897-912-7. p. 105.

²⁴ <http://archivopedia.com>

Además de las fuentes y documentos primarios Archivopedia recopila contenidos relacionados con la Archivística; la Biblioteconomía; la Preservación y las materias relacionadas con éstas: colecciones digitales; catálogos; artículos, etc.

Archivopedia incorpora, junto con los contenidos propiamente dichos, **otras** utilidades y canales colectivos de comunicación: índices de ayuda, wiki tutorial, chat, consulta de problemas, estadísticas de acceso, lista de tops, etc.



Página de inicio de la ARCHIVOPEDIA²⁵

²⁵ <http://archivopedia.com>

7. EXPERIENCIAS 2.0 EN ARCHIVOS UNIVERSITARIOS.

La experiencia del Archivo de la Universidad de Navarra: El blog para archiveros e investigadores sobre fondos personales, familiares y de empresa.

Nombre del blog

[Archivos Personales. Blog para archiveros e investigadores sobre fondos personales, familiares y de empresa](http://fondospersonales.blogspot.com)²⁶

Dirección

<http://fondospersonales.blogspot.com>

Herramienta

<https://www.blogger.com/start>

Fecha de creación

10 de octubre de 2008.

Objetivos

- Crear una comunidad de personas (archiveros e investigadores) en torno a un tema de interés común (fondos personales, familiares y de empresa).
- Conocerse entre todos los Archivos o instituciones que custodian fondos personales, familiares y de empresa.
- Intercambiar experiencias sobre las tareas archivísticas realizadas con fondos personales, familiares y de empresa.
- Facilitar a los investigadores una plataforma donde encontrar información sobre personales, familiares y de empresa y los Archivos que los custodian.

Entradas

Número: 79.

Tipo: Muy breves, informativas, con foto y enlaces.

²⁶ <http://fondospersonales.blogspot.com/>

Etiquetas

- Archivo o institución que custodia el fondo.
- Tipo de fondo.
- Tareas archivísticas u otras actividades.
- Nombre del fondo.

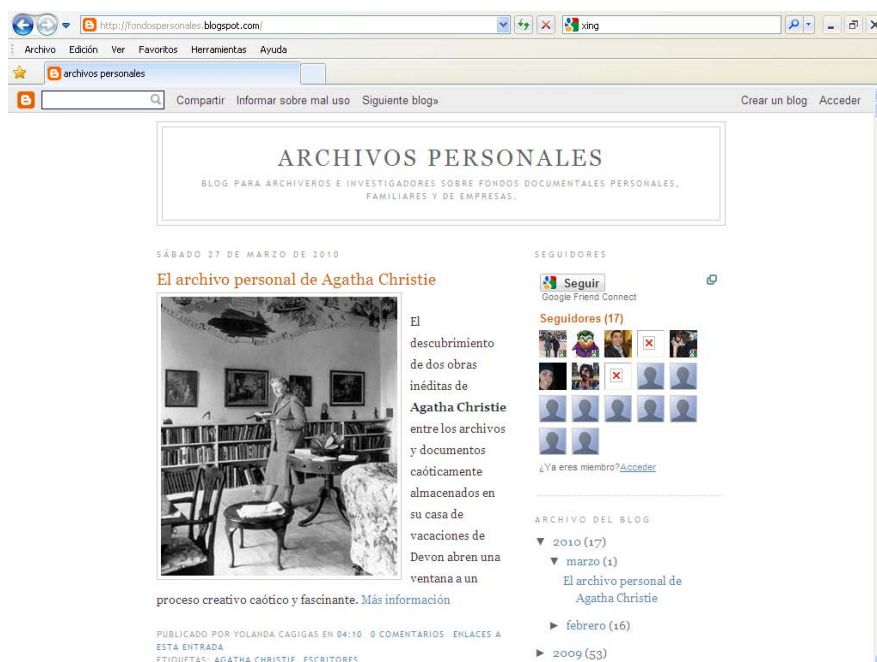
Difusión del blog

- Compartir las entradas en Facebook.
- Enlace en la web institucional.
- Seguidor de otros blog sobre archivos.

Valoración

Experiencia satisfactoria:

- Se ha contactado con otros Archivos y archiveros.
- Se ha comprobado que es un medio de difusión para atraer investigadores.
- Se ha logrado un buen posicionamiento en Google.



