

## LAS COMUNIDADES VIRTUALES Y LOS PORTALES COMO ESCENARIOS DE GESTIÓN DOCUMENTAL Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

*M<sup>a</sup>. Vanessa Sánchez Arce\* y Tomás Saorín Pérez\**

Grupo de Investigación en Tecnologías de la Información. Universidad de Murcia

**Resumen:** Este trabajo pretende analizar cómo Internet se convierte en un medio para el surgimiento de Comunidades Virtuales, siendo éstas una evolución del concepto tradicional de comunidad. En relación con el concepto de Portal, se estudian sus principales características y servicios. Se concluye la necesidad de la aplicación de técnicas documentales a los proyectos de comunidades virtuales, y la utilidad de aplicar el modelo de las comunidades virtuales al diseño de la difusión de información en las instituciones documentales.

**Palabras clave:** Comunidades Virtuales, Portales, Tecnologías de la Información, Internet, Sociedad de la Información, Difusión Selectiva de la Información, Gestor de Información.

**Abstract:** This work seeks to analyse how Internet becomes a means through which Virtual Communities arise, as an evolution of the traditional concept of community. Concerning web portals their main characteristics and services are studied. The authors conclude about the importance of applying documentation techniques to Virtual Communities projects, and the usefulness of community models for the diffusion of information in our institutions.

**Keywords:** Virtual Communities, Portals, Information Technologies, Internet, Information Society, Selective Diffusion of the Information, Information Management.

### INTRODUCCIÓN

La dimensión social es uno de los atributos inevitables del ser humano, que debe ser comprendido como sujeto individual en interacción con un entorno relacional. El colectivo, las comunidades, las sociedades, la cultura, nos acercan al hombre como sistema social. La compleja evolución de las comunidades, las instituciones y las formas de relación social, construyen la historia de la humanidad.

La comunidad es sujeto de estudio desde diversos enfoques, que abarca desde las formas más primitivas de agrupación social a las complejas relaciones de la sociedad post-industrial. Realizaremos una revisión de las circunstancias que la sociedad de la información plantea para las comunidades, en lo que se ha venido llamando Comunida-

---

\* mvsa24@terra.es

\* tsp@um.es

des Virtuales, construidas sobre un potente entramado tecnológico de comunicación, que surgen como nuevo espacio tecnológico, económico y cultural.

Se analizan los elementos de su estructura, los servicios que ofrecen, su tipología y su evolución, y como se han convertido gracias al auge y rápida expansión de Internet, en canales de comunicación que permiten una transacción universal, diluyendo las barreras espacio-tiempo y alcanzando su punto álgido en el ocio y el entretenimiento. Además el uso indistinto de este concepto con el de Portal obliga a realizar un breve estudio comparativo de ambos.

Finalmente se realiza una doble reflexión sobre, por un lado la orientación documental de las comunidades virtuales y portales, ofreciendo mejores servicios con un contenido más elaborado, para cubrir las expectativas de sus usuarios, y por otro sobre la potencialidad del concepto de comunidades virtuales y portales para la construcción de herramientas para la difusión de información en cualquier contexto documental (Bibliotecas, Centros de Documentación y Servicios de Información).

## 1. LA COMUNIDAD: OBJETO DE ESTUDIO E INTERVENCIÓN

Desde el punto de vista sociológico, *Comunidad* es un concepto con un valor polisémico, pero como idea global obedece al imperativo antropológico de encuentro social y a la necesidad de crear sentido y dar forma a la sociedad humana. En ella se consolida un *Sentimiento de Pertenencia* entendido como el sentimiento psicológico de la comunidad, en el que uno debe sentirse miembro, lo cual es determinante para la propia identidad del sujeto. Sentimiento de una conciencia de participación y de la vinculación a un territorio común (Gurrutxaga, 1991) (Pons Díez, J.; Gil Lacruz, M; Grande Gascón, J.M., 1996). La comunidad es un tejido de relaciones sociales, que puede estar fundamentada en el territorio (una ciudad), en intereses comunes (asociaciones, clubes), o en características comunes de los sujetos (colegios de abogados), pero de la que nos interesa sobre todo que supone una definición de la interacción humana como constitutiva de la realidad social, redimensionando al sujeto como persona socializada en un grupo concreto, con sus representaciones sociales y valores culturales.

Además de una aproximación social y antropológica, podemos considerar a la comunidad como un contexto de acción. La intervención social actúa sobre la comunidad, especialmente desde su punto de vista territorial, para mejorar la calidad de vida y superar conflictos sociales.

