

¿Por qué las redes sociales y los mecanismos de comunicación *on line* en la biblioteca universitaria?

GREGORIO GARCÍA RECHE
*Coordinador de la Biblioteca Universitaria
Universidad de Málaga*

En el Plan de Comunicación de la Biblioteca de la Universidad de Málaga se incluye el uso de las redes sociales, entre otros medios, para contactar con la comunidad universitaria y la sociedad en general, ¿por qué se contemplaron e implantaron en vuestra Biblioteca?

Básicamente para estar en un ámbito donde nuestros usuarios ya habitaban y donde cada vez eran más. Se trataba de ir al encuentro de ellos al ágora donde se encontraban y hablar su lenguaje para mostrarles cosas que les podían ser de interés y, de esta manera, atraer su atención y a ellos mismos hacia nuestros servicios, más que hacia nuestras instalaciones, entendiendo que las redes sociales iban en consonancia con los servicios on line que teníamos y con los que se iban a desarrollar.

También existía otro factor que nos interesaba especialmente de las redes, era el de descubrir qué se hablaba de nuestra Biblioteca, tanto en la vertiente de opinión sobre ella, como para detectar problemas latentes.

¿Desde cuándo se trabaja con ellas en la Biblioteca?

El planteamiento inicial fue conocer qué se estaba haciendo por el mundo, especialmente en el bibliotecario, con respecto a la utilización de las redes, para lo que se programó un curso específico para el personal de la Biblioteca que se podría encargar de su gestión.





Gregorio García Reche, Coordinador Biblioteca Universidad de Málaga

Por la proyección que barruntábamos, la puesta en marcha del Blog, lo primero con lo que nos lanzamos en junio de 2009, corrió a cargo de nuestro Grupo de Mejora de Biblioteca y Sociedad, con un enfoque generalista de nuestro servicio como punto de información y de diálogo con la comunidad universitaria, que más tarde cambiamos para configurarlo como un club de lectura virtual, ya cuando incorporamos otras redes.

La segunda apuesta fue por un sistema de comunicación on line con el usuario, basado en tecnología chat, que nos permitía atender y responder consultas de cualquier usuario de forma inmediata. Iniciado en el mismo año que el anterior y por el mismo Grupo, ha ido evolucionando más en la tecnología que lo soporta y en la depuración del proceso de respuesta que en su propia esencia, que se mantiene por la gran utilidad que representa.

En ese contexto, nos sumamos a Facebook en junio de 2010, como intento de aproximación a nuestros usuarios que ya fueran seguidores de esta red y poder

ampliar contactos y difusión de servicios, noticias, actividades, recursos, etc. propios de la Biblioteca Universitaria y conocer la opinión y las expectativas de ellos.

Tras esto, y comprobada la utilidad y provecho que se podía obtener con las redes, la estructura de funcionamiento para trabajar con ellas se refuerza con la constitución de un grupo de trabajo específico en febrero de 2012, que se encarga de realizar un análisis de la situación, de la definición de objetivos estratégicos y operacionales, de encuestar a usuarios potenciales para conocer mejor las peculiaridades de a quién nos íbamos a dirigir y cómo, de la elaboración de un plan sobre el asunto, de la incorporación de nuevas herramientas (Twitter en 2012, Pinterest en 2013, Youtube...), así como del seguimiento de indicadores y rastreo de opiniones.

Has hablado de los equipos de personal que se han encargado de ellas, ¿cómo se configuran y cuántas personas se dedican a la redes?

Aunque el proyecto inicial y primeras implementaciones fueron llevados a cabo, como apuntaba, por nuestro Grupo de Mejora de Biblioteca y Sociedad, actualmente son dos los equipos de trabajo que se dedican a ello. Uno específico para el Chat y otro para la web y el resto de redes.

En ambos casos tienen una composición transversal en cuanto a tipología de puestos y servicios y bibliotecas de procedencia. Este factor está presente en todos nuestros grupos de mejora y equipos de trabajo, ya que buscamos expresamente una composición rica en cuanto a funciones, puntos de vista, conocimientos, prácticas y competencias.

Otra característica común en todos es que ningún bibliotecario se dedica en exclusiva a la tarea del grupo o equipo. Precisamente porque lo que queremos conseguir es contar con la experiencia que genera el desempeño cotidiano de su labor.

De esta forma, el Chat lo atienden nueve personas del Equipo, en distintos turnos y calendario, para cubrir un horario habitual de lunes a viernes de 9 a 20:30 horas, procurando que siempre estén conectadas varias de ellas. En épocas de apertura extraordinaria se suman otros que se ocupan de esos horarios, para ampliar la atención al usuario de forma ininterrumpida, incluidos los fines de semana, festivos y noches.

El otro Equipo, el de Web y Redes, está constituido por 13 personas, organizado en subgrupos, donde cada uno de ellos se encarga de una red y de la elaboración de los contenidos concretos, conforme a cronogramas mensuales configurados previamente, a lo que se incorporan las novedades que puedan surgir sobre la marcha.

ENRÉDATE CON LA BIBLIOTECA

BU
Biblioteca Universitaria
Universidad de Málaga
www.biblioteca.uma.es

f
BibliotecaUMA

p
pinterest.com/bumadifusion

B
La Mar de Lecturas
bibliouma.blogspot.com

t
@Biblioteca_UMA

Chat: Servicio de Atención en Línea en Web, Blog y Catálogo

Uma
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

BU | **BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**
Universidad de Málaga
Vicerrectorado de Investigación y Transferencia

E
ISO 14001
BUREAU VERITAS
Certification

BUREAU VERITAS
1883

Cartel promocional de las redes sociales de la Biblioteca de la Universidad de Málaga

¿Cuáles son los principios que fundamentan el uso de las redes en la Biblioteca de la Universidad de Málaga?

Lo fundamental es que lo que tratemos siempre esté vinculado con nuestro Servicio y que presumiblemente sea de utilidad para el usuario.

Con respecto al primer aspecto, la componente de marketing que lleva es evidente y es su razón de ser. Y la orientamos en un doble sentido. Por una parte está aquella información donde el protagonista exclusivo y evidente es el servicio o producto bibliotecario que queremos “vender”, donde se destacan aquellos más novedosos y punteros, junto con los más tradicionales u “olvidados”. Por otra, la que el protagonista viene introducido por un tema de interés general de gran actualidad, efemérides, temáticas que destacamos en series, etc., donde el gancho es ese otro aspecto que nos conduce a destacar la colección bibliográfica sobre él, un servicio...

En este sentido tenemos claros cuáles son nuestros límites en el contexto de nuestra Universidad y en el ámbito general. Somos cuidadosos con no inmiscuirnos en asuntos que son competencia de otros servicios universitarios, así como con respecto a las noticias de carácter general, culturales, reivindicativas, etc. Eso no quita, como decía antes, que aprovechemos para hacernos eco de ello, pero siempre que podamos vincularlo con algún aspecto de la Biblioteca. También sucede en ocasiones que son otros los que nos piden colaboración para apoyar sus iniciativas, a lo que respondemos siempre que se cumpla el principio básico de poderse vincular con lo propio.

La utilidad para el usuario es el otro principio que procuramos cumplir, de hecho es el principal. En este sentido, las propias redes nos muestran los temas de interés de ellos a través de las reacciones, respuestas, etc. que realizan y que nos sirven para orientar nuestras intervenciones. Estas percepciones se complementan con otros sistemas que disponemos para recabarlas, como son las encuestas de satisfacción, buzones físicos y virtuales de quejas, sugerencias y felicitaciones, etc.

A estos principios fundamentales podemos añadir otros que tienen que ver con nuestros valores, como son la innovación, la participación o el servicio público, entre otros.

Y con respecto a los usuarios, ¿quiénes son los que más utilizan vuestras redes?

Es difícil precisar con exactitud debido al anonimato, los datos aportados o por los datos registrados.

En general y en datos absolutos son los estudiantes, seguro que por ser el segmento de la comunidad universitaria más numeroso. Aunque hay matices dependiendo de la red social que se trate.

Así, por ejemplo, en Facebook el perfil dominante es de mujer joven, destacando los intervalos de edad entre los 25 y 34 años, seguido de las de edad comprendida entre los 18 y 24.

En Twitter es similar, pero a la inversa. El grupo más numeroso es el de mujeres entre 18 y 24 años, que junto a los hombres de la misma edad configuran el segmento principal, con un 54% del total. Lo que pone de manifiesto que es la red preferida por los estudiantes.

Otro caso es el del chat, al que recurren muy mayoritariamente alumnos y alumnas, aunque aquí no diferenciamos las estadísticas por género, sobre otros segmentos como el personal docente e investigador o el personal de administración y servicios. También se realizan consultas por parte de usuarios externos, un 10% aproximadamente, lo cual también es para considerar.

El Blog y Pinterest tienen una repercusión menor que otras por sus propias características. Con respecto a otras más nuevas tendremos que esperar para analizar con mayor perspectiva.

¿Cuál ha sido vuestra última incorporación?

Para el año 2016, en nuestro Plan Operativo Anual, nos propusimos como objetivo estudiar la posibilidad de incorporar un servicio de atención al usuario basado en Whatsapp, que viniera a complementar el que ya teníamos desde hace años con tecnología chat.

