



Publicado en *blok de bid* (<http://www.ub.edu/blokdebid>)

[Inicio](#) > ¿Cómo perciben los stakeholders (bibliotecarios y usuarios), la intersección biblioteca / web social?

¿Cómo perciben los stakeholders (bibliotecarios y usuarios), la intersección biblioteca / web social?

Enviado por [Nieves González](#) ^[1] el Mié, 23/07/2014 - 12:30. [biblioteca](#) ^[2] [Blok de BiD - esp](#) ^[3] [Nieves González](#) ^[4] [web social](#) ^[5]

Nieves González
Profesora de Biblioteconomía y Documentación
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Kronqvist-Berg, Maria. *Social media and public libraries: exploring information activities of library professionals and users.* / Maria Kronqvist-Berg. - Åbo : Åbo Akademi University Press, 2014. Diss.: Åbo Akademi University. ISBN 978-951-765-730-3 <http://www.doria.fi/handle/10024/94661> ^[6] [Consulta: 10/07/2014]

Nos encontramos ante la tesis doctoral de María Kronqvist-Berg, directora de una biblioteca pública en Finlandia y miembro del proyecto de investigación sobre Biblioteca 2.0 de la Academia de Finlandia.

La relación web social y bibliotecas tuvo su momento de esplendor en torno a los años 2007 al 2010 y ahora que ya no es novedoso, encontramos estudios de resultados, de evaluación del impacto, procesos o percepciones, como el que aquí reseñamos.

Esta tesis se basa en una investigación llevada a cabo en 2010, pero el enfoque responde más a tendencias actuales, es decir, no enfoca el tema desde las tecnologías sociales o uso de la web social por parte de las bibliotecas públicas, sino desde el punto de



vista de la percepción que los *stakeholders*, -considerando como tales a profesionales de la información y usuarios-, tienen de la intersección o la interfaz *biblioteca y web social*. Los elementos clave de este trabajo que la autora denomina *modelo de la interfaz*, lo constituyen el estudio de la interactividad que teóricamente facilitan estos medios, las actividades relacionadas con la información que se encuentran detrás del uso de los medios sociales y sobre todo la diferente percepción que de ellos tienen los profesionales de la información y los usuarios de las bibliotecas.

El trabajo pretende responder a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la relación que están manteniendo los bibliotecarios con la web social, cuáles son sus percepciones, intenciones, limitaciones?, ¿Cuál es la experiencia de los usuarios sobre el uso de la web social por parte de las bibliotecas?, ¿Cuáles son las perspectivas de ambos?

La población estudiada son las bibliotecas públicas de la región de Finlandia Proper, en el suroeste del país, conocida por tener un gran número de usuarios de bibliotecas

y por el desarrollo de sus servicios virtuales.

La tesis se divide en 8 capítulos y al final de cada uno de ellos se ofrece un resumen que se agradece. La Bibliografía es muy completa y abundante pero algo desactualizada ya que del 2013 tan solo aparecen dos artículos y ninguno del 2014.

La investigación

Los datos del estudio, tanto cualitativos como cuantitativos, se han obtenido a partir de dos encuestas, una realizada a bibliotecarios de distintos niveles y categorías y otra a los usuarios de las bibliotecas, y por otro lado, a través del análisis de las páginas en Facebook de las bibliotecas públicas, realizando una evaluación cualitativa de los posts, de la naturaleza de los comentarios y tipos de contenido, etc.

En la primera parte del trabajo se aborda el estudio teórico del status quo de la web social y las bibliotecas y la segunda parte presenta el estudio empírico de los datos, método, análisis y debate. Los resultados se han analizado con el programa SPSS y se aportan datos estadísticos de gran interés.

La web social y las bibliotecas

Aparte del obligatorio resumen de la web social y bibliotecas, se ofrece una valoración crítica de interés y una revisión de la literatura internacional sobre este tema y sobre el uso que las bibliotecas están haciendo de estos medios. Es interesante destacar que existen más publicaciones sobre la biblioteca y la web social por parte de bibliotecarios que de investigadores en la materia.

Se aborda el concepto de biblioteca pública y su papel en relación con las nuevas tecnologías y los medios sociales. Probablemente estos sean los medios más volátiles a los que se han enfrentado las organizaciones que los usan. De hecho las utilidades de Facebook que se presentan en esta investigación ya están desfasadas y no aparecen aplicaciones como Pinterest o Instagram,

medios hoy consolidados para ofrecer y compartir la información.

La novedad del estudio es el enfoque de la relación *medios sociales y bibliotecas*. No se estudian las tecnologías sino su impacto en las actividades de información propias de la biblioteca, desde la perspectiva del comportamiento y práctica informacional según la práctica y percepciones de los *stakeholders*.

