

Cuando la innovación se vuelve rutina de trabajo

Bibliotecarios y web social

Hace varios años que nacieron algunas herramientas no convencionales con una filosofía basada en la web 2.0. Aquellas herramientas no solo transformaron la manera de interactuar con el usuario sino que también lograron transformar el papel del bibliotecario. Pero todo lo que en aquel tiempo era innovación, hoy se ha convertido en rutina... ¿Cómo utilizan las bibliotecas de hoy los social media? Veámoslo.

Erase una vez hace muchos, muchos años, un puñado de locos bibliotecarios (José Antonio, Natalia, Catuxa, Fernando, Didac y otros más) que se ilusionaron y apostaron por unas herramientas no convencionales, –de aquellas que no pasan por un estricto proceso de selección–, y sobre todo que eran gratis y ofrecían más prestaciones que las que poblaban sus bibliotecas. El artículo *Who moved my Intranet?* de Keven Jeffery (2010) que describe el proceso de cambio de una intranet basada en HTML estático a una wiki, es una buena prueba de ello.

Aunque esas herramientas y tecnologías eran novedosas, más o menos, lo realmente disruptivo era la filosofía que movía la web 2.0, que buscaba la conversación con el usuario, su compromiso, haciéndole partícipe de la gestión y los contenidos de la biblioteca a través de una escucha activa e integrándolos en la toma de decisiones. El papel de los bibliotecarios también se transformaba, facilitándoles que publicaran contenidos en la red sin necesidad de tener conocimientos previos de edición digital. No sin rechazo, en muchos casos por la incompreensión de líderes e informáticos que solo veían las debilidades de estas herramientas en cuanto a seguridad, permanencia o control.

Para el año 2018, según los datos que manejamos, se espera que el 48 % de la población mundial esté en Internet¹, llegando a ser algo así como la electricidad, tal y como anunciaba el informe de Pew Research Center, *Digital Life in 2015*². El número de los que utilizan los medios sociales también sigue creciendo. El portal de estadísticas Statista³ estima que en 2018 los usuarios de redes sociales duplicarán la audiencia que había en 2011 (2.440 millones vs. 1.220 millones).

Este comportamiento general en Internet y los medios sociales ha transformado el día a día de los bibliotecarios y es un hecho que ratificamos cuando revisamos contenidos de las publicaciones de entonces sobre web 2.0 y bibliotecas, como el monográfico de la revista *Educación y Biblioteca* del año 2007 que dirigió Merlo Vega⁴.

En este sentido no es difícil encontrar actualmente bibliotecarios considerados expertos en web social, dentro y fuera de sus instituciones. Véase como ejemplo el caso de la Biblioteca de La Laguna y la entrevista a su equipo de bibliotecarios responsables de investigación, en la que se les reconoce como expertos en social media⁵ o la realizada al equipo de Facebook de la Biblioteca de la Universidad de Huelva⁶.

En mi biblioteca (de la Universidad de Sevilla) como parte del Plan de Comunicación, el equipo responsable envía periódicamente los contenidos que debemos publicar en los medios sociales, junto a los que son propios de cada biblioteca, con el fin de homogeneizarlos y dar una misma imagen de

marca. Este contenido se archiva en un blog (interno), depósito de campañas de comunicación.

Cuando la innovación se convierte en rutina

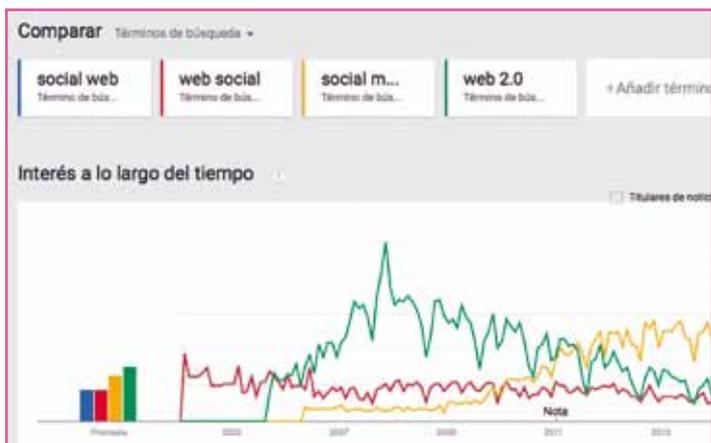
Estos ejemplos ilustran cómo lo que antes era innovación, ahora se ha vuelto rutina de trabajo. Ya no se cuestiona que un bibliotecario utilice las

El papel de los bibliotecarios también se transformaba, facilitándoles que publicaran contenidos en la red sin necesidad de tener conocimientos previos de edición digital.

redes sociales para publicar contenidos y eventos o responder a un usuario. Y esa normalidad de los medios sociales se refleja en las búsquedas en la web y en las publicaciones de los profesionales que han dejado de contar sus experiencias con estos medios. Ya no son novedad. El término web social decrece con el tiempo como puede



Página de Facebook de la Biblioteca de la Universidad de Sevilla. Campaña de promoción.



Búsqueda comparativa en Google Trends.

verse haciendo la búsqueda *web social* en Google Trends, pero aún es más significativo si comparamos los términos *web social*, *social web*, *social media* y *web 2.0*⁷. El único de los términos que se mantiene es *social media*.

“Parece que definitivamente nos hemos olvidado de la *web 2.0* y ya hablamos de forma generalizada de *medios sociales* más incluso que de *redes sociales*, aunque paulatinamente se vaya imponiendo hablar simplemente de *medios*, sin apellidos, ya que no se concibe que éstos no sean participativos,

colaborativos, sociales o interactivos, aquellas características que en tiempos fueron exclusivas de la *web social*” (González-Fernández-Villavicencio, 2015). Los medios sociales forman ya parte de la vida de las personas. Hasta sus voces se incluyen en los diccionarios de la lengua, *Oxford dictionary*⁸ o en la RAE⁹.

De esa normalidad habla la proliferación de cuentas en medios sociales de organizaciones, políticos, empresas, famosos, que utilizan mayoritariamente Facebook y Twitter y cuyos iconos aparecen destacados en casi todas las web. Las revistas más calificadas que leemos destacan en sus cabeceras los enlaces a Facebook y Twitter para mantener la conversación.

Los hashtag nos acompañan hasta para seguir el debate en torno a un libro¹⁰.

¿Cómo están usando las bibliotecas los social media?

Los social media incluyen todo tipo de medios y aplicaciones *online*, digitales, basados en Internet, que tienen como característica distintiva que se usan de forma social, permiten la generación de contenidos por parte de los usuarios, compartirlos, asociarlos con impresiones de la comunidad, etc. (Ahmed, 2014). Las bibliotecas se convierten de esta forma en gestoras de comunidades (*Community Manager*)

The image shows the cover of the journal 'College & Research Libraries' (C&RL). The top part features the C&RL logo and the title 'COLLEGE & RESEARCH LIBRARIES'. Below the title, it says 'July 2015 - Volume 76, Number 5'. A section of text states: 'This C&RL table of contents alert is sponsored by Association of Research Libraries. Table of contents sponsorships paid advertisements. The products, services, and opinions advertised by the sponsor are not endorsed by ACRL or A...'. Below this, there is a photo of a woman and the text 'Julia C. Blixrud memorial fund, lecture, scholarship'. At the bottom, there is a section for 'Most Read Article' with the text: 'The following are the top ten most read articles of C&RL online in January - June 2015.'.

Portada de la revista CRL con enlaces a Twitter y Facebook.

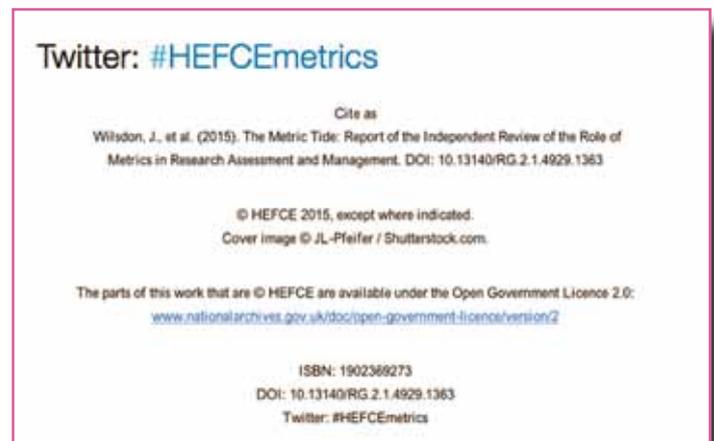
y de contenidos (*Content Curator*). José Antonio Merlo-Vega, afirmaba en marzo de 2014, en el blog *Biblioblog*, que las bibliotecas asumen este rol “cuando mantienen actividad en redes y medios sociales y utilizan servicios participativos para la obtención y agregación de la información, tratamiento de los recursos y comunicación de los contenidos”.

Además de estas funciones, las bibliotecas han incorporado los medios sociales en tareas de “formación de las comunidades” y en alfabetizar en información pero también en tecnologías digitales y sociales para la vida diaria o el empoderamiento (Saorín y Gómez-Hernández, 2014), así como en tareas de “liderazgo” o de “dinamización social”.

Todas ellas requieren de servicios y herramientas para la gestión, que no dejan de aparecer y desaparecer, de introducir novedades o mejorar las prestaciones que ofrecen.

Como evidencia de la incorporación de los social media a la rutina de trabajo de los bibliotecarios, podemos citar estos ejemplos:

1. Herramientas sociales integradas en el flujo de trabajo.
 - a. Muchas bibliotecas están utilizando distintos programas de wikis para el trabajo colaborativo tanto con usuarios como entre el personal. En la Biblioteca de la Universidad de Sevilla, todo el diseño del Plan Estratégico 2016 se está llevando a cabo en una wiki que permite la edición colaborativa.
 - b. En la Biblioteca de CC Políticas y Sociología de la UCM, en las tareas de selección y difusión del libro se ha tenido en cuenta su repercusión en los medios sociales y las ventas en la librería a través de una iniciativa de colaboración biblioteca/librería (Corullón, 2015).
2. Equipos de trabajo, no llaneros solitarios.
 - a. Las Bibliotecas Municipais da Coruña cuentan con un equipo de trabajo web 2.0 liderado por Catuxa Seoane (Maseda-Seco, 2014).
3. Normalización y políticas de uso. Este ha sido el primer paso que se ha dado en muchas bibliotecas de cara a la homogeneización de los servicios.
 - a. REBIUN ha publicado un conjunto de documentos sobre buenas prácticas en redes sociales por parte de las bibliotecas, como fruto de la actividad de su Línea 3. (www.rebiun.org/documentos/Paginas/Documentacion%3%B3n-generada-por-la-L%3%ADnea-3.aspx).
4. Planificación y marketing. Las bibliotecas han comprendido que no se trata de estar por estar sino que cualquier actuación que se realice



Hashtag en un libro impreso.

en estos medios debe llevar una planificación y gestión del marketing.

- a. Citamos los ejemplos de éxito de las campañas de marketing en las bibliotecas de las universidades de Huelva y Valladolid y en la UNED (González-Fernández-Villavicencio, 2015b).

Ya no se cuestiona que un bibliotecario utilice las redes sociales para publicar contenidos y eventos o responder a un usuario.

5. Evaluación y medición del impacto. Como parte de la planificación y el marketing, se han publicado diversos indicadores para medir y demostrar la rentabilidad de las actuaciones de las bibliotecas en la web social.
 - a. El Consejo de Cooperación Bibliotecaria trabajó en 2014 sobre indicadores que tenían que ver con la rentabilidad de la biblioteca y entre ellos con la web y la web social. Los indicadores propuestos fueron por un lado la valoración del uso de la web y el indicador en concreto era *Número de visitas web*, y por otro lado, la valoración del acceso a redes sociales, siendo el indicador propuesto el *Número de seguidores en los medios sociales*.
 - b. La batería de indicadores que se proponen en la tesis doctoral de González-Fernández-Villavicencio (2014), tiene varios fines, por un lado medir la evolución de la actividad de la biblioteca a lo largo del tiempo y compararla con sus competidores y por otro lado como indicadores para

un plan de marketing. En este trabajo se ha definido una serie de indicadores que son predictores del éxito de la biblioteca en estos medios.

6. Y mucha flexibilidad, tono cercano y amigable pero experto y con sentido del humor.
 - a. En la Biblioteca de la Universidad de Huelva, el equipo de trabajo de Facebook está formado por aquellos bibliotecarios que dinamizan las redes sociales y son reconocidos por su tono distendido y recurrente (www.facebook.com/BibliotecaUniversidadHuelva).

Los bibliotecarios además aparecemos en el ranking de Klout en numerosas ocasiones como influenciado-

res de nuestras comunidades e incluso ciudades y en no pocas ocasiones hemos enseñado a los servicios de Comunicación o a los de Informática y Telecomunicaciones de nuestras universidades cómo se usaban estas herramientas sociales de comunicación.