Web de Archivos Personales

La experiencia del Archivo General de la Fundación CEU San Pablo en FACEBOOK

Al comienzo del curso 2008/09 decidimos abrir un perfil de nuestro Archivo en la red social Facebook. Siguiendo la filosofía del archivero del Archivo General de la Administración Paco Fernández Cuesta, consideramos que “el archivo tiene que estar donde están los usuarios. Y si las redes sociales tienen tirón, pues habrá que aprovecharlo”²⁷.

Recién convertidos en Archivo General de la Fundación CEU San Pablo –anteriormente éramos Archivo General de la Universidad– consultamos con nuestro director la posibilidad de proyectarnos a través de Facebook y solicitamos un permiso digamos que provisional para realizar una primera toma de contacto experimental sin involucrar a la Fundación como Institución.

Elegimos Facebook entre otra redes sociales porque uno de los archiveros llevaba ya un tiempo familiarizado con dicho portal y porque era el de mayor número de participantes registrados. Aún así, tanteamos otras herramientas similares como Tuenti, Twitter, y otras complementarias especializadas en otro tipo de soportes como Flickr (Imagen fija), Youtube (video) o Myspace (sonido).

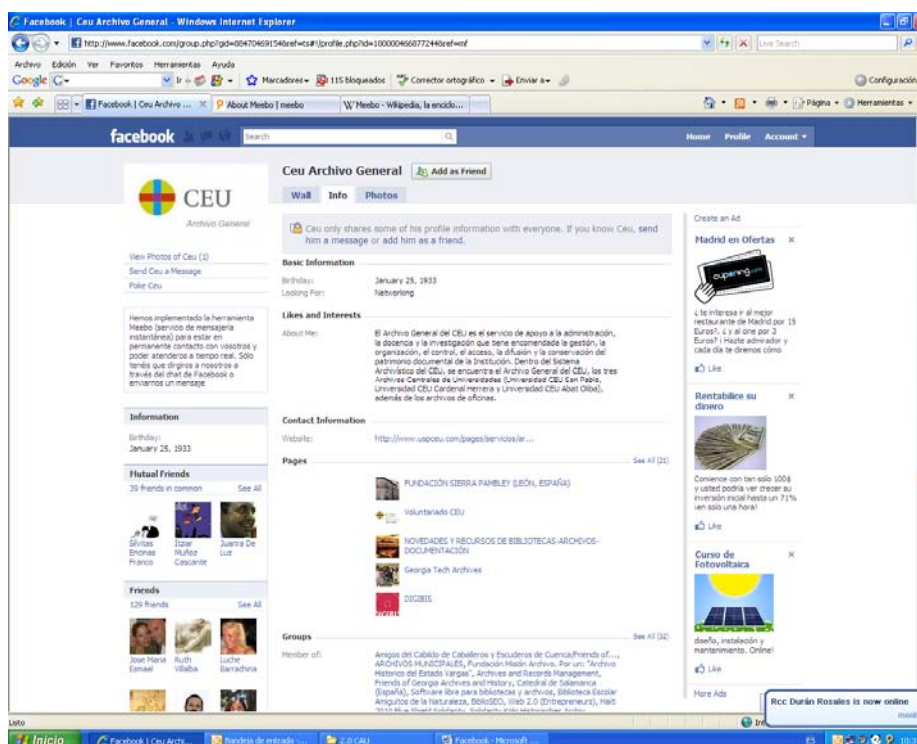
Además, nos motivó la experiencia llevada a cabo por la archivera australiana de Hobart and William Smith Colleges, Linda Clark Benedict, quién “ha integrado un widget de meebo -servicio de mensajería instantánea (IM) multicliente- en el sitio web del archivo para comunicarse en tiempo real con los usuarios no presenciales (o incluso con aquellos presenciales que por razón de una discapacidad, no puedan desplazarse cómodamente hasta el mostrador de la Sala de investigadores, o comunicarse oralmente con los archiveros”. En palabras de la archivera: *“I’m experimenting with Meebo on my Archives page. When I am here and at the computer it will show me as online and anyone who comes to the page can ask a question, or chat with me. They are private messages. (I’d love to hear from you.). I’ll let you know what I think. I may get overwhelmed and give it up, but somehow I doubt it”*²⁸.

