

Visibilidad de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona en las redes sociales

Aleix Ballús Aragón

Técnico de la Unidad de Gestión de Contenidos de la Red. Gerencia de Servicios de Bibliotecas. Diputación de Barcelona

Alejandro López Martínez

Técnico de la Unidad de Gestión de Contenidos de la Red. Gerencia de Servicios de Bibliotecas. Diputación de Barcelona

Aurora Toboso Vicente

Técnica de la Unidad de Gestión de Contenidos de la Red. Gerencia de Servicios de Bibliotecas. Diputación de Barcelona

Resumen

En el siguiente estudio se da a conocer la realidad sobre la presencia de las bibliotecas municipales de la provincia de Barcelona en las diferentes redes sociales. Con los resultados obtenidos a partir del cuestionario auto-administrado electrónicamente a 204 bibliotecas, se disponen de datos reales sobre el estado de la cuestión, haciendo sobre todo referencia al uso de las redes sociales, la finalidad por la cual son utilizadas y las herramientas más empleadas. A partir de dichos datos, se han podido establecer unas conclusiones dictaminando la necesidad de elaborar un plan de actuación basándose en una serie de objetivos que permita la mejora de forma cualitativa y cuantitativa de la relación que existe entre las bibliotecas y las redes sociales.

Palabras clave

Redes sociales, bibliotecas públicas, Barcelona (provincia), web 2.0 y web social.

Introducción

Nos encontramos en un mundo global que fuerza un cambio hacia la sociedad en red y la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona no puede quedarse al margen de este nuevo paradigma impulsado por las tecnologías de la información y de la comunicación. En este entorno, la web social ha abierto nuevas posibilidades y oportunidades a las bibliotecas públicas, que ven en ella una plataforma para compartir, crear, reaprovechar contenidos e interactuar con sus usuarios. Por este motivo, desde la Gerencia de Servicios de Bibliotecas de la Diputación de Barcelona se impulsó la realización de un estudio global sobre el presencia y uso de las herramientas de la web social por parte de las bibliotecas de la red, del cual destacamos en este texto los datos que hacen referencia a las redes sociales.

La Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona, a la que la Gerencia de Servicios de Bibliotecas presta soporte, está formada por 199¹ bibliotecas y 9 bibliobuses, que ofrecen servicio en 221 municipios de la provincia con una cobertura de servicio del 95'31% de los ciudadanos del territorio.

Según el estudio elaborado por la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona, 135 de las 204 bibliotecas de la Red, un 66%, utilizan alguna herramienta de la web social (blogs, microblogging, marcadores sociales, wikis, herramientas para compartir documentos, fotografías, vídeos, redes sociales, etc.) para promocionar sus servicios y actividades y tener una comunicación bidireccional con sus usuarios.

Fig. 1. N.º de Bibliotecas de la Red que utilizan cada tipología de herramientas de la web social, con su correspondiente porcentaje

Tipología de herramienta	N.º de bibliotecas	% bibliotecas sobre el total
Blogs	87	43%
Escritorios virtuales	62	30%
Agenda y calendario	61	30%
Redes sociales	58	28%
Documentos	50	25%
Geoposicionamiento	47	23%
Sindicación de contenidos RSS	38	19%
Fotografías	37	18%
Vídeos	37	18%
Marcadores sociales	23	11%
Retoque de imágenes	12	6%
Podcasting	11	5%
Microblogging	10	5%
Música	7	3%
Wikis	6	3%
Mensajería instantánea	6	3%
Catalogación social	2	1%
Noticias	0	0%

Las redes sociales son sitios webs donde las personas publican y comparten todo tipo de información con terceras personas. Éstas se han convertido en uno de los principales puntos de encuentro en Internet para muchas personas y han abierto nuevas posibilidades y oportunidades a las bibliotecas públicas. Algunas de las redes sociales cuentan en España con más de diez millones de usuarios registrados² y con uno de los más altos índices de tiempo de permanencia en sus sitios webs. Al igual que muchas empresas y organizaciones, las bibliotecas también deberán incorporar en sus estrategias

de promoción y marketing, su presencia en las redes sociales y ninguna puede permitirse no tener una presencia activa en éstas.

El uso de las redes sociales por parte de las bibliotecas tiene dos enfoques, uno orientado a los usuarios de la biblioteca para aumentar la comunicación con éstos y ofrecerles sus servicios y otro de orientación profesional para establecer conexión entre los profesionales de otras bibliotecas, consiguiendo en los dos casos una mayor visibilidad de las bibliotecas.