Actividades informacionales

Para la autora, los medios sociales, -que diferencia de Web social-, son mucho más "información" que "tecnología", ya que la gente los utiliza para crear, adquirir, compartir, buscar y procesar la información. Cada actividad en medios sociales es una actividad potencial de información y la autora se detiene en estos conceptos informacionales, en el contexto de la biblioteca y la web social, relacionándolos con la teoría y la práctica de la información. "La Biblioteca 2.0 es una práctica emergente de información, que cambia de forma rápida y constante".

Los stakeholders

Los profesionales de la información y los usuarios de la biblioteca, tienen sus propias características en la web social, que se describen en la publicación. Se realiza un recorrido por la bibliografía existente en torno a los profesionales y su relación con los cambios tecnológicos y el papel y habilidades que deben tener para trabajar con la web social, el uso que hacen de estos medios, las actitudes hacia estas herramientas y los problemas que plantean.

Los usuarios de bibliotecas públicas, el otro grupo estudiado, se abordan desde la perspectiva del uso que hacen de los medios sociales según las estadísticas de Finlandia, y cuales son las motivaciones para usarlos y las expectativas, si se utilizan o no para fines informacionales. El servicio de biblioteca más utilizado es el OPAC, y a pesar de que las bibliotecas públicas en Finlandia son muy populares, los usuarios presentan dificultades para ver la biblioteca más allá de los libros y sus paredes físicas.

Metodología

La metodología usada ha sido la encuesta y el análisis de contenido. La encuesta inicial tenía como objetivo obtener una imagen general de la percepción, las motivaciones y las intenciones de los stakeholders acerca de los medios sociales en bibliotecas públicas. Las preguntas hacían referencia a la implementación de la web social en bibliotecas, actitudes hacia las tecnologías, los medios sociales y el uso de la biblioteca como actividades de información.

Se llevaron a cabo dos encuestas, una para los profesionales de la información y otra para los usuarios de las bibliotecas. Se obtuvo una baja tasa de respuesta de los profesionales, 98 encuestas válidas que suponían el 30,4% de las enviadas. El total de encuestas a los usuarios, fue de 741.

A estos cuestionarios siguió un análisis del contenido de las páginas en Facebook de las bibliotecas para investigar más sobre el contexto de la biblioteca 2.0 y las actividades informacionales inherentes en los muros y comentarios de las páginas, durante un año. Las actividades informacionales se categorizaron en 6: informar, mediar, buscar, contribuir, comunicar y crear. Se analizaron 2164 post y 876 comentarios que se clasificaron en 7 categorías: número de *likes*, número de comentarios, autor, tipo de post, contenido,

actividad de información, ubicación. En todos los casos se realiza un estudio por género.

Resultados

En cuanto a los profesionales, los datos de las encuestas relativos a formación y habilidades tecnológicas, indican que se consideran expertos en el uso de las nuevas tecnologías. Los profesionales pioneros en el uso de los medios sociales en las bibliotecas públicas finlandesas, se encuentran en todo tipo de bibliotecas y se trata de un factor que no depende de la edad ni de la experiencia con las tecnologías. El único factor determinante es el tamaño de la biblioteca ya que la mayoría trabaja en bibliotecas grandes. En cuanto a la formación, los pioneros han asistido a conferencias y son más activos profesionalmente y los más rezagados han recibido cursos de formación.

Los servicios de la web social que más utilizan en su trabajo son las wikis, redes sociales y blogs, en una media de tres, mientras que en su vida personal utilizan una media de cuatro, siendo las wikis el servicio menos utilizado. De los bibliotecarios encuestados, el no usuario de la web social representaba tan sólo el 11%, era mayor de 45 años y en la categoría profesional se identificaba como gestor de bibliotecas o especialistas en información.

La gran mayoría de las bibliotecas tenía presencia en la web social o pensaba hacerlo en breve (82,3%). El servicio más implementado era Facebook pero también blogs, Twitter, chat y wikis.

La media de horas a la semana que dedican a los medios sociales en las bibliotecas se sitúa entre 15 minutos y 15 horas del trabajo semanal, sin embargo la moda es de 1 hora a la semana. Sabemos que los expertos recomiendan unas tres horas a la semana para que el servicio sea rentable.

Las tres razones que los profesionales aportan para usar estos medios son la necesidad de evolución con los tiempos de la biblioteca, los temas de marketing y para mantenerla relevante. Las barreras que identifican son la falta de tiempo y de habilidades en medios sociales, y la escasez de inversión. En ningún momento se hace referencia en el estudio a la falta de evidencia de los beneficios obtenidos, a la dificultad para demostrar el ROI o retorno de la inversión.

