

Tejiendo la red: modelo 2.0 de las bibliotecas de la Universitat de València

Pilar Aguiló, M^a Jesús García Mateu, Blanca Salom, Cristina Tomás, María Trigo. Servei de Biblioteques i Documentació, Universitat de València

1. Introducción

El desarrollo de una política 2.0 es una de las líneas de acción en el Plan Operativo del Servei de Biblioteques i Documentació (SBD) de 2013. Somos conscientes de la transformación que suponen estas herramientas en la manera en que las bibliotecas se relacionan con los usuarios y del beneficio que pueden aportar para mejorar el uso de los servicios.

En nuestro caso, dadas las características de la institución y la estructura del SBD, se ha tenido que definir nuestra presencia en la web 2.0 de manera consensuada.

Se han fijado los siguientes puntos de partida: objetivos que queremos alcanzar con estas herramientas, uso más apropiado de cada herramienta, organización de los grupos de trabajo que gestionan las diferentes cuentas y perfiles, y medición de resultados.

El objetivo de esta comunicación es explicar el proceso que se ha seguido en las bibliotecas de la Universitat de València para implantar un modelo *social media*.

2. Situación inicial

La Universitat de València cuenta con el mayor número de alumnos de toda la Comunidad Valenciana. Sus bibliotecas prestan servicios a un conjunto de usuarios potenciales que supera las 66.000 personas. De ellas, 60.000 son alumnos de grado, postgrado o masters y 6.000 son miembros del PDI y del PAS.

Además, el SBD está formado por un gran número de bibliotecas, muy diferentes entre sí: 2 biblioteca generales, 4 bibliotecas de área y 4 temáticas, distribuidas en tres campus, más otras sedes ubicadas en el centro de la ciudad. Todo este abanico descentralizado se coordina desde las Secciones Centrales.

El desarrollo e implementación de una política 2.0 no comenzó desde cero. Existían precedentes del uso de estas herramientas, tanto por las Secciones Centrales, como por las diferentes bibliotecas.

Se habían creado dos blogs: el primero, especializado, gestionado por la biblioteca del Jardí Botànic (2008) y el segundo, *L'Àgora* (2009), concebido como un espacio de intercambio

de experiencias de trabajo del todo el personal de SBD que hace las funciones de intranet. Además, una cuenta en Slideshare (2010) sirve de depósito y difusión del material formativo de todo el Servicio.

Desde julio de 2009 las Secciones Centrales gestionaban un grupo de Facebook (*Debat-e*) que tenía como objetivo debatir temas relacionados con los recursos electrónicos (gestión, difusión, uso, etc.). *Debat-e* empezó siendo un grupo cerrado para el personal del servicio. Con posterioridad, se decidió abrirlo al público en general, debido al interés que mostraron algunos miembros de la comunidad universitaria.

Por su parte, la Biblioteca d'Humanitats había optado por el uso de la herramienta Twitter (2011) para acercarse a sus usuarios y otras bibliotecas (Salut, Educació, ONUBIB) habían abierto cuentas en Facebook o Twitter (2012).

Frente a este panorama, con gran número de usuarios, bibliotecas dispersas e iniciativas 2.0 ya en marcha, el reto al que nos enfrentábamos era crear una política común a todo el Servicio que unificara criterios y empezar a trabajar de manera coordinada.

3. El proyecto

El proyecto *social media* comienza en enero de 2013 y parte de la iniciativa de las secciones Comunicación y Formación, y Gestión de Recursos de información del SBD. Los objetivos propuestos fueron:

- Elegir el modelo para el desarrollo de la presencia en las redes sociales
- Elaborar los documentos que establecieran el marco para desarrollar e implementar nuevos servicios en el entorno de la web social
- Implicar a personal de manera que aquellas bibliotecas que todavía no estaban trabajando en herramientas 2.0 descubrieran sus ventajas como nuevo medio de comunicación e interacción con los usuarios
- Poner en marcha nuevas cuentas y perfiles

Fases del proyecto

1. Creación del grupo de trabajo

En un primer momento, se formó un grupo de trabajo con personal que ya tenía cierta implicación en el uso y gestión de herramientas 2.0 en sus bibliotecas. El proyecto tenía que partir de las opiniones y experiencias de aquellas personas que ya estaban trabajando o mostraban interés por la utilización de estas herramientas. Así, se crea *XarxaSBD* (RedSBD) con personal voluntario interesado, incluyendo distintas categorías profesionales. Lo más interesante era que aquellos centros que todavía no estaban utilizando herramientas 2.0, conociesen sus funcionalidades y ventajas y se animasen a utilizarlas.

