

Realidad 2.0: estrategias de uso de Social Media a pie de mostrador

Ana Zarabozo

Biblioteca Pública de Piedras Blancas, Castrillón (Asturias)

Resumen

Partiendo de la experiencia de la biblioteca de Piedras Blancas (Asturias), situada en una población de alrededor de 9.000 habitantes, se muestra un ejemplo real de utilización de herramientas 2.0 en una biblioteca pública y se sugieren algunas líneas básicas de actuación aplicables a otras bibliotecas de características similares. Se exponen los resultados alcanzados, tanto los crecientes datos estadísticos como la repercusión que esta labor ha tenido en la propia mejora del servicio y en la imagen de la biblioteca ante los usuarios y también ante estamentos políticos y medios de comunicación. Se extrae como conclusión que en un entorno donde la influencia de la web social es cada vez más importante, la biblioteca pública debe elaborar una estrategia de comunicación *on-line* que pueda servir como recurso de dinamización, de prestación de servicios y de marketing y debe hacer un esfuerzo por gestionar los Social Media de forma eficiente obteniendo la mayor rentabilidad posible de su uso.

Palabras clave

Social media, medios sociales, marketing, bibliotecas públicas, biblioteca 2.0, herramientas 2.0, web social.

A pesar de algunas primeras reticencias, la web participativa ha llegado a las bibliotecas y ha llegado para quedarse. En el nuevo contexto de Internet en el que el número de usuarios de los Social Media crece sin parar y en el que su influencia en la vida diaria de los ciudadanos es cada vez mayor, en un entorno en el que todos los organismos e instituciones están incluyendo el uso de los Social Media en sus planes de comunicación y marketing, la biblioteca pública debe plantearse, sin duda, que la utilización de herramientas participativas o herramientas 2.0 puede resultar aconsejable e incluso imprescindible.

El uso de los Social Media es interesante para cualquier biblioteca pero desde luego lo es para una biblioteca de tamaño pequeño o mediano. La razón es que por su bajo coste y por su facilidad de uso, se trata de herramientas asequibles para cualquier entidad, sea cual sea su tamaño y su presupuesto. El coste económico y de tiempo de trabajo que representa crear y mantener un proyecto en la web social es mínimo y a cambio, los beneficios que pueden obtenerse, principalmente en cuanto a la mejora de la imagen de nuestra institución y de nuestros servicios es enorme.

En la biblioteca de Piedras Blancas (Asturias), una biblioteca situada en una población de alrededor de 9.000 habitantes, se ha apostado desde hace cinco años por utilizar estas herramientas

como instrumentos de trabajo. Desde el año 2006 en el que se creó el blog de la biblioteca, la biblioteca ha ido incorporando paulatinamente otras aplicaciones de la web 2.0, centrándose sobre todo en la presencia en las redes sociales y en el empleo de plataformas que permiten almacenar, ordenar, buscar y compartir documentos digitales de todo tipo. Poco a poco las posibilidades de uso que se vislumbraban sobre los Social Media se han ido haciendo realidad, se han cumplido objetivos e incluso han llegado a superarse expectativas. En la presente comunicación se exponen los aspectos más destacados de esta experiencia y partiendo de la misma se sugieren algunas líneas básicas de actuación que podrían ser aplicables a bibliotecas públicas de características similares.

Hacia una estrategia social-media

Cuando en la biblioteca de Piedras Blancas se decidió crear un blog, se hizo especialmente para crear un espacio complementario de la web que tuviera un formato más dinámico y participativo, donde poder difundir las actividades de la biblioteca pero también donde los usuarios pudiesen tener voz. La gestión del blog en los primeros momentos supuso una primera lección: sin tener grandes conocimientos de informática, utilizando herramientas gratuitas o de muy bajo coste, y empleando en esta tarea muy poco tiempo de trabajo la biblioteca podía crear, editar y producir contenidos en Internet con gran facilidad, lo que desde luego podía aprovecharse en muchos sentidos. La experiencia positiva de ese primer acercamiento a la web 2.0 abrió el camino a asumir más riesgos en cuanto a los contenidos, a la incorporación de otros recursos participativos y a la integración de la labor desarrollada en la red en la realidad cotidiana de la biblioteca. El resultado fue la creación de un sistema integral de Social Media que se ha empleado sobre todo como herramienta de marketing y comunicación y también para la gestión de recursos de información.

