

# El motor de la cultura está en las bibliotecas y su conexión social

*Por Julián Marquina  
recbib@gmail.com*

Las **bibliotecas** son entidades estrechamente ligadas con la **cultura** de un país, con la **sociedad** que en él habita y con la **tecnología** que en esos momentos está a la vanguardia. La unión de esos tres factores hace una mezcla para dar como resultado lo que actualmente conocemos por biblioteca.

Las bibliotecas desde hace unos años tienen en su poder un medio a través del cual poder acercarse más, aún si cabe, a sus usuarios. **Este medio a su disposición son los distintos medios sociales.** Unos medios sociales desde los cuales poder ejercer una conexión con sus usuarios, y donde no solamente son importantes los medios sociales y los usuarios, sino que también **los propios bibliotecarios como reactores y conectores** de esa unión de biblioteca y usuarios a través de los medios sociales.

No se puede pensar en biblioteca como un lugar físico e inamovible. **La biblioteca está allí donde esté el usuario.** Un claro ejemplo lo encontramos en las bibliotecas móviles (furgonetas, autobuses, camiones...) y que hacen posible la llegada del servicio a los ciudadanos que tienen más dificultades para acceder a ellas en la búsqueda de la igualdad de oportunidades.

Algo que se debe tener claro es que la **tecnología, Internet o los medios sociales nunca van a poder sustituir la calidez y el trato recibido por una biblioteca.** Lo único que podrá hacer es ayudar a que esto sea posible, en parte, por la red como una herramienta más puesta en manos del bibliotecario.

## Preparando la transformación

Cada vez más nos enfrentamos a unos **usuarios más independientes** en sus búsquedas de información, que disponen de más contenidos a su alcance y que cada vez están más conectados a través de los medios sociales y de los dispositivos móviles. **No les queda otra a las bibliotecas que mirar al futuro a los ojos ante los nuevos retos,** como son los nuevos usuarios con los que las bibliotecas se van a encontrar y un cambio de actitud y mentalidad del bibliotecario para afrontar nuevos retos.

Un **futuro donde el usuario es un usuario online** que requiere bibliotecas digitales y acceso online a las colecciones de las bibliotecas. Un usuario online que reclama una comunicación instantánea a través de la red y al cual, lo más seguro, es que necesite que se le forme en búsquedas de información a distancia.

Por otra parte está el bibliotecario. **Un bibliotecario colaborativo, especializado y tecnológico.** Los bibliotecarios tienen que ser capaces de trabajar de forma colaborativa tanto de manera interna, como con los usuarios y con otras entidades. Además de ofrecer el máximo apoyo en las necesidades de los usuarios en ámbitos de investigación y su apoyo en la publicación. El bibliotecario es el nexo de unión entre información y usuario y debe ser un perfecto evaluador de dicha información, simplificando al máximo los procesos al usuario.

Toda esta evolución nos lleva a un cambio de mentalidad. Un cambio de mentalidad donde la innovación, la evolución, y la transformación son palabras que se deben tener grabadas. Y donde los medios sociales, el Big Data, el cloud computing, los MOOCs y la creación de contenidos están cada vez más presentes en las vidas de los profesionales de la información.

## Programando la ruta: datos a tener en cuenta

Las bibliotecas no piensan solamente en la cantidad de información que disponen en sus instalaciones para ofrecérsela a los usuarios. Las bibliotecas miran más allá y parte de la información que proporcionan a sus usuarios se encuentra, o se puede encontrar, en Internet.

**Internet está cargada de información... e incluso sobrecargada.** En el año 2011 había en el mundo un total de 295 exabytes de información<sup>1</sup>. Dato que en principio puede no llamar mucho la atención, pero si lo ponemos en contraposición con los 5 exabytes generados desde los orígenes de la humanidad hasta el 2003 la cosa cambia. **Estamos viviendo una explosión de la información sin precedentes.** Una explosión que en los dos últimos años ha generado el 90% de los datos<sup>2</sup>, de los cuales solamente el 0,5% han sido analizados<sup>3</sup>. En la actualidad se crean 2,5 exabytes de información al día<sup>4</sup> y se prevé que durante el año 2015 se crearán 7,9 zettabytes o lo que es lo mismo: 18 veces toda la información que contiene hoy en día la Library of Congress.

