

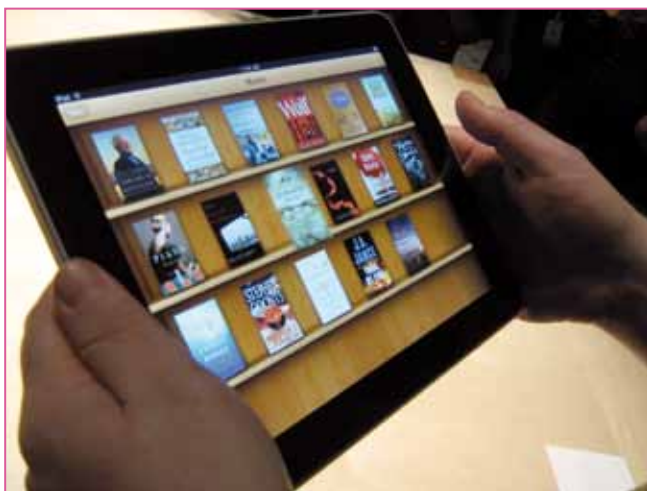
GESTIÓN DE COMUNIDADES DE USUARIOS

EN LA BIBLIOTECA SOCIAL



Si el concepto de biblioteca 2.0 abogaba por centrarse en los usuarios, los nuevos medios sociales los han acercado aún más para interactuar entre sí y con las instituciones de diferentes formas. Entender que los usuarios que demandan los servicios de una biblioteca forman una comunidad (o varias) en torno a ella conlleva implicaciones de todo tipo en la labor diaria de una biblioteca social. La adecuada gestión de esas comunidades ayudará sin duda a aumentar tanto el uso como el reconocimiento del servicio.

Las bibliotecas hoy en día están cada vez más interconectadas con los usuarios gracias a las nuevas tecnologías. Tras los tiempos de la automatización de los sistemas de gestión, permitimos a los usuarios conectarse a nuestros catálogos desde cualquier punto del planeta, por ejemplo, pero seguimos teniendo muchos usuarios que llegan, buscan un libro o una película, se lo llevan, lo “consumen”, lo devuelven, y se van.



Los usuarios utilizan la biblioteca tanto física como virtual, cada vez en más dispositivos distintos.

Ahí termina en muchas ocasiones la relación entre la biblioteca y el usuario. Si habláramos de esto con una empresa, claramente aparecería el concepto de CRM (*Customer Relationship Management*) es decir, la gestión de la relación con los clientes, para saber si un cliente está contento con el servicio ofrecido, y conseguir que vuelva de nuevo, y que hable bien de nuestros servicios.

Las bibliotecas han hecho desde hace mucho esa gestión personalizada (sin llamarla con ninguna etiqueta anglosajona) en aquellas pequeñas o muy especializadas, que tienen usuarios muy fieles, pero ha sido siempre menor en el caso de entidades con mayor entrada de usuarios, donde esa relación personal no podía ser tan escalable.

De la Biblioteca 2.0 a la Biblioteca Social

En este contexto nació hace años la *biblioteca 2.0* como filosofía de servicio de información que se centraba cada vez más en el usuario.

El concepto de biblioteca 2.0 contiene algunas de las características estratégicas de la web 2.0 que

incluyen una organización de la información participativa y más democrática, en la que los usuarios tienen cada vez un protagonismo mayor en la vida de la biblioteca, y un paso de una comunicación unidireccional (la entidad emite, los usuarios reciben) a una comunicación multidireccional (todos emiten, todos reciben).¹

Esta aproximación implica un entendimiento de que las relaciones actuales entre biblioteca y usuarios pasan por redefinir cómo se va a enfrentar la biblioteca a una nueva situación que nos viene dada hoy día, debido a la existencia de las redes sociales, medios de comunicación que los usuarios van a poder utilizar para hablar –bien o mal– de nosotros, lo queramos o no.

