



ÍNDICE

RESUMEN	13
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	15
1.1. Estado del arte	16
1.1.1. La referencia en línea	16
1.1.1.1. Estrategia de multi-canal	18
1.1.1.2. Arquitectura de información ubicua	19
1.1.1.3. Estrategia web, marketing digital y medios sociales	19
1.1.1.4. Análisis de búsqueda en el sitio web	20
1.1.1.5. La accesibilidad en la web	20
1.1.1.6. La usabilidad en procesos de búsqueda	20
1.1.2. El diseño centrado en el usuario	21
1.2. Objetivos	24
1.2.1. Objetivos específicos	25
CAPÍTULO II. MODELO METODOLÓGICO	27
CAPÍTULO III. EN LA PRÁCTICA	29
3.1. Referencia en línea	29
3.1.1. Servicio de referencia en línea	29
3.1.1.1. Introducción: conceptos y definiciones	29

3.1.1.2.	Referencia digital y otras formas de referencia	32
3.1.1.3.	Tipología de los servicios de referencia en línea	33
3.1.1.4.	Recomendaciones para su implementación.	34
3.1.2.	Comunicación multi-canal	36
3.1.2.1.	Modelos de referencia en línea	36
3.1.2.2.	Entornos individuales, entornos colaborativos	37
3.1.2.3.	Estrategia de canales cruzados y multi-canal	38
3.1.2.4.	Caracterización de usuarios.	39
3.1.2.5.	Fases de la caracterización de usuarios	46
3.1.3.	Arquitectura de información ubicua	47
3.1.3.1.	Introducción a la arquitectura de información.	47
3.1.3.2.	La ubicuidad	48
3.1.3.3.	Patrones de búsqueda	48
3.1.3.4.	<i>Findability</i> : habilidad para encontrar	49
3.1.3.5.	Entornos virtuales de investigación	51
3.1.4.	Catálogos de nueva generación	52
3.1.4.1.	Planificación	52
3.1.4.2.	Implementación	53
3.1.4.3.	Buenas prácticas.	54
3.1.5.	La accesibilidad web y los servicios de referencia	55
3.1.5.1.	Introducción	55
3.1.5.2.	Perceptibilidad	56
3.1.5.3.	Operabilidad	57
3.1.5.4.	Comprensibilidad	57
3.1.5.5.	Robustez	58
3.1.6.	Usabilidad	59
3.1.6.1.	Introducción a la usabilidad	59
3.1.6.2.	Estrategia web y arquitectura de información.	59
3.1.6.3.	Diseño de interfaz.	61
3.1.6.4.	Diseño de interacción.	63
3.1.6.5.	Búsqueda y usabilidad.	64
3.1.6.6.	Comprobando la usabilidad.	66
3.1.6.7.	El contenido.	67
3.2.	Estrategia digital.	69
3.2.1.	Qué es la estrategia digital	69
3.2.1.1.	El mundo digital	69
3.2.1.2.	Bibliotecas y estrategia digital	70
3.2.1.3.	Explorando nuevas oportunidades de interacción y modelos	71
3.2.1.4.	Comunidades digitales y cadenas de abastecimiento	72

3.2.1.5. Planificación de la estrategia digital.....	72
3.2.1.6. Patrones sociales para el diseño de estrategias digitales ..	73
3.2.2. La estrategia digital como factor dinamizador del servicio de referencia en línea.....	78
3.2.2.1. Documento guía.....	79
3.2.2.2. Análisis de contexto o <i>benchmarking</i>	80
3.2.2.3. Inventario de contenidos.....	80
3.2.2.4. Personajes y escenarios.....	81
3.2.2.5. <i>Blueprints</i> o mapas de navegación e interacción	81
3.2.2.6. <i>Wireframes</i> o esquemas de composición y diagramación ..	81
3.2.2.7. Mapas de interacción.....	82
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN	83
4.1. Discusión sobre servicios de referencia en línea.....	83
4.2. Discusión sobre estrategia digital.....	85
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	91



ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1.	Tipos de sistemas y recursos para uso en servicios de referencia en línea	34
Tabla 2.	Planteamiento servicio referencia en línea	36
Tabla 3.	Modelos de referencia en línea	37
Tabla 4.	Facetas y canales cruzados	38
Tabla 5.	Tipos de variables para la medición y el análisis.	40
Tabla 6.	Tipos de variables por niveles de conocimiento de los usuarios	43
Tabla 7.	Variables geográficas	43
Tabla 8.	Variables demográficas	44
Tabla 9.	Variables intrínsecas	45
Tabla 10.	Variables de comportamiento	46
Tabla 11.	Fases de la caracterización de usuarios	46
Tabla 12.	Actividades de un arquitecto de información	47
Tabla 13.	Definición de <i>findability</i>	50
Tabla 14.	Las siete facetas de <i>findability</i>	50
Tabla 15.	Elementos para la implementación.	53
Tabla 16.	Buenas prácticas en la implementación de un catálogo de próxima generación	54
Tabla 17.	Pautas de la perceptibilidad	56

Tabla 18.	Pautas de la operabilidad	57
Tabla 19.	Pautas de la comprensibilidad	58
Tabla 20.	Pautas de la robustez.	58
Tabla 21.	Estrategia y arquitectura de información	59
Tabla 22.	Diseño de interfaz.	61
Tabla 23.	Diseño de interacción.	63
Tabla 24.	Búsqueda y usabilidad (Thurow, 2009)	64
Tabla 25.	Comprobación de la usabilidad (Nielsen, 2006)	66
Tabla 26.	Los elementos del contenido.	67
Tabla 27.	Ejes para la definición de una estrategia digital	71
Tabla 28.	Análisis previo a la estrategia digital	73
Tabla 29.	Patrones de diseño de una estrategia digital	74
Tabla 30.	Principios fundamentales del diseño para todos	75
Tabla 31.	Patrones sociales de diseño	76
Tabla 32.	Actividades y objetos sociales.	77
Tabla 33.	Las dinámicas sociales.	77
Tabla 34.	Documentando una estrategia digital	78
Tabla 35.	Análisis de contexto o <i>benchmarking</i>	80
Tabla 36.	Dimensiones del inventario de contenido	81
Tabla 37.	Tipos de diagramas para la presentación.	82

FIGURAS

Figura 1.	Elementos de la experiencia de usuario.	32
Figura 2.	Niveles de conocimiento de los usuarios	42
Figura 3.	Rueda de experiencia de usuario	51
Figura 4.	Ecosistema de medios sociales.	75



RESUMEN

Los servicios de referencia tradicionales proporcionan asistencia directa a los usuarios; su actual evolución en el contexto digital aprovecha el saber colectivo y rompe la barrera espacio/temporal, lo que demanda a toda institución bibliotecaria una visión prospectiva del servicio y de sus usuarios.

Este desafío requiere la formulación de nuevos entornos informativos, de desarrollo, de interacción, de transformación e inversión, de acceso y de consumo. Surge entonces la necesidad de establecer directrices para diseñar una estrategia digital en este sentido, dada la variedad de herramientas de comunicación mediante las cuales el servicio de referencia en línea se hace manifiesto.

El presente documento tiene como propósito fijar los lineamientos para el diseño de la estrategia digital para bibliotecas desarrolladas en ambientes digitales altamente especializados en los que se experimentan transformaciones significativas –*user experience*– que afectan a toda la cadena de producción y acceso a contenidos, diversificando y eliminando intermediarios.

La metodología utilizada, reúne un conjunto de técnicas para analizar y comprender la intermediación humana en el entorno de las bibliotecas digitales,

procurando fijar los lineamientos para el análisis, desarrollo e implementación de un servicio de referencia en línea que oriente el proceso de especificación de la visión, optimización de recursos y procesos de innovación centrados en la experiencia del usuario.

Los resultados obtenidos permitirán a una institución bibliotecaria analizar, diseñar e implementar una estrategia digital mediante la identificación de las necesidades y los canales de comunicación de sus usuarios.