

## LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL: UNA ESTRATEGIA

**Teodoro Andrés López**

Prof. Fac. de CC.Sociales. Universidad de Salamanca

Dir. del Título Propio de Experto en Servicios de Información Juvenil e Información al Ciudadano. Coordinador de la Red de Telecentros de Castilla y León. Programa Próxim@

*Los informadores juveniles y las redes de información juvenil no han asumido plenamente la avalancha de cambios organizacionales e institucionales que suponen ya de facto las pautas y usos tecnológicos de los y las jóvenes y sus redes informales. Generar valor añadido en los servicios de información, asumiendo los retos de la producción de información en un nuevo esquema de gestión del conocimiento, y redes de aprendizaje autoorganizado, constituyen algunas de sus estrategias de futuro.*

**Palabras clave:** Nuevas tecnologías, redes ciudadanas, gestión del conocimiento, redes de aprendizaje, información juvenil, servicios de información.

*“Los movimientos sociales de la era de la información se movilizan esencialmente en torno a valores culturales. La lucha por cambiar los códigos de significado en las instituciones y en la actividad social es la lucha principal en el proceso de cambio social del nuevo contexto histórico”.*

Manuel Castells

### INTRODUCCIÓN

**E**stamos más allá del ecuador de una iniciativa presentada como el programa más ambicioso de modernización tecnológica de la sociedad española en toda su historia, y aunque los objetivos distan mucho de haberse cumplido, en el ámbito en el que nos situamos los servicios de información juvenil y en general los servicios de información pública, siguen siendo válidos:

“La Sociedad de la Información ofrece una oportunidad sin precedentes para mejorar los servicios que las Administraciones Públicas deben dar a los ciudadanos. Por un lado, la Administración podrá difundir de manera eficaz la información pública. Por otro lado, con la ayuda de las TIC los administrados podrían acceder de modo instantáneo a las unidades de la Administración responsables de sus asuntos, sin necesidad de desplazarse ni de ajustarse a los horarios fijos, lo cual puede transformar radicalmente las zonas rurales y llevar los servicios de la Administración a los domicilios de sus habitantes. Las TIC tienen la posibilidad de

que las instituciones que participan en la toma de decisiones políticas puedan tener un contacto más directo y personalizado con los ciudadanos, recogiendo sus opiniones y comentarios<sup>1</sup>.”

En el mismo marco de intenciones se sitúa la actualización del programa e-Europe<sup>2</sup> cuando propugna para todos los estados miembros de la UE unos servicios públicos interactivos antes de finalizar el año 2004, insistiendo en la necesaria reorganización interna que ha de acometerse para tratar de incorporar las buenas prácticas y el acceso multiplataforma.

Los informadores juveniles, pese a que hayamos podido contribuir de manera modesta al advenimiento de esta nueva sociedad: sobre todo, somos sujetos pasivos de esta gran corriente de cambios sociales que se nos viene encima. Estar desarrollando nuestra actividad en

<sup>1</sup>COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS (2000): *INFO XXI: La Sociedad de la Información para todos. Primera fase 2000 – 2003*, M<sup>o</sup> de Ciencia y Tecnología, p. 2. [www.info21.es]

<sup>2</sup>COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002): *eEurope 2005: Una sociedad de la información para todos*, Bruselas, COM (2002), 263 final, p. 13.

el sector de la información, precisamente la palabra que se ha convertido en el adjetivo predilecto de definición de las nuevas sociedades, nos abre grandes posibilidades, pero también es preciso dar la alerta sobre lo que supone estar, sin haberlo pretendido, en un sector diana de los nuevos medios de comunicación privados y de los nuevos (esperemos) servicios de información públicos:

- No somos redes flexibles
- No tenemos agilidad de reformulación administrativa y orgánica
- Apenas producimos información propia
- Seguimos entendiendo la información como un producto, y no como un medio en sí mismo. En general carecemos de estrategia
- Seguimos estructurándonos de manera jerarquizada
- No estamos construyendo organizaciones que aprenden y mucho menos integrando a los usuarios en estas redes de aprendizaje
- La comunicación es un elemento residual en nuestra política de centros de información
- Cuando los medios privados miden su rentabilidad mediante la fidelización de usuarios, nosotros operamos desde la neutralidad de estadísticas anónimas
- No generamos plataformas de participación activa de producción de información y comunicación dentro de las organizaciones, y apenas investigamos las necesidades y preferencias de nuestros usuarios habituales

