

Experiencia en gestión de redes sociales en el CRAI de la UB

INTRODUCCIÓN

El CRAI de la Universidad de Barcelona (CRAI UB) empezó a investigar y a utilizar las redes sociales entre finales del 2006 y principios del 2007. En aquellos momentos los blogs fueron las primeras redes que en las que participamos. El hecho de permitir comunicarnos con los usuarios a través de noticias de interés y de recibir sus comentarios hizo que los blogs fueran un medio dinámico en contraste con las tradicionales páginas web estáticas.

El primer blog que elaboramos fue el del CRAI Biblioteca de Letras. Lentamente y en función de su viabilidad se impulsó, desde la unidad transversal de Proyectos del CRAI UB, la presencia del resto de CRAI Bibliotecas en las redes sociales.

Con la aparición de Facebook se abrió una nueva posibilidad de comunicación e interactividad con los usuarios potenciales del CRAI UB, que se vio favorecida también con la irrupción de Twitter. En un principio, se empezaron a crear cuentas con perfiles personales y, cuando fue posible, pasaron a ser cuentas institucionales.

Si hablamos de un público universitario como el nuestro, es Facebook la que arrastra mayor audiencia y, por consiguiente, la que permite llegar a un mayor número de usuarios. Esta posibilidad de compartir información de forma inmediata y sin demasiado esfuerzo añadido fue el impulso definitivo a la generalización de las redes sociales en la mayoría de los CRAI Bibliotecas.

INICIO Y EVOLUCIÓN

Desde el año 2007, el CRAI UB se ha ido incorporando a las redes sociales a medida que se popularizaban y adquirían relevancia en la actividad de otras bibliotecas y del público en general. La decisión de incorporarnos a la red social ha dependido tanto de la voluntad de hacerlo de cada CRAI Biblioteca como de la disponibilidad de personal y tiempo para poder ocuparse de su mantenimiento con un mínimo de calidad.

La intención inicial de los CRAI Bibliotecas fue usar las redes a modo de prueba para evaluar si el tiempo y el personal invertidos eran compatibles con las tareas diarias de cada centro. Inicialmente, y dado ese modus operandi, no se pusieron aún en común aspectos de imagen institucional, pero si se dieron desde la unidad de Proyectos, algunas directrices y premisas referentes a estilo y contenidos.

No fue hasta el año 2010 cuando, debido al auge de las redes en los CRAI Bibliotecas, se empezó a ver la conveniencia de utilizar una imagen institucional consensuada. A

eso contribuyó también, posteriormente, la creación del libro de estilo de las redes sociales de la UB, donde se marcan pautas para todas aquellas unidades y departamentos de la UB que usan redes sociales, entre ellos, el CRAI UB.

¿PARA QUÉ QUEREMOS LAS REDES SOCIALES?

Llegados a este punto, nos preguntamos si realmente queríamos redes sociales y, si así fuera, para qué las queríamos. ¿Encajaban las redes sociales en los objetivos de las bibliotecas universitarias y, en particular, en los del CRAI de la UB? Estos objetivos están publicados en los planes estratégicos del CRAI, pero ¿podríamos traducirlos en indicadores medibles? Y, sobre todo, ¿podrían las redes sociales ayudar a conseguirlos?, ¿aumentaría, por ejemplo, el número de usuarios presenciales?, ¿tendríamos más préstamos por usuario?, ¿habría más búsquedas en bases de datos?

Lo cierto es que, aunque se demostrara el incremento de esos indicadores de actividad o uso, probablemente sería difícil saber en qué medida las redes sociales del CRAI UB tienen algo que ver.

Pero lo que no se puede negar es que la presencia en esas redes nos da una visibilidad que difícilmente se podría alcanzar con otros métodos. Por lo tanto, y aunque solamente sea por ese motivo, merece la pena dedicar un poco de esfuerzo a tener presencia en las redes sociales con el fin de darnos a conocer difundiendo, a través de estos canales, información de interés, tanto la generada por el propio CRAI UB como la recogida y seleccionada de otras fuentes.