Planificación

Según nuestra experiencia, el uso de los Social Media en la biblioteca necesita de una planificación, no exhaustiva, no rígida, pero sí una planificación mínima que permita realizar esta tarea con eficiencia y con continuidad, esa planificación básica debe incidir sobre los siguientes puntos:

- Plantear unos objetivos realistas.
- Elegir qué herramientas podemos utilizar para conseguir esos objetivos, teniendo en cuenta los recursos materiales y sobre todo, los recursos humanos (el personal) con los que se cuenta.
- Decidir quién va a ocuparse de todo el sistema de medios sociales y cuándo va a hacerse esta labor (para lo cual quizá haya que abordar una reestructuración del reparto de tareas).
- Configurar las herramientas y buscar todos los instrumentos y aplicaciones que nos permitan automatizar tareas y por lo tanto ahorrar tiempo de trabajo.
- Crear los contenidos.
- Gestionar la comunicación on-line y el diálogo con nuestros interlocutores.
- Evaluación continua y reformulación de estrategias.

Dicha estrategia debe ser, sin embargo, flexible y debe estar abierta a todos los cambios que se producen continuamente en torno a las nuevas tecnologías y a los hábitos de consumo cultural de los ciudadanos.

Objetivos

Los objetivos que se pretendía conseguir a través del empleo de los Social Media fueron:

- Ampliar el alcance de la labor de la biblioteca más allá de su radio de acción habitual.
- Apertura de un nuevo canal de comunicación y de prestación de servicios.
- Promover y facilitar la participación de los usuarios en la actividad cotidiana de la biblioteca.
- Contar con una herramienta de marketing: el uso de los Social Media repercutirá principalmente, como veremos, en la visibilidad y la imagen de la biblioteca, en la mejora del propio servicio y en la experiencia de usuario.

Herramientas

Una de las cosas que hay que tener clara respecto a las herramientas 2.0 es que precisamente sólo son herramientas. El fin no puede ser nunca utilizar los Social Media por utilizarlos, porque está de moda, al contrario, de entre las múltiples aplicaciones que existen se valorará cuáles son interesantes para nuestra biblioteca en concreto y se elegirá aquellas que sirven para cumplir nuestros objetivos y que podemos mantener de forma constante de acuerdo al personal disponible y al volumen de trabajo.

Las herramientas hay que probarlas y dominarlas antes de decidir si pasarán a formar parte del sistema de gestión de nuestra imagen pública y es aconsejable implantarlas de forma paulatina, pues en caso contrario se corre el riesgo de que la tarea nos desborde, lo que a la larga puede llevar a que no se actualicen lo suficiente o incluso al abandono.

Además de estas consideraciones básicas, es importante estar atento a qué espacios de la red utilizan habitualmente los usuarios e intentar tener presencia en esos espacios.

En general, las herramientas más interesantes serán aquellas que nos permitan ofrecerles desde la biblioteca un espacio para el diálogo, un espacio para hablar sobre libros y cultura y aquellas que nos sirvan para compartir información y documentos.

En la biblioteca de Piedras Blancas, entre 2006 y 2010 se han implantado hasta el momento las siguientes herramientas:

Blog: <http://bibliopiedrasblancas.wordpress.com>

El tipo de información que se difunde desde el blog es muy variado: Recomendación de libros, actividades realizadas por la biblioteca, otras actividades culturales o de ocio, análisis de las obras comentadas en el taller de lectura, boletín de novedades, alfabetización informacional básica, videos, encuestas, entrevistas a los usuarios, noticias, curiosidades y reflexiones relacionadas con el mundo de la lectura, la información y la cultura en general... Asimismo el blog incluye una página especialmente dedicada a la poesía (*El poema de la semana*).

El blog se ha convertido en el centro de toda la actividad 2.0 de la biblioteca. Sus contenidos se publican junto a otras informaciones en las redes sociales. Al mismo tiempo, en las columnas laterales del blog, junto a otras aplicaciones, está presente y visible la actividad de la biblioteca en Twitter, Flickr y Delicious y el Chat (Meebo) que permite prestar un servicio de referencia on-line.