Objetivos del estudio:

El objetivo principal del estudio es el de establecer un estado de la cuestión, con datos reales sobre la presencia en las redes sociales de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona y analizar el grado de utilización de las mismas en las estrategias de comunicación y marketing. Este estudio no se centra en la biblioteca como usuaria de las redes sociales, sino como **biblioteca creadora de contenidos**.

Las dimensiones valoradas en este estudio son conocer:

- si utilizan o no las redes sociales como creadoras de contenidos
- con qué finalidad utilizan las redes sociales
- qué herramientas de las redes sociales utilizan
- con qué frecuencia las actualizan
- qué estrategias de marketing emplean para captar usuarios

La población de referencia está formada por las 195 bibliotecas y los 9 bibliobuses³ que conforman la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona. No se ha procedido a seleccionar una muestra de ésta puesto que se ha considerado que la población es suficientemente pequeña como para estudiarla en su totalidad.

Metodología del estudio

El estudio se ha desarrollado a lo largo de los meses de enero a junio de 2010, en las siguientes fases:

- Definición de criterios de las bibliotecas que deberían ser objeto del estudio y planificación de la implementación del estudio
- Diseño del cuestionario
- Análisis de los datos: volcado en soporte informático de los datos recogidos y análisis preliminar de los mismos
- Entrevistas a las 10 bibliotecas que más hacen uso de las redes sociales y entrevistas a 10 bibliotecas que no hacen uso de éstas
- Elaboración del estudio: análisis final de los datos y redacción del informe final de conclusiones

El método de administración ha sido auto-administrado de forma electrónica. El instrumento que se ha diseñado es un cuestionario que se ha respondido a través de Internet y construido con la aplicación de formularios de GoogleDocs⁴. Se ha escogido este método porque es la forma más sencilla de llegar a todo el colectivo, la forma más económica y porque nos permite aumentar el número

de intentos de contacto sin aumentar el coste del estudio, a la vez que reducimos el tiempo de respuesta.

El cuestionario se ha enviado a las 195 bibliotecas y 9 bibliobuses de la Red y ha sido respondido por las personas encargadas de la gestión, mantenimiento y actualización de las herramientas de la web social, teniendo en cuenta las respuestas como biblioteca y no de forma individual.

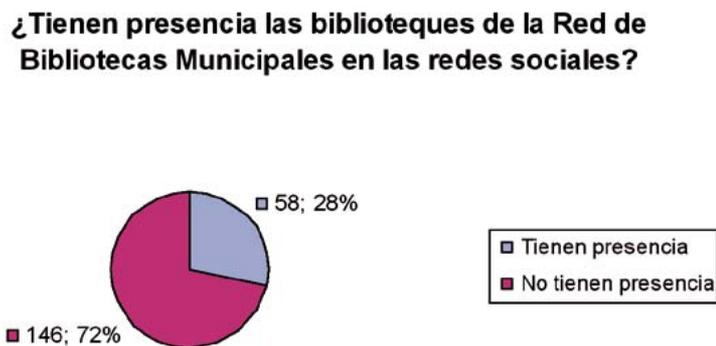
El principal error que se ha contemplado en el estudio es el de la no respuesta. Para ello se ha hecho uso del envío de avisos vía correo en primera instancia y vía telefónica en última. Se realizó una prueba piloto con 10 expertos en la materia antes de enviar el cuestionario a todas las bibliotecas para evaluar la estructura y el contenido del mismo.

Resultados

Los resultados que presentamos a continuación son los datos estadísticos más relevantes del estudio realizado y que permiten obtener unas conclusiones de la situación real de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona sobre su presencia en las redes sociales.

Los datos estadísticos obtenidos a partir del cuestionario enviado a las 204 bibliotecas indican que el 72% no tienen presencia en las redes sociales. Solamente 58 bibliotecas de las 204, un 28%, utilizan alguna de las redes sociales.