Partimos pues de un concepto que es al mismo tiempo objeto de estudio y herramienta de intervención. Desde el punto de vista de la intervención comunitaria y la planificación social, se divide una Comunidad en 4 elementos de tipo estructural. Éstos son:

- **El Territorio:** entidad física y social, donde vienen a encontrarse y a veces a enfrentarse los conflictos y relaciones sociales y al mismo tiempo en él actúan las instituciones y la población, por tanto es fundamental para el desarrollo de la Comunidad.

- **La Población:** se divide, bien en clases por edades o en cualquier otro tipo de parámetro social como la posición económica o cultural, en definitiva, cualquier característica que permita una clasificación. En un sentido general se entiende como la “opinión pública” y su conocimiento es primordial para planificar y organizar la Comunidad. Un ejemplo de planificación sería la llevada a cabo por los medios de comunicación de Radio y TV a la hora de emitir una determinada programación (estudio del sector de la población a quien se dirige, niños, ancianos, etc.).
- **La Demanda:** Que puede estar *Explícita*, cuando sectores de la Comunidad son conscientes de la existencia de un problema o carencia, o *Implícita* si la demanda existe, pero el nivel de conciencia respecto a ésta es mucho más bajo que el problema en sí.
- **Los Recursos:** cualquier elemento, ya sea institucional, económico, social o cultural, al alcance de la Comunidad y que representan otro de los factores de gran importancia en el desarrollo de una acción social.

Al mismo tiempo queremos hacer notar la cercanía de muchos de los elementos que permiten comprender a las comunidades, con otros conceptos como los de: Organización, Colectividad o Ciudad. El enfoque comunitario puede enriquecer el estudio de las organizaciones, como comunidad estructurada formalmente, servir para la planificación de servicios para colectivos que comparten intereses, al mismo tiempo que orientar la actividad de las bibliotecas como instituciones de ámbito comunitario territorial.

## 2. LA COMUNIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

En la actualidad y desde principios de los 90, la estructura de ciudades y regiones está siendo profundamente modificada y condicionada en su dinámica de crecimiento por la interacción de tres grandes procesos históricos interrelacionados (Castells, 1994):

- *Una Revolución Tecnológica*, organizada en torno a la *Tecnologías de la Información*. Basándose en la nueva infraestructura tecnológica, la comunicación ha cambiado nuestra forma de producir, consumir, gestionar, informar y pensar. Las actividades estratégicamente dominantes están organizadas en redes globales de decisión e intercambio.
- *Una Economía Global* que representa la estructuración de todos los procesos económicos en el ámbito planetario definida como “aquella que se articula o funciona cotidianamente en tiempo real como una unidad en un espacio mundial, tanto para el capital como para la gestión, el trabajo, la tecnología, la información o los mercados”.
- *Una Economía Informacional*, caracterizada por el hecho de que la productividad y la competitividad se basan, de forma creciente, en la generación de nuevos conocimientos y en el acceso al procesamiento de la “información adecuada”, (Castells, 1997).

Estos procesos de globalización e *informacionalización* provocan la transformación de nuestras sociedades, incluyendo la dimensión espacial. En dicha transformación, la nueva lógica espacial se caracteriza por la dominación de un *espacio de flujos*, estructurado en circuitos electrónicos que ligan en nodos estratégicos de producción y gestión, que supera a un *espacio de lugares* localmente fragmentado, una estructura territorial como forma de organización cotidiana. Esta nueva dimensión nos dirige hacia una *Ciudad Global*, entendida como “una red de nodos urbanos de distinto nivel y con distintas funciones, que se extiende en todo el planeta y que funciona como centro nervioso de la Economía Informacional. Es un sistema interactivo al cual deben adaptarse constantemente empresas y ciudades” (Castells, 1997: 2)

Son las Tecnologías de la Información el instrumento fundamental que permite a la nueva lógica organizativa manifestarse en la realidad. Dentro de ellas, Internet constituye uno de los casos más notables de entorno tecnológico de rápido crecimiento cuyo resultado ha sido el paso de la Sociedad Industrial a la Sociedad de la Información y cuya *estrategia* ha pasado, hasta ahora, por tres etapas (Cornella, 1997).

1. *Estar como sea*: con la llegada de la Web (como sistema hipermedia que funciona sobre Internet) el interés de empresas, organizaciones o instituciones consistía en la mera presencia, utilizando este entorno como instrumento para darse a conocer, sin tener en cuenta aspectos como la estructura o los contenidos de información.
2. *Dar valor a cambio de nada*: en muy poco tiempo el número de páginas Web se multiplica y como consecuencia se crean servicios de almacenamiento y búsqueda de información, ante la necesidad de seleccionar aquella información pertinente.
3. *Fundar Comunidades Virtuales*: Actualmente la Web permite la convergencia entre servicios de almacenamiento y búsqueda de información con servicios de comunicación. El estado ideal de estos espacios consiste en permitir que sus integrantes puedan realizar prácticamente todo lo que hacen en la vida real pero dejando atrás sus cuerpos.