Con respecto al blog se ha intentado que el contenido que se publica sea de calidad, que sea relevante y original, no limitarse a copiar de otras páginas, y guardar las normas de netiqueta (los protocolos de buena educación, que incluyen por ejemplo, no plagiar, mencionar siempre la fuente de la información que se expone, etc.). También se ha sido consciente de que un blog precisa una actualización continua (de nada sirve abrir un blog si luego no se mantiene) y se actualiza como mínimo una o dos veces a la semana.

Facebook:

La presencia en las redes sociales dedicadas al ocio es ahora mismo seguramente la opción más interesante a la hora de abrir un nuevo canal de comunicación con nuestros usuarios. En Piedras Blancas se eligió estar en Facebook por las características de la población a la que nos dirigimos y por el crecimiento que se preveía de esta red social.

Facebook se nutre principalmente aunque no de forma exclusiva de los contenidos del blog, pero aporta algunos valores añadidos frente a éste. Por un lado, el formato y el tono informal de la red social favorece que los comentarios e interacciones de los usuarios sean más abundantes que en el blog, por otro lado, los contenidos de la bitácora llegan a los usuarios sin que tengan que entrar en ella. En cierto modo, puede utilizarse como un agregador de contenidos Rss pero más asequible para el ciudadano de a pie, que maneja con más soltura las redes sociales que conceptos como la «sindicación».

Twitter: La cuenta en este servicio de *microblogging* se crea con el propósito de compartir recursos y logros con los lectores y también con otras bibliotecas y profesionales. La realidad es, sin embargo, que hasta el momento no está sirviendo como canal de comunicación con nuestros usuarios sino principalmente para establecer contacto, sobre todo, con otros colegas, así como con algunos escritores y empresas del sector del libro.

Herramientas para la gestión de enlaces y archivos:

Debido a la función informativa de la biblioteca, existen otras herramientas (herramientas de edición o de publicación, herramientas que permiten la recopilación, organización y difusión de información) que también tienen que tenerse en consideración: wikis, marcadores sociales, plataformas para compartir archivos, aplicaciones ofimáticas, escritorios virtuales...

De entre ellas, hasta el momento, en la biblioteca de Piedras Blancas se han usado **Flickr** (para publicar imágenes y fotografías), **YouTube** (videos), **Delicious** (para guardar y organizar páginas favoritas) o **Isuu** (para publicar documentos).

Estas herramientas se han utilizado, por ejemplo, para la difusión de nuestras actividades (Flickr y YouTube), compilación de tutoriales (YouTube) o para recoger enlaces o documentos relativos al mundo del libro, las bibliotecas y otros ámbitos que nos competen. Un uso muy interesante de estas aplicaciones es que pueden convertirse en un importante apoyo para la gestión de la Sección Local de la biblioteca. A través de estas herramientas pueden publicarse documentos y pueden recopilarse todos los enlaces y archivos que existan en Internet sobre nuestra población o municipio, y no sólo

recopilarlos sino organizarlos, permitir la participación de los propios usuarios en la labor y todo ello con la ventaja de que el conjunto documental puede ser consultado en Internet con lo que se hace accesible de la forma más sencilla.

Los Social Media, la mejora de la imagen de la biblioteca y la mejora de la experiencia de usuario

Los resultados que puede obtener una biblioteca de la gestión adecuada de los Social Media pueden superar ampliamente cualquier expectativa previa. En un medio tan influyente y dinámico son muchas los efectos inesperados y normalmente positivos que se pueden producir.

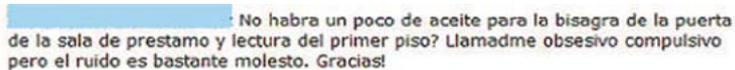
El primer efecto de la utilización de los Social Media es la **mejora de la visibilidad** de la biblioteca. Existe una sensación general de que la biblioteca, a pesar de ser seguramente el servicio municipal más utilizado de forma diaria, no cuenta con el suficiente apoyo y de que el trabajo del bibliotecario se desconoce y desde luego, no se valora socialmente. La falta de visibilidad de la biblioteca como institución es una cuestión importante puesto que, por otro lado, se traduce en escasez de recursos.