La biblioteca social de hoy día permite y fomenta la participación del usuario/cliente no solo en el disfrute de la misma, trabaja “con” el usuario, y no sólo “para” el usuario, intenta crear redes de usuarios, comunicar y facilitar la comunicación entre usuarios y bibliotecarios y entre los propios usuarios de la biblioteca, creando una comunidad de personas que tienen al menos algo en común: cercanía local, interés en los servicios de la biblioteca, un interés en algún tema (literatura policíaca, filmes históricos...)²

Por tanto, como vemos, este tipo de aproximación no implica solo a internet, sino a un conjunto de acciones tanto en la biblioteca física como en la biblioteca conectada por internet (web, móvil...) que lleven por un lado a dar a conocer a más usuarios nuestros servicios, y por otro a gestionar la comunidad de usuarios (lo que se denomina comúnmente *Community Management*) que se genera en torno a la actividad diaria de la entidad, pues una comunidad de usuarios con lazos fuertes (con mucha relación, por ejemplo, su amor por un autor concreto) retiene y fideliza a los usuarios, lo que es siempre una excelente estrategia de marketing bibliotecario a largo plazo.

Procedimiento

“Cada maestrillo tiene su librillo”, dicen, y cada institución deberá encontrar su camino, por lo que aquí la experimentación es siempre necesaria. Así que esto es solo una posible estrategia a seguir:

- Establecer objetivos a alcanzar: más usuarios físicos, fidelizar a los usuarios que ya se tienen, gestionar críticas, tener menos llamadas telefónicas, lograr una mayor difusión de las actividades y servicios de la biblioteca...

La biblioteca social de hoy día permite y fomenta la participación del usuario/cliente no solo en el disfrute de la misma, trabaja “con” el usuario, y no sólo “para” el usuario.

- Para cada objetivo, determinar indicadores de evaluación, herramientas/portales en los que trabajar, estrategia de contenidos a generar, y delimitar responsabilidades entre el equipo de trabajo.
- ¿Hace falta formación específica?



Conversación con un usuario en Twitter. Una queja se convierte en valoración positiva.

- ¿Necesitamos un presupuesto específico? Recordemos que el tiempo ya es un coste, aunque se use software libre o se participe en portales de uso gratuito. Hay que evaluar esa inversión.
- Generar una guía de estilo,³ tanto si es una única persona la que va a desarrollar la labor, como un equipo completo, y aunque sea a tiempo parcial.
- Planificar el trabajo, tanto a largo plazo como en el día a día (¿quién y cuándo va a mirar

Facebook cada día y va a contestar si surge algo?).

- Ejecutar las acciones pertinentes durante un cierto tiempo, medir y evaluar los resultados.
- Realizar acciones correctivas si fuera menester, o mejorar aquellos puntos que se precisen.



A veces un ejemplo vale más que mil teorías, así que podemos observar qué han hecho las Bibliotecas Municipales de A Coruña, y a través de su experiencia comprender el cambio tan profundo que las redes sociales están significando para su labor y su estrategia de relación para con sus usuarios.

Un ejemplo: las Bibliotecas Municipales de A Coruña

Hace ya algún tiempo que en las Bibliotecas Municipales de A Coruña se decidió desembarcar en la web social, planificando su presencia en el mundo virtual, donde cada vez es más fácil conversar de tú a tú con el usuario, apostando desde el 2006 por implantar la filosofía de la web 2.0 en algunos de sus servicios (como es el caso de los blogs y los wikis).⁴

Hasta entonces la presencia de las Bibliotecas Municipales de A Coruña en internet se limitaba a la web institucional, que imposibilitaba la participación e interacción ciudadana, muy condicionada por las muchas limitaciones del gestor de contenidos y las políticas de diseño del sitio web definidas por el ayuntamiento.

Esa limitación, y la constatación de que los medios sociales (las denominadas redes sociales) estaban atrayendo a muchos usuarios, hizo que se crearan perfiles institucionales en la mayor parte de estas plataformas sociales⁵ pues para relacionarse con el usuario, si no tienes otras herramientas, hay que ir donde está el usuario.