²⁷ <http://archivista.wordpress.com/hacia-el-archivo-20/>

²⁸ <http://lcb48.wordpress.com/2007/12/20/meebo-on-the-archives-page/>

Facebook a día de hoy cuenta con cerca de 400 millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo, lo que lo sitúa a la cabeza de sus competidores convirtiéndolo en objeto de deseo por parte de empresas y negocios, si bien ha quedado patente la baja rentabilidad en contratos de publicidad detectada hasta la fecha. Orientada en un principio hacia los círculos universitarios, esta red ha trascendido lo académico dando lugar a un reflejo de la sociedad real actual en el plano virtual con sus personas físicas y jurídicas, empresas, tiendas, universidades, “granjas”, etc.

En tu cuenta vas sumando “amigos” -que pueden requerir tu amistad o cuya adhesión puedes tú mismo solicitar- y que, a partir del momento de su admisión, comienzan a interactuar contigo a través de las aplicaciones, fotos, mensajes en el muro, grupos y demás herramientas que compartáis, siempre dentro de los límites de seguridad y privacidad personalizados que apliques a sus perfiles. Todo se puede acotar: el acceso a las imágenes, a los mensajes del muro, a la información personal, etc.



*Página del perfil del Archivo General de la Fundación San Pablo CEU
(con ventana de avisos Meebo en el ángulo inferior derecho) ²⁹*

²⁹ <http://www.facebook.com/group.php?gid=88470469154>

Tres de los principales protagonistas en Facebook son las personas (people), las páginas (pages) y los grupos (groups), contando para todas las búsquedas con las opciones generales (todos los resultados, todos los tipos de grupos, todos los tipos de páginas, todos los subtipos, etc.) que se subdividen en una clasificación muy somera que, para las páginas, incluye el lugar, el producto, el servicio, tienda, restaurante, bar o club, organización, político, funcionario de Gobierno, sin ánimo de lucro, programa de televisión, película, juego, equipo deportivo, famoso o personaje público, músico o sitio Web y que, para los grupos, comprende las subcategorías: negocio, interés general, arte y entretenimiento, geografía, Internet y tecnología, sólo por diversión, música, organizaciones, deportes y ocio o grupos de estudiantes, con subdivisiones más específicas en algunos de los epígrafes.

Así que nos pusimos manos a la obra creando nuestro propio perfil. El primer problema que encontramos fue que, como institución formal (en este caso una Fundación docente) el sistema nos requería de entrada aceptar la cláusula *“Soy el representante oficial de esta persona, negocio, banda o producto y tengo el permiso de crear esta Página”*, por lo que optamos –al tratarse de una iniciativa propia del archivo– por crear un grupo del Archivo CEU desde mi propio perfil personal, con uno de los archiveros como administrador, dentro de la clasificación Grupos>Organizaciones>Sin Ánimo de Lucro, al tratarse de la Fundación San Pablo.

En seguida vimos que esta opción no resultaba operativa ya que la persona en cuestión quedaba expuesta de manera demasiado evidente como máximo responsable del contenido y mantenimiento de la página del grupo, así como de las posibles situaciones no deseadas perjudiciales para la Fundación que pudieran ocasionarse. Necesitábamos convertir nuestra presencia en Facebook en algo “impersonal”, institucional.

La solución consistió en crear un nuevo perfil con el logo y el nombre del grupo “CEU Archivo General”, mediante el truco de repartir dicho nombre entre los casilleros correspondientes a nombre y apellidos, evitando así tener que registrarnos como institución y permitiendo dar de baja a nuestro voluntario como administrador del grupo. De todas maneras contábamos con la aprobación de nuestro director en nombre de la Fundación que, eso sí, nos rogó que vigiláramos de manera especial los posibles perjuicios legales o de imagen que pudieran ocasionarse, los contenidos ofensivos o fuera de tono y los sabotajes de desaprensivos. La idea era funcionar con este sistema de manera provisional para, en un futuro y si la cosa funcionaba, involucrar a la Fundación y formalizar nuestra presencia en Facebook.

La primera impresión experimentada fue la disuasoria extensión y densidad de la letra pequeña del contrato, de las condiciones de privacidad y seguridad, etc. –que normalmente se pasan por alto–, cuya lectura resultaba imprescindible para configurar convenientemente nuestro perfil y nuestro grupo y para sacarle el mayor partido posible (tablón, volcado de imágenes, videos, importación de ficheros, etc.).