No es que los Social Media sean la panacea para esta situación, pero sí que es indudable la gran potencialidad que tienen para mejorar nuestra imagen. A través de este canal la biblioteca puede difundir sus actividades y servicios, servicios que a veces no se valoran simplemente porque no se conocen lo suficiente. Pero además puede ofrecerse una imagen renovada frente a la que la biblioteca ha tenido tradicionalmente. A pesar de las limitaciones, principalmente la falta de medios, las bibliotecas públicas están haciendo un esfuerzo por convertirse en verdaderas bibliotecas del siglo XXI. A través de los Social Media, la biblioteca no se muestra como un silencioso almacén de libros sino como lo que hoy es en realidad, una biblioteca actual, viva, activa, una biblioteca abierta a las nuevas tecnologías y a las necesidades de la comunidad, se muestra disponible y más útil que nunca.

Mejora del producto:

El segundo efecto de la utilización de los Social Media en la biblioteca es lo que en términos de marketing se denomina «mejora del producto». Si lo que se está vendiendo es una imagen determinada, en el consumidor (en este caso, en el usuario) se crean unas expectativas. El producto que ofrecemos tiene que corresponderse con esa imagen. Hay que ser consecuente lo que obliga a la eficiencia.

Además, a través de los comentarios y las interacciones de los lectores en el blog y en las redes sociales, la biblioteca puede conocer que aspectos del servicio pueden ser mejorados.

: No habra un poco de aceite para la bisagra de la puerta de la sala de prestamo y lectura del primer piso? Llamadme obsesivo compulsivo pero el ruido es bastante molesto. Gracias!

Las quejas y reclamaciones como una oportunidad de mejora

Mejora de la experiencia de usuario:

El fin último de toda labor de marketing 2.0, el fin último de toda la labor desarrollada por la biblioteca en los Social Media es mejorar la experiencia de los usuarios con nuestros servicios. A través

de los medios sociales, la biblioteca puede conocer la opinión de los usuarios y utilizar esa información para mejorar las prestaciones que ofrece pero además la web social puede aprovecharse para crear una comunidad en torno a la lectura, un grupo en torno a una afición común, algo que a la larga va a resultar muy interesante para la difusión de una imagen cercana y positiva de la biblioteca pues los integrantes de ese grupo van a convertirse en los mejores embajadores de nuestra *marca* (la marca específica « biblioteca de Piedras Blancas» o la marca genérica «biblioteca»)

¿Por qué no puedo acceder a la página de la biblio para renovar un libro? ¿Le pasa a alguien más?
Hace 35 minutos · Comentar · Me gusta · Denunciar

Biblioteca pública municipal de Piedras Blancas Eva, el catálogo del Principado no está ahora mismo operativo. Inténtalo más tarde o llámanos y te hacemos la renovación por teléfono
Hace 28 minutos · Denunciar

Gracias, sois muy amables. Un saludo
Hace 21 minutos · Denunciar

Mejora de la experiencia de usuario

Hola! Vais a ampliar el horario de sala de lectura hasta las doce de la noche como en verano ahora pa los exámenes de febrero?? No sé si sabéis q el periodo de exámenes ha cambiado. Empieza del 25 de enero hasta el 10 de febrero (por lo menos en mi facultad). Ya sé q sólo íbamos cuatro gatos, pero x si acaso...

El 14 de enero a las 19:53 · Comentar · Me gusta · Denunciar

Biblioteca pública municipal de Piedras Blancas Hola Silvia. El horario se ampliará un poco en época de exámenes. De lunes a viernes hasta las 11 y los fines de semana hasta las 9. Este horario será válido desde el 22 de enero hasta el 9 de febrero.
El 15 de enero a las 17:44 · Denunciar

Q bien. Gracias x la info!
El 15 de enero a las 19:27 · Denunciar

Sívia, los centros universitarios también amplían el horario de las bibliotecas, supongo que ya lo sabrás por otras veces. Lo comento, por si acaso... Saludos.

Mejora de la experiencia de usuario

Diálogo multidireccional

El diálogo on-line sirve para mejorar la experiencia de usuario y para crear comunidad

Algunos ejemplos de cómo puede potenciarse la experiencia positiva de usuario desde la web social:

- Hacer protagonista al usuario:

Es cierto que los usuarios y otros lectores comentan en los blogs y las redes sociales, pero la realidad es que el número de interacciones es limitado. En los blogs los comentarios han descendido drásticamente y en las redes sociales como Facebook, los lectores intervienen un poco más pero en general la gente prefiere limitarse a poner un «me gusta».

Puesto que uno de los objetivos del uso de los Social Media es conocer la opinión de las personas que utilizan la biblioteca, para impulsar su participación, en la biblioteca de Piedras Blancas iniciamos una sección dentro del blog dedicada a los usuarios. En ella les entrevistamos, personalizando lo más posible el cuestionario e invitándoles a que nos hagan recomendaciones de lectura o sugerencias sobre como mejorar el servicio. En este caso sentirse escuchado, sentirse protagonista,

causa una impresión muy buena en el usuario que además difunde la experiencia positiva entre sus conocidos, así como el enlace de la entrevista.

- Crear experiencias reales a través de la web social:

En septiembre de 2009, como inicio de curso, se convocó desde Facebook una quedada. La actividad se llamó **Cita a ciegas** y se planteó como un encuentro de aficionados a la lectura. Como toda cita a ciegas que se precie, nos encontramos en un sitio público (delante del Centro de Salud de Piedras Blancas) y llevamos algo que nos identificara (en este caso un libro, uno que nos gustara y que queríamos recomendar a los demás). Una vez estuvimos todos, nos trasladamos a un local de reuniones. El plan era conocernos, charlar sobre los libros propuestos y también sobre lo que habíamos leído en verano.

Conocíamos la quedada que había organizado la biblioteca Nacional en febrero de 2009 y quisimos comprobar si los seguidores en Facebook de una biblioteca pequeña, estarían también dispuestos a participar en una experiencia real, tangible, en torno a la lectura. El resultado del «experimento» fue positivo: la actividad fue lo suficientemente atractiva como para los medios nos hicieran caso y se presentaron 22 personas. Teniendo en cuenta que en aquel momento la biblioteca sólo tenía 136 fans nos pareció que la participación había sido bastante buena.

La mayor parte de la gente que acudió eran usuarios habituales de la biblioteca, aunque nos llamó la atención la presencia de algunas personas desconocidas, especialmente una chica que acudió desde San Martín de Luiña, una población asturiana situada en otro municipio. Para nosotros fue una prueba de que Facebook podía utilizarse como una forma de ampliar el alcance de la labor de la biblioteca y como elemento de dinamización. En cuanto al factor emocional de la actividad, el encuentro fue agradable para los asistentes, además al día siguiente se vieron como protagonistas en la prensa. De nuevo, una herramienta 2.0 se convertía en el origen de una experiencia agradable vinculada a la biblioteca.

- Crear experiencias que antes de la existencia de las herramientas participativas serían impensables:

Una biblioteca pequeña, sin recursos y sin un edificio adecuado para invitar a un escritor (es el caso de la biblioteca de Piedras Blancas) no puede organizar un encuentro con el autor, que es una de las actividades tradicionales de la biblioteca. Una biblioteca pequeña, sin recursos que utiliza los Social Media, sin embargo, tiene a su disposición un canal que permite que los usuarios puedan comunicarse con un autor. El origen de la siguiente historia es casual, pero es una casualidad que no podría haberse dado sin la existencia de los medios sociales. En octubre de 2009 se publicó en el blog un listado de las obras más valoradas por nuestros usuarios en la biblioteca. Entre ese listado se encontraba una obra del autor madrileño **Pedro de Paz**, la novela *El documento Saldaña*.

La cuestión es que de alguna manera **Pedro de Paz** descubrió que su novela quizá no estaba en el *ranking* de los más vendidos pero sí entre los que más gustaban a los usuarios de una biblioteca asturiana. Como este hecho le llamó la atención (imaginamos que sería una alegría para él), se hizo fan de nuestra biblioteca en la red social **Facebook** y nos dejó un mensaje de agradecimiento. La sorpresa para nosotros fue enorme pero supuso una nueva prueba del increíble instrumento de comunicación que es Internet (en este caso había sido una herramienta de comunicación entre los usuarios y un escritor).

La anécdota tuvo una segunda parte, pues aprovechando que Pedro de Paz se mostró tan cercano le propusimos hacerle una entrevista para el blog. Durante unos días recogimos las preguntas que los usuarios quisieron hacer al escritor y se incluyeron en la entrevista.

Los usuarios de un pueblo pequeño pueden llegar a comunicarse con un autor a través de los medios sociales. No cabe duda de que son elementos que pueden mejorar su experiencia como usuarios de la biblioteca.

RESULTADOS

Estadísticas de uso

Estadísticas BLOG



Mientras la **web de la biblioteca** ha tenido 3.672 visitas (12.429 páginas vistas), en 2009 el **blog** tuvo 25.686 visitas (35.993 páginas vistas). Según los datos extraídos de *Clicky Web Analytics*, los lectores del blog son principalmente de Asturias (Oviedo y Piedras Blancas), madrileños y catalanes. También hay un número importante de visitas de otros sitios de España y otros países de habla hispana (especialmente México y Colombia).

La información más consultada ha sido los libros más leídos y libros recomendados así como la información local y las reseñas de las actividades más originales o llamativas.

El blog ha recibido a lo largo del año 78 comentarios.

En cuanto a la red social **Facebook**, supone cada vez más, una fuente importante de tráfico de visitas hacia el blog y hacia *El poema de la semana*. Los fans y seguidores crecen cada mes y se observa un número muy escaso de ocultaciones o desuscripciones de la página (sólo siete desde el 1 de enero al 30 junio de 2010).

Estadísticas FACEBOOK



La participación de los usuarios y lectores es mucho mayor en la red social que en el blog. Entre enero y junio de 2009 se han producido semanalmente una media de 54 interacciones, de las cuales el 67 % han sido «Me gusta» y el 33 % comentarios. Las publicaciones propias de los fans son muy escasas, apenas dos por semana, aunque, sobre todo, suelen compartir noticias con el grupo (aniversarios, premios, fallecimiento de un escritor...). De todos modos, los socios activos son sólo el 8 %.

En resumen, parece que los contenidos son del interés de nuestros seguidores pero prefieren leer a participar. A pesar de ello, hay que destacar que mientras el porcentaje de socios de la biblioteca que son fans no llega al 50 %, son los usuarios habituales los que se muestran más activos.

En **Twitter** a fecha de 30 de junio de 2010 se sigue a 101 personas e instituciones y se cuenta con 220 seguidores. La cuenta de la biblioteca aparece en 33 listas. Llama la atención que los seguidores dupliquen el número de las personas a las que se sigue y el número es importante para una biblioteca de un tamaño como la de Piedras Blancas.

La presencia en Twitter ha supuesto una experiencia enriquecedora. La información que se comparte a través de Twitter permite al bibliotecario estar continuamente actualizado por lo que se ha convertido en un instrumento muy productivo para el desarrollo de nuestra labor.

En cuanto a las **herramientas de gestión de archivos** aún no han sido explotadas lo suficiente. En Piedras Blancas, de momento, el recurso que más se ha aprovechado ha sido Flickr, pues además de publicar fotografías sobre la actividad de la biblioteca se ha recogido una gran cantidad de fotografías antiguas del municipio (alrededor de 2.500 hasta el momento), con la colaboración de los vecinos que no sólo han cedido sus fotografías (la mayoría ya digitalizadas) sino que también han ayudado a etiquetarlas.

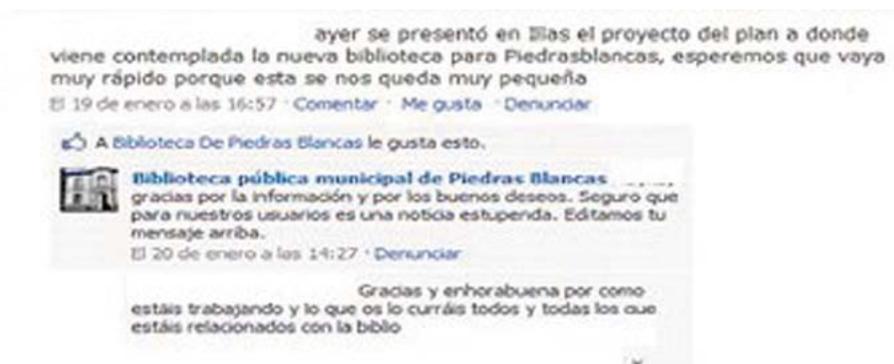
Presencia en los medios de comunicación

Para una biblioteca como la de Piedras Blancas, que hasta el momento ha aparecido de forma limitada en los medios de comunicación tradicionales, la incursión en la web social ha sido un tema suficientemente atractivo como para que se le haya prestado atención.