Por otra parte también estamos viviendo una **consolidación de los medios sociales.** En la actualidad hay más de 2.400 millones de internautas, de los cuales el 85% está en las redes sociales. Por otro lado destacar también que 1 de cada 5 minutos en la Red se invierten en las redes sociales y que **España es el primer país europeo en el uso de las redes sociales dentro de las organizaciones.** Facebook, la mayor red social, cuenta con 1.150 millones de usuarios en todo el mundo, mientras que otras redes como Google+ tiene 343 millones, Twitter 200 millones, Instagram 150 millones y Foursquare 40 millones y 1,5 millones de negocios presentes en la red. Son datos a tener en cuenta a la hora de analizar dónde pueden estar los usuarios que buscamos, o que nos quieren buscar y encontrar. Por otra parte también es digno de mención los más de 1.000 millones de usuarios únicos que dispone YouTube o los más de 70 millones de blogs que hay en WordPress y que son vistos por más de 370 millones de personas al mes.

---

<sup>1</sup> The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information <http://www.sciencemag.org/content/332/6025/60.abstract>

<sup>2</sup> Big Data y su impacto en el negocio <http://www.ticbeat.com/libreriaticbeat/big-data-impacto-negocio/>

<sup>3</sup> Solo el 0,5% de la información digital es analizada <http://www.puromarketing.com/12/14842/solo-informacion-digital-analizada.html>

<sup>4</sup> Debunking The Big Data Ecosystem <http://insights.wired.com/profiles/blogs/debunking-the-big-data-ecosystem>

Blogs (contando todas las plataformas) en los cuales al día se escriben 2 millones de post y que llenarían revistas Time por 770 años.

Si pensásemos en el dispositivo de acceso a Internet de moda seguro que estaríamos pensando en un smartphone. Dispositivo móvil del cual hay más de 1.000 millones en el mundo y del que se calculan que para el 2014 haya más de 1.700 millones<sup>5</sup>. Otra cifra a tener en cuenta es que el 66% de los usuarios móviles en España utilizan un smartphone<sup>6</sup>, siendo la actividad preferida por dichos usuarios la de consultar noticias y buscar información<sup>7</sup>, y que al día se descargan 4 millones de aplicaciones<sup>8</sup>. Está claro con estas cifras que **el presente es de los dispositivos móviles**. Todo esto sumando a los más de 300 millones de usuarios que hay en el mundo que utilizan WhatsApp o los 819 millones de usuarios que accede a Facebook vía móvil.

En cuanto al número de **bibliotecas móviles en España destacar la presencia de más de 80 dotaciones** que llevan la cultura, la información y la tecnología hasta los rincones más recónditos del país. Aunque bien es cierto que quedan algunas Comunidades Autónomas sin dicho servicio y con un alto porcentaje de población sin servir, como es el caso de Cantabria (11,2%) y La Rioja (11,85%)<sup>9</sup>.

## Ruta de los medios sociales

El mundo de los medios sociales no es un mundo extraño ni alejado al mundo de las bibliotecas. De hecho, cada vez hay más bibliotecas que ven la importancia de estas vías de comunicación y difusión para llegar a sus usuarios

Unos medios sociales donde lo importante no solo es la difusión que se le puedan dar a los servicios, actividades y noticias de las bibliotecas, sino unos medios sociales desde los cuales se busca la interacción con el usuario que está al otro lado. **No basta con la simple publicación en los distintos medios, sino que hay que transmitir, escuchar y animar a los usuarios a participar en la conversación y en los retos que se les propongan**. La finalidad es crear comunidad alrededor de la marca de la biblioteca donde el usuario sigue siendo tan protagonista de la biblioteca como en las propias instalaciones.