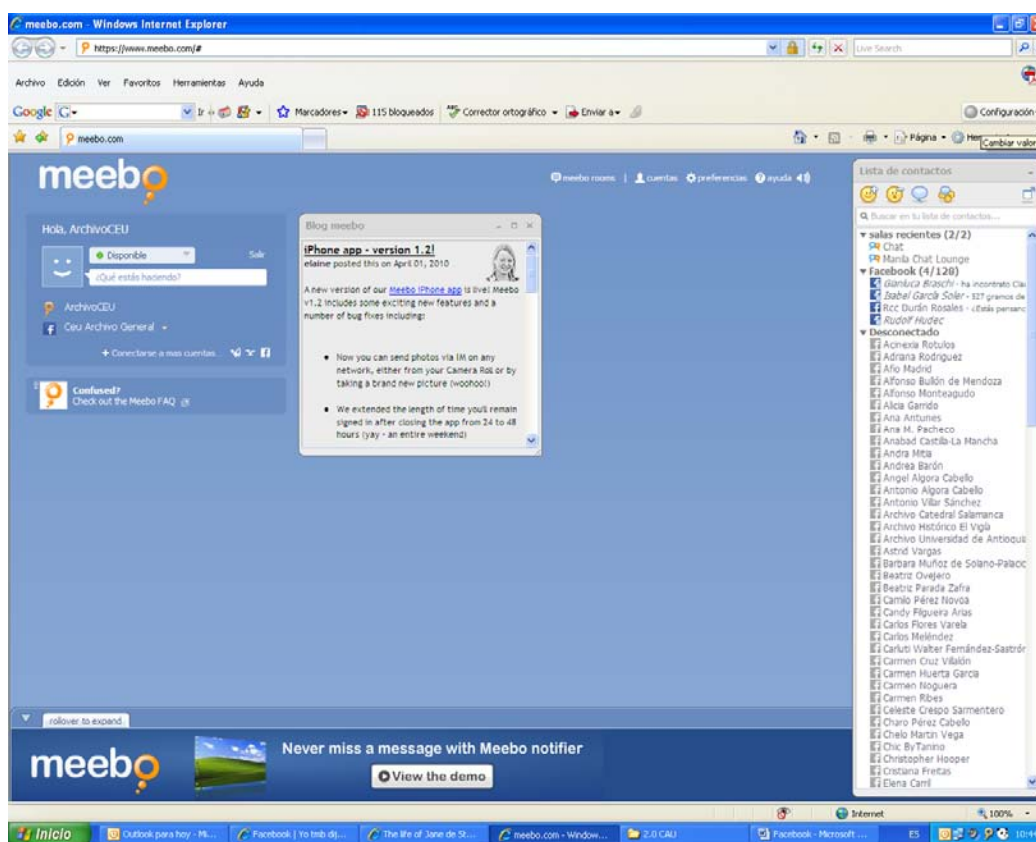
Página del grupo Archivo General de la Fundación CEU San Pablo ³⁰

Como hemos dicho anteriormente, además de los perfiles Facebook permite crear páginas y grupos. Las páginas se crean con fines específicos y, a diferencia de los grupos, no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria, si bien han de crearse desde un perfil previamente existente. Por ello nos pareció que el grupo, al disponer de un tablón de anuncios (wall) y de un foro de discusión, podía darnos más juego como archivo ya que nuestros usuarios, amigos, y colegas podrían expresar su opinión, realizar consultas o dar y recibir información. Este tablón nos sirve para anunciar convocatorias (cursos, seminarios, congresos, oposiciones, etc.), publicar noticias o recoger aportaciones de nuestros amigos, colegas y usuarios. Fundamentales resultaban también

³⁰ <http://www.facebook.com/group.php?gid=88470469154>

para nuestras pretensiones el Chat para comunicarnos a tiempo real con los posibles usuarios, la publicación de eventos y, por supuesto, el correo.

El resto de utilidades (aplicaciones o juegos), que son las de mayor uso en dicha Web, a nosotros nos resultaban totalmente prescindibles. No ocurría así, sin embargo con el Chat, que –como ya hemos señalado– nos mantendría en contacto a tiempo real con nuestros posibles usuarios para atender consultas, dudas o cualquier tipo de información relacionada con los archivos.



*Portal de Meebo y Meebo Notifier*³¹

La instalación del cliente de mensajería instantánea Meebo –al que hacía referencia la archivera australiana Linda Clark Benedict–, nos permitió permanecer constantemente conectados al Chat de Facebook sin tener que acceder a dicha Red Social, ya que Meebo permite conectarse en estado "invisible" a múltiples servicios de mensajería, y avisa con ventanas y/o sonidos de la entrada de una conversación.

