

# BIBLIOBUSES DE LEÓN. PÁGINA DE FACEBOOK PARA UN SERVICIO DE BIBLIOTECA MÓVIL

*Por, Roberto Soto Arranz.*

## **Introducción**

Los Bibliobuses de León nacieron en 1974, con un único vehículo. Hoy son seis vehículos que atienden a 450 poblaciones, de las que el 83% son inferiores a los 500 habitantes, y de éstas el 63% tienen menos de 250 habitantes.

Coincidiendo con la víspera del Día de la Biblioteca, el 23 de octubre de 2010 se publicó, por primera vez, la página Facebook de los Bibliobuses de León: <http://www.facebook.com/bibliobusesdeleon>

La versión actualizada de un vídeo sobre nuestro servicio bibliotecario fue la herramienta utilizada para la inauguración de la página, ofreciendo, de manera amena y gráfica, la presentación de nuestros Bibliobuses:

<http://www.facebook.com/bibliobusesdeleon#!/video/video.php?v=1556573407300>,

## **Contexto**

Desde hace cuatro años los Bibliobuses de León vienen desarrollando una nueva política de comunicación, información y publicidad entendida como un elemento básico en el funcionamiento ordinario del Servicio.

Se pretende que los Bibliobuses estén lo más presentes posible en la vida cotidiana de sus usuarios; para ello se han utilizado tanto productos de merchandising, como la presencia física de los Bibliobuses en distintos eventos, al igual que la colaboración con otros departamentos de la Diputación Provincial (Museo Etnográfico, Aulas de Educación de Adultos, Oficina de Consumo) y con otras administraciones (Consejería de Educación de Educación, Hospital de León, Instituto de Estudios Bercianos)

“El mensaje”, parte fundamental en los planes de comunicación, fue abordado desde diversas ópticas; así, se diseñaron varios tipos de mensajes que se utilizaron de manera combinada: el mensaje **informativo-instructivo** de siempre (descripción del producto, sus prestaciones y su modo de uso) con la novedad del mensaje **emotivo** (se conecta directamente con la posición de los usuarios hacia el Servicio, totalmente implicada y cómplice)

Paralelamente, hemos intensificado las apariciones en los medios de comunicación profesionales, en la prensa escrita (en papel o virtual), en la radio y en la televisión, mediante reportajes y entrevistas.

Un plano más, también inevitable por necesario, es la presencia en Internet, en este caso en el marco de la web de la Diputación de León ([www.dipuleon.es](http://www.dipuleon.es)), sin embargo esta solución resulta poco operativa, o al menos, resulta enormemente difícil sacarle su máximo partido por varios motivos:

- No es un espacio independiente, sino que se encuentra dentro de la Web oficial de la Diputación, al que se accede, si se conoce la ruta, por medio de tres clips.
- Adolece de una gran rigidez en el formato de los contenidos (a pesar de la amabilidad y saber hacer que siempre hemos recibido de los técnicos encargados de su gestión).
- No posibilita la interacción con los internautas más allá del correo electrónico.

En este contexto general nace la posibilidad de que los Bibliobuses de León estuvieran también presentes en la web 2.0, por conllevar las siguientes ventajas:

- Es el instrumento más adecuado a la filosofía de nuestros servicios y a su manera de funcionar.
- Supone la traslación más fiel a la Red del día a día en un Bibliobús, en cuanto a las relaciones con los usuarios, permitiendo y fomentando su participación y sus aportaciones las veinticuatro horas del día.
- Constituye el complemento perfecto a los servicios informativos ya ofertados.
- Su gestión apenas necesita de conocimientos especiales.
- Es gratis, lo que nos da independencia presupuestaria y, por lo tanto, en gran medida, libertad de actuación respecto de la estructura orgánica en la que estamos integrados dentro de la Diputación de León.

La primera opción que se consideró fue la redacción de un blog, bien de todo el Servicio bien para cada Bibliobús, aunque esta iniciativa se fue posponiendo por el especial momento de sobrecarga de trabajo que, para todo el equipo, suponían las labores propias del período de transición del programa de gestión bibliotecaria Absys al nuevo, hoy vigente, Absysnet.

Sin embargo, la espera tuvo un resultado positivo como fue el auge de las redes sociales, lo que significaba un nuevo instrumento todavía más ágil y dinámico que un blog, y al tiempo más fácil de mantener, pues no requería textos ni noticias de demasiada envergadura.

Y elegimos Facebook, porque la consideramos como la red social más potente en nuestros ámbitos geográficos y cuya naturaleza se adaptaba mejor a nuestros objetivos.