2. Formación del personal

Se consideró que la formación de las personas implicadas en el proyecto era un requisito indispensable para comenzar a trabajar. Esta formación garantizaría conocer la filosofía de la web 2.0 y las buenas prácticas en los medios de comunicación social, así como profundizar en la utilización práctica de las herramientas. Se llevaron a cabo las siguientes acciones formativas:

- Taller práctico *Web social i la seua dinamització en biblioteques universitàries*, impartido a todo el grupo *XarxaSBD* por un miembro con formación previa
- Curso *Web social para bibliotecarios y documentalistas*, ofertado por el SEDIC
- Curso *La gestió de perfils institucionals a les xarxes socials*, impartido en la propia institución

3. Análisis de la situación y elección del modelo para el desarrollo e implementación de nuestra presencia en las redes sociales

El siguiente paso fue estudiar los distintos modelos posibles y elegir el más adecuado a las características del Servicio. Se analizaron y discutieron los pros y contras de 3 posibles modelos:

- Modelo centralizado: supondría tener un único perfil para todo el SBD
- Modelo descentralizado: cada biblioteca crearía su propio perfil y elegiría aquellas herramientas que considerará más convenientes teniendo en cuenta sus objetivos, usuarios y personal
- Modelo mixto: se crearía un perfil general del Servio y perfiles propios de cada una de las bibliotecas

Finalmente, se considera que el tercer modelo es el más adecuado teniendo en cuenta los siguientes argumentos:

La Universitat de València desarrolla su docencia e investigación en todas las ramas del conocimiento: ciencias experimentales, ingenierías, humanidades, ciencias sociales, económicas y jurídicas y ciencias de la salud. Los miembros de la comunidad universitaria necesitan información pertinente a su área de estudio o trabajo. En este sentido, un solo perfil para todo el SBD saturaría de información con escaso interés a los usuarios de las distintas áreas.

Además, la Universitat de València cuenta con una serie de biblioteca singulares, con una características muy específicas como es el caso de la Biblioteca Històrica, la Biblioteca del Jardí Botànic o la Biblioteca Dipòsitaria de les Nacions Unides. Los usuarios de estas bibliotecas tienen intereses diferentes al resto.

Sin embargo, la información de carácter general como horarios, normativa, servicios comunes, recursos multidisciplinarios... necesitaba un perfil común a todo el Servicio que podía ser gestionado desde las Secciones Centrales y utilizado por aquellas bibliotecas que no contaran con perfiles en las redes sociales.

4. Implementación del proyecto

Para poner en marcha el proyecto, se empezó a trabajar en dos líneas:

- A. Elaboración y redacción de los documentos marco:
 - *Política 2.0 del Servei de Biblioteques i Documentació*, que define los principios y objetivos de nuestra presencia en la web social
 - *Guía de usos y estilo de las herramientas 2.0 del Servei de Biblioteques i Documentació*, que establece las recomendaciones y pautas generales a seguir por las distintas bibliotecas
- B. Puesta en marcha de nuevas cuentas y perfiles y revisión de las existentes para ajustarlas a lo establecido en los documentos marco.

4. Resultados

4.1.- Documentos

El 11 de julio de 2013 la Junta Técnica del SBD aprobó los *documentos Política 2.0 en el Servei de Biblioteques i Documentació y Guía de uso y estilo de las herramientas 2.0*.