---

<sup>5</sup> En 2014 habrá 1.700 millones de smartphones en el mundo, según un estudio [http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio\\_a4384.html](http://www.tendencias21.net/En-2014-habra-1-700-millones-de-smartphones-en-el-mundo-segun-un-estudio_a4384.html)

<sup>6</sup> Smartphones Reach Majority in all EU5 Countries <http://www.comscore.com/2013/03/smartphones-reach-majority-in-all-eu5-countries/>

<sup>7</sup> What Are The Spanish Doing on Their Smartphones? <http://bit.ly/WwvzOB>

<sup>8</sup> En España se descargan 4 millones de aplicaciones móviles al día <http://www.julianmarquina.es/en-espana-se-descargan-4-millones-de-aplicaciones-moviles-al-dia/>

<sup>9</sup> Población servida de bibliotecas públicas en España <http://www.mcu.es/alziraweb/m5.asp?A=2011&P=A>

**Estar en los medios sociales no es cuestión de llegar el primero ni tampoco es obligatorio.** Una biblioteca debe empezar su andadura social cuando considere que es el momento oportuno. Eso sí, la presencia de las bibliotecas en los medios sociales puede llegar a ser beneficiosa para ella por temas como la visibilidad, el posicionamiento y la reputación. Evidentemente previamente habría que hacer un estudio de viabilidad y de porqué se quiere estar, valorar si puede llegar a ser positivo o en cambio puede que llegue a ser una pérdida de tiempo. Es de suma importancia la preparación previa antes de dar ningún paso, y una vez que se da ese primer paso poseer iniciativa, constancia y decisión en la ejecución del «plan».

**La presencia de la biblioteca en los medios sociales no puede estar desligada de la estrategia y de la forma de ser de la biblioteca fuera de Internet.** Tiene que haber unión y coherencia entre ambas estrategias. Al igual que es de suma importancia marcar una serie de **normas internas** sobre el uso de los medios sociales y una serie de **normas externas** sobre el uso que se le van a dar a los medios sociales desde la biblioteca y que es lo que no va a estar permitido en ellas.

Existen varias **utilidades de los medios sociales en las bibliotecas**, pero todas ellas van a depender de los objetivos que la propia biblioteca se marque de su presencia. A simple vista, y de manera generalizada, los medios sociales más completos son Twitter, las redes sociales, como Facebook o Google+, y los blogs... situándose en últimas posiciones las plataformas de geolocalización, las plataformas de compartir documentos o presentaciones y las plataformas de audio. Todo ello basado en el análisis de 25 variables sobre 8 grupos de medios sociales:

Julián Marquina (2013)	Blog	Twitter	Redes sociales	Videos	Imágenes	Presentaciones	Audio	Geolocalización
Difundir y comunicar noticias								
Crear imagen y posicionamiento								
Escuchar e interactuar								
Canal de dinamización								
Crear comunidad y fidelización								
Difundir actividades								
Difundir productos / material								
Difundir sitios web de interés								
Difundir otros medios sociales								
Difundir actividad científica								
Canal de atención al usuario								
Analizar productos y servicios								
Rankings, listados y colecciones								
Reseñar documentos								
Mostrar lado humano								
Marketing viral								
Búsqueda de nuevos usuarios								
Encuestas								
Automatización de la publicación								
Geolocalización								
Realizar concursos								
Añadir / difundir eventos								
Realizar videoconferencias								
Contar historias								
Obtener feedback sobre biblioteca								

## Bibliotecas móviles como motor social

Existe una serie de factores principales por los que las bibliotecas deberían estar en los medios sociales, como son la rápida **difusión** del mensaje que se quiere transmitir a los usuarios, la **comunicación** bidireccional y **cercanía** entre biblioteca y usuarios, y las posibilidades de **marketing y promoción** de los productos, servicios y actividades de las bibliotecas. Pero hay otra serie de factores que también se deben tener en cuenta y que posibilitan los medios sociales, como son:

1. **Acceso a la información.** Los medios sociales permiten estar constantemente informado sobre temas que pueden resultar de interés para la biblioteca y sus usuarios en tiempo real.
2. **Retroalimentación.** Los medios sociales permiten conocer la opinión de los usuarios de la biblioteca sobre los productos, servicios y actividades que se les ofrecen. Ver qué les gusta, qué les parecen las actividades y los servicios que se les presta con la intención de mejorar la experiencia del usuario y con ello la atención y el servicio. Además, los medios sociales, van a permitir ver qué están haciendo el resto de bibliotecas para implementar las buenas prácticas en la estrategia de medios sociales de la biblioteca.
3. **Atención y servicio al usuario.** Además de canales de difusión y comunicación, los medios sociales son idóneos para la atención al usuario ante dudas, problemas o necesidades que estos usuarios puedan tener en relación con la biblioteca, sus actividades, productos o servicios.
4. **Socialización / Fidelización del usuario.** Los medios sociales permiten dar un trato de cercanía y atención personalizada a la comunidad de usuarios de la biblioteca de igual modo que si estuviesen físicamente en las instalaciones de la misma. La fidelización del usuario es una tarea satisfactoria y que se puede alimentar a través de los medios sociales ofreciéndoles los servicios de la biblioteca y estando atento a sus inquietudes y necesidades.
5. **Compartir y difundir.** Los medios sociales permiten compartir el conocimiento y difundir información de interés para la comunidad de usuarios de la biblioteca y de interés para el sector. Así como la promoción de servicios y actividades propias de la biblioteca.
6. **Dinamización / Interacción / Participación.** Los medios sociales permiten que los usuarios de la biblioteca participen de la actividad en los distintos medios. Incentivar su interacción con la biblioteca y que comenten y difundan los mensajes de la biblioteca.
7. **Colaboración.** Los medios sociales permiten la búsqueda de la participación y la colaboración de los usuarios en la puesta en marcha de servicios o la proposición de nuevos productos a ofertar desde la biblioteca.
8. **Búsqueda de nuevos usuarios.** Introducir la biblioteca en los canales sociales es sinónimo de acercar la biblioteca a un público que muchas veces no tienen porque ser usuarios de la misma. Los medios sociales permiten a las bibliotecas acercarse a esos usuarios.
9. **Imagen y reputación.** Los medios sociales dan a las bibliotecas una imagen de innovación y modernidad que permiten, en parte, el cambio de mentalidad de personas que piensan que las bibliotecas se han quedado ancladas en el pasado. A su vez, es importante crear y desarrollar la marca de la biblioteca a través de los medios sociales, y controlar la reputación digital de la misma (saber qué se dice de la biblioteca y en qué tono). La reputación refleja la actividad y compromiso de la biblioteca con la comunidad, así que es tarea de la propia biblioteca cuidarla.
10. **Visibilidad y posicionamiento.** Los medios sociales van a permitir a las bibliotecas ganar visibilidad en el entorno, con lo cual puede ser más fácil atraer a nuevos usuarios a la biblioteca. A través de los medios sociales, el etiquetado y la geolocalización es posible llegar al máximo número de personas posibles, además de ganar posicionamiento dentro de la ciudad y de la comunidad de usuarios como servicio de referencia.

11. **Sencillez y gratuidad.** La gran mayoría de los medios sociales son de utilización sencilla y gratuita, aunque no se debe olvidar que los medios sociales requieren recursos y con ello tiempo del personal.

## Paradas del Plan Social Media

La presencia de la biblioteca en los medios sociales requiere de la planificación y la realización de una serie de pautas relativas a la difusión, comunicación, promoción y marketing que se vaya a realizar. Para ello habrá que elaborar un Plan Social media, o estrategia de medios online, en el cual se definan los objetivos a conseguir con dicha presencia y las pautas y líneas de actuación a seguir. **Las «paradas», o etapas, para realizar un Plan Social Media serían las siete siguientes<sup>10</sup>:**