## **Objetivos**

Visto todo lo anterior es fácil adivinar qué perseguimos con la página Facebook de los Bibliobuses de León:

- Informar sobre el Servicio y sus prestaciones.

- Actualizar datos, noticias y eventos de interés para nuestros usuarios con la menor periodicidad posible.
- Utilizar cuantos medios y formatos necesitésemos para ello (texto, imágenes, vídeos, presentaciones, enlaces, ...)
- Reducir la distancia con el usuario, fomentando su participación activa.
- Aumentar nuestra presencia en el contexto cotidiano del usuario, más allá de las visitas presenciales del Bibliobús.
- Fomentar la interacción con nuestros usuarios.
- Complementar nuestros servicios de la web oficial de la Diputación y, en la medida de lo posible, incluirlos en la nueva página para evitar dispersiones, es decir, concentrar todos nuestros servicios en la Red.

### ***Diseño, estructura y contenidos.***

A la hora de configurar la página de Facebook se aplicaron criterios de Marketing, por lo que la primera cuestión a tratar fue el diseño; era fundamental conseguir una imagen corporativa fácil de mantener y verdaderamente representativa de los Bibliobuses de León.

En este sentido, decidimos que el logo del servicio, con más de 20 años, debía ser utilizado como foto principal del perfil, si bien con unas pequeñas variaciones: se sustituyó la cuatricromía por el monocromo, acompañado de la leyenda “*Bibliobuses de León – Contigo desde 1974*”, elementos ambos que ya se venían usando en algunos productos de merchandising; todo ello montado sobre una chapa naranja. Con esta solución lográbamos, además, una imagen representativa más dinámica de nuestro Servicio y claramente diferenciada de todos los medios más clásicos para su difusión utilizados hasta ahora.

Esta imagen principal del perfil se sustituye, en situaciones y eventos especiales, por otra ligada al momento, como ha ocurrido en Navidad, donde fue sustituida por una felicitación.

Otra segunda cuestión importante era la estructura, ya que ésta iba a estar directamente relacionada con el tipo y número de servicios que queríamos ofrecer; una estructura que, además, debía realizarse pensando en las necesidades y requerimientos de nuestros potenciales usuarios.

Así, se adoptaron los epígrafes estándares que ofrece Facebook, dispuestos por este orden: *Muro, Información, Fotos, Vídeo, Enlaces, Notas y Eventos*.

- **Muro:** figura el primero en el menú, pues es la parte de la página más consultada, actualizada y dinámica, por figurar en ella la mayoría de las novedades sobre nuestro Servicio y de las aportaciones de los usuarios.

- **Información:** contiene los datos básicos del Servicio, los precisos para que el visitante de la página sepa donde se encuentra.
- **Fotos:** las imágenes son un elemento fundamental para la página, pues constituyen el principal medio para documentar y difundir muchas de nuestras actividades, tanto en ruta, como en eventos especiales. Actualmente, este epígrafe, ya consta de cuatro álbumes agrupados por tema o actividad, además de las fotos de perfil y del muro.
- **Video:** si bien también es un apartado de especial relevancia para la página, de momento sólo existen dos: uno genérico sobre el Servicio y otro relativo a la actividad “Cuentos de Carnaval en el Hospital”
- **Enlaces:** son diez los que se pueden consultar hasta el momento. Este es el principal instrumento que utilizamos para vincular nuestra página de Facebook con la sección oficial de los Bibliobuses de León en la web de la Diputación de León. En Facebook se hace referencia de la descripción más pormenorizada y “oficial” de las actividades o eventos que figura en la web provincial. Esta herramienta también se utiliza para llegar a otros sitios con referencias a nuestro Servicio.
- **Notas:** esta opción la utilizamos para difundir noticias o aportaciones que requieren un mayor espacio de texto. De momento, contamos con cinco, dos originadas en nuestro Servicio y tres aportadas por el público.
- **Eventos:** de momento esta sección no ha sido utilizada.

El 17 de abril añadimos un nuevo servicio, la **consulta del catálogo**, mediante un formulario de consulta directo contra el catálogo de nuestros Bibliobuses insertado en *Rabel*, la red de Bibliotecas de Castilla y León. La importancia de este servicio radica en que, hoy por hoy, es la única manera directa de acceder a nuestro catálogo por Internet, pues la opción dispuesta por la Junta de Castilla y León desde su portal de bibliotecas requiere varios pasos, y entre ellos la selección previa de los Bibliobuses<sup>1</sup>.