### 3. LAS COMUNIDADES VIRTUALES

En plena expansión de Internet el éxito comercial consiste en saber crear y mantener Comunidades Virtuales, constituidas por personas que acuden a ellas para satisfacer unas expectativas o necesidades, para aportar su colaboración y para sentirse parte de un colectivo del que recibe y da.

A diferencia de la Comunidad tradicional, estas *ciudades impersonales* se ven atravesadas por el anonimato y la carencia del contacto humano, dirigiéndonos hacia una *sociedad mediática* producida por un cambio en las normas sociales, por la capacidad de transmitir ideología o inducir comportamiento, en definitiva, una *cultura de masas* extensible a todas las clases sociales y que con Internet ha acelerado el proceso siendo capaz de convertir una Comunidad Virtual en un medio para unificar las comunicaciones (Sánchez Noriega, 1997).

Las primeras Comunidades Virtuales se centran principalmente en el simple comercio o la venta de productos a través de la Red, o en un sitio donde los usuarios po-

dían ubicar sus páginas personales de forma gratuita. Así nació la que se considera la mayor Comunidad Virtual de hoy, cuya filosofía se centra en el ámbito del ocio y la recreación fundamentalmente, aunque alberga sociedades culturales o con cierto nivel científico: *Geocities*<sup>1</sup>. Pero el germen de estos *centros del ciberespacio* viene determinado por las comunidades científicas que ya antes del nacimiento de Internet se agrupaban e intercambiaban información (Cantolla, 2000), de esta forma surge en 1985 la primera Comunidad Virtual de la historia, *The Well*<sup>2</sup>, creada por un grupo de ecologistas que se “reunían” para hablar de sus temas.

Dentro de la Red, aparecen promovidas por el uso del correo electrónico, pero el intercambio de información entre sus miembros no era inmediato (comunicación en diferido). Posteriormente, con la llegada de la *World Wide Web* como sistema hipermedia que funciona sobre Internet, la comunicación se produce en tiempo real, entrando en juego la interactividad.

Teniendo en cuenta estas premisas, Howard Rheingold (1996) define *Comunidades Virtuales* como “agregaciones sociales que emergen de la Red cuando un número suficiente de personas entabla discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio”.

### **Comunidad Real vs. Comunidad Virtual**

Con la llegada de las telecomunicaciones se resolvió un problema hasta entonces insalvable. Para celebrar reuniones o compartir e intercambiar información, el espacio físico y temporal ya no tenía porqué ser el mismo para todos.

Esta nueva forma de comunicación obliga a diferenciar entre Comunidad Real y Comunidad Virtual (Iparraguirre, 1998).

#### *Comunidad Real*

- Espacio físico y temporal común para todos.
- Se desarrolla en la Sociedad Real donde las naciones condicionan su conducta y está limitada por el territorio.
- Es el soporte material de la Comunidad Virtual.

#### *Comunidad Virtual*

- El espacio físico y temporal ya no supone una limitación.

---

<sup>1</sup> Véase: [www.geocities.com](http://www.geocities.com)

<sup>2</sup> Véase: [www.well.com](http://www.well.com). La experiencia de esta CV está recogida en el libro de *Rheingold*. El autor describe de manera práctica, cómo se formó esta CV, cual fue su desarrollo, etc., convirtiéndose en un miembro más de ella. Podemos destacar un fragmento en el que describe lo que las personas pueden hacer tanto en esta CV como en otras: “*la gente que integra las CV utiliza las palabras que aparecen en pantalla para intercambiar gentilezas y para discutir, realizar transacciones comerciales, intercambiar información, brindar apoyo emocional, hacer planes, tener ideas geniales, enamorarse, tener amigos, etc*”

- Se desarrolla en la Sociedad Virtual, el territorio ciberespacial, donde no hay fronteras y es planetario.
- Aparece cuando una Comunidad Real utiliza la telemática para mantener y ampliar la comunicación.

Romper las barreras espacio-tiempo permitió que se desarrollaran numerosas Comunidades Virtuales. Pero para su éxito y permanencia en la Red, han sido determinantes dos elementos básicos: *el tiempo de interactividad y el componente afectivo* entre los miembros que las componen.

Efectivamente, Internet permite la comunicación con una persona que se encuentra al otro lado del mundo, sin necesidad de desplazarnos. El tiempo de conexión hace que se desarrolle un sentimiento con quien nos comunicamos, como algo más que un simple intercambio de información. Pero estas características se producen, porque los miembros de la Comunidad Virtual buscan las relaciones sociales y afectivas que tienen en la vida real, pero transformadas por la tecnología.