Se da la circunstancia, además, de que somos miembros del Grupo de Trabajo de Servicios Colaborativos de REBIUN, donde también se planteó este asunto a principios de año, lo que nos permitió tratar el tema con compañeros de otras universidades que lo habían iniciado recientemente o lo estaban preparando. De este benchmarking pudimos obtener ideas y conclusiones sobre las fortalezas y debilidades que se nos podrían presentar, así como las oportunidades que se abrían de cara a la comunicación con el usuario.

Superadas las cuestiones técnicas con relativa sencillez (disponer de un terminal y una cuenta institucional de la wifi), realizadas las configuraciones, organizado el equipo que lo sustentaría, determinado el horario de atención, concretadas las pautas de funcionamiento y de estilo, lo pusimos en marcha y se presentó en rueda de prensa el 28 de abril pasado.



Cartel promocional del servicio de atención al usuario mediante Whatsapp de la Biblioteca de la Universidad de Málaga

¿Y cómo está resultando?

Ya los primeros resultados, de los días iniciales, presentados en la rueda de prensa mencionada, mostraban que iba a ser un caso de éxito.

Con los meses, se consolida esa percepción inicial, tanto desde la perspectiva cuantitativa, por el número de usuarios que recurren a ella, como cualitativa, observada en el breve formulario de satisfacción que invitamos a cumplimentar tras cada consulta. Los datos que nos revela este último es que el grado de satisfacción es muy alto y que su uso es principalmente por parte de estudiantes, lo que nos hace cumplir también con el propósito de ampliar y mejorar la comunicación con este sector, quizás un poco más complicado que otros en nuestro ámbito cuando se trata de servicios virtuales.

También, es cierto que nos mostramos expectantes con respecto a la repercusión que podría tener con respecto al otro servicio con el que, de alguna manera, guarda relación, el chat. Y, en cierta medida, se cumplen los pronósticos de que éste podría decaer, siendo aproximadamente la mitad de otros periodos similares. Tendremos que dar mayor margen antes de obtener unas conclusiones definitivas, pero era previsible que una herramienta tan común en la vida de los ciudadanos, también de los universitarios, superara a otra que quizás resulte más difícil localizarla, a pesar de estar presente en todas las páginas de la web de la Biblioteca.

Y de cara al futuro, ¿cuáles son las previsiones?

Volvemos al Plan Operativo Anual, que desarrolla nuestro Plan Estratégico, que son los que nos marcan la pauta con carácter general, donde nos encontramos como línea estratégica la ampliación del uso de estas herramientas.

Para cumplir con ello, aparte de tener establecida la realización de la evaluación de la satisfacción de los usuarios para que nos pueda orientar acerca de nuevas actuaciones, ya estamos valorando la inclusión de Instagram con una perspectiva diferenciadora con respecto al resto de las que estamos usando, con el propósito claro de buscar otro medio para la comunicación con los universitarios que son usuarios de esta red, pero cuidando no solapar contenidos con las otras que estamos empleando y de las que ellos también pudieran ser seguidores.

Más adelante, estaremos receptivos a las novedades que se produzcan, difíciles de imaginar ahora en un universo tan cambiante como es este de las redes, si bien considerando nuestra capacidad de respuesta y dedicación, con la estructura que tenemos para atender esto.

Canales de comunicación de la Biblioteca Universitaria de Málaga

- Servicio de atención por mensajería instantánea (Whatsapp): <http://www.uma.es/ficha.php?id=135605>
- Twitter: http://twitter.com/Biblioteca_UMA
- Blog “La mar de lecturas”: <http://bibliouma.blogspot.com/>
- Facebook: <http://www.facebook.com/BibliotecaUMA>
- Pinterest: <http://pinterest.com/bumadifusion>
- Chat: <http://www.uma.es/ficha.php?id=104146>
- Quejas, sugerencias y felicitaciones: <http://www.uma.es/ficha.php?id=62405>
- Correo-e: buzon@bbl.uma.es



Digitalización enriquecida
de fondo antiguo y patrimonial

Software de gestión para
Bibliotecas, Archivos y Museos

DIGIBIB*

DIGIARCH*

DIGIMUS*

Recolector OAI-PMH DIGIHUB*
de metadatos de diversos proveedores



DIGIBÍS transforma
y enriquece las bibliotecas
con aplicaciones de gestión
digital de nueva generación.

El usuario accede
fácilmente a los recursos
de la biblioteca desde cualquier
lugar, en cualquier momento,
con cualquier dispositivo.

La biblioteca es
recolectada automáticamente
por Hispana, Europea
y otros agregadores
internacionales.



¡Con estándares internacionales
para un **mundo enlazado y abierto!**