La presencia de la biblioteca en las redes sociales y actividades como *Cita a ciegos* tuvieron repercusión en la prensa local, pero además, por primera vez, la biblioteca aparece en revistas especializadas (en la revista Biblioasturias y en Educación y biblioteca) y en un sólo año, también por primera vez, se nos entrevista cuatro veces en la radio: dos veces en la RPA (Radio del Principado de Asturias) y otras dos en la COPE Asturias.

Visibilidad ante los políticos locales

Una de las mayores sorpresas que nos han deparado las redes sociales ha sido el diálogo abierto con los políticos locales. Hay que señalar que por la estructura del Patronato de Cultura de Castrillón, no



existe un contacto directo entre los bibliotecarios y el Concejal de Cultura o la Alcaldía. A través de Facebook se han hecho seguidores de la biblioteca el PSOE de Castrillón (como partido) y al menos dos concejales (de distinto signo, pues gobiernan en coalición), entre ellos el concejal de Cultura. Lo que es aún más extraordinario es que los dos concejales han utilizado Facebook tanto para dar información (por ejemplo sobre el proyecto de construir una nueva biblioteca), como para felicitarnos por nuestro trabajo, sobre todo cada vez que se ha llevado a cabo alguna actividad que se ha salido un poco de lo común.

En definitiva, la experiencia desarrollada en nuestro centro demuestra:

- Un aumento continuo del tráfico web hacia nuestras páginas.
- Mayor alcance de la labor de promoción de la lectura.
- Una mayor implicación de los usuarios en las actividades de la biblioteca.
- Una repercusión importante en la propia mejora del servicio y en la imagen de la biblioteca ante los usuarios y también ante estamentos políticos y medios de comunicación.

CONCLUSIONES

En el nuevo entorno tecnológico en el que nos encontramos, los Social Media pueden ser considerados interesantes instrumentos de difusión de información que la biblioteca puede aprovechar con un mínimo esfuerzo para la promoción de la lectura y la labor informativa y cultural que desarrolla, además pueden utilizarse como recursos de dinamización, de prestación de servicios y de marketing.

Puesto que en la gestión de estas herramientas lo fundamental son los contenidos y las ideas no los recursos económicos con los que se cuenta, los Social Media son especialmente útiles para una biblioteca pequeña o mediana pues proporcionan la posibilidad de incrementar la visibilidad de la institución y de mejorar el propio servicio y la experiencia de usuario.

Abrir desde la biblioteca un nuevo canal de comunicación con los usuarios en Internet supone un reto que puede optimizarse con la elaboración de una estrategia de uso de los Social Media. La biblioteca debe hacer un esfuerzo por gestionar estos medios de forma eficiente obteniendo la mayor rentabilidad posible de su uso.

BIBLIOGRAFÍA

GÓMEZ PEREDA, NOEMÍ Y MERLO VEGA, JOSÉ ANTONIO (coords).

Experiencias bibliotecarias con las tecnologías sociales: dossier. *Educación y biblioteca*, 2010, n.º 177, p. 58-125.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, NIEVES. Bibliotecas y marketing en red. *BID: textos universitaris de biblioteconomia i documentació* [en línea]. Diciembre de 2009, n.º 23 [Consulta: 11 junio 2010]. Disponible en: <<http://www.ub.edu/bid/23/gonzalez2.htm>>.

MARGAIX ARNAL, Didac. *Informe APEI sobre web social* [en línea]. Gijón: APEI, 2008 [Consulta: 11 junio 2010]. 63 p. Informe APEI; 1. ISBN 978-84-691-7726-6. Disponible

en: <<http://eprints.rclis.org/15106/1/informeapeiwebsozial.pdf>>.

RODRÍGUEZ PALCHEVICH, DIANA ROSA. *Biblioteca 2.0: mezcla de cambios, protagonismos y oportunidades* [en línea]. 2009 [Consulta: 11 junio 2010]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/17152/1/Biblioteca_2.0.pdf>.

SANAGUSTÍN FERNÁNDEZ, EVA (coord.). *Claves del nuevo marketing: cómo sacarle partido a la web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000, 2009. 247 p. ISBN 978-84-9875-042-3

ZARABOZO, ANA. Blogs y bibliotecas. *Biblioasturias*, 2008, n.º 11, p. 10-12.