En 2006 se experimentó con un blog dedicado al mundo del cómic, Fancómic, y la puesta en marcha de la red de blogs de los clubes de lectura presenciales de las bibliotecas (mantenidos por los coordinadores de cada club de lectura y algunos de los bibliotecarios del sistema de bibliotecas, donde se publican reseñas y comentarios de las obras leídas en los clubes, así como noticias de

Seguimos teniendo muchos usuarios que llegan, buscan un libro o una película, se lo llevan, lo “consumen”, lo devuelven, y se van.

interés literario: premios, efemérides, novedades editoriales, curiosidades...). Además, surgió un club virtual de lectura cuyos miembros se relacionan y comentan las obras exclusivamente a través del blog creado *ad hoc*.

Pero pronto se vio la necesidad de tener presencia en los espacios virtuales en los que ya estaban y participaban nuevos usuarios, y así además disponer de escaparates virtuales donde difundir de manera ágil e interactiva información de todo tipo: Facebook, Twitter, Delicious, Librarything, Flickr, etc.

Así, se comenzó a medir y evaluar los resultados e impacto de esta presencia en las diferentes plataformas sociales, estableciendo distintos indicadores para ello y sirviéndose de las herramientas de medición y analítica web.

Se suele trabajar con dos niveles de relaciones:

- Relaciones con otros bibliotecarios y otras bibliotecas: así se afianzan y se amplía la red de contactos institucionales (donativos entre bibliotecas de otras regiones tipo “yo te envío libros en gallego y tú me envías una selección de libros en euskera”, por ejemplo).
- Relaciones con usuarios actuales o potenciales (no-usuarios) de la biblioteca: así se ha conseguido una alta presencia de socios reales de la biblioteca que también son “amigos”⁶ en Facebook (36 %). De esta forma se pueden dar a conocer nuevos servicios, pero también atender de forma pública y transparente las quejas de los usuarios, lo que suele ser bien valorado por estos.

Resultados del uso de las redes sociales

En el caso de las Bibliotecas Municipales de A Coruña, indiscutiblemente se ha mejorado en la comunicación con sus usuarios y en la mejora de respuesta de quejas y reclamaciones. Es interesante constatar, en el último año, cómo el número de visitas al espacio institucional en Facebook (2.458.752) es varias veces mayor que a la web de la biblioteca (146.327) lo que sumado a las 48.432 visitas a los blogs institucionales, confirma lo que sucede con otro tipo de webs (comerciales, de marcas, etc.) y que supone una tendencia hoy día: la pura necesidad de que mi marca, mi institución, no esté ya solo en mi sitio

web (<http://www.miinstitucion.com>) “sino donde está el usuario”. Acercar así nuestros servicios (y fondos) al usuario allá donde esté se convierte en una necesidad cada vez más apremiante. Por otro lado, con una actividad incesante en los diversos medios (82 entradas o artículos en Facebook, 257 en los blogs de las bibliotecas) se han conseguido ya 7.615 seguidores en Facebook, con una media de 12 nuevos fans en Facebook al día, 774 comentarios recibidos en Facebook, 171 demandas de información vía chat, y 1.261 seguidores en Twitter,⁷ indicadores que siguen en crecimiento y que nos muestran un panorama en el que la interactividad aumenta cuanto más cercanos y afines son los usuarios con los que se comunica la entidad.

¿Cómo gestionar una comunidad de usuarios con una comunidad de bibliotecarios?

Siguiendo con nuestro ejemplo, el Servicio Municipal de Bibliotecas está formado por ocho bibliotecas que se ubican geográficamente en los principales barrios de la ciudad, articuladas en torno a una oficina central de coordinación compuesta por diferentes departamentos (instalaciones, actividades, calidad, proceso técnico, formación, TIC y servicios web 2.0).



Respuesta a un usuario de las Bibliotecas Municipales de A Coruña en Facebook.

La Dirección de las Bibliotecas Municipales de A Coruña entendió rápidamente la necesidad de crear una coordinación de estos servicios, planificar, evaluar y medir el impacto de los mismos, a fin de estudiar qué fallos debían corregirse.

La planificación y mantenimiento de las herramientas sociales corren a cargo de una coordinadora de servicios web 2.0, contando con el apoyo del coordinador TIC y de diferentes compañeros en las distintas bibliotecas que se encargan de publicar en los diferentes blogs, de alimentar las distintas plataformas, de sugerir mejoras, etc.