El documento *Política 2.0* tiene como objetivos:

- Establecer un marco de actuación en el uso de la web social
- Estandarizar los modelos de uso de las diferentes herramientas
- Establecer el protocolo de creación y eliminación de la cuentas y perfiles
- Dar unas recomendaciones básicas para el desarrollo de las cuentas y perfiles
- Fomentar el uso de la web 2.0 entre las bibliotecas y archivos del SBD

En este documento también destacan los ocho principios que resumen nuestra actividad dentro de la web social:

- El uso de las herramientas 2.0 tiene que seguir los principios establecidos por el servicio, para conseguir una imagen corporativa coherente con el servicio y la institución
- Toda nuestra actividad en la red social tiene un objetivo claro que responde a las características de cada biblioteca o archivo
- Nuestras herramientas están abiertas al diálogo y a la comunicación con los usuarios
- Se deben permitir los cambios y la evolución en nuestras herramientas
- Los gestores de las cuentas deben ser conscientes de su responsabilidad con la institución y con el servicio
- Los responsables de cada biblioteca se encargarán del buen funcionamiento de las herramientas 2.0
- Se recomienda utilizar la forma colaborativa para su mantenimiento
- Se debe medir el impacto de su uso

Además de estos ocho principios, en el documento *Política 2.0* encontraremos las funciones de los gestores de las cuentas, recomendaciones de uso y mantenimiento, y medidas de evaluación. Asimismo, se desarrolla el procedimiento para la creación y eliminación de cuentas dentro del servicio de bibliotecas.

La *Guía de usos y estilo* establece unas pautas comunes para dar una imagen homogénea de todas las bibliotecas del SBD y propone usos y contenidos adecuados para cada una de ellas. Entre las recomendaciones se encuentran iconos para la imagen gráfica de las cuentas, sugerencias en el tono y actitud utilizados en la conversación, usos lingüísticos y normas de comportamiento. También se incluyen instrucciones para actuar en caso de crisis.

Por el momento, se recomienda la utilización de: Facebook, Twitter, Blogs (Wordpress), Pinterest, Slideshare y Youtube. Su puesta en marcha, con ejemplos concretos, y recomendaciones se detalla en el documento.

4.2.- Cuentas y perfiles

En la práctica, tanto en las Secciones Centrales como en las distintas bibliotecas, se crearon cuentas y perfiles institucionales. Se formaron pequeños grupos de trabajo con personal de distintas categorías y turnos. Esto último aseguraba la respuesta al usuario durante todo el horario de apertura de las bibliotecas.

Cada biblioteca elaboró su propio Plan *Social Media* donde se marcaron los objetivos, público al que se dirigiría, medios sociales en los que se iba a trabajar, plan de acción y actuaciones concretas.

El grupo de trabajo de las Secciones Centrales mantiene las cuentas genéricas de Facebook (Biblioteques. Universitat de València), Twitter (@bibliotequesuv) y Pinterest (Biblioteques. Universitat de València). Estas cuentas ofrecen información de carácter general de interés para la comunidad universitaria: horarios, servicios, recursos electrónicos, cursos de formación, difusión del repositorio institucional RODERIC... y pretenden servir de escaparate hacia el exterior de la institución y de referencia para futuros estudiantes.

Para la gestión de la cuenta de Facebook se elabora una programación semanal de noticias. De su publicación se encargan dos administradoras de la cuenta, una de mañana y otra de tarde.

Además de la información general, se hace especial hincapié en difundir recursos electrónicos suscritos con la intención de que aumente su uso, y en mejorar el conocimiento de algunos servicios. Cada semana, por tanto, se destaca un recurso electrónico, un servicio común a todas las bibliotecas y los cursos de formación programados para esa semana.

Por otro lado, la difusión de noticias de actualidad (un artículo publicado por nuestros investigadores, la presentación de un libro, un congreso o debate organizado en la Universitat...) sirve para dar a conocer los fondos disponibles en nuestras bibliotecas de esos autores o materias.

En la sección semanal *Es viernes, ¿vamos al cine?* Se aprovecha un estreno cinematográfico para relacionarlo con los fondos de la biblioteca: otras películas del director, de los actores, o libros escritos por o sobre ellos.

En Twitter, contamos con un buen número de seguidores y la mayoría son estudiantes; esto hace de esta herramienta un canal de comunicación muy útil ya que los estudiantes están muy familiarizados con ella. El número de interacciones es cada vez más numeroso: preguntas sobre horarios, quejas sobre la temperatura ambiental en las bibliotecas, felicitaciones sobre algún servicio especialmente eficiente.

La cuenta de Pinterest se utiliza como repositorio de las imágenes de las bibliotecas y de los servicios difundidos en Facebook, tanto los novedosos como algunos tradicionales pero menos conocidos. Asimismo, muestra tableros de estadísticas de uso de los recursos electrónicos (libros y revistas más utilizados) y un tablero de carteles de películas que acompaña la publicación en Facebook de los viernes de cine.