Las políticas cada vez más agresivas de marketing de los medios privados (incluso públicos) con respecto a su público más rentable (los y las jóvenes) y el vértigo tecnológico de los nuevos medios (cada vez más interactivos, accesibles y personalizados) conduce a un ritmo de evolución que puede dejarnos obsoletos en un breve plazo. Los centros físicos de información y la mercancía que alimenta su demanda, en muchas ocasiones accesible desde otros lugares y medios, tendrán que aprender a redefinir su significado en nueva sociedad de la información.

Cómo apunta uno de los principales expertos en redes tecnológicas comunitarias, lugar en el que cada vez más, querámoslo o no, habrán de situarse las redes juveniles, “la cuestión principal

es saber si hay lugar para la cultura Internet no comercial y para la interacción social<sup>3</sup>”.

## EL MUNDO ESTÁ FORMADO POR REDES Y NO POR GRUPOS

Cuando Negroponte en su célebre ensayo<sup>4</sup>, retrató el paso de la sociedad analógica a la sociedad digital en términos informacionales (la información digital es capaz de contener información sobre sí misma, y por tanto adaptarse al usuario) obvió un cambio al menos tan significativo: el paso de la cultura de grupos a la cultura de redes. De manera significativa, la interacción social, y mucho más la de los colectivos juveniles, es un mosaico de reglas comunicacionales asentadas sobre un enorme, a la par que discreto, aprendizaje tecnológico. No sólo la información, sino sobre todo la interacción es digital en el siglo XXI.

Cada vez es más notable el análisis de las redes sociales y las redes de aprendizaje, sean informales, formales o incluso profesionales, para intentar explicar el comportamiento *informativo* de muchas organizaciones y grupos sociales. Venimos hablando desde hace ya décadas de las redes de información juvenil y las nuevas normativas siguen incorporando ese término, pero no encadenan una praxis estratégicamente relevante en este nuevo contexto tecnológico que está redefiniendo estas redes.

No somos tan conscientes cómo debiésemos de que “las estructuras de relaciones tienen un poder explicativo más importante que los atributos personales de los miembros que componen el sistema<sup>5</sup>”. Los y las jóvenes en el ámbito tecnológico, son sobre todo, redes activas de participantes en un nuevo modelo de aprendizaje informativo en que los servicios de información juvenil están generalmente ausentes: los servicios de información tradicionales organizados entorno a la cadena documental de productor-usuario, reflejan un patrón de aprendizaje lineal y suponen

<sup>3</sup>Castells, M. (2001): *Galaxia Internet*, Plaza & Janes Ed., Barcelona, p. 175.

<sup>4</sup>Negroponte, N. (1995): *El mundo digital*, Ed. B, Barcelona

<sup>5</sup>Molina, J.L. (2001): *El análisis de las redes sociales*, Ed. Bellaterra, Barcelona, p. 18.

“una limitación fundamental a la capacidad que tienen los grupos de funcionar como equipos que generen ‘inteligencia colectiva’.../... Creemos que el futuro de las redes no tendrán por objeto leer documentos, sino explorar el proceso o modelo intelectual de un individuo o un grupo. Al estudiar y explorar la red hipertextual creada por individuos, comprenderemos el contenido en cuestión y los procesos de pensamiento que tienen lugar de forma individual o colectiva hasta llegar a las relaciones cognitivas que expresan la evaluación de un problema complejo”.

Los servicios de información, sobre todos los servicios especializados, han de adaptarse a un nuevo modelo de uso y aprendizaje colectivo de la información que genera conocimiento, información contextualizada y adjetivada, en la que las redes de usuarios son los protagonistas. Las pautas de comunicación juvenil en el nuevo ecosistema tecnológico están generando una nueva dimensión de valor añadido, que las redes institucionalizadas de servicios públicos apenas aciertan a valorar.