Para facilitar la colaboración de los distintos bibliotecarios del sistema, se elaboró una guía de estilo de uso y abuso de la web social en sus bibliotecas, junto a un protocolo de calidad de estos servicios, incorporando estas herramientas a un plan de comunicación institucional global.

Lo interesante de este ejemplo es que la Dirección entendió rápidamente la necesidad de crear una coordinación de estos servicios, planificar, evaluar y medir el impacto de los mismos, a fin de estudiar qué fallos debían corregirse, qué se hacía mal, y qué podía ser tomado como referencia para implementar nuevas mejoras. Y por otro lado, la casi totalidad de los bibliotecarios del sistema han recibido formación específica sobre la web 2.0.

Conclusiones

Haciendo un poco de memoria histórica, si hace unos años el debate de si automatizar o no ya terminó, y después lo hizo el de tener una presencia en internet o no, hoy día tanto si se quiere dar un servicio en los tiempos de la Administración Electrónica, como si se pretende ser conocido y reconocido entre los usuarios actuales y los no-usuarios (marketing bibliotecario), lo que se debe valorar ya es “cómo estar”, quién va a encargarse de alimentar y dinamizar los perfiles institucionales, marcarse metas y medir para conocer mejor a nuestros usuarios (reales y remotos) y actuar en consecuencia a sus necesidades.

Así, citando a Enzo Abbagliati, “hoy nadie cuestiona la utilidad de que una biblioteca cuente con un bibliobús para llegar a usuarios que por diversas razones no acceden a sus servicios, por lo que cuesta entender el porqué de la resistencia a estar presentes en las redes sociales si estas nos permiten llegar en forma masiva, de bajo costo y muy rápida a un universo de usuarios jamás alcanzado.”⁸ ▲



Notas

- 1 Serrano Cobos, Jorge (2006). “Pasado, presente y futuro de la Web 2.0 en servicios de información digital”. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, diciembre, núm. 17. <<http://www.ub.edu/bid/17serra2.htm>> [Consulta: 15-06-2011].
- 2 Serrano Cobos, Jorge (2007). «Web 2.0 en las bibliotecas: el concepto Library 2.0». *ThinkEPI*. <<http://www.thinkepi.net/web-20-en-las-bibliotecas-el-concepto-library-20>> [Consulta: 15-06-2011].
- 3 *Manual de estilo de las redes sociales de la Generalitat*: http://www.gva.es/contenidos/publicados/Manual_Redets_Generalitat_CST.pdf
- 4 Seoane, Catuxa (2011) «Bibliotecas 2.0 en la práctica: el vuelo de los gansos en las Bibliotecas Municipales de A Coruña». Fundación Germán Sánchez Ruipérez. *19ª Jornadas de Bibliotecas Infantiles, Juveniles y Escolares* <http://www.fundaciongrs.es/wfuns/activos/texto/wfuns_informacion_0628-ZUxFySbt5bWkmYsX.pdf> [Consulta: 15-06-2011].
- 5 http://www.delicious.com/bibcoruna/productos_smb
- 6 Facebook denomina “amigos” a cualquier usuario con quien establezcamos conexión de mutuo acuerdo, da igual que sean familia, contactos profesionales, etc.
- 7 Datos de junio de 2011.
- 8 <http://www.cadaunadas.net/2009/09/hay-biblioteca-donde-hay-usuarios.html>

Ficha técnica

AUTORES: Serrano-Cobos, Jorge y Seoane, Catuxa.
TÍTULO: Gestión de comunidades de usuarios en la biblioteca social.
FOTOGRAFÍA: Pág. 59. Glenn Fleishman (<http://www.flickr.com/photos/glennf/>).
RESUMEN: Se introduce el concepto de *biblioteca social* como aquella que gestiona la comunidad o comunidades de usuarios que se generan en torno tanto a la biblioteca física como a la biblioteca con presencia en distintos medios de internet. Se apunta un posible modelo de gestión de comunidades de usuarios de bibliotecas y se muestra como caso de éxito el ejemplo de la estrategia seguida por las Bibliotecas de A Coruña, con resultados conseguidos a junio de 2011.
MATERIAS: Bibliotecas / Comunidades de Usuarios / Web 2.0 / Medios Sociales / Redes Sociales / Nuevas Tecnologías.