Los contenidos de las cuentas de las bibliotecas son específicos de cada una, en relación a sus fondos y usuarios particulares o a la temática de los estudios allí realizados. En ellas, publican noticias relacionadas con su biblioteca como salas de lectura, horarios especiales o normas propias y comparten noticias de las cuentas generales.

La Biblioteca de Ciencias de la Salud cuenta con página de Facebook, Twitter, Pinterest y Youtube. Destaca el uso de Pinterest para la difusión de recursos electrónicos y como vitrina de “novedades” y del canal Youtube para formación de usuarios.

La Biblioteca de Educación está presente en Facebook, Twitter y Pinterest con una línea muy dinámica, proponiendo juegos o concursos de fotografía, de poesía, etc, en un intento de aumentar la participación de los usuarios de las redes.

Por lo que respecta a la Biblioteca de Ciencias, al estar ubicada en un campus fuera de la ciudad de Valencia, publica bastantes noticias relacionadas con su campus y los centros que lo integran. De esta manera ha conseguido llegar muy bien a sus usuarios que muestran mucho interés por lo que la biblioteca publica en Facebook y Twitter.

La Biblioteca de Ciencias Sociales está dando sus primeros pasos en el mundo de las redes sociales, con una incipiente cuenta de Facebook, y la de Humanidades ha optado únicamente por Twitter para difundir sus fondos y noticias.

Los valiosos fondos de la Biblioteca Histórica quedan a menudo escondidos para el gran público o muy restringidos a los investigadores. Para esta biblioteca, por tanto, el uso de las redes sociales –Facebook, Twitter, Pinterest- es una gran oportunidad de promoción y difusión. Se publican imágenes de los fondos digitalizados en *Somni*, biblioteca digital de la Universitat de València y noticias sobre el fondo antiguo o estudios bibliófilos. Sus seguidores no son solamente estudiantes o profesores de la Universitat de València, sino también investigadores externos interesados en ese tipo de fondos y el público en general.

Por último, la Biblioteca del Jardín Botánico y la Depositaria de la ONU aprovechan su presencia social para informar a los usuarios sobre contenidos muy específicos. La primera, además, mantiene desde 2008 un blog en Wordpress con noticias sobre fondos, recursos y servicios de la biblioteca, además de congresos y exposiciones realizadas en el Jardín Botánico, un edificio singular como singulares son sus fondos.

5. Evaluación del uso de impacto de la web social

Las herramientas 2.0, aunque son de uso gratuito, requieren una inversión importante de tiempo del personal, que tiene que dedicar parte de la jornada a su gestión. Tanto el trabajo inicial para la elaboración del Plan *Social Media*, como la configuración y mantenimiento de las diferentes cuentas requieren tareas de análisis, planificación y acción.

Por eso, es necesario evaluar el uso de estas herramientas y su impacto tanto en el conocimiento y utilización de los recursos y servicios de las bibliotecas como en la satisfacción de los usuarios.

Se necesitan indicadores para:

- Comparar resultados tanto entre nuestras bibliotecas como con otras instituciones
- Comprobar si hemos alcanzado los objetivos establecidos en el Plan *Social Media*
- Justificar los costes de tiempo invertido frente a los líderes y a la institución
- Conocer los beneficios que nos aportan estas herramientas

En la *Guía de usos y estilo* se han establecido los indicadores de evaluación para cada herramienta, intentando que todas tengan en cuenta dos tipos de indicadores: cuantitativos y cualitativos.

Respecto a los cuantitativos, todas las herramientas proporcionan datos objetivos sobre el número de usuarios, visitas, interacciones, alcance de la información proporcionada... Esta información nos indica el grado de efectividad de estas herramientas como canales de comunicación.

El número de seguidores en las redes sociales es un criterio a tener en cuenta, pero no el único ni el más importante. Más interesantes resultan los indicadores cualitativos que nos permiten conocer mejor a nuestros usuarios, sus intereses y la opinión que tienen del servicio. En la *Guía* se recomienda el estudio de los comentarios aportados por los usuarios (Blogs, Facebook y Twitter) y el análisis periódico del contenido de las publicaciones, presentaciones o tableros más vistos o seguidos (Facebook, Slideshare, Pinterest).