³¹ www.meebo.com

Conclusión sobre la experiencia con Facebook

En prácticamente un año que llevamos dados de alta en Facebook, no hemos pasado de ocho consultas “on-line”, dos a través del Chat/Meebo y seis mediante el Muro del grupo o el correo. Ninguna se llegó a materializar en préstamo, si no que, más bien, se trataba de resolver dudas u orientar al usuario. Normalmente el uso de Meebo/Chat acaba destinándose a la comunicación con colegas archiveros de otros centros y nacionalidades (p. e. Colombia). Actualmente en el grupo contamos con 130 miembros que coinciden en su gran mayoría con los amigos de nuestro perfil.

Nos resistimos a volcar imágenes y documentos digitalizados de nuestros fondos por las peculiares condiciones del portal en cuanto a derechos de copyright puesto que *“en el momento de aceptar el contrato de términos de uso de la comunidad, el usuario cede la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que agregue, a la misma”*. La cláusula en cuestión dice literalmente que *“Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos (en adelante, contenido de PI), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de privacidad y aplicaciones: nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con posibilidad de ser sub-otorgada, sin royalties, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, licencia de PI). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y éstos no lo han eliminado”*. Además añade que *“Cuando eliminas contenido de PI, éste se borra de forma similar a cuando vacías la papelera o papelera de reciclaje de tu equipo. No obstante, entiendes que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros)”*. Lo que no parece muy recomendable para la preservación de los derechos de reproducción y difusión de nuestros fondos.

A pesar de todo, sí notamos que nuestra presencia en Facebook beneficia y moderniza nuestra imagen. Nuestros usuarios -la mayoría alumnos y ex alumnos-, agradecen que su archivo esté ahí compartiendo su espacio. Además, recibimos multitud de agradecimientos por la información sobre archivos que volcamos en el Muro: convocatorias de cursos y becas, alguna que otra oferta de trabajo, enlaces interesantes, opiniones y experiencias, novedades, etc. Eso sí, su mantenimiento y actualización conlleva dedicar diariamente cierto tiempo de nuestro trabajo así como permanecer atentos a las posibles entradas de mensajes de correo y/o chat.

8. CONCLUSIONES

o La web 2.0 se nos muestra como un conjunto de aplicaciones informáticas que permiten la integración de los archivos en un tejido social.

o Por tratarse de un conjunto heterogéneo de aplicaciones no se puede generalizar acerca de su utilidad que es mayor o menor según los casos pero, en términos generales, se revela como un medio eficaz para el trabajo colectivo, el intercambio de información entre grupos de trabajo o colectivos profesionales. En su conjunto, la web 2.0 puede ser consideradas una herramienta al servicio de la cooperación archivística.

o La web 2.0 demuestra su utilidad como punto de encuentro y canal de comunicación entre profesionales que permite compartir experiencias y buscar soluciones comunes a problemas comunes, así como para crear tendencia y opinión.

o Uno de los aspectos más interesantes es la existencia de una interacción inmediata del usuario con el archivo tanto en comunicación, como en intercambio de información, y la posibilidad de proyectar esta interacción a los propios documentos mediante tags, etiquetas, paneles de discusión y otras herramientas mediante las cuales el usuario adquiere un papel activo hasta ahora inédito.

o Es indudable su utilidad en cuanto a la mejora de la imagen de los archivos y su proyección en aquellas redes que disfrutan sus usuarios, sobre todo en ámbitos académicos como los universitarios. Estos usuarios perciben como su archivo les acompaña y avanza con ellos en sus nuevas parcelas de experimentación social. Se puede hablar, por tanto, de un componente de Marketing.

o Entre los aspectos negativos se pueden mencionar la desmesurada proliferación de portales simples (blogs, wikis) o mixtos (redes sociales) de variada temática, especialización e integración de soportes (enlaces, archivos de sonido, imagen, etc.) que, a falta de una clasificación eficaz, convierten la experiencia Web 2.0 en toda una aventura y dificulta nuestro posicionamiento en la misma. También falta por consolidar la posición de los archivos en las redes sociales no profesionales como lugar de encuentro de usuarios reales y potenciales así como de “amigos” de nuestros centros.

En definitiva conviene realizar un seguimiento del desarrollo y la evolución de la Web 2.0, y su desarrollo semántico, para establecer una valoración satisfactoria sobre su potencialidad y utilidad para las unidades de información y, en concreto, los archivos.