#### 4. ESTRUCTURA DE UNA COMUNIDAD VIRTUAL

Si hacemos una reflexión utilizando como entorno la Red, observamos que los sujetos que habitan en las Comunidades Reales, han pasado a ser miembros de Comunidades Virtuales, que éstas existen como complemento de otras comunidades reales. La experiencia o la necesidad de vincularse a una CV implica a sujetos socialmente visibles, que pertenecen a muchas comunidades, adoptando en cada una de ellas roles diferentes.

Para que resulten atractivas y atraigan a futuros usuarios, precisan una minuciosa y cuidada planificación de su estructura, que estará compuesta por:

##### **Elementos que la forman:**

- Un conjunto de sujetos que comparten una cultura, generada por el medio telemático, W3, y cultura extensible del mundo real en que viven.
- Un espacio geográfico, el ciberespacio, sin fronteras delimitadas (global).
- Un conjunto de normas o reglas (de obligado cumplimiento) por las que se rigen, que no censuran ni limitan, pero que constituyen directrices de conducta cibernética en un medio de expresión libre.
- Un conjunto de gobernantes<sup>3</sup> que controlan y administran la Comunidad Virtual.

---

<sup>3</sup> Para construir una Comunidad Virtual, el organizador de la misma deberá ser capaz de preparar un proyecto que tenga en cuenta aspectos como “los intereses de la colectividad a la que se quiere dirigir (que identifique sus necesidades y trate de darles soluciones), “la necesidad de relación” entre los miembros del colectivo (que les facilite el establecimiento de relaciones), “la satisfacción de la fantasía” (el juego como elemento dinámico y estimulador, tanto en el ocio como en el negocio), y “la necesidad de compartición y transacción” (ya sean éstos intercambios de información, de productos o servicios).

- La información y el conocimiento, componentes que se comparten por los sujetos mediante unos servicios que permiten su uso.
- Este elemento es el más importante ya que afecta a toda la estructura de la Comunidad Virtual y sin el cual es imposible que se produzcan los demás. Podríamos entenderlo como el elemento *enlace* entre sujetos, normas y gobernantes.

Está claro que sin éstos elementos no se puede crear una Comunidad Virtual, pero para darles sentido son necesarios otros componentes como el diseño o los servicios que ofrece.

### **Diseño: ergonomía e imagen**

El diseño de la páginas Web donde se halla la Comunidad Virtual debe ser sencillo, atractivo y que facilite la navegación. Si el objetivo es proveer de contenidos útiles a sus miembros, todo tipo de efectos, ya sean gráficos o imágenes, no añaden valor y dificultan el acceso. Un diseño adecuado a la audiencia es el secreto de un producto eficaz.

Otro aspecto importante en el diseño es la funcionalidad, se deben diseñar páginas bien estructuradas en las que el usuario localice rápidamente el servicio que desea, ya sea el buscador o correo electrónico, porque será la única manera en la que el usuario se sienta “cómodo” y comience a generar el sentimiento de Comunidad.

Diseños sencillos, manejables y funcionales, facilitan la comunicación a millones de usuarios sin dejar de lado una vertiente atractiva e innovadora, tanto en el aspecto como en servicios avanzados.

### **Servicios: Ocio y Negocio**

Estos grandes centros de reunión van evolucionando y cada vez están más especializados. Aunque en la mayoría de ellos se incluyen servicios básicos como Noticias, E-mail gratuito, Buscador, Chats o Foros de debate, lo cierto es que como los grupos humanos son diferentes, esa variedad se traduce en nuevos servicios. Para conocer los distintos tipos de servicios que ofrecen analizamos algunas de ellas como ejemplo:

- *Civila.com*, es una Comunidad Virtual que se compone de ciudades virtuales iberoamericanas. Asombra por su organización y rápido acceso y por su gran variedad de servicios, como traductor en línea, chat Latino, postales virtuales (por país y por tema), subastas en línea, esoterismo, etc.
- Son destacables sus “Sites temáticos” y “Sites regionales”. El primero contiene lugares como Planeta Musical, Planeta Humor o Planeta Ecológico y el segundo como Red Venezolana o Red Brasil.
- *Civila* es actualmente una de las mejores Comunidades Virtuales de ocio.
- *Ictnet.es*, responde a un conjunto de 30 Comunidades Virtuales, desarrolladas por el *Instituto Catalán de Tecnología* y que recorren temáticas de interés para el profesio-

nal de la empresa y del libre ejercicio. Dado que son Comunidades Virtuales temáticas y especializadas, ofrecen servicios destinados a un perfil concreto de usuarios. Entre sus servicios tenemos: buscador profesional, conversor de monedas, cursos online, quiosco de prensa nacional e internacional o revistas profesionales.