### DEFINIENDO LA SITUACIÓN DEL NUEVO ECOSISTEMA TECNOLÓGICO

En base a lo anteriormente comentado, podemos plantear los principales elementos de este nuevo contexto en el que han de jugar los servicios y redes de información juvenil:

- Internet se ha instalado ya como el mayor medio de comunicación del planeta.
- Cada vez se camina en mayor medida a una integración real de los medios de comunicación y los medios de información.
- Las Administraciones de los países desarrollados se encuentran en una situación irreversible de integración de las plataformas de información y atención al usuario, usando Internet y sus posibilidades como el vehículo que ha de soportar dicha estrategia.
- Proyectos de Sociedad de la Información de diversos países y Comunidades Autónomas, y más recientemente los acuerdos de las últimas

<sup>6</sup>Harasim, L. (et. Al) (2000): *Redes de aprendizaje: Guía para la enseñanza y el aprendizaje en red*, Gedisa, Barcelona, p. 281.

cumbres europeas de jefes de estado, plantean la exigencia de que en breve plazo, los ciudadanos puedan realizar demandas individualizadas a los servicios públicos desde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Figura 1. Escala del uso de las TIC en las relaciones de los ciudadanos con la Administración



- Ofertar servicios a los ciudadanos desde las distintas áreas de la Administración, exige previamente establecer estrategias internas de funcionamiento mediante estos nuevos medios tecnológicos e implantar una cultura profesional de las TIC y más concretamente de Internet, que haga compatible mayor acceso a recursos y servicios, con mayor bienestar laboral.
- Los servicios públicos, y concretamente los servicios de información juvenil, como punto fundamental de atención a las demandas de los usuarios, deben establecer su marco de funcionamiento en estos nuevos medios, posibilitando el acceso a información puntual de interés para el ciudadano y participar dentro de una red en tiempo real de recursos humanos e institucionales a disposición de sus profesionales. Esto permitirá:
  - Trabajar en redes de geometría variable en función de los proyectos y demandas planteados.
  - Establecer una mayor coordinación entre necesidades y recursos.
  - Tener acceso a información más amplia de su propia comunidad que puede rentabilizar en

sus actividades y en la movilización de recursos sociales.

- Propiciar desde la práctica una mayor interprofesionalidad e integración de experiencias previas.
- Posibilitar y dinamizar las aportaciones de los profesionales desde su práctica al conjunto de la institución, creando la cultura de una "organización que aprende".

Fig. 2: La espiral del conocimiento



Es preciso generar una filosofía dentro de las organizaciones y las redes de información juvenil encaminada a crear esta pirámide del conocimiento, en la que la mera información no puede ser el último referente: información para qué, información para quién, información sobre qué, información no requerida altamente significativa, información elaborada en procesos compartidos, información que retorna amplificada por los usuarios, etc, son diversos elementos de organizaciones de información que aprenden y utilizan estrategias innovadoras<sup>8</sup>.

<sup>7</sup>Huang, K-T., Lee, Y.W., Wang, R.Y. (2000): *Calidad de la información y gestión del conocimiento*, AENOR (Asociación Española para la Normalización y Certificación), Madrid, p. 25 y ss.

<sup>8</sup>Puede consultarse un ejemplo en este sentido de la redes sociales como vehículo de innovación en: Henk F., Beate V. (2001): "Goal specific social capital and job satisfaction Effects of different types of networks on instrumental and social aspects of work" en *Social Networks*, núm 23, 297-320. Igualmente respecto de la composición e interacciones de las redes sociales puede consultarse: Falzon, L. (2000): "Determining groups from the clique structure in large social networks" en *Social Networks*, núm 22, 159-172.

## DE LA INFORMACIÓN AL CONOCIMIENTO

Desde hace varios años se viene hablando de la sociedad de la información, situando la cualidad informacional como el elemento más relevante de nuestra cotidiana realidad, pero la información aún teniendo cierto carácter intelectual requiere ser asumida, apropiada, analizada y utilizada para convertirse en conocimiento. Integrar la información en circuitos productivos y/o sociales, fundamentalmente desde las nuevas tecnologías, es quizá la característica más significativa de los que cada vez más se denomina sociedad del conocimiento. La gestión del conocimiento supone la aplicación sistemática en los circuitos productivos o institucionales de esta filosofía de integración de la información, entendiendo por información un amplio abanico de denominaciones: datos, experiencia, hábitos, actitudes, etc.

En términos informacionales la información usada y reelaborada en redes organizacionales, una vez depurada, produce conocimiento. Podríamos definir que el conocimiento es la información combinada con la experiencia, el contexto, la interpretación y la reflexión, y que es una clase de información de alto valor que está preparada para la toma de decisiones<sup>9</sup>.