La web social juega también un papel cada vez más importante en la medición de la producción científica de forma complementaria a las métricas tradicionales, y constituye también una oportunidad para la visibilidad de los investigadores. Son las denominadas Altmetrics y los bibliotecarios tienen mucho que decir en ese tema (González-Fernández-Villavicencio et al., 2015).

¡Larga vida al social media! ▀

Bibliografía

- Corullón, S. (2015). *La biblioteca como escaparate: una experiencia de colaboración entre una biblioteca universitaria y una librería de facultad*.
- http://www.academia.edu/12622841/La_biblioteca_como_escaparate_una_experiencia_de_colaboraci%C3%B3n_entre_una_biblioteca_universitaria_y_una_librer%C3%ADa_de_facultad
- González-Fernández-Villavicencio, N. (2015). Informe de situación de los medios sociales en el sector de la información y la documentación en 2014 y prospectiva 2015. *Informes ThinkEPI 2015 sobre documentación y comunicación*, v. 1 213 pp. Barcelona: EPI SCP. ISBN 978 84 606 8209 7.
- González-Fernández-Villavicencio, N. (2015b). ROI en los medios sociales: campañas de marketing y bibliotecas. *El Profesional de la Información*, v. 24, 1. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.ene.03>
- González-Fernández-Villavicencio, Nieves; Domínguez-Aroca, María-Isabel; Calderón-Rehecho, Antonio; García-Hernández, Pablo (2015) ¿Qué papel juegan los bibliotecarios en las altmetrics? *Anales de Documentación*, v. 18, nº 2. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.18.2.222641>
- Jeffery, K., & Dworak, E. (2010). Who moved my intranet? The human side of introducing collaborative technologies to library staff. *Journal of Web Librarianship*, 4.
- Maseda-Seco, D. (2014). *Grupo de trabajo web 2.0 en las Bibliotecas Municipales de Coruña: un engranaje sofisticado que crea comunidad, genera, comparte y difunde contenido en la WWW*. <http://eprints.rclis.org/22571/>
- Saorín, T., Gómez-Hernández, J.A. (2014). Alfabetizar en tecnologías sociales para la vida diaria y el empoderamiento. *Anuario ThinkEPI*, 8, pp. 342-348. <http://www.thinkepi.net/alfabetizar-en-tecnologias-sociales-para-la-vida-diaria-y-el-empoderamiento>

Notas

1. Post en el blog eMarketer <http://www.emarketer.com/Article/Internet-Hit-3-Billion-Users-2015/1011602>
2. Informe Digital Life in 202 www.pewinternet.org/2014/03/11/digital-life-in-2025
3. www.statista.com/statistics/325706/global-internet-user-penetration
4. Sumario del Año 2007, Año nº 19, Número 161 <http://dialnet.unirioja.es/ejemplar/166087>
5. Blog SocialMediaInvestigación <http://socialmediaeninvestigacion.com/universidad-laguna-biblioteca-universitaria>
6. <http://huelvabuenasnoticias.com/2013/12/26/la-biblioteca-de-la-universidad-de-huelva-de-las-mas-seguidas-en-redes-sociales-a-nivel-nacional-e-iberoamericano>
7. Enlace a los resultados en Google Trends
8. www.google.es/trends/explore#q=social%20web%2C%20social%2C%20social%20media%2C%20web%202.0&geo=ES&cmpt=q&tz=Etc%2FGMT-2
9. Entrada de hashtag en OED www.oed.com/view/Entry/389023#eid301493073
10. RAE www.lavanguardia.com/vida/2014/10/16/54417958549/tuit-hacker-entran-diccionario-rae.html
11. Tuit con la información <https://twitter.com/NievesGlez/status/619845957354680320/photo/1>
12. Post de Merlo Vega en el blog Biblioblog <http://biblioblog.org/2014/03/22/biblioteca-comunidades-contenidos>

Ficha técnica

AUTORA: González-Fernández-Villavicencio, Nieves (nievesglez@us.es).

TÍTULO: Cuando la innovación se vuelve rutina de trabajo. Bibliotecarios y web social.

RESUMEN: Comienza este artículo hablando de la curiosidad de algunos profesionales que motivó hace algunos años a tratar y aplicar todo lo que estuviera relacionado con el uso de la web social en la biblioteca. Esas herramientas hoy por hoy se han convertido en una rutina y se exponen en este texto algunos ejemplos interesantes de esa incorporación de los social media al trabajo bibliotecario.

MATERIAS: Bibliotecas / Tecnologías / Web Social.