1. **Análisis de la situación** de la biblioteca tanto a nivel interno como externo en todo lo relacionado con la web social. Revisión la actuación de otras bibliotecas y de las tendencias del sector.
2. **Definición de objetivos.** Porqué se quiere estar en los medios sociales, qué se persigue. Poner en común los objetivos con todos los empleados involucrados en la presencia online de la biblioteca.
3. **Conocer la audiencia.** Determinar a quién se dirigirá la estrategia en los medios sociales. Localizar a los usuarios de la biblioteca y a posibles usuarios de la misma.
4. **Tecnología a utilizar.** Estudiar las plataformas y medios sociales óptimos para conseguir los objetivos marcados.
5. **Establecer un «Plan estratégico»** compuesto por un «Plan de actuación» con las fechas para cada objetivo, un «Plan editorial y de dinamización» sobre cómo actuar en cada medio y los contenidos que se van a compartir, y un «Plan de crisis online», donde se especifique cómo actuar en el caso de que la biblioteca se vea inmersa en algún problema.
6. **Puesta en marcha.** Darse de alta y configurar las plataformas seleccionadas. Aplicar lo expuesto en el «Plan estratégico».
7. **Monitorización y medición.** Periódicamente se confeccionarán informes con los datos cuantitativos de las acciones realizadas, y con resúmenes de lo que se dice en la red sobre la biblioteca. Para ello se podrá usar una plantilla de KPI (Key Performance Indicators) con los indicadores más relevantes de los distintos medios sociales donde esté presente la biblioteca.

Bien es cierto que en ocasiones no se siguen este tipo de etapas a la hora de dotar a una biblioteca con presencia online en los medios sociales y **se opta por el método «prueba y error»**. Lo primero que se hace es probar en las principales redes sociales con la presencia de la biblioteca, ver cómo funcionan, el feedback y la interacción que se obtiene y medir el tiempo que quita de otras tareas. Este método también funciona,

---

<sup>10</sup> Plan social media y community manager

[http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros/community\\_manager.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros/community_manager.html)

pero hay que tener cuidado con la imagen que se da de la biblioteca tras experimentar sin elaborar una estrategia o tener claros unos objetivos.

## Transformando al usuario local en usuario social

Existen varios motivos por los cuales las personas pueden seguir a las bibliotecas a través de los medios sociales. Algunos de estos motivos pueden ser la empatía con la organización, el conocimiento de la misma, la información y buenos contenidos que proporciona, por necesidad, por alguna recomendación, por el conocimiento de alguna persona que trabaja dentro de la misma... pero las bibliotecas deben tener claro que no se busca almacenar seguidores por los distintos medios sociales, sino que estos querrán algo más de las bibliotecas en su presencia online.

Con la finalidad de poder transformar a un usuario local en un usuario social se debe conocer qué es lo que estos usuarios esperan de la presencia en los medios sociales de las bibliotecas, siendo las primeras expectativas:

1. Una **presencia activa**, pero sin llegar a saturarles de información y mucho menos que se les invada su privacidad o se sientan fruto del *spam*.
2. **Contenidos con valor añadido** y que no vayan a encontrar en ningún otro sitio nada más que en los medios sociales, es decir, buscan la **exclusividad** y que los contenidos les generen interés
3. **Información relevante y de calidad** que les aporte significado a los usuarios.
4. **Honestidad, amabilidad y cercanía** en el trato recibido y que luego sea exactamente igual una vez que van a la biblioteca. Importancia de la **generación de confianza**.
5. **Servicio y atención de manera inmediata** sin necesidad de tener que esperar durante un periodo largo de tiempo en obtener una respuesta para parte de la biblioteca.
6. Recibir **información de las actividades, servicios y productos** que oferta la biblioteca.
7. **Ser escuchados y contestados**<sup>11</sup> por parte de la biblioteca en sus dudas, sugerencias o necesidades, así como tener una conversación con la biblioteca de manera bidireccional de *tú a tú*.
8. Una **humanización y transparencia** de la organización donde queden atrás los formalismos y secretismos propios de las organizaciones rígidas y con mensajes institucionales.

---

<sup>11</sup> ¿Tu organización está atenta a los medios sociales?... tus usuarios esperan que si <http://www.julianmarquina.es/tu-organizacion-esta-atenta-a-los-medios-sociales-tus-usuarios-esperan-que-si>

## Pinchazos o averías sociales que se deben evitar

La presencia de cualquier organización en los medios sociales tiene sus pros y sus contras, los cuales se deben tener localizados desde un primer momento. A su vez también hay una serie de errores que las bibliotecas no deben cometer si no quieren estropear su reputación y experiencia online.

- **No tener claros los objetivos** por los que se está en los medios sociales y sentirse en la obligación de estar en ellos.
- **Ser un perfil personal en lugar de una página o grupo.** Hay redes sociales (véase Facebook o Google+) donde las organizaciones, y por lo tanto las bibliotecas, tienen su espacio. Este es un de los motivos por los cuales pueden cerrar una cuenta por incumplimiento.
- **Hablar y no escuchar.** Los usuarios de los medios sociales buscan poder interactuar con las organizaciones en los temas que se les proponga, incluso que ese medio sea un canal en el cual poder realizar sus consultas hacia ellas.
- **Publicar siempre el mismo contenido.**
- **Publicar mucho y hacer publicaciones extensas.** No hay que saturar a los usuarios, ni tampoco hacerles leer grandes parrafadas. Es mejor la calidad de las comunicaciones que la cantidad en cuanto a número de publicaciones y extensión de las mismas.
- **Publicar el mismo mensaje por todas las redes sociales.** Cada red social tiene una serie de características, lenguaje y público al cual se dirige cada organización.
- **Publicar a cualquier hora.** Es importante en este caso saber a quién se dirige la biblioteca y no publicar en horas que se sepa que no va a leer nadie el mensaje difundido.
- **No contestar a los usuarios o sobrepasar los límites temporales de respuesta.** Los usuarios buscan la interacción con las organizaciones a través de los medios sociales, y quieren que esa interacción sea rápida en cuanto al tiempo de respuesta.
- **Borrar contenido negativo.** Hay que saber aceptar las críticas. Tratar de convertir un comentario negativo en una experiencia positiva para el usuario que lo ha realizado.
- **No reconocer los errores.** Si se ha cometido un error lo mejor que se puede hacer es reconocerlo. Siendo honestos se humaniza la organización.
- **Discutir y no aceptar las críticas.** Se puede debatir pero no discutir con las personas que siguen a la biblioteca. La imagen de nuestra biblioteca está en juego.

## El corazón social de la biblioteca móvil. El community manager bibliotecario

Una vez que ya se tiene definida la estrategia social de la biblioteca y se pone en marcha la presencia de la organización en los medios sociales pasa a la acción la figura del community manager bibliotecario o el bibliotecario de la web social, que se encargará de implementar las funciones y los planes acordados.



El community manager es la persona que se encarga de las relaciones e interacciones entre una entidad (en este caso la biblioteca) y sus usuarios y público en general a través de los medios sociales. Es un profesional que conoce los objetivos de la organización y trata de conseguirlos a través de una serie de acciones encomendadas y acordadas previamente.

Ahora bien, en cuanto a quién debe ocupar este puesto ¿se contrata a personal externo a la biblioteca o es alguien de dentro de la organización quien se encargará de este puesto? No se debe pasar por alto la importancia de la selección del personal que llevará estas acciones en nombre de la biblioteca a través de los medios sociales. Se le está dando voz a la biblioteca en Internet y esta, por imagen y reputación, no puede ser entregada a cualquier persona. **Quien mejor puede cumplir las funciones de community manager dentro de la biblioteca es alguien que ya está inmerso en ella o alguien, que sin estar previamente en la biblioteca, tiene conocimientos del sector y de la organización.**

Independientemente de si las funciones las realiza alguien interno o externo a la biblioteca, el community manager debe tener en su haber una serie de habilidades para el desempeño del puesto, como son:

1. Conocimiento del sector y la profesión.
2. Entender los objetivos de la organización.
3. Una clara orientación hacia las personas.
4. Buena redacción, comunicación y conversación.
5. Originalidad y creatividad.
6. Gusto por las nuevas tecnologías, Internet y la web 2.0.
7. Capacidad de aprendizaje.
8. Usuario activo en los medios sociales.
9. Conocimiento de los canales adecuados para la comunicación online y las distintas herramientas de análisis y monitorización.
10. Tener «cultura 2.0»<sup>12</sup>.
11. Buen selector de información.
12. Ser resolutivo y perfecto trabajador en equipo.
13. Incentivar la participación.
14. Capacidad de escucha.
15. Empatía.
16. Asertividad y comprensión con las opiniones y comentarios.

En cuanto a las funciones a realizar por parte del community manager dentro de la biblioteca se pueden destacar las siguientes acciones:

1. **Desarrollar la estrategia** online de la biblioteca.
2. **Creación de la presencia en los medios sociales** donde se haya decidido que la biblioteca debe estar.
3. **Elaborar un plan de creación y estrategias de contenido.**
4. **Monitorizar** las conversaciones que se van produciendo por los distintos medios sociales y por Internet en general alrededor de la biblioteca.
5. **Escuchar** lo que los usuarios de la biblioteca dicen de la misma, de sus servicios y actividades con el objetivo de mejorar e interactuar, así como de cualquier

---

<sup>12</sup> "Cultura 2.0" <http://abladias.blogspot.com.es/2010/02/cultura-20.html>

conversación que pueda resultar de utilidad para los objetivos estratégicos y que puedan interesar a la biblioteca.

6. **Lectura** y seguimiento de blogs a través del canal de RSS.
7. **Creación de contenidos** de calidad y que aporten a la comunidad y a los usuarios de la biblioteca.
8. **Creación de lazos de unión** con los usuarios.
9. **Comunicar y difundir** el mensaje que la biblioteca quiere hacer llegar a sus usuarios sobre noticias, actividades, servicios... de la biblioteca o de temas que tengan una clara relación con sus usuarios.
10. **Interactuar / Dinamizar**. Procurar que la comunidad no sea pasiva, haciendo que los usuarios colaboren en las propuestas o contenidos. Ser creativo para incentivar la participación. Realizar eventos y actividades incitando la participación y compartir las buenas prácticas alcanzadas.
11. **Localizar** a posibles líderes o entusiastas de la biblioteca dentro de la comunidad, que serán los que ayuden a enriquecer los contenidos, las conversaciones y las innovaciones de los productos y servicios de la biblioteca.
12. **Involucrar al personal** de la propia biblioteca en la labor de la presencia, comunicación y conversación online a través de los medios.
13. **Revisar** la lista de blogueros y tuiteros a los que se sigue para ampliarla o reducirla según los objetivos. Revisar las herramientas utilizadas y valorar si siguen siendo útiles. Revisar el plan editorial y de dinamización para ver si todo va por el cauce establecido, y si es necesario revisar la estrategia y adaptarla a la consecución de nuevos objetivos.
14. **Medir**. Hacer un seguimiento de las acciones y comprobar si todo va bien o si es mejorable a través de indicadores de desempeño (KPI<sup>13</sup>). Estos indicadores tendrán que ver con los siguientes aspectos<sup>14</sup> de nuestra presencia en los medios sociales:
  - a. Actividad
  - b. Tamaño de la comunidad
  - c. Visibilidad
  - d. Interacción
  - e. Difusión
15. **ROI**. (Retorno de la inversión). Comprobar si las acciones llevadas a cabo han sido rentables o no. La rentabilidad no necesariamente tiene que ver con un beneficio económico, el beneficio puede ser de visibilidad, imagen e impacto social.
16. **Analizar**. Sacar resúmenes y conclusiones sobre los indicadores y la presencia de la biblioteca en los medios sociales que luego se harán circular internamente a los responsables de la misma para su valoración.
17. **Innovar**. Vigilar la aparición de buenas ideas, internas y externas a la biblioteca, y tratar de aplicarlas.

---

<sup>13</sup> Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales

<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/775/910>

<sup>14</sup> 5 Métricas en Social Media para evaluar tu gestión de Comunicación [Libro Blanco]

<http://blog.augure.es/2013/05/06/metricas-social-media-comunicacion-2/>

## La movilidad no solo es cuestión de ruedas

Las bibliotecas móviles son movilidad, como su propio nombre indica, pero la movilidad también puede estar en la palma de la mano de los usuarios de las bibliotecas a través de sus dispositivos móviles.

**Las bibliotecas no pueden mirar para otro lado.** Aunque según el informe «*Mobile Connections to Libraries*»<sup>15</sup> solamente el 13% de los usuarios mayores de 16 años ha accedido a la biblioteca a través de su smartphone. Las bibliotecas se deben dar cuenta que es un mercado creciente en la sociedad, el cual afecta tanto a jóvenes como a mayores. Ahora el turno es de las bibliotecas. Es turno de saber llamar la atención de esos usuarios para que accedan a los contenidos del sitio web de la biblioteca a través de sus dispositivos móviles, ya sea directamente a través de la URL o de una aplicación móvil.

Aplicaciones que han supuesto una revolución en el acceso a contenidos a través de los dispositivos móviles. **Su capacidad de adaptación, mejora de la experiencia usuario-contenido, la facilidad de acceso, visualización e interacción** son los puntos fuertes de las aplicaciones frente al acceso a través de navegadores web móviles. Algunos datos lo corroboran: un 81,5% de los usuarios de smartphone utilizan las aplicaciones frente a un 18,5% que pasa más tiempo utilizando navegadores web y casi el 70% de usuarios de smartphone considera que las aplicaciones son importantes para su vida diaria.

Dispositivos móviles a través de los cuales las bibliotecas pueden ofrecer una mejor experiencia en cuanto a acceso de contenidos y comunicaciones. La **tecnología NFC** permite el intercambio de datos entre terminales de manera inalámbrica, pero aun sigue siendo una gran desconocida para la mayoría de los usuarios de los dispositivos móviles, en cambio los **códigos QR** están cada vez más integrados en las estrategias de marketing y difusión de las organizaciones, siendo España el país europeo que mayor crecimiento ha experimentado en la penetración de los mismos<sup>16</sup> (subida de un 9% con respecto al año anterior). Los códigos QR son utilizados por un 16% de los usuarios de smartphones en España, que solamente es superada por Alemania con un 18,6%. Por último destacar que los usuarios de las bibliotecas no solamente están online a través de las redes sociales u otros medios sociales, sino que están online a través de **servicios de mensajería instantánea** desde sus dispositivos móviles, como puede ser en el caso de *WhatsApp*<sup>17</sup> o *LINE*<sup>18</sup>, lo cual puede suponer un acercamiento y el surgimiento de una nueva vía de contacto y de un servicio de referencia bibliotecaria.

## Conclusiones

- La tecnología no es un sustitutivo de la biblioteca ni a los bibliotecarios.

---

<sup>15</sup> Mobile Connections to Libraries [http://libraries.pewinternet.org/files/legacy-pdf/PIP\\_MobileConnectionsToLibraries.pdf](http://libraries.pewinternet.org/files/legacy-pdf/PIP_MobileConnectionsToLibraries.pdf)

<sup>16</sup> España, el país con mayor crecimiento en la penetración de códigos QR [http://www.comscore.com/esl/Insights/Press\\_Releases/2012/9/QR\\_Code\\_Usage\\_Among\\_European\\_Smartphone\\_Owners\\_Doubles\\_Over\\_Past\\_Year](http://www.comscore.com/esl/Insights/Press_Releases/2012/9/QR_Code_Usage_Among_European_Smartphone_Owners_Doubles_Over_Past_Year)

<sup>17</sup> Whatsapp <http://www.whatsapp.com>

<sup>18</sup> LINE <http://line.naver.jp/es/>

- El mayor activo de las bibliotecas son los bibliotecarios que hacen posible a una biblioteca viva.
- Cada vez los usuarios son más independientes en sus búsquedas de información y acceso a contenidos.
- Los medios de comunicación e información crecen de manera exponencial. Hay que estar subidos en la ola y saber jugar a las reglas de cada uno de ellos.
- Los medios sociales no solo sirven para la difusión, sino también para interactuar, transmitir, escuchar, animar...
- La finalidad de los medios sociales es crear una comunidad alrededor de la biblioteca.
- El mejor community manager para una biblioteca es el propio bibliotecario.
- Los dispositivos móviles son un presente con un muy futuro prometedor. Hay que estar atento a todo lo que va sucediendo.