En definitiva, los datos, una vez asociados a un objeto y estructurados se convierten en información. La información asociada a un contexto y a una experiencia se convierte en conocimiento. El conocimiento asociado a una persona y a una serie de habilidades personales se convierte en sabiduría, y finalmente el conocimiento asociado a una organización y a una serie de capacidades organizativas se convierte en Capital Intelectual. En los centros de información debe realizarse de manera mucho más eficiente la formalización de esos activos intangibles que constituyen la experiencia, la capacidad de trabajo en equipo, las estrategias individuales de búsqueda de recursos, las habilidades diversas y el proceso constante de aprendizaje individual que sumado en conjunto se convierte en innovación.

<sup>9</sup>Saz, M.A (2001).: "Gestión del conocimiento: pros y contras" en *El profesional de la información*, abril, v. 10, n. 4, pp. 14-28.

Fig. 3. Elementos de la Gestión del Conocimiento



La mayoría de los centros de información son almacenes de distribución de información primaria que ni siquiera han producido, son meros intermediarios. La cultura red, en términos económicos está generando mayor productividad, a la par que una crisis económica de difícil cuantificación y consecuencias, debido a que ha introducido nuevos elementos que alteran notablemente las reglas del mercado tradicional:

- el acceso directo productor/cliente (pérdida o aminoración de las actividades de distribución)
  - el factor de especificidad (un producto determinado para un cliente determinado)
  - el concepto “en tiempo real” (inmediatez en la demanda, inmediatez en la respuesta)
- Sobre estos elementos pivota la denominada “nueva economía” y somos ingenuos si pensamos que tarde o temprano no se creará una **“nueva infonomía”**.

Como informadores apenas hemos incorporado la filosofía red al introducir las nuevas tecnologías en nuestro trabajo ni en nuestro producto, trabajamos con Internet pero no desde Internet y no generamos conocimiento compartido en la red, únicamente esporádicas informaciones generalistas. Internet y sus aplicaciones más maduras (extranet/intranet) suponen una redefinición de todos los aspectos de un centro de información juvenil y de las propias redes juveniles: trabajo en equipo y redes de trabajo.

Fig. 4



Respecto del primer término, únicamente puede darse trabajo creativo generando un espacio de aprendizaje continuo, y en nuestro caso esto pasa por la integración de equipos multiprofesionales generando estrategias compartidas de resolución de problemas; y respecto del segundo, a pesar de que frecuentemente nos contemplemos como redes de información e interacción juvenil. En todo caso, una plataforma informática para la GC, debe contar al menos con los siguientes elementos:

- Panel de información y novedades personalizado
- Panel de avisos y demandas de información
- Banco de publicaciones e informes propios
- Bases de datos
- Rincón de ideas y laboratorio de proyectos
- Sistemas de evaluación de consultas y auditoría de procesos
- Sistema de puntos críticos
- Agenda compartida
- Foros temáticos y/o de grupos de discusión
- Plataforma de aprendizaje (e-learning)

### AUTOORGANIZACIÓN: REDES DE USUARIOS (DEL B2C AL P2P)

En 1995 Joël de Rosnay, formulaba su Teoría General de la Autoorganización y de la Dinámica de los Sistema Complejos<sup>10</sup>, en síntesis

<sup>10</sup>Rosnay, J. (1996): *El hombre simbiótico*, Ed. Cátedra, Madrid, p. 52.

simbionomía, y dedicada al estudio de la emergencia de los sistemas complejos por autoorganización, autoselección, coevolución y simbiosis. Podemos resumir esta teoría en base a los siguientes elementos:

- **Agente:** un operador individualizado dotado de funciones que le permite actuar sobre su entorno
- **Enlaces:** mecanismos y medios de conexión, ensamblaje e interacción que permiten crear vínculos entre los agentes
- **Reproducción:** los agentes son capaces de codificarse y de reproducir sus estructuras y funciones
- **Refuerzo:** los intercambios entre agentes se revalorizan (o se eliminan) mediante enlaces o bucles de regulación
- **Red:** los agentes, sus enlaces e intercambios constituyen los nudos y los vínculos de redes caracterizadas por el paralelismo y la simultaneidad de múltiples operaciones
- **Caos:** la dinámica de las interacciones conduce a fluctuaciones aleatorias que generan gran variedad de estados, de situaciones o de comportamientos impredecibles
- **Amplificación:** algunos estados, situaciones o comportamientos se amplifican por flujos de información
- **Autoselección:** la aceleración resultante de los mecanismos de amplificación aísla el sistema en una "burbuja temporal" de mayor "densidad" que conduce a otros sistemas de evolución
- **Organización:** sistema capaz de mantener su propia estructura y funcionamiento resultante de las interacciones de sus agentes
- **Emergencia:** el funcionamiento global de un sistema complejo conduce a la emergencia de estructuras, de funciones y de propiedades nuevas impredecibles
- **Transmisión:** los datos estructurales y funcionales, los mecanismos relacionales, reproductivos y evolutivos se memorizan de forma codificada y transmisible
- **Simbiosis:** asociaciones de organismos o de organizaciones que conducen a una ventaja mutua de socios. Las simbiosis generan organizaciones de un nivel de complejidad superior

Aunque esta teoría fue formulada en términos generales, parece un traje a medida para conceptualizar el uso de las nuevas tecnologías sobre redes sociales, sean juveniles y/o ciudadanas:

Fig. 5. Teoría de la Autoorganización

Teoría de la Autoorganización	Redes
AGENTES	Ciudadanas/Juveniles
ENLACES	Usuarios
REPRODUCCIÓN	Telecomunicaciones
REFUERZO	Grupos, Asociaciones
RED	Liderazgo, estatus
CAOS	Internet / Intranet
AMPLIFICACIÓN	Hipertexto / Opinión
AUTOSELECCIÓN	Participación (Foros)
ORGANIZACIÓN	Grupos y temas de interés
EMERGENCIA	Estructuras públicas de participación comunitaria
TRANSMISIÓN	Problemas, necesidades
SIMBIOSIS	Normas colectivas
	Redes Juveniles

Si nos ubicamos con comodidad en el cuadro anterior y además estamos creando una red autoorganizada, horizontal, abierta y antijerárquica, estamos en la nueva infonomía.

En términos históricos el uso de Internet como instrumento de información por parte de los servicios y centros juveniles fue ingenuo como no podía ser de otra manera.

En una primera etapa, lo importante era estar en la red: poner información estática, generalmente los datos institucionales, los horarios de atención al público con suerte, y a veces incluso algún directorio.

En una etapa posterior, comenzó a vislumbrarse la necesidad de generar sistemas dinámicos de información que permitiesen hacer accesible a los posibles usuarios la información actualizada. Se daba el paso de la información estática a la información perecedera. Esto conlleva una mínima exigencia de automatización de procesos y gestión del trabajo en equipo que en la mayoría de los casos dista de haberse conseguido.

Un paso más allá, ha venido consistiendo en estrategias de fidelización de usuarios, fundamentalmente gracias a la elaboración de

listas de distribución y suscriptores a boletines electrónicos.

El último estadio consistiría en crear información pertinente a cada grupo de usuarios en función de su perfil, intereses, edad, destino, etc., información contextualizada, producida en multiplataforma (información impresa, revistas y boletines electrónicos, tabloneros de anuncios físicos y electrónicos, bases de datos, listas de distribución, medios de comunicaciones tradicionales, SMS, W@p y futuros soportes). En estos estadios vemos el tránsito de la arquitectura tradicional de los servicios desde nuevas tecnologías (información homogénea, primacía de la accesibilidad, gran ruido documental, poca escalabilidad y dificultad de integrar a otros servicios y/o usuarios) a la nueva arquitectura red en la que prima la pertinencia (ser red, más que estar en la red): información como una estrategia integral de comunicación y participación con los usuarios. Información producida en definitiva por una organización que aprende, trabaja en equipos y redes profesionales de geometría variable en función de las temáticas y necesidades, y ha generado una estrategia de formalización de los conocimientos y habilidades tácitas de sus profesionales en capital intelectual y conocimiento organizativo.