SITUACIÓN ACTUAL

Os presentamos una **infografía** donde podréis ver las principales redes sociales activas actualmente en el CRAI UB y de las cuales haremos a continuación una radiografía para ver sus **indicadores de influencia** y algunos **aspectos destacados** derivados de su uso.



Tenemos en marcha 9 blogs temáticos –Economía y Empresa; Farmacia y Campus Alimentación; Filosofía, Geografía e Historia; Física y Química; Geología; Letras; Matemáticas; Historia contemporánea del Pabellón de la República, y Reserva–, 10 cuentas en Facebook –Biblioteconomía; Ciencias de la Salud Bellvitge; Derecho; Farmacia y Campus Alimentación; Filosofía, Geografía e Historia; Física y Química; Geología; Letras; Medicina, y Reserva–, 14 cuentas en Twitter –Biblioteconomía; Ciencias de la Salud Bellvitge; Derecho; Economía y Empresa; Farmacia y Campus Alimentación; Filosofía, Geografía e Historia; Física y Química; Geología; Letras; Matemáticas; Medicina; Pabellón de la República; Repositorio Digital de la UB, y Oficina de Difusión del Conocimiento–, y 43 guías temáticas en Delicious.

Tenemos presencia también en mayor o menor grado en *Youtube* y *Slideshare*, así como en *Netvibes*, *Flickr*, *Issuu* y *Pinterest*.

INDICADORES DE INFLUENCIA

Aunque, como hemos dicho anteriormente, sería muy difícil determinar en qué grado influyen las redes sociales en los indicadores de uso de las bibliotecas, sí podemos trabajar con datos de influencia en la propia red, es decir, podemos determinar una especie de impacto virtual de nuestras redes. Como ejemplo de indicadores usados a tal efecto podemos mencionar los siguientes:

a) **Alcance** total (*post reach*) e interactividad de usuarios (*engaged*) en Facebook: el alcance total indica el número de usuarios de Facebook (no sólo los seguidores de la página) que han visualizado alguna de las informaciones que se han publicado durante el período de los últimos 7 días. El valor de la interactividad muestra el número de usuarios de Facebook que, en el mismo periodo de tiempo, han hecho un “me gusta”, han comentado, han compartido o han hecho clic en alguna publicación de la página.

Entre el 9 y el 19 de septiembre de este año los valores para el total de páginas de Facebook de las bibliotecas del CRAI han sido:

Seguidores de los CRAI Bibliotecas en Facebook (a 1 de septiembre): 8.771
Alcance total: 10.477 usuarios
Interactividad: 798 usuarios

Asimismo, y a efectos comparativos, durante el mismo periodo de tiempo el número de visitas presenciales a los CRAI Bibliotecas que disponen de Facebook ha sido de 14.734.

b) ***Klout (indicador de influencia)***: *Klout* analiza las redes sociales para entender cómo la gente se influye mutuamente, de manera que todos puedan conocer y ser reconocidos por la forma en que influyen en el mundo. Por definición, la influencia es la capacidad para generar respuestas tanto en la vida real como al compartir algo a través de las redes sociales.

La puntuación de *Klout* mide la influencia de una persona u organización en una escala de 1 a 100, siendo 100 el más influyente. El indicador *Klout* analiza varias redes sociales basadas en su uso. La única red social que obligatoriamente debe estar ligada a *Klout* es Twitter. A partir de ahí, cuantas más redes sociales se hayan ligado a *Klout*, más preciso será el valor calculado de su influencia (*Facebook, LinkedIn, Instagram, Google +, Wordpress, etc.*).

Klout >50	Letras; Geología; Ciencias de la Salud
Klout 40-49	Derecho; Biblioteconomía; Farmacia; Medicina; Pabellón República; Economía y Empresa, Física y Química
Klout 30-39	Filosofía, Geografía e Historia; Matemáticas

ASPECTOS DESTACADOS

Aparte del uso rutinario de las redes como medio para publicar informaciones referentes al CRAI UB o seleccionar y compartir noticias de interés, queremos hablar de otro tipo de indicadores de influencia, menos cuantificables, pero que también creemos dignos de mención: las actividades especiales derivadas del uso de las redes sociales y aquellas que han tenido cierta repercusión social fuera del ámbito estrictamente universitario.