A través de estos dos ejemplos totalmente diferentes, observamos que dependiendo del tipo Comunidad Virtual, tendremos un tipo u otro de servicios. Pero es importante matizar que hay servicios cuya función no es expresamente el intercambio documental sino que actúan como herramientas de apoyo al usuario, tal es el caso del traductor *Civila*, o el convertidor de monedas de *Ictnet*.

En definitiva, cada Comunidad Virtual tendrá todos los servicios que sean necesarios para cubrir las demandas y exigencias de sus usuarios.

### Tipología

Existen diferentes grupos humanos, con una variedad de necesidades que se traduce en una inmensa tipología de Comunidades Virtuales.

Para los comunicólogos *Hagel y Armstrong (1997)*, hay dos tipos claramente diferenciados, las *orientadas hacia el usuario* y las *orientadas hacia la organización*.

En las orientadas a los usuarios, son ellos los que definen el tema de la Comunidad y se pueden dividir en:

- *Geográficas*: agrupan personas que viven o que están interesadas en intercambiar información sobre una misma área geográfica. Como ejemplo tenemos la Comunidad Virtual Gallega *Galiciacity.com* y la Venezolana *Venezuelanet.com*.
- *Temáticas*: orientadas a la discusión de un tema de interés para los usuarios. En este sentido *Bubl* es la Comunidad Virtual más importante dentro del campo académico y profesional de los bibliotecarios y documentalistas.
- *Demográficas*: reúnen usuarios de características demográficas similares.
- *De Ocio y Entretenimiento*: dirigidas a aquellos cibernautas que ocupan su tiempo libre en juegos en red. Se crean por tipos de juegos como estratégicos, de simulación, etc. Tal es el caso de *Ciudadfutura.com*, compuesta por ocho ciudades que van desde la ciencia-ficción hasta parques tecnológicos; o de *Tripod.com* que ofrece servicios de música, cine, espectáculos, tecnologías, informática y flirteo.
- *Profesionales*: para aquellos expertos en una materia que desarrollan su actividad concreta en un área profesional definida, generalmente asociada a una formación superior. Especialmente en el caso de las profesiones liberales, cuando se trabaja de manera independiente. *Rediris.es* oferta un listado de Comunidades Virtuales que nacen como respuesta a la demanda de servicios de los profesionales y trata temas como las ciencias económicas, ciencias de la vida, ciencias de la educación, Astrología o Documentación



- *Gubernamentales*: Los organismos gubernamentales han creado Comunidades Virtuales a las que puede acudir el ciudadano para informarse y/o discutir.
- *Eclécticas*: son aquellas Comunidades Virtuales mixtas, que intentan un poco de todo: zona de ocio, una vía de transmisión y comportamiento cultural, etc., como la citada *Geocities.com*.

En las orientadas hacia la organización, el tema es definido según los objetivos y áreas de trabajo de la organización donde reside la Comunidad, podemos dividir las en:

- *Verticales*: que aglutinan a usuarios de empresas de diferentes ramas de actividad económica o a organizaciones institucionales.
- *Funcionales*: referidas a un área específica del funcionamiento de la organización, por ejemplo: mercadeo, producción, relaciones públicas.
- *Geográficas*: que se concentran en una zona geográfica cubierta por la organización.

Es obvio que esta no es una clasificación cerrada ya que existen Comunidades Virtuales mixtas, orientadas tanto a los usuarios como a la organización, este es el caso de la latina *Commm.com*.

## 5. COMUNIDAD VIRTUAL VS. PORTAL

Actualmente se están poniendo muy de moda los términos, Comunidad Virtual y Portal, incluso se están usando indistintamente. Y es que, las empresas han visto la necesidad de ofrecer servicios y mejorar sus contenidos, porque, si recordamos la estrategia de Internet, ahora no basta con “estar ” en ella, sino que es preciso “hacer”. Ya no sirve que vengan los clientes, sino que se hace necesario ir a buscarlos y conseguir que se mantengan fieles a nuestros espacios en Internet y en nuestras Instituciones.

Los usuarios no comprenden muy bien la diferencia y dudan sobre si se trata del mismo tipo de página Web. Por lo tanto, resulta necesario mostrar una definición y comparación entre ellos.