Internet pasa por ser un caos creativo, pero en realidad los procesos más genuinos de su evolución están soportados por una valiosa estrategia de apropiación social y económica de su tecnología: las formas tradicionales de productor a cliente (b2c), lo que actualmente son la mayoría de los centros de información enseguida fueron superadas por las transacciones en tiempo real de productor a productor (b2b), y éstas a su vez fueron superadas por una nueva realidad del uso de la tecnología, el p2p, que podría definirse como la estrategia autoorganizada de transacciones (datos, información, música, software, bienes tangibles, etc.) de usuario a usuario. En el ámbito del uso público de la red, la idea más "caliente" de los últimos años ha consistido en organizar plataformas libres, eficientes y autoorganizadas de intercambio entre usuarios; y en el uso privado, en la creación de plataformas transversales de gestión e información en red (intranets y extranets corporativas), lo que

podríamos titular a2a: *administration to administration*.

Esta es la *gramática* que tiene que regir nuestra nueva estrategia de desarrollo, implantación y supervivencia de los servicios y redes de información juvenil:

- Centros abiertos al usuario desde la red, auténticos clubes de usuarios que crean, discuten, hipertextualizan y refunden la información con su práctica y en su contexto
- Servicios de información y animación específica por y para colectivos diferentes, que incorporen un formato de comunicación en función del público objetivo y de tipo de producto
- Espacios institucionales y espacios-red de *hágaselo usted mismo*
- Gestión integrada de la información sobre recursos y actividades en tiempo real y acceso a la disponibilidad *on-line* de los mismos
- Agendas juveniles personalizadas, con información pertinente a sus centros de interés, actividades, grupos de contacto, etc.
- Tabloneros electrónicos de avisos en tiempo real editados por distintos centros e incluso distintas administraciones (tablón de anuncios red)
- Espacios de discusión y aprendizaje profesional *on-line* en el tiempo de trabajo; aminorar cada vez en mayor medida la separación entre trabajo y aprendizaje (organización que aprende)
- Crear laboratorios de proyectos juveniles en red: generar programas piloto de carácter innovador que sean visibles para toda la red de profesionales, creando un verdadero efecto multiplicador
- Crear foros de discusión de práctica profesional entre centros y profesionales, entre usuarios y usuarios, y por último entre usuarios y profesionales.
- Crear una red sólida de grupos de trabajo especializados en áreas juveniles como recurso en tiempo real y que puedan formalizar su experiencia para hacerla accesible "on-line" (nodos de la red)
- Establecer redes de geometría variable y abrir los centros y redes juveniles a otros centros, redes y áreas profesionales relacionados, estableciendo un marco adecuado para compartir información y recursos en tiempo real

(tanto para usuarios, como para profesionales): servicios culturales, ONG's, asociacionismo y voluntariado, servicios sociales, centros de atención al ciudadano, medios de comunicación, centros y redes educativas, redes ciudadanas, etc.

- Ser cuidadosos en la elaboración actualizada de información local e información sobre temáticas específicas de juventud, la única vía que no nos dejará aparcados como un elemento residual dentro de la actual estrategia de integración de medios y plataformas públicas y privadas de información.
- Generar un cuidada estrategia de fidelización de usuarios, que den valor añadido a la propia red, y más allá de esto, que acaben generando gran parte del contenido de la propia red.

Por último tener presente que en las actuales circunstancias, no estar en red, es estar *off*, y aunque pueda permanecer la voluntad institucional de mantener los centros y redes de información juvenil, no podrán mantenerse mucho tiempo sin que sirvan a un público y una demanda efectiva. Crear y mantener esta demanda de servicios juveniles forma parte del trabajo de los propios centros y queda espacio para desarrollar nuevas estrategias, sin embargo no puede ser al margen

de los nuevos medios (también medios de comunicación) y al margen de los nuevos usos.

## CONCLUSIONES

- Las redes sociales y de aprendizaje como un nuevo modelo de procesamiento informativo de los y las jóvenes
- Un nuevo ecosistema tecnológico, integrador de medios y canales de información y participación
- En conocimiento es cada vez más un elemento de producción colectiva soportado por prácticas de información procesada y analizada en aprendizajes significativos
- La producción de información es connatural a las redes y sobre todo a las redes tecnológicas. Los servicios de información tienen que incorporar estas prácticas como un valor añadido de su producto/oferta y su estrategia de futuro
- Las prácticas tecnológicas permiten establecer patrones de usos compartidos de recursos individuales en red y los servicios de información juveniles, están fuera de esas prácticas. Las redes informales cada vez generarán más información contextualizada que las redes formales e institucionales.