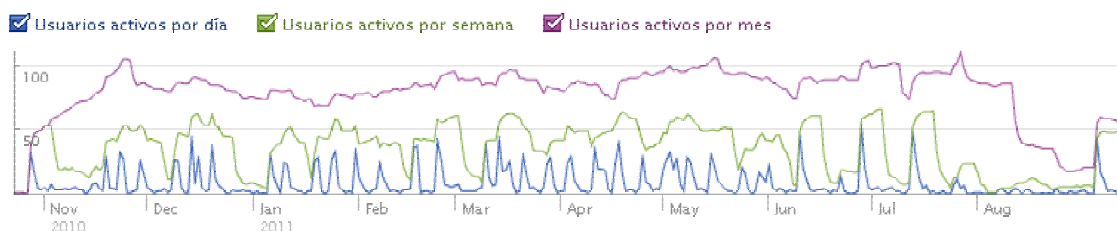
La consecución de este nuevo servicio fue de una relevancia tal que, no sólo lo establecimos como de inicio por defecto, sino que abrió todo un campo de posibilidades en cuanto al uso de la página en si misma, fundamentalmente en la decisión de convertirla en una completa sede web, desde la que se puedan dispensar tanto las prestaciones describiendo, y otras propias de las redes sociales, como las que hasta ahora venían proporcionándose sólo desde la web de la Diputación: *Rutas y calendarios, Hazte socio, Localizador de Bibliobuses y Actividades de los Bibliobuses*.

### **Resultados (13-IX-2011)**

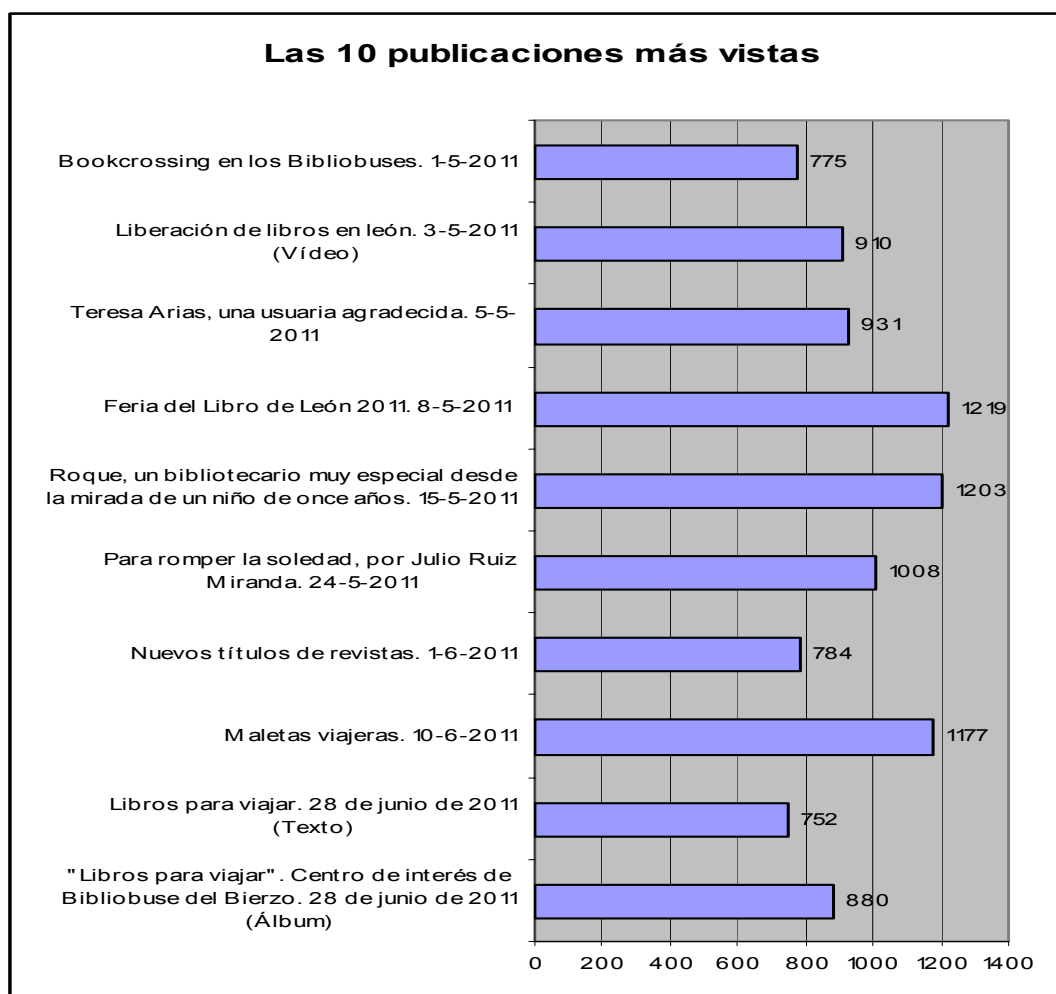
Los seguidores inscritos (“me gusta”) son 159, de los cuales el 48% son usuarios activos.