Un *Portal* se entiende como: “la página Web que agrega contenidos y funcionalidades, organizados de tal manera que facilitan la navegación y proporcionan al usuario un punto de entrada en la Red con un amplio abanico de opciones” (Pérez de Leza, 2000). En ese punto de entrada, el usuario ve concentrados todos los servicios y productos que ofrece, de forma que le permite hacer cuanto necesita sin tener que salir de dicho website. Es una forma de captar clientes ya que, el objetivo empresarial de cualquier Portal es conseguir que su página genere lealtad entre los usuarios, en definitiva, maximizar el tiempo que permanece en sus páginas, antes de saltar a otro destino en la Red y asegurarse que vuelve de manera sucesiva.

Ahora bien, cada vez hay más usuarios con experiencia que demandan servicios especializados y personalizados, o simplemente un lugar donde puedan compartir las mismas aficiones y hábitos. De esta forma, si los Portales pretenden cautivar a los visitantes

deberán crear Comunidades Virtuales, clubes donde no solo encuentren servicios de valor añadido, sino también un lugar en el que pasar el rato, ir de compras o hablar con sus vecinos virtuales y donde se cree una sensación de pertenencia a esa Comunidad. Son nuevos lugares, nuevos servicios de comunicación, cuya diferencia esencial con respecto a los portales son el componente afectivo y el tiempo de interactividad entre los miembros que la componen, condicionantes necesarios para que exista la Comunidad Virtual.

*Excite.es* representa un claro ejemplo de esta evolución. Ofrece a sus usuarios dos nuevos servicios en forma de Comunidades Virtuales con las que facilita nuevas plataformas de comunicación, muy sencillas en el manejo, y con las que potencia sus estrategias de Comunidades en España.

## 6. ORIENTACIÓN DOCUMENTAL DE LAS COMUNIDADES VIRTUALES

Hemos visto que las comunidades aúnan al mismo tiempo elementos de planificación y de autoorganización, que son sistemas dinámicos y abiertos. En este punto queremos señalar la importancia de abordar la gestión de información profesional dentro de las comunidades virtuales, como elemento dinamizador y potenciador de su utilidad y contenidos. La gestión de información, entendida como “un conjunto integrado y flexible de conocimientos y técnicas utilizadas para aumentar la productividad del trabajo (intelectual y/o físico) mediante un adecuado análisis de las necesidades de información de la organización. Es decir, optimización de funciones alimentando adecuadamente las necesidades de información” (Chaín Navarro, 1997) es una disciplina necesaria para la puesta en marcha de proyectos de CV, especialmente en aquellas de ámbito científico o profesional. En este sentido, el papel del Gestor de Información, como “aquella persona especializada en documentación, que dejará de ser un intermediario entre la fuente de información y el usuario final para convertirse en un técnico que colabora en el establecimiento de las redes de información con las tecnologías de la información” encuentra un espacio profesional atrayente.

Si la esencia del trabajo en la Sociedad de Información consiste en buscar, filtrar y analizar información, para generar nuevo conocimiento útil al usuario, cliente o consumidor, Internet se está dotando de herramientas cada vez más sofisticadas que se consideran básicamente, herramientas de creación de Comunidades en torno a intereses, proyectos u objetivos comunes y cuyos resultados se expresan en forma de *representaciones del conocimiento*, en forma multimedia.

Puede servir como guía de los aspectos documentales el análisis de comunidades virtuales especializadas [Fernández Sánchez; Fernández Morales; Maldonado Martínez, 2000]. Los autores recogen información sobre la presencia y oferta de diversos productos y servicios documentales, señalando la primacía de productos tradicionales (bases de datos) frente a otros más innovadores (alerta, DSI):

- Aspectos técnicos de acceso a la información (Acceso temático, mapas del web, buscadores internos, buscadores externos, elementos multimedia)

- Documentación referencial (Bases de datos bibliográficas propias y externas, catálogos de libros, directorios de expertos, direcciones web analizadas, convocatorias, directorios de organismos, etc.)
- Documentación de contenido (Revistas propias y externas, textos electrónicos, normativa, páginas temáticas, etc.)
- Servicios (perfiles para la alerta técnica, asesoría legal, foros de discusión, correo electrónico, alojamiento páginas personales, etc.).

El valor de la información en Internet está condicionado al valor que añade el usuario. Debemos conseguir que el usuario, al visitar nuestra Comunidad Virtual, se vaya satisfecho porque ha resuelto un problema de información. Pero para que ocurra, es necesario conocer su potencial, saber cual es su perfil, etc. Adquiere entonces protagonismo la *Difusión Selectiva de Información* (desde ahora DSI) definida tradicionalmente como “el proceso por el cual el centro de documentación transmite al usuario la información o los documentos que la contienen o bien, mediante distintos productos documentales, le da la posibilidad de conocer esos documentos y le facilita la obtención.” (Cebrián Enrique, 1998).

