me gusta mi biblioteca

nuevas fórmulas de comunicación con los usuarios

Silvia Oviaño



Algunas cifras (de vértigo)*

90%

El 90% de los datos del planeta se han generado en los últimos dos años y durante el 2011 se rozaron los dos zettabytes (un billón de gigas), de los cuales solamente el 0,5% son analizados. En la actualidad, se crean 2.500 millones de gigas de información al día

1 min

En un minuto se generan 278.000 twits, se realizan 1,4 millones de minutos de conexión a Skype, se descargan 15.000 canciones de iTunes, se hacen dos millones de búsquedas en Google y se suben 72 horas de vídeo a Youtube

¿Qué es...

En España las búsquedas que mayor interés, curiosidad y crecimiento despertaron en Google en el año 2012 fueron las relacionadas con medios sociales, como son las relacionados con el ¿qué es...?: Instagram, Pinterest, Twitter y Linkedin

94%

El 94% de los usuarios de redes se conectan a través del ordenador, el 46% desde un móvil y el 16% desde las tabletas

WC

Uno de cada tres jóvenes se conecta a las redes sociales desde el baño

Son ya parte de nuestro entorno habitual y su uso crece a una velocidad impensable. Nombres tan raros como Facebook, Twitter o Linkedin se han incorporado a nuestro vocabulario cotidiano. Un 93% de los internautas españoles pertenece a una red social y la mayoría de ellos se conecta a ellas todos los días. Por poner una cifra, Facebook cuenta ya con 17 millones de usuarios en este país. ¿Conocen alguna empresa o medio de comunicación que tenga tantos seguidores? Parece pues imposible vivir ajeno a esta nueva forma de comunicación. Y si la biblioteca quiere avanzar al mismo tiempo que lo hacen los usuarios, deberá incorporarlas como una herramienta de comunicación e interacción con los lectores. Aunque de momento no hay datos sobre cuántos centros están usando ya estos mundos virtuales, lo cierto es que cada vez son más las bibliotecas que las utilizan; es cierto que posiblemente sean todavía una minoría, hay algunos bibliotecarios que le tienen mucho respeto -por no decir miedo- a todo el mundo digital, y se resisten tanto al préstamo como a la comunicación con los usuarios a través de las redes, temerosos de que esto pueda acabar con una de las grandes ventajas de la biblioteca; la comunicación personal, el tú a tú entre lector y bibliotecario.

es importante plantearse qué estrategia vamos a seguir, qué objetivos tenemos y cómo queremos llegar a ellos

Pero como dice Julián Marquina, autor del *Informe APEI sobre Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos* y fundador de los blogs Biblogtecarios e InfoTecarios, "no se trata de dar una vuelta de 180 grados en la misión y objetivos de la biblioteca, se habla de sumar. De sumar nuevos servicios, nuevos objetivos, nuevos medios de comunicación y difusión para llegar a las personas, de sumar todo aquello que haga a la biblioteca ser una entidad referente dentro de la comunidad".
Es lo que se ha conoce con el nombre de Biblioteca 2.0

¿Y por dónde empezar? Realmente la oferta es tan grande, que el neófito puede sentir cierto vértigo a la hora de elegir el camino de inicio. También los profesionales se sienten apabullados,Twitter, Facebook, Pinterest, Foursquares, Slideshow... es importante plantearse qué estrategia vamos a seguir, qué objetivos tenemos y cómo queremos llegar a ellos. Antes de comenzar a abrir cuentas a destajo se requiere un plan estratégico. Marquina insiste en que la estrategia *online* no puede estar separada de la estrategia *offline*, ambas tienen que ir en la misma dirección. Hay que estudiar primero el perfil de los usuarios, saber en qué redes están y luego ver cuáles nos interesan a nosotros.

