

En directo

Las redes sociales, de cómo los centros pueden aprovechar la experiencia de información y documentación de los bibliotecarios

Laura Donadeo Navalón. Biblioteca del Instituto de Geociencias (Madrid)

Las bibliotecas científicas siempre han sido peculiares por la información especializada que manejan, pero desde hace años se parecen cada vez menos a una biblioteca al uso, al haberse convertido en auténticos sistemas de información, tanto receptores como emisores, y situados en el centro de los flujos de información de los institutos. Sin abandonar nuestras tareas tradicionales, los bibliotecarios hemos ido asumiendo nuevas funciones acuciados por las nuevas necesidades de los investigadores y por las exigencias de visibilidad que nos impone la sociedad.

Nuestras destrezas son bien valoradas en un mundo en el que los centros de investigación no deben sólo producir ciencia, sino que deben también ser capaces de transmitir el valor de su trabajo, lo que hacen, participando a la ciudadanía y rindiendo cuentas ante ella. Para esto se requiere actualizar en tiempo real, información sobre:

- La investigación de nuestros científicos y grupos
- Sus actividades, cursos, congresos, colaboraciones y apariciones en la prensa
- Noticias relevantes en el ámbito de influencia del centro
- Convocatorias de interés: empleo, formación, proyectos competitivos
- Materiales didácticos y divulgativos para el público y para centros educativos

Los bibliotecarios llevamos toda la vida buscando este tipo de información para nuestros usuarios. Ahora, además, tenemos la oportunidad de abrirnos al resto de la comunidad.

El caso del IGEO

La gestión de la información en la web y las redes sociales en el IGEO se planteó desde la creación misma del centro, en 2011. En 2012 se pusieron en marcha una nueva web y una cuenta de Twitter, de la que se encarga un equipo multidisciplinar:

- Un técnico con formación en Ciencias de la Tierra
- Un técnico especializado en la gestión informática
- La bibliotecaria del centro

Además, con el tiempo el IGEO ha creado cuentas en otras redes de interés, Flickr, usado principalmente para proyectos de divulgación, y Mendeley, donde se recoge sistemáticamente toda la producción científica del centro.

¿Cuál es la labor del documentalista en este contexto?

Es obvio que el documentalista por sí solo no puede realizar una gestión global de la información, ya que la creación de contenidos especializados o la resolución de cuestiones científicas corresponde tanto a los técnicos como a los propios investigadores. No obstante, nuestra labor abarca tareas como:

- Selección y publicación de contenidos de la página web: noticias, eventos, convocatorias
- Mantenimiento de información actualizada sobre nuestra actividad: publicaciones, proyectos, memorias

➤ Gestión de redes sociales en las que tenemos cuenta: Twitter, Flickr, Mendeley

Para mantener información actualizada y relevante, el bibliotecario ha de ser capaz de detectar la información, filtrarla, publicarla y “menearla” por la red, y para ello se requiere:

➤ Mantener un seguimiento de cuentas en redes sociales (Twitter, Facebook): institucionales, personales, medios de comunicación nacionales y extranjeros, investigadores propios y de renombre

➤ Mantener un seguimiento en redes sociales de ciencia, sobre todo de los investigadores propios: Mendeley, ResearchGate, Academia.edu

➤ Mantener un seguimiento de las novedades en la web a través de RSS: fuentes institucionales, personales, publicaciones científicas, medios de comunicación nacionales y extranjeros, portales de empleo, bloggers de divulgación...

➤ Mantenimiento de alertas en búsquedas de Google, y en bases de datos científicas como Web of Science

¿Qué beneficios tiene llevar a cabo esta labor de comunicación?

➤ Aumenta espectacularmente la visibilidad de nuestro centro y nuestra investigación. Por ejemplo, el IGEO tiene en Twitter más de 3.500 seguidores, siendo el tercer instituto del CSIC, por detrás del Centro Nacional de Biotecnología y del Instituto de Ciencias Matemáticas, pero por delante de instituciones tan emblemáticas como el Museo Nacional de Ciencias Naturales o del Real Jardín Botánico.

➤ Genera un “engagement” con el público, la prensa y otros investigadores

➤ Abre vías informales de colaboración en temas de cultura científica, por ejemplo

➤ Agiliza enormemente la comunicación.