Fig. 2. N.º de Bibliotecas de la Red que tienen presencia en las redes sociales, con su correspondiente porcentaje

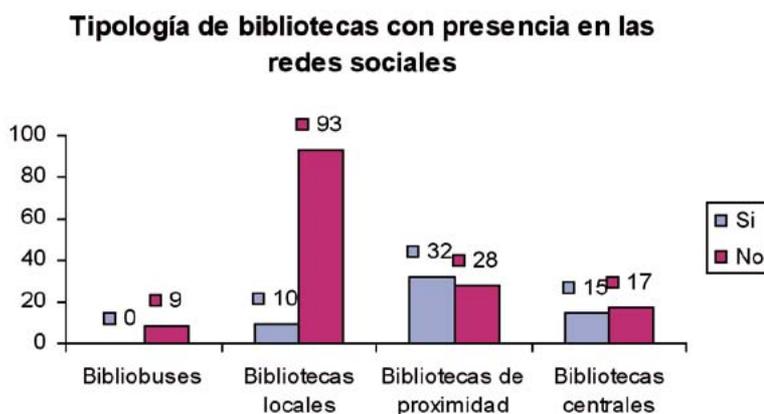


De las 58 bibliotecas que utilizan las redes sociales, las principales razones por las cuales las utilizan son:

1. Ofrecer un canal más de comunicación para los usuarios
2. Apostar por una imagen más actual de las bibliotecas
3. Captar nuevos usuarios

Como se puede observar en el siguiente gráfico el segmento de bibliotecas⁵ que presenta una mayor desproporción en el uso de las redes sociales, exceptuando bibliobuses, es el correspondiente a las bibliotecas locales.

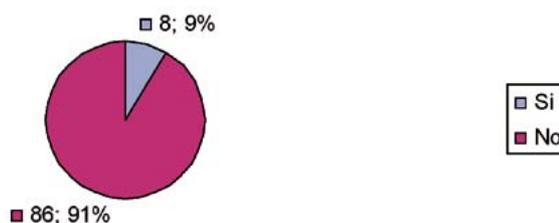
Fig. 3. N.º de Bibliotecas de la Red con presencia en las redes sociales en función de la tipología de biblioteca



El estudio nos muestra que las bibliotecas de poblaciones con menos de 10.000 habitantes son las que menos presencia tienen en las redes sociales. Un 91% de las bibliotecas de estos módulos no utilizan las redes sociales.

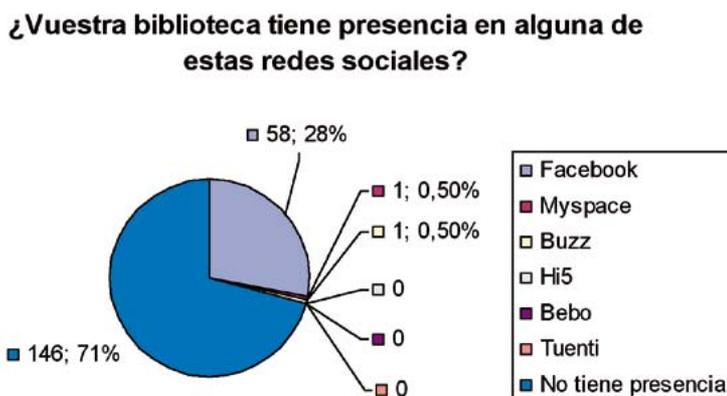
Fig. 4. N.º de Bibliotecas de la Red en municipios de menos de 10.000 habitantes con presencia en las redes sociales, con su correspondiente porcentaje

Número de bibliotecas en municipios de menos de 10.000 habitantes con presencia en las redes sociales



De las redes sociales contempladas en el estudio, el 100% utilizan Facebook como plataforma social y dos de ellas además de Facebook utilizan también Myspace y Buzz.

Fig. 5. N.º de Bibliotecas de la Red que utilizan diferentes redes sociales, con su correspondiente porcentaje



Facebook es la red social que más se utiliza en la Red de Bibliotecas Municipales como forma de promoción y comunicación con sus usuarios ya que Facebook ofrece grandes posibilidades para aumentar la visibilidad de la biblioteca y asumir su responsabilidad de conectar los servicios bibliotecarios con sus usuarios.