Ignacio Gallego, asesor externo para redes sociales de la Biblioteca de la Universidad Politécnica de Madrid,



nos cuenta que ellos manejan las dos clásicas, Facebook, Twitter, y a mayores Slideshare, para presentación de documentos, Flickr, para el manejo de fotografías y hasta The Commons, para aquellos que viven "obsesionados con su archivo". Desde su biblioteca, se confiesan auténticos entusiastas de Pinterest, "hemos vivido un tórrido idilio que parece haber llegado a su fase de estabilidad; estamos muy orgullosos del trabajo que hemos hecho ahí y confiamos mucho en las posibilidades de esa red. La organización por tableros y la posibilidad de poder almacenar enlaces a contenidos según grupos temáticos y con una imagen alusiva nos sigue pareciendo una genialidad". Y como en este mundo no hay que pararse nunca, apuesta por dos herramientas más para el futuro de su biblioteca, los blogs, "hay pocas tareas profesionales más satisfactorias que mantener un blog. Sufrimos de envidia, y no precisamente sana, cuando vemos a bibliotecas universitarias con maravillosas redes de blogs temáticos. Pero aún tenemos muchas cuestiones y dudas técnicas a resolver. ¿Qué plataforma elegir? ¿Hacerla residente o externa? ¿Cómo organizar la edición y gestión? La otra es Linkedin, porque nuestra universidad está muy orientada al ámbito técnico y profesional y una de las competencias transversales que la Biblioteca de la UPM tiene más interés en trabajar es la relacionada con el ámbito laboral y los recursos humanos. Nos gustaría hacer trabajo bibliotecario en

De lo que tenemos que huir, sin duda, es del uso de las redes sociales como mero tablón de anuncios

Linkedin, difundir ahí los recursos que tenemos almacenados en nuestras otras redes y que podrían interesar y ser útiles a los usuarios de esa red. Pero no queremos estar a cualquier precio; queremos ser activos y potentes ahí y aún no tenemos claro cómo ponerlo en práctica pues son muchas las limitaciones que encontramos"

Un mundo tan nuevo como este -y tan cambiante- es poco conocido por la mayoría de la gente que lo usa y muchos creen todavía que mantener una red social se limita a publicitar nuestras actividades y anunciar nuestros logros, o sea convertir el Facebook en mero canal de información unilateral. Todo un error que al final acabaremos pagando. Es necesario abrirse a la participación de los usuarios, publicando sus opiniones, sugerencias y debates en torno al funcionamiento de la biblioteca. Según Carmen Rodríguez García, periodista y gestora de redes sociales de Infobibliotecas, entre otras, la interacción con los usuarios es fundamental."Si hablamos de instituciones democráticas, participativas, abiertas y al servicio de la comunidad, todo esto es básico. De lo que tenemos que huir, sin duda, es del uso de las redes sociales como mero tablón de anuncios". En una ponencia titulada *Pinchar la burbuja de las bibliotecas en Facebook: el reto de la comunicación,*

Natalia Arroyo miembro del grupo de investigación de estrategias y prospectivas de comunicación, ThinkEpi, recuerda que las bibliotecas no están haciendo todos los esfuerzos necesarios, ya que todavía hay muy pocas interacciones en las páginas de Facebook. "Sin interacción no se puede decir que exista una verdadera comunidad y, teniendo en cuenta el escaso número de veces que se comparten las publicaciones, las probabilidades de que se llegue a nuevos usuarios son más bien pocas". Los expertos recomiendan no obsesionarse mucho con las interacciones durante el primer año, lo importante al principio es generar contenidos interesantes.

Y una vez asumido esto, deberíamos plantearnos otro punto delicado. ¿Quién se hará cargo de las redes? Nada más lejos de la realidad pensar que las redes sociales solo nos llevarán un ratito, dándole a un par de "me gusta" en Facebook y copiando los contenidos de algún blog vecino o noticia del periódico. Para Carmen Rodríguez, lo fundamental es crear contenidos propios de calidad, entendiendo estos como la información apropiada sobre nuestro mundo y aquel en que se mueven nuestros usuarios en el ámbito de las bibliotecas. Necesitamos pues un bibliotecario 2.0, que domine todo el entorno virtual. Según la ponencia *El community manager en las bibliotecas,* presentada por Juan José Prieto Gutiérrez, Alicia Moreno Cámara y Julián Marquina en 2011, posiblemente sea más adecuado un experto en comunicación en entornos digitales. Sin embargo, hay profesionales que prefieren que sean los propios bibliotecarios quienes gestionen las redes. Ignacio Gallego no es partidario del *community managerismo* y sí de que sean los técnicos quienes "desarrollen habilidades propias de las redes sociales a la hora de hacer su trabajo como flexibilidad, inmediatez, espontaneidad o transversalidad". Gallego cree que es en esa mezcla de funciones, comunicador y bibliotecario, donde está lo fructífero de la relación entre bibliotecas y social media.