* Actividades especiales

Pinterest

- En algunos CRAI Bibliotecas (por ejemplo, en Geología), se utiliza Pinterest, asociada a Facebook y Twitter, para informar de las novedades semanales

de material bibliográfico, de artículos científicos publicados por investigadores de la Facultad y de la celebración de futuros congresos científicos sobre Ciencias de la Tierra.

- Se ha utilizado Pinterest en colaboración con Europeana para difundir las colecciones digitales del CRAI UB.

Facebook

- También en Geología se ha asociado a Facebook la aplicación para promociones Antavo <<http://antavo.com>> con el fin de llevar a cabo campañas de captación y fidelización de seguidores. A partir de esta aplicación se genera una pregunta sencilla sobre la biblioteca y se sortea un premio entre los seguidores que han acertado la respuesta.
- En Medicina se ha usado la aplicación de encuestas propia de Facebook para pedir la opinión de los seguidores de la página acerca del nombre con el que “bautizar” las nuevas salas de trabajo en grupo del CRAI Biblioteca.

Blog (Wordpress)

- En Geología se ha usado esta red para organizar un concurso anual de preguntas relacionadas con la Geología y las fuentes de información de la biblioteca. Se trata de ir contestando las preguntas que se publican en el blog (también aparecen en Facebook y Twitter) y, en función de la respuesta, se consigue un cierto número de puntos. Al final del concurso los tres primeros concursantes son agraciados con premios (donaciones de empresas o de la propia facultad).

*** Impacto social:**

Blog (Wordpress)

- El blog del CRAI Biblioteca de Farmacia recibió en el año 2008 el premio “Favorito en la Red” otorgado por las publicaciones Diario Médico y Correo Farmacéutico.
- Participación del blog del CRAI Biblioteca de Letras en distintos homenajes organizados conjuntamente con otros blogs literarios en la red (homenajes a Joan Brossa, Joan Amades, J. V. Foix o Salvador Espriu).
- El blog del CRAI Biblioteca de Reserva dio pie a que una publicación especializada se interesara por publicar un artículo sobre el uso de redes sociales en una biblioteca patrimonial. Dicho artículo acaba de salir publicado en el Boletín "Fent història" de l'Associació Catalana d'Estudis Històrics. (“Haciendo historia” Asociación catalana de Estudios Históricos).

Twitter

- A raíz de la información de un tuit del CRAI Biblioteca del Pabellón de la República donde se informaba de la aparición de unos dibujos sobre

escenas cotidianas del campo de internamiento de Vernet, el diario *ARA* de Catalunya contactó con el CRAI Biblioteca para publicar posteriormente dicha noticia.

www.ara.cat/cultura/dibuixos-Campo-dinternament-Vernet-DArieja_0_905909512.html

Facebook

- A través de una información publicada en el Facebook del CRAI Biblioteca de Biblioteconomía acerca de la obra de teatro *El diccionario*, que se representaba en el teatro Romea de Barcelona, y gracias a la interacción recibida en la página por parte del propio teatro, se consiguieron seis entradas gratuitas para asistir a la representación de la obra.

¿ADÓNDE NOS DIRIGIMOS?

Si hace un tiempo nos planteábamos la conveniencia de entrar en las redes sociales, ahora su uso ya no admite dudas. Consideramos óptimo estar presentes en las redes sociales puesto que actualmente ya son para nosotros interesantísimas plataformas y excelentes canales de comunicación que nos permiten personalizar las relaciones entre el CRAI y sus usuarios, con todo lo que eso conlleva.

Además, contamos con la implicación de la institución, la UB, que apuesta abiertamente por tener presencia en las redes sociales, así como de la dirección del CRAI, hecho que consideramos fundamental para el éxito de nuestras iniciativas.