---

<sup>1</sup> Agradecemos desde aquí la generosidad de Rafael Ibáñez Hernández, en particular, y de las Bibliotecas Municipales de Burgos, en general, por la aportación del código fuente para el desarrollo de esta aplicación.



Se han realizado 33.563 visualizaciones, sin embargo el volumen de comentarios es de 226.



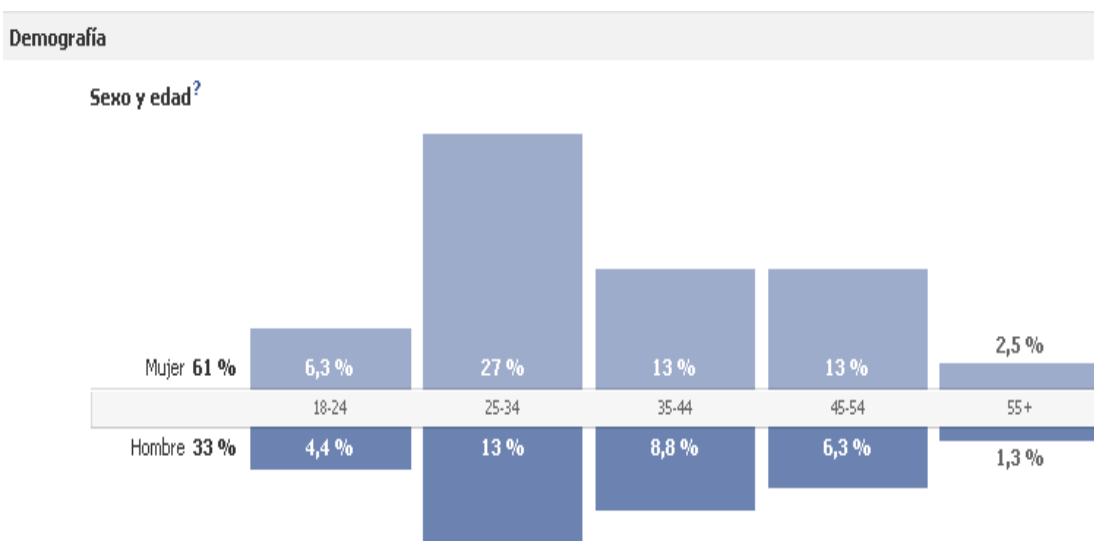
De las diez publicaciones más vistas, la primera corresponde al álbum relativo a la presencia de un Bibliobús en la Feria del Libro de León de 2011. Esta noticia además fue tratada en otras tres publicaciones que ostentan respectivamente el segundo, sexto y noveno puesto.

Es de destacar la gran aceptación que tienen las pocas aportaciones de usuarios que hasta el momento se han recibido; así el segundo puesto lo ocupa una entrevista de un niño presentada al concurso “*Reporteros de la lectura*” sobre su especial visión del Bibliobús, mientras que en el cuarto y quinto puestos se encuentran testimonios de personas mayores alabando el servicio bibliotecario que reciben.

Por último también queremos destacar la presencia en este ranking de dos publicaciones (texto y álbum de fotos) sobre el centro de interés “*Libros para viajar*” desarrollado por los dos Bibliobuses de El Bierzo. Entre ambos suman 1.632 visitas.

En cuanto a la presencia de la visualizaciones según las secciones, sobresale el “Muro” con un 74% de las mismas; en segundo lugar está el “Catálogo” con el 11 %; y en tercer lugar las “Fotos” con el 4%.

En cuanto a los usuarios, el grupo predominante son las mujeres entre los 25 y 34 años, si bien los segmentos superiores de edad están muy igualados entre sí como puede apreciarse en el gráfico.



Con relación al ámbito geográfico de consulta sobresale España, como es lógico, si bien también existe un apreciable número de visitas desde Portugal.

### Países?

<b>109</b> España	<b>1</b> Canadá
<b>18</b> Portugal	<b>1</b> Costa Rica
<b>4</b> Argentina	<b>1</b> Alemania
<b>3</b> Chile	<b>1</b> Bolivia
<b>2</b> Finlandia	<b>1</b> República Checa
<b>2</b> Colombia	<b>1</b> Guatemala
<b>2</b> Reino Unido	<b>1</b> Italia
<b>2</b> Estados Unidos	<b>1</b> Holanda
<b>2</b> Noruega	<b>1</b> Grecia
	<b>1</b> México

## **Publicidad y difusión.**

De nuevo, las técnicas de comunicación son de aplicación para la adecuada visibilidad y difusión de esta nueva prestación. Para ello, la tarea de publicidad y difusión de la página de Facebook se abordó mediante:

- **Confección de un cartel específico sobre la página:** este cartel se encuentra expuesto en los Bibliobuses.
- **La labor de los encargados de bibliobús:** mediante el mensaje directo en el contacto diario con los usuarios.
- **Comunicación escrita:** se envió una carta a todos los directores de los centros escolares, informándoles tanto de su creación, como de sus prestaciones y funcionamiento.
- **Difusión permanente:** se incluirá la dirección en los calendarios de ruta para 2012 y en todos los materiales impresos que se generen.

## **Proyectos**

El proyecto más ambicioso que tiene la página es, como ya hemos visto, convertirse en el sitio web por excelencia de los Bibliobuses de León, donde se aúnen las ventajas de la web 1.0 y las propias de la 2.0

Sin embargo, centrándonos exclusivamente en las posibilidades de la web social, el proyecto más inmediato es la puesta en funcionamiento de la sección “*Foro*” para convertirlo en el espacio virtual que sostenga uno o varios clubes de lectura entre los usuarios de los Bibliobuses.

La página también podría convertirse en el panel donde se mostraran los trabajos más sobresalientes entregados en nuestros concursos, más allá de ser los premiados o no. Con ello los autores podrían hacer un seguimiento de las aportaciones, al tiempo que constituiría un escaparate estupendo de la actividad.

## **Conclusiones**

Queda todavía mucho por andar. Estamos recorriendo un camino ni siquiera nunca antes trazado en nuestro Servicio.

Después de un año de funcionamiento ya podemos abandonar el carácter experimental de la empresa, sin embargo, seguimos sin contar con datos suficientes para determinar si nuestros esfuerzos son acertados o no, o incluso pudieran servir para algo.

Lo cierto es que determinadas actuaciones de nuestro Servicio publicadas en la página han tenido una buena acogida, lo que da esperanza de poder convertir esta página de Facebook en el instrumento que deseamos para los Bibliobuses de León.

No obstante hay que reconocer que los visitantes inscritos apenas son un punto en el conjunto general de socios de nuestro Servicio y que, por lo tanto, la mitad de los

objetivos propuestos (la interoperatividad con nuestros usuarios, reducción de distancias con ellos y formar parte de su vida cotidiana) de momento no se ha conseguido.

Determinar sus causas es el primer paso para arreglar el problema: podría deberse a una información y difusión insuficientes, o quizá mal dirigida, se trataría posiblemente de un escaso índice de acceso a Internet en el medio rural en el que trabajamos, o incluso habríamos de considerar el desinterés de la población por este nuevo servicio... Conocerlo queda como tarea pendiente.

Lo cierto es que, con este panorama, la página de Bibliobuses de León en Facebook, de momento se está limitando al cumplimiento de la otra mitad de los objetivos marcados en un principio: la publicidad, información y difusión de nuestro Servicio y sus prestaciones, como un gran escaparate permanentemente actualizado; el dominio de un instrumento fácil, gratuito, flexible y con multitud de formatos; y el complemento de los servicios ya ofrecidos en la web de la Diputación de León.

### **Bibliografía.**

- Bibliobuses de León. Estadísticas Insights de la página Facebook de los Bibliobuses de León [en línea] 13 sept. 2011 –[citado 13 sept. 2011] Disponible: [http://www.facebook.com/bibliobusesdeleon#!/insights/?sk=po\\_160742140622709](http://www.facebook.com/bibliobusesdeleon#!/insights/?sk=po_160742140622709)
- Juárez Urquijo, Fernando. “La web 2.0 en una biblioteca pública”. En: *Educación y Biblioteca*, 2007, n.161, p. 103-112. <http://www.muskiz-liburutegia.org/dok/ebweb20.pdf>
- Merlo Vega, José Antonio. “Las tecnologías de la participación en las bibliotecas”. En: *Educación y Biblioteca*, 2007, n.161, p. 63-68. <http://eprints.rclis.org/11740/1/tecnoparti.pdf>