Con esto, se consigue conocer las áreas temáticas de mayor interés para los usuarios de cada biblioteca, los servicios o recursos más demandados o desconocidos y el nivel de satisfacción sobre ellos.

Será interesante estudiar el tráfico generado hacia nuestra web y hacia nuestro catálogo desde las redes sociales y analizar los seguidores más activos (quiénes son, cómo se comportan, qué temas les interesan, etc.). Asimismo, estudiaremos el impacto que estas herramientas 2.0 han tenido en el uso de recursos y servicios, a través de las estadísticas que anualmente recogemos y las encuestas de satisfacción que periódicamente se pasan a todos los miembros de la comunidad universitaria. Todo esto será posible a partir del primer año de implementación y uso de las cuentas y perfiles.

6. Conclusiones y perspectivas de futuro

Partiendo de la situación y características propias, cada biblioteca debe estudiar los *social media* y elegir la opción que mejor responde a sus objetivos. En nuestro caso, el modelo mixto elegido ofrece más ventajas que inconvenientes para llegar a nuestros usuarios. Sin embargo, con el tiempo y el estudio de los indicadores veremos si la decisión es acertada o si hay que replantearse el modelo.

Se han conseguido grandes avances. En primer lugar, este proyecto ha supuesto una experiencia muy positiva y enriquecedora. La formación de grupos de trabajo ha sido un elemento cohesionador en las bibliotecas y el personal ha adoptado una actitud activa, dinámica y creativa con gran interés en compartir y comunicarse a través de sus cuentas.

Además, en este momento la mayoría de nuestras bibliotecas utilizan alguna herramienta 2.0 y las cuentas son activas. El personal cuenta con la guía de dos documentos básicos, comunes a todo el Servicio.

Por otro lado, quedan aspectos por resolver y nos planteamos varias líneas de trabajo a medio plazo:

- Analizar nuestro modelo de presencia en las redes sociales mediante su evaluación y el intercambio de ideas y experiencias entre los distintos grupos
- Mejorar la difusión con una campaña para dar a conocer las cuentas existentes e implicar a autoridades y profesores
- Ampliar la colaboración e interacción en los *social media* con otros servicios de la UV
- Adaptarnos a los cambios de los usuarios y de las herramientas conocidas
- Estudiar y proponer el uso de otras nuevas que vayan apareciendo

El mundo de la web social es un entorno en constante evolución: surgen nuevas herramientas, cambian las preferencias de los usuarios, las funcionalidades de las herramientas van variando... Las bibliotecas tenemos que estar alerta, aprovechando la oportunidad para acercarnos más a nuestros usuarios y adaptarnos a esta nueva forma de comunicarnos y compartir conocimiento.

Bibliografía

Aced Toledano, C. *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC, 2013. 240 p.

González Fernández-Villavicencio, N. Marketing en medios sociales hoy más importantes que nunca. *Mi Biblioteca*, 2013, (33), 60-65.

González Fernández-Villavicencio, N, Menéndez Novoa, JL, Seoane García, C, y San Millán Fernández, ME. Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales. *Revista Española de Documentación Científica*, 2013, 36 (1), pp. 1-14

Marquina Arenas, J. *Plan Social Media y Community Manager*. Editorial UOC, 2012. 138 p. ISBN 978-84-9029-239-6

Padilla Castillo, G. I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital. Segado Boj, F. (dir congr). ed., 1st ed. Universidad Internacional de La Rioja, 2013. *Usos de las redes sociales entre los universitarios españoles como nuevo paradigma de comunicación*. ISBN 84-15626-42-8

Recull de Dades Estadístiques Curs 2011-2012.

<<http://www.uv.es/sap/docs/reculls/recull1112.pdf>>, [Consulta: 25 jun. 2013]

Redes Sociales. Estar, escuchar, dialogar: Wake UP by IPMARK '1º Encuentro Social Media Retail y Restauración'. *Ipmark: Información de Publicidad y Marketing*, 2013, no. 795, pp. 50-51

Valerio Ureña, G y Valenzuela González, JR. Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable. *El Profesional de la Información*, 2011, vol. 20, no. 6, pp. 667-670.