Partiendo de este concepto y aplicado a una Comunidad Virtual, el Gestor de Información se convierte en evaluador de las fuentes y administrador de los flujos de información que por ella interactúan. Si la información adquiere más valor por la aportación del usuario, observamos cómo la DSI adquiere un nuevo enfoque en la Comunidad Virtual, pues está produciendo flujos de información multidireccionales.

Efectivamente, el usuario ya no accede a ella para realizar la operación estática de pregunta-respuesta y mantener una actitud pasiva, (modelo unidireccional de DSI); por el contrario, accede para buscar y navegar por las distintas redes de información, interactúa con otros usuarios de manera dinámica, genera su propio material y lo ofrece al resto de los miembros, propone sugerencias al Gestor para la mejora. La colaboración de los usuarios, es la clave del éxito de la Comunidad Virtual, pues con ellos el Gestor puede ofrecer mejores servicios con un contenido más elaborado y estudiado, cubriendo así sus expectativas deseadas.

Por tanto, cuidar los contenidos de información que van a estar al alcance de los usuarios es una de las piezas clave en la gestión de una Comunidad Virtual y elemento de distinción con otros espacios parecidos, y en ellos, el papel del profesional de información será el de encargado de coordinar su uso frecuente, efectivo y económico, supervisando una amplia variedad de actividades y funciones como planificación, organización y evaluación. Será pues, el científico de la información del futuro, cualquiera que sea su nombre: “navegante del conocimiento”, “investigador en ambientes informativos virtuales”, “diseñador de bibliotecas virtuales”, etc.

## **7. LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE COMUNIDADES VIRTUALES**

Las CV no solo suponen un espacio para la aplicación de técnicas documentales, sino que son una oportunidad conceptual para la mejora de la difusión de información que se

realiza desde las instituciones documentales. Se ha teorizado mucho sobre la urgencia de una Difusión Selectivo de Información que ponga en contacto al usuario individual y sus necesidades de información con los recursos informativos del centro documental. Se ha teorizado mucho y avanzado poco. Es quizá el momento de plantear una aproximación comunitaria a las necesidades de información, partiendo de que el usuario particular existe en un contexto grupal que dibuja y orienta su comportamiento como consumidor de información.

Los portales de información satisfacen en parte una necesidad de orientación y concentración de información, pero las comunidades virtuales permiten acercar la visión de los usuarios a los servicios documentales ofrecidos.

¿Cuál puede ser la utilidad de las CV para bibliotecas y centros de documentación? Nuestro punto de vista es que su papel será planificar sus servicios interactivos de difusión de información como si de una comunidad virtual se tratase (Cornella, 2000), de modo que se potencia el intercambio de información entre sus miembros, que se genere un espacio documental compartido basado en intereses comunes, en el que DSI se materializa como una Difusión Comunitaria de Información, sustentando en las posibilidades de interacción, recuperación de información y comunicación que suponen las tecnologías de la información. La personalización se canalizará a través del grupo, construyendo un enfoque gradual de interacción profunda entre usuarios y sistema de información.

El desarrollo de servicios en entornos telemáticos implica un cierto cambio en la concepción de las unidades de información. Un centro de documentación aislado no puede aspirar a construir un portal Internet completo en su campo. Para ello tendrá que colaborar con otras entidades para la producción de servicios y productos de información virtuales en cooperación. Al mismo tiempo debemos tener presente la relación entre Institución Documental y Comunidad de Usuarios, puesto que en el contexto documental, la digitalización es aún bastante parcial, por lo que el usuario perteneciente a una comunidad virtual documental, necesita la proximidad de un espacio documental real, con colecciones en papel y otros recursos informativos.

## 8. CONCLUSIONES

De todo lo expuesto, es importante extraer algunas consideraciones a modo de conclusión.

Se ha planteado que una Comunidad, desde el punto de vista tradicional, cobraba sentido porque estaba vinculada a un territorio y formada por un grupo de personas que desarrollan un Sentimiento de Pertenencia. Con las Tecnologías de la Información aparecen las Comunidades Virtuales, las cuales se desarrollan en un nuevo espacio en el que no hay fronteras y donde se acortan distancias geográficas y temporales. La red supone un espacio complementario al espacio real, en el que tienen lugar interacciones simbólicas que influyen en el mundo real, añadiendo pues una dimensión nueva a la ya compleja trama de relaciones y medios en la sociedad actual.

Con la implantación de algunos servicios, se observa que el espacio de la Comunidad Virtual también está limitado, pues parece muy complicado hacer una fiesta de disfraces o dar un beso. Pero si se reflexiona, las Comunidades Virtuales han comenzado su fase

de desarrollo, por lo que resulta indispensable definir lo que las Tecnologías de la Información y la Telemática pueden llegar a ofrecer a estos espacios. En este sentido será necesario estudiar como evolucionan sus componentes, debido al medio principalmente, y de esta forma averiguar las características que verdaderamente las diferencian, definiendo formalmente, aquellos intangibles que pueden hacer que la Comunidad Virtual tenga el mismo, o mayor impacto, que una Comunidad Real.