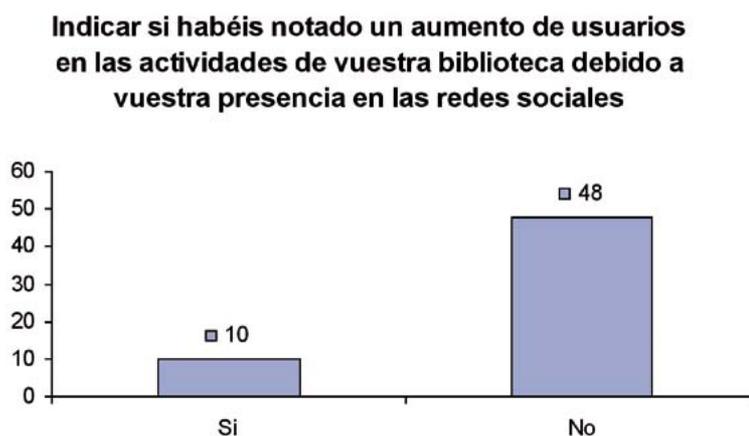
57 de las 58 bibliotecas utilizan las redes sociales para difundir sus actividades. También es habitual mostrar sus servicios, tales como los clubes de lectura así como las novedades bibliográficas. En menor medida también las usan para compartir fotografías, syndicar las noticias de sus blogs y páginas web, o para hacer difusión de sus fondos especiales.

Fig. 6. Tipo de información que difunden las bibliotecas de la Red



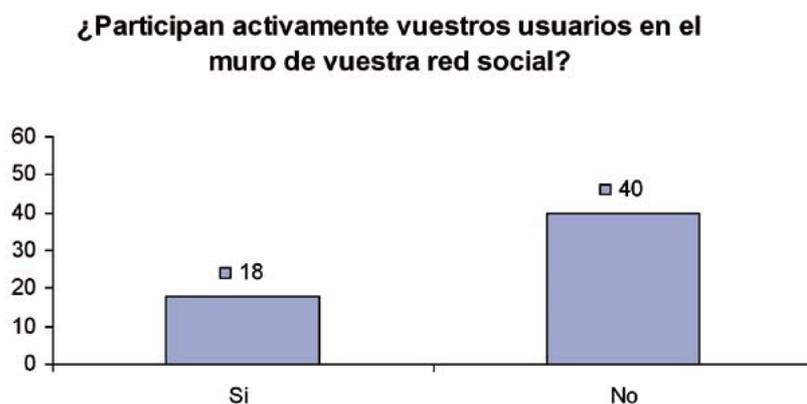
De las 58 bibliotecas, 48 no han notado un aumento significativo de los usuarios en sus actividades debido a la presencia de la biblioteca en las redes sociales y solo 10 bibliotecas sí que lo han notado.

Fig. 7. N.º de Bibliotecas de la Red que han notado un aumento de usuarios en sus actividades debido a su presencia en las redes sociales



En la misma línea sólo 18 de las bibliotecas que tienen presencia en las redes sociales afirman que sus usuarios participan activamente en el muro de su red social.

Fig. 8. N.º de Bibliotecas de la Red en la que participan sus usuarios en el muro de su red social



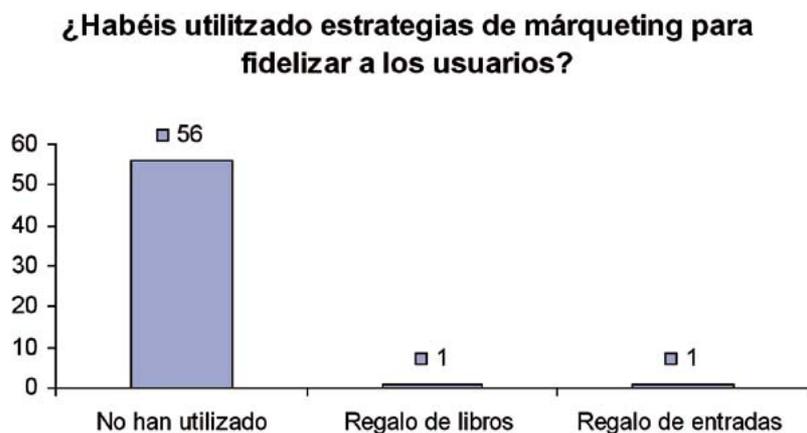
La opción de crear un perfil de bibliotecario como referente o consultor virtual sólo ha sido contemplada por 17 bibliotecas pensando en un futuro y las otras 41 no tienen previsto hacerlo.

Fig. 9. N.º de Bibliotecas de la Red que consideran crear un perfil de bibliotecario como referente o consultor virtual



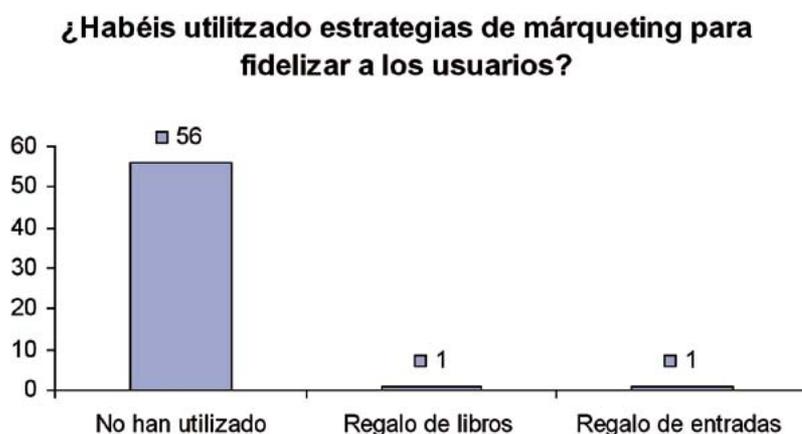
Con el objetivo de fidelizar a sus usuarios sólo 2 bibliotecas dicen haber utilizado alguna estrategia de marketing regalando entradas o libros a sus usuarios, pero la gran mayoría, 56 bibliotecas, no han utilizado ninguna estrategia de marketing ni lo han considerado necesario.

Fig. 10. N.º de Bibliotecas de la Red que utilizan alguna estrategia de marketing para fidelizar a sus usuarios



31 de las 58 bibliotecas que tienen presencia en alguna red social actualiza sus contenidos una o más veces a la semana y 7 bibliotecas lo hacen diariamente. 3 de las 58 bibliotecas han dejado de actualizar su red social.

Fig. 11. Frecuencia de actualización de contenidos de las redes sociales por parte de las bibliotecas de la Red



Conclusiones y retos futuros

La mayoría de las bibliotecas analizadas en este estudio siguen teniendo un enfoque de comunicación muy tradicional. Se deduce que la presencia de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona en las redes sociales es baja y que sólo algunas bibliotecas empiezan a ser conscientes de la importancia del uso de éstas para promocionar su oferta de contenidos, actividades y servicios.

A través de los datos estadísticos hemos llegado a la conclusión que si se quiere tener un buen posicionamiento en las redes sociales se tiene que cambiar el enfoque previsto elaborando un plan de actuación basándose sobretodo en tres objetivos claros:

1. Garantizar la difusión de la Red de Bibliotecas Municipales de la Diputación de Barcelona a través de las redes sociales

La mayoría de usuarios reales y potenciales de la biblioteca utiliza las redes sociales, pero hasta el momento la presencia de las bibliotecas en éstas es mínima tal y como demuestra el estudio, por lo tanto, es importante estar donde están los usuarios y garantizar la difusión de la información en estos medios sociales. Para ello tiene que haber un cambio de actitud por parte de la Red de Bibliotecas. De esta manera, se nos ofrece una oportunidad de llegar a ellos y atender sus perspectivas.

2. Ampliar la formación de las bibliotecas en la materia de la Web Social

Del estudio realizado obtenemos una clara conclusión, las bibliotecas necesitan mejorar su presencia en la web social.

La implicación y uso de las redes sociales depende de los conocimientos de base sobre la web 2.0 del personal de la biblioteca. Por eso, para reforzar el conocimiento y el posicionamiento en la web social se debe diseñar un plan de formación en el cual todas las bibliotecas deben de recibir formación y deberían de plantearse lo siguiente:

- Saber cuáles son los objetivos y necesidades de la biblioteca
 - Saber por qué y para qué se van a utilizar estas herramientas
 - Escuchar qué dicen en la web sobre la biblioteca
 - Elegir cuáles son las redes sociales más adecuadas
3. Mejorar la presencia en las redes sociales de los diferentes segmentos de bibliotecas
- Con los resultados estadísticos analizados se ha llegado a la conclusión de que hay diferentes segmentos de bibliotecas que por diferentes motivos (recursos humanos, técnicos, etc...) no tienen ninguna presencia en las redes sociales. Uno de los segmentos que mayor diferencia presenta en el uso de las redes sociales es el perteneciente a bibliotecas de municipios de menos de 10.000 habitantes. En una primera fase se contemplaría la posibilidad de mejorar su presencia de este segmento conociendo su situación y emprendiendo las acciones.
- En fases posteriores, se analizarían el resto de segmentos en función de las necesidades de cada uno.