Aún es temprano para percibir la solidez y consolidación de este fenómeno que se encuentra aún en plena gestación y que todavía no ha adoptado una forma definitiva, tanto más cuando nos referimos a su posible capacidad de asimilación del mundo archivístico. Sin embargo para nuestro grupo de trabajo la presencia de los archivos en la Web 2.0 es totalmente recomendable y puede acabar convirtiéndose en un medio fundamental para nuestra difusión y métodos de trabajo.

9. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- *Archivopedia* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://archivopedia.com>
- Benedict, Linda Clark, Alone in the Archives: thoughts from a lone arranger archivist at a small college [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://lcb48.wordpress.com/>
- *Blog Archiveros Españoles de la Función Pública* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://archiverosefp.blogspot.com/>
- *Blog Archivistica.net* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.archivistica.blogspot.com
- *Blog Archivista - una mirada al mundo de los archivos* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://archivista.wordpress.com/>
- *Blog del Archivo de la Universidad de Granada* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://gfmaldonado.wordpress.com/2009/09/29/primeras-impressiones-sobre-el-curso/>
- *Blog del Fondo Antiguo y del Archivo Histórico de la Universidad de Sevilla* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://fondoantiguo.blogspot.com/search/label/Archivo%20Hist%C3%B3rico%20de%20la%20Universidad%20de%20Sevilla>
- *Blog de la Biblioteca y del Archivo de la Universidad Autónoma de Madrid* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://canalbiblos.blogspot.com/2009/02/bienvenidos-al-canalbiblos-el-blog-de.html>
- *Blog para archiveros e investigadores sobre fondos personales, familiares y de empresa* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://fondospersonales.blogspot.com/>
- Castaño, Carlos [et al.] *Prácticas educativas en entornos Web 2.0*. Madrid : Síntesis, 2008.
- Directorio de Blogs en España [recurso electrónico en línea] Disponible en www.directorio-blogs.com
- *Documenea* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.documenea.com
- *Electronic Document & Records Management Group EDM* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.linkedin.com/groups?home=&gid=1920618&trk=anet ug hm&goback=%2Egdr 1266586151724 1%2Eanb 1920618 *2
- Fernández Cuesta, Francisco. *Blog para archiveros y profesionales de archivos* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.slideshare.net/pacofernandez/blogs-para-archiveros-y-profesionales-de-los-archivos

- Grané, Mariona; Willem, Cilia [eds.] *Web 2.0: Nuevas formas de aprender y participar*. Barcelona : Laertes, 2009
- *Google Buzz* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.google.com/buzz?hl=es
- *Herramientas 2.0 para la empresa* [Recurso electrónico en línea] Confederación Empresarial de Andalucía. Disponible en www.cea.es/Herramientas/page/Wikis.aspx
- *Linkedin* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.linkedin.com
- *Maestros del web* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.maestrosdelweb.com
- Maqueira, J.M.; Bruque, S. *Marketing 2.0. El nuevo marketing en la web de las redes sociales*. (Madrid) : Ra-Ma, [2009]
- Página del Archivo General de la Fundación CEU San Pablo en Facebook [recurso electrónico en línea] Disponible en www.facebook.com/group.php?gid=88470469154&v=info
- Portal de Meebo [recurso electrónico en línea] Disponible en www.meebo.com
- *¿Qué es un Wiki? (Wikis in plain English)* [recurso electrónico en línea] Commoncraft (2007) Disponible en www.youtube.com/watch?v=iBKhuCAW9AM
- Ros Martín, Marcos. La Web 2.0 más productiva. En *Educación y Bibliotecas*, 2007, vol. 19, nº 161, p. 120-125.
- Torres-Salinas, D.; Delgado-López-Cózar, E. Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. En *El profesional de la información*, 2009, vol. 18, nº 5, 2009, p. 534-539.
- Torres-Salinas, D.; Guallar, J. Evaluación de DocuMenea, sistema de promoción social de noticias de biblioteconomía y documentación. En *El profesional de la información*, 2009, vol. 18, nº 2, p. 171-179.
- Viola, Patrizia. "Espacio publico y privado en la era de Internet : el caso de los blogs". En *CIC : Cuadernos de Información y Comunicación*, 2008. ISSN 1135-7991.
- *Wapedia* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://wapedia.mobi/es/Wikipedia>
- *Wikipedia* [recurso electrónico en línea] Disponible en <http://es.wikipedia.org>
- *Xing* [recurso electrónico en línea] Disponible en www.xing.com