Posiblemente, se cambie entonces el modo de concebir las relaciones sociales, entendidas hasta ahora como una prolongación de la vida social en el territorio.

También se plantea si ciertamente, la Comunidad Virtual puede ser una orientación adecuada para la DSI en su nuevo enfoque. Si los aspectos clave para crear este tipo de Comunidad son la interactividad y el componente afectivo, en un servicio de referencia donde quiero buscar todas las fuentes de un tema específico, es importante la interactividad pero también la confianza y no la implicación afectiva para conseguir lo que quiero. Por tanto, ¿puede ser el Portal esa nueva orientación?

Por ultimo, se pone de manifiesto el reto de los profesionales de la información en apropiarse el espacio de la dinamización documental de las comunidades virtuales y portales, a través de la organización, selección de información y diseño de sistemas de información de valor añadido para el usuario.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- CANTOLLA, D. (2000) Comunidades Virtuales: ciudades en el ciberespacio [1ª parte]. <http://www.ecommdigital.com> [Consulta diciembre de 2000].
- CASTELLS, M. (1997) La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. La sociedad red. Vol. 2: El Poder de la Identidad. Madrid. Alianza.
- CASTELLS, M. (1997: 2) La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. La sociedad red. Vol. 2: El Poder de la Identidad. Madrid. Alianza.
- CASTELLS, M., HALL, P. (1994) La Tecnópolis del mundo: La formación de los complejos industriales del siglo XXI. Madrid. Alianza.
- CEBRIÁN ENRIQUE, B. J. (1998) Nuevos enfoques sobre la misión del documentalista en los medios de comunicación. Documentación de las Ciencias de la Información, 21, p. 91-100.
- CHAÍN NAVARRO, C. (1997) Gestión de Información en las Organizaciones. Murcia. DM.
- CORNELLA, A. (1997) Internet: ¿Qué cambia en la empresa?. Barcelona. ESADE.
- CORNELLA, A. (1997) La cultura de la información como institución previa a la sociedad de la información. Barcelona. ESADE.
- CORNELLA, A. (2000): Infonomía! com: la empresa es información. Ediciones Deusto
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E.; FERNÁNDEZ MORALES, I.; MALDONADO MARTÍNEZ, A. (2000): Comunidades virtuales especializadas: un análisis comparativo de la información y servicios que ofrecen al usuario. VII Jornadas Españolas de Documentación, 2000.
- GURRUTXAGA, A. (1991) El Redescubrimiento de la Comunidad. Reis, 56, p. 33-60.

- HAGEL III, J., ARMSTRONG, A.G. (1997) Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities. Harvard Bussines School Press.
- IPARRAGUIRRE, J. (1998) El taller de Comunidades Virtuales. <http://www.gpd.org/maig98/es/comvirtue.htm> [Consulta enero de 2001].
- PÉREZ DE LEZA, J. (2000) El valor añadido de un portal. Ecomm, 13. <http://www.ecommdigital.com/printart.ctm?ID=342> [Consulta enero de 2001].
- RHEINGOLD, H. (1996) La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras. Barcelona. Gedisa.
- SÁNCHEZ ARCE, M.V. (2000): Las “Comunidades Virtuales” como instrumento para la difusión de información. Proyecto Fin de Carrera Licenciatura en Documentación. Universidad de Murcia [No publicado].
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (1997) Crítica de la seducción mediática. Madrid. Tecnos.
- PONS DÍEZ, J.; GIL LACRUZ, M; GRANDE GASCÓN, J.M. (1996): Participación y sentimiento de pertenencia en comunidades urbanas: aproximación metodológica a su evaluación. En: RTS, 141, pp. 33-44.

#### URLS DE COMUNIDADES VIRTUALES

[www.geocities.com](http://www.geocities.com)

[www.well.com](http://www.well.com)

[www.civila.com](http://www.civila.com)

[www.ictnet.es](http://www.ictnet.es)

[www.commm.com](http://www.commm.com)

[www.galiciacity.com](http://www.galiciacity.com)

[www.bubl.ac.uk](http://www.bubl.ac.uk)

[www.ciudadfutura.com](http://www.ciudadfutura.com)

[www.tripod.com](http://www.tripod.com)

[www.rediris.es/cvu/index.html](http://www.rediris.es/cvu/index.html)

[www.excite.es](http://www.excite.es)

[www.venezuelanet.com/planeta](http://www.venezuelanet.com/planeta)