"Que el usuario sea capaz de identificar claramente que está en una red social gestionada por una biblioteca debido al rigor, a la calidad, a la pertinencia y a la forma en que se le presentan los contenidos".

Se trata de continuar *on line* el trabajo habitual; orientar, asesorar, ayudar a organizar, dar soporte en el acceso a la información o en la creación del conocimiento. Algunas administraciones, como el ayuntamiento de Madrid, prefieren centralizar la comunicación de todas las bibliotecas, 30 en este caso, desde un departamento central que cuenta con la colaboración de los bibliotecarios de los distintos centros.

En todo caso, sea por convicción o por resignación -en plena temporada de recortes es más que dudoso que ninguna administración invierta ahora en contratar los servicios de un gestor de redes sociales para cada centro-, se impone que sean los bibliotecarios los que asuman esta labor. Pero no es habitual que las bibliotecas tengan calculadas las horas que requiere la gestión de redes, sino que son los bibliotecarios quienes sacan ratos de sus horas de trabajo para poder publicar e interactuar, lo cual "hace que se tenga que contar con la ilusión y motivación del personal para sacar adelante esta función tan necesaria y a su vez tan poco reconocida por algunos", comenta Marquina.

Lo primero que hay que plantearse es que esta labor requiere, en el mejor de los casos, unas cuantas horas diarias. ¿Y quién es el más adecuado para llevarlas? Pues alguien entre cuyas cualidades se encuentre la empatía con los usuarios y al mismo tiempo, sea un entusiasta del papel de las bibliotecas, que tenga dotes de liderazgo para dinamizar la participación de los usuarios y que sea capaz de resolver problemas y dudas y dar respuestas inmediatas. No hay que olvidar que el mundo virtual es el de la inmediatez y una respuesta tardía puede dejarnos K.O. frente a un usuario.

Los expertos recomiendan no obsesionarse mucho con las interacciones durante el primer año, lo importante al principio es generar contenidos interesantes.

Vicente Funes, técnico de la Biblioteca Regional de Murcia, asumió el rol de gestor de redes en 2011, año en que decidieron dinamizar el blog y la cuenta de Facebook y Twitter .
"Cambiamos el planteamiento, no queríamos solo informar de lo que ocurría en nuestra biblioteca, no queríamos ser un blog profesional, sino de interés para el público general, que atrajese al usuario de a pie y que tuviese relación con el mundo de la biblioteca con cualquier tipo de temática; cine, música, arte literatura. Queríamos romper con la imagen de la biblioteca como un lugar solemne y la gente se sorprende al ver que el blog tiene un cariz poco oficialista". Las redes sociales les han abierto nuevas vías de comunicación con los usuarios, aunque reconoce que cuesta mucho que participen de veras. "La mayor parte se limita a dar al "me gusta". Pasar a que hagan sus propios comentarios cuesta más". Lo bueno de su blog es que les han hecho conocidos en lugares tan lejanos como Cuba, Colombia, México, desde donde profesionales de otras bibliotecas a menudo les piden permiso para reproducir sus textos.

Una línea desenfadada cultiva también el blog de la Biblioteca de Móstoles, en la provincia de Madrid. No hay más que ver las fotografías con las que se presentan sus trabajadores, todas ellas imágenes de cuando eran niños. En el blog, que alimentan entre tres trabajadores de la biblioteca, encontramos información sobre las actividades y exposiciones que se realizan en la biblioteca o sobre los nuevos fondos recibidos, pero también secciones temáticas y fijas como *El escritor/ilustrador del mes, literatura y cine, La vida en viñetas* o *Libros tesoro*. Julia Hernanz, la directora del centro, reconoce que entraron en este mundo virtual por la necesidad que tienen las bibliotecas de cambiar su imagen y modernizarse al ritmo que lo hace la sociedad. A pesar de que son muy nuevos en las redes, han notado cambios en la relación con algunos usuarios: "los estudiantes son gente que se relaciona muy poco con la biblioteca, con otros usuarios e incluso con los libros, solo trabajan con sus apuntes. Y hasta ahora solo se comunicaban con nosotros para pedir ampliación de horario o más puestos de estudio, por ejemplo. Pero desde que tenemos las redes sociales, recomiendan libros y películas de las que nosotros hablamos y ya no hay solo críticas negativas".