Tal y como dijo Ranganathan hace ya siete décadas, la biblioteca es un organismo en crecimiento. ¿Debe la biblioteca cambiar su estatus tradicional para atender las peticiones de sus usuarios y poder llegar a otros que todavía no lo son? Naturalmente. Si los usuarios habitan y se comunican a través de las redes sociales, las bibliotecas deberán habitar y comunicarse en las redes sociales, es decir, la biblioteca tiene que estar donde están sus usuarios.

Por todo esto, desde la Gerencia se va a potenciar la presencia de las bibliotecas en la web social a través del plan de actuación que se elaborará para el próximo año.

Para finalizar, agradecemos a todas las bibliotecas y bibliobuses de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona, todo su esfuerzo e implicación en este estudio.

NOTAS

¹ Con fecha de junio 2010 la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona está formada por 199 bibliotecas y 9 bibliobuses. En el momento del envío del cuestionario estaba formada por 195 bibliotecas y 9 bibliobuses (marzo 2010).

² <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/ES/> . Red social Facebook. Fecha de consulta: 01/03/2010.

³ En el momento del envío del cuestionario estaba formada por 195 bibliotecas y 9 bibliobuses (marzo 2010). Con fecha de junio 2010 la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona está formada por 199 bibliotecas y 9 bibliobuses.

⁴ <http://docs.google.com/>

⁵ – Bibliotecas locales: Bibliotecas de municipios con una población de entre 3.000 y 30.000 habitantes.

– Bibliotecas de proximidad: Bibliotecas de municipios con más de 30.000 habitantes en los que existe una red urbana en la que hay más de una biblioteca, incluida una central urbana.

– Bibliotecas centrales: Bibliotecas centrales de las redes urbanas de municipios con más de 30.000 habitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- ARROYO, NATALIA. Problemática de las redes sociales: ¿Hacia dónde vamos? [en línea]. Comunidad de prácticas «Web social para profesionales de la información», 11 de junio de 2008. [Consulta: 29 junio 2010].
Disponibile en: <<http://comunidad20.sedic.es/?p=182>>.
- ARROYO, NATALIA. «Promoción de servicios de información en las redes sociales: cómo difundir nuestros servicios en la web social». 2009. [Consulta: 29 junio 2010]. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/16587/>>
- BREEDING, MARSHALL. «Librarians face online social networks». *Computers in libraries*, 2007, vol. 27, n.º 8, p. 30-32.
- CALVILLO JURADO, MIGUEL (2009). «Experiencia en redes sociales de la Biblioteca del IES Francisco de los Ríos de Fernán Núñez». SEDIC wiki. [Consulta: 01/09/2009]. Disponible en: <http://wiki.sedic.es/index.php/IES_Francisco_de_los_R%C3%ADos>
- CASEY, MICHAEL E.; Savastinuk, Laura C. Social Networking. En: «Library 2.0: a guide to participatory library service». Medford: Information Today Inc., 2007, p. 95-102.
- CELAYA, JAVIER. Márketing viral [en línea]. Comunidad de prácticas «Web social para profesionales de la información», 08 de junio de 2009. [Consulta: 29 junio 2010]. Disponible en: <<http://comunidad20.sedic.es/?p=230>>.
- CHAPMAN, SUZANNE; VARNUM, KEN; CREECH, MIKE. «Library web survey» [report]. Ann Arbor: University of Michigan Libraries, 2007.
- CHARNIGO, LAURIE; BARNETT-ELLIS, PAULA. Checking out Facebook.com: the impact of a digital trend on academic libraries. *Information technology and libraries*, 2007, vol. 26, n.º 1, p. 23-34.
- FARKAS, MEREDITH. Social networking. En: FARKAS, Meredith. «Social Software in Libraries: Building Collaboration, Communication and Community Online». Medford: Information Today Inc., 2007, p. 109-124.
- LORENTE, MAGDA; TOBOSO, AURORA. «Web 2.0 en la Red de bibliotecas municipales de la provincia de Barcelona: el uso de escritorios virtuales.» En: IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Madrid: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Información y Publicaciones, 2008. P. 351-367.
- MATHEWS, BRIAN. «Do you Facebook? Networking with students online». *College & research libraries news*, 2006, vol. 67, n.º 5, p. 306-307.
- O'REILLY, TIM. «Qué es la web 2.0: Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software» [en línea]. En: Fundación Telefónica, 23 febrero 2006. Traducción de Telefónica.