Basándonos en todo lo dicho y en las experiencias y resultados que hemos mostrado hoy, acompañados de la percepción de los bibliotecarios y de los resultados de las encuestas, en estos momentos seguimos interesados en los objetivos que nos marcamos al inicio de nuestra andadura por las redes sociales. Por este motivo seguiremos trabajando dando un nuevo impulso a nuestra estrategia y consolidando redes, procedimientos, herramientas y aplicaciones.

Por otra parte, nuestra aspiración es, por descontado, llegar al máximo número de usuarios, pero no queremos olvidar en ningún momento su satisfacción, teniendo en cuenta sus necesidades y, al mismo tiempo, sus puntos de vista.

Por lo tanto, introduciremos alicientes útiles para que accedan, aunque sea a través de información no tan relevante, a la información que realmente necesitan y nosotros tenemos y podemos dar.

En otro orden de cosas, nos proponemos aprovechar las posibilidades de difusión y marketing que nos ofrecen las nuevas herramientas tecnológicas, las cuales podemos utilizar en nuestras redes sociales y desde ellas.

Organizaremos esta tarea partiendo de un doble planteamiento:

1. Mejora de la coordinación y organización de nuestras redes en el marco del CRAI UB y de la propia Universidad de Barcelona.
2. Revisión de procedimientos y estudio de nuevas posibilidades.

Para ello tenemos previsto llevar a cabo las siguientes actuaciones con la intención de hacer crecer el CRAI UB como marca conocida por todos sus usuarios potenciales, sin renunciar a su rica diversidad.

- Para la **mejora de la coordinación** nos hemos planteado crear un grupo de trabajo de redes, incrementar las relaciones actuales de colaboración con el *Community Manager* de la UB y seguir las pautas del '*Libro blanco de las redes sociales de la UB*' para poder normalizar y gestionar otras redes en las que el CRAI UB participa, como *Youtube, Flickr o Slideshare*, entre otras.

El grupo de trabajo asumirá:

Tareas de carácter técnico: gestión e investigación de estadísticas; novedades en aplicaciones, formatos y seguridad, y estudio de la viabilidad y oportunidad de otras redes o herramientas,...

Tareas de control, unificación de criterios y estudio de variables: estudio de perfiles de usuarios para afinar el contenido, propuesta de actividades conjuntas y búsqueda de patrocinadores,...

Tareas de activación y mantenimiento de la comunicación entre los administradores del CRAI UB, con la creación de una lista de distribución.

- Desde la **revisión de procedimientos y el estudio de nuevas posibilidades** estamos trabajando en la creación de un **blog institucional del CRAI** donde se publicarán temas de interés para todos los usuarios del CRAI UB, como exposiciones y eventos, novedades, convocatorias, concursos y licitaciones, encuestas, noticias sobre recursos y servicios, así como temas que afecten a los derechos de autor, difusión del conocimiento y soporte a la docencia y a la investigación. Paralelamente estamos consolidando los blogs y los perfiles temáticos de Facebook, con el interés añadido de que la especialización permite incorporar informaciones externas referentes a la temática del estudio.

Finalmente, abordaremos el estudio y la implementación de las llamadas "aplicaciones de terceros" de soporte en redes, como pueden ser las herramientas de sincronización y publicación múltiple; las aplicaciones de promociones, sorteos y concursos, y los generadores de imágenes, infografías y textos, entre otras.

Antavo <http://antavo.com/es/> Piktochart <http://app.piktochart.com/>,
TweetDeck, <http://tweetdeck.com> Hootsuite www.hootsuite.com/

Estamos convencidos de que el esfuerzo vale la pena y de que nuestra presencia en las redes sociales está plenamente justificada. Nos satisface que nuestros usuarios tengan

la suerte de poder comunicarse con nosotros a su manera. Confiamos en poder ayudarles ofreciendo formación y orientación a través de las redes sociales, igual que lo hacemos presencialmente, y con el mismo esfuerzo y la máxima efectividad.

Octubre 2013
Grup de treball de Xarxes del CRAI UB

Mònica Arenas, Jordi Casadellà, Lourdes González, Irene Ibern, Imma Marín, Laura Miró