Como en toda empresa que requiere un gran esfuerzo, es lógico preguntarse por los resultados. ¿Merece la pena tener a una persona, cuando no son varias a mantener las redes sociales? Según Gallego, en el sector bibliotecario se ha instalado un cierto pesimismo en cuanto al aumento de visibilidad, presencia o reputación, y recuerda que todos los usuarios de bibliotecas -habla de las universitarias, pero podría decirse casi lo mismo de las generalistas- son usuarios de redes "y hemos mejorado muchísimo la forma en la que nos comunicamos gracias a que nos encontramos con ellos de forma más directa e informal en las redes sociales. Tanto ellos como nosotros tenemos más empatía social, si es que existe ese término". Para Catuxa Seoane, una de las bibliotecarias más activa en las redes, está claro que todos los esfuerzos merecen la pena, y de esta nueva forma de comunicarse con los usuarios destaca la posibilidad que tienen de medirle el pulso al sentir de los usuarios y la de segmentar a la población por temas de interés con perfiles en infinitos criterios, más allá de los tradicionales de edad y sexo, las redes sociales permiten saber quién habla de qué, con quién o qué gusta a quién, datos que dan la posibilidad de conocer mejor a nuestro público.

Si hay algo interesante -al mismo tiempo que desconcertante- de las redes sociales es que un mundo en constante movimiento y donde lo que hoy es lo más útil para los usuarios, mañana se convierte en una herramienta obsoleta porque ha aparecido otra que tiene muchas más funciones, es más directa o más ágil. Así que no hay quedarse dormido en los laureles y conformarse con abrir cuentas en Facebook y Twitter. Crecer es algo que tienen en mente todos los entrevistados, pero hacia donde están puestos todos los ojos de los expertos no es en la cuestión de abrir más redes, sino de crear aplicaciones para móviles. Ese es ahora el gran objetivo. Según Gallego, "la mayoría de las redes que se utilizan en las bibliotecas ya tienen desarrollada -con mayor o menor fortuna- su propia aplicación móvil y ya son mayoritariamente consultadas a través de esos dispositivos. Pero es cierto esta nueva situación obliga a hacer un esfuerzo especial a la hora de editar los contenidos para hacerlos adecuados a esos soportes. El gran reto para las bibliotecas universitarias en aplicaciones móviles está más bien en catálogos y repositorios y en cómo conseguir unificar en una única aplicación móvil, atractiva y eficaz, todos los canales y servicios de los que disponen". Para Marquina, las aplicaciones móviles deberían ser la siguiente gran apuesta, ya que el acceso a las redes sociales desde los móviles y las tabletas ha crecido en un 13% y un 7% respectivamente, según datos que arroja El Observatorio de Redes Sociales, mientras que las consultas desde un ordenador han descendido un 1%.

Lanzarse a las redes sociales parece pues una labor compleja en la que hay que medir bien los pasos a seguir, invertir tiempo y esfuerzo en conseguir los resultados deseados y, sobre todo, no desfallecer y no olvidarnos tampoco del trato personal. Para Marquina, la biblioteca del siglo XXI, será un lugar en el que lo digital habrá ganado al papel y en el que nos podremos comunicar con el usuario mediante las redes sociales, pero en el que el cara a cara seguirá siendo el plato fuerte.





¿Qué aportan las redes sociales a la biblioteca?*

_ Difunden, dinamizan y comunican a los usuarios; noticias, actividades, nuevas adquisiciones, exposiciones, presentaciones...

_ Crean imagen y posicionamiento en el sector; muestran a la biblioteca como un espacio de cercanía

_ Unen a distintas personas alrededor de la biblioteca mediante los grupos, fan pages, comunidades, páginas...

_ Escuchan e interactuan con la comunidad de usuarios de la biblioteca y con potenciales usuarios

_ Muestran el lado humano de la biblioteca a través de vídeos e imágenes de las personas que trabajan dentro

_ Realizan encuestas para saber la opinión de los usuarios sobre cualquier tema, servicio o actividad de la biblioteca

_ Son un canal de atención al usuario en tiempo real y buzón de sugerencias

_ Buscan y comparten conocimiento

_ Realizan concursos acordes con los objetivos de la biblioteca

_ Aportan información sobre nuestro sector profesional o actividad social en la biblioteca

*Información extraída del Informe APEI *Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos*