

# **Redes sociales e instituciones culturales: teoría patrimonial, comunicación y algunas rupturas**

Candela González Sánchez

*PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, ISSN 1136-1867, Vol. 29, n. 102, 2021, p. 120-129

Dada la escasa producción académica relacionada con el ámbito de la comunicación y el patrimonio, el artículo reflexiona sobre la presencia de dicha comunicación en la teoría cultural y patrimonial, así como sobre la relación de las instituciones culturales con nuevos canales de difusión tales como las redes sociales. Para ello, parte de un análisis pormenorizado sobre cómo algunos textos patrimoniales y culturales que han supuesto hitos a nivel conceptual o legal abordan la idea de la comunicación. La tipología de textos mencionados es variada, recogiendo documentos de carácter tanto legal y administrativo como puramente teórico, englobados, todos ellos, dentro del marco internacional, nacional o regional (Andalucía). A continuación, recopila una serie de lecciones aprendidas durante la década 2010-2020 sobre la evolución y los cambios de enfoque por parte de las instituciones culturales a la hora de emplear las redes sociales como herramientas de comunicación. Por una parte, se destaca la necesidad de revalorizar la figura del sujeto destinatario y el acto de consumo de la información comunicada, potenciando la creación de una comunidad y el sentimiento de pertenencia a la misma. Asimismo, señala la importancia de tener en cuenta la existencia de ciertos mitos tales como el del acceso

universal frente una realidad que incluye una significativa brecha digital y asimetrías culturales. De igual modo, la comunicación se enfrenta a otra serie de peligros ligados a los canales de difusión digitales que debe afrontar: los algoritmos de selección de contenidos, el exceso de “ruido” de la información, el ensalzamiento de la imagen editada digitalmente en detrimento de la belleza natural de las obras, etc. Otro factor clave señalado consiste en la búsqueda de compromiso por parte de las instituciones para superar la rigidez habitual de los perfiles institucionales en redes sociales y la falta de profesionalización de la figura del gestor de redes. Por otra parte, la gestión de redes debe incluirse dentro de la estrategia general de la institución para demostrar que se apoya el proyecto de comunicación. Otra prueba de ello la constituye el esfuerzo que debe realizar la institución para potenciar la bidireccionalidad comunicativa con sus usuarios, alejándose del habitual discurso incontestable al que suelen estar acostumbradas y procurar evitar también la confusión entre rigurosidad y exceso de academicismo. En definitiva, las instituciones deben reflexionar sobre la mejor forma de comunicar su patrimonio, aprovechando la inmediatez de las redes sociales. No obstante, no deben dejarse llevar por la rapidez de los tiempos de consumo de los contenidos a la hora de producirlos, ya que estos requieren una elaboración y un análisis más pausado.

<http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4847>

Resumen elaborado por Elena Esteban Jiménez

---

# Análisis de la accesibilidad de las páginas web de las bibliotecas públicas de Illinois: ¿Somos accesibles para todos?

Analyzing the accessibility of Illinois public library homepages: Are we accessible to all?

Judith L. Pollard

*Journal of access services*, ISSN 1536-7975, Vol. 18, n. 1, 2021, p. 50-62

Se muestran los resultados de un estudio llevado a cabo por las redes de bibliotecas públicas de Illinois para evaluar el grado de accesibilidad de sus páginas web. Se analizaron las páginas de inicio operativas utilizando la extensión AInspector Sidebar para navegadores Firefox. AInspector está diseñado como herramienta gratuita en línea para ayudar a los diseñadores de sitios web a cumplir con los requisitos de accesibilidad según las directrices elaboradas por el World Wide Web Consortium (W3C) y conocidas como Criterios de Éxito WCAG 2.0 Nivel A y AA, así como las recomendaciones de la Americans with Disabilities Act, Section 508. El conjunto de reglas elegido para esta investigación fue el Lenguaje de Mercado de Hipertexto (HTML) 5 y las *Accessible Rich Internet Applications* (ARIA). Se considera que un elemento está en infracción si no cumple los estándares de una regla requerida; el incumplimiento de una regla recomendada da lugar a una advertencia. Un aprobado significa que se cumplen todos los requisitos relativos a ese elemento. En algunos casos se requirió una comprobación manual para cumplir con las

recomendaciones específicas. Se evaluó el lenguaje, diseño, maquetación y eficacia. AInspector inspeccionó los puntos de referencia de la página web, los títulos, el contenido, las imágenes y los enlaces. El objetivo del estudio es ayudar a los sistemas de bibliotecas de Illinois a darse cuenta de que puede haber problemas de acceso a algunos de sus contenidos, por lo tanto, detectarlo significa dar un gran paso para liderar el camino hacia la igualdad de acceso en línea para todos. Cada vez es más esencial que todas las personas tengan igualdad de acceso y oportunidades a Internet, incluidas las «personas con discapacidad. Dado que el sitio web de la biblioteca proporciona acceso virtual a la información, formularios gubernamentales, solicitudes de empleo y recursos asistenciales, es vital tener en cuenta las necesidades de las personas con discapacidades al diseñar los sitios web de la biblioteca.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15367967.2020.1870475>

Resumen elaborado por María Osuna González

---

# **Estrategia de contenido web en la práctica de las bibliotecas académicas**

Web Content Strategy in Practice within Academic Libraries

Courtney McDonald, Heidi Burkhardt

*Information technology and libraries*, ISSN 2163-5226, Vol. 40, N. 1, 2021

La estrategia de contenido web es una práctica relativamente nueva en la industria, la educación superior y las bibliotecas académicas y de investigación. Los autores realizaron una encuesta vía web a bibliotecarios para identificar las tendencias actuales en esta área profesional y para establecer en qué grado las instituciones participan en la estrategia de contenido web dentro de las instituciones. La encuesta combinaba preguntas basadas en aspectos demográficos y de práctica bibliotecaria. Las respuestas mostraron un contraste importante. Hubo una proporción 80-20 entre las respuestas relacionadas con el conocimiento de la estrategia de contenido de web y su práctica. Esto es particularmente notable en combinación con las respuestas que indican que en cerca de dos terceras partes de las organizaciones existe uno o múltiples puestos encargados de la creación, gestión y edición de contenido web. La influencia de la experiencia del usuario en las bibliotecas académicas es visible en la frecuencia con que los encuestados informaban de unas prácticas generales y establecidas basadas en ellas para mantener el sitio web (por ejemplo, poniendo a prueba la usabilidad). Algunos encuestados mencionaron la utilización de métodos como la auditoría de contenidos o inventarios y guías de estilo, pero muy pocos informaron de una lista de revisión formal, de un calendario de contenidos y de puntuación en legibilidad. Al revisar las definiciones enviadas sobre estrategia de contenidos, se detecta un mayor nivel de madurez en la planificación, creación y uso de la experiencia del usuario, y menores niveles en presentación y gobernanza. En conjunto, el análisis de los resultados proporcionados por las definiciones sugiere que en el presente la estrategia de contenido como práctica comunitaria en bibliotecas académicas está operando a un nivel básico. Los autores proponen un plan para mejorar la estrategia que todavía está por desarrollar y que ayudará a la práctica bibliotecaria.

<https://ejournals.bc.edu/index.php/ital/article/view/12453>

Resumen elaborado por Antonio Rodríguez Vela