En relación a los usuarios de las bibliotecas, los datos estadísticos de Finlandia indican que el 76% utiliza diariamente la web y así lo confirman los datos de este estudio. En su mayoría utilizan los medios sociales, redes sociales, wikis, sitios para compartir vídeos, blogs, en una media de tres servicios.

El 70% de los usuarios de medios sociales lo son también de la sede web de la biblioteca, mientras que sólo el 52% de los no usuarios de medios sociales, la utilizan. Sin embargo, tan sólo algo más del 50% de los usuarios de la biblioteca ve como positivo la presencia de la biblioteca en la web social y prefieren servicios de proveedores externos a construir servicios propios. Seguirían la página de Facebook de la biblioteca la mitad de los encuestados, sobre todo los más jóvenes y usuarios de la web social.

Según los datos obtenidos, el 92,9% de los usuarios utiliza estos medios sociales para buscar información, el 74,9% para leer y ver media, el 69,8% para comunicarse, el 36,9 para crear contenidos y el 27,9 para participar en la red, pero prestan poca atención a las

funcionalidades de la web social en el catálogo de la biblioteca, como el etiquetado o el uso de las RSS, o al uso de los chats como servicio de referencia. Las posibilidades de estos medios para la comunicación con la biblioteca tampoco tuvo quórum, prefieren la comunicación vía presencial; a la creación de contenidos para compartir con la biblioteca tampoco prestaron demasiado interés.

En relación al análisis de las páginas de Facebook de las bibliotecas públicas estudiadas, el número de seguidores no es muy elevado, una media de 242; la media de post al mes es de 7,2, tampoco una cifra alta y los 876 comentarios tan solo recibieron 288 *likes*, por lo que la tasa de *engagement* es muy baja.

El 48% de los comentarios fue escrito por el personal de la biblioteca y tan solo el 40% por los usuarios, siendo los eventos de la biblioteca el tipo de contenido más frecuente. La temática de los post que en un 40% eran relativos a información sobre la biblioteca, también resulta poco recomendable, esta información debe tener menos peso. En cuanto a la naturaleza de los comentarios, el 63,5% de los comentarios era positivo, el 32,4% neutral y el 9% negativo.

En relación a las categorías informacionales de los post y comentarios, el 77,8% de los post en Facebook tenía algún elemento de información sobre la biblioteca, eventos, horarios, servicios, etc. De la categoría de creación de información, que incluye subir media a sitios para compartir, el 99% eran contribuciones de la biblioteca. Se deduce que ha existido poca interacción con la audiencia y que los profesionales estaban más interesados en ofrecer información en Facebook que en comunicar e interactuar con los usuarios, los cuales a su vez, presentan también poco interés en crear contenidos, ya que prefieren participar en los que crean los demás, fuera biblioteca u otro usuario.

El capítulo dedicado a la Interactividad es de gran interés. Los medios sociales deberían favorecer la interacción biblioteca-usuario, pero tanto la literatura como los resultados del estudio demuestran que los usuarios interactúan en la web en general pero no con la biblioteca y priorizan el contacto con la biblioteca de forma presencial. El debate en Facebook más activo que recoge el estudio, se lleva a cabo entre bibliotecarios. Se señala también que los contenidos no propiciaban la interacción con los usuarios y que la percepción que los usuarios y los profesionales de la información tienen de la web social, no coincide. Es necesario que se priorice el conocimiento de los usuarios, de sus necesidades y gustos, detectar qué busca cada segmento de usuario en estos medios.

Debate

Al final del trabajo de investigación se plantean una serie de preguntas a las que se da respuesta. Algunas de ellas se relacionan con el marketing como finalidad del uso de estos medios. Los profesionales y los usuarios tienen que tener una experiencia positiva para que estén motivados y vuelvan a usarlos. Por lo tanto hay que calcular el coste de la inversión y evidenciar los beneficios que se hayan obtenido. El tema de la inversión en tiempo y en formación del personal en habilidades en medios sociales, es importante, pero el trabajo en estos medios no está repartido entre el personal de la biblioteca, depende de unos pocos o de un equipo de trabajo. La forma de evaluarlo tampoco puede ser el número de seguidores, las llamadas vanity metrics. Existen otras formas de medir la rentabilidad del tiempo invertido, siempre que no se prioricen las tareas tradicionales frente a las actividades en medios sociales, por lo que hay que buscar el equilibrio. Cada biblioteca tiene que buscar su única biblioteca 2.0 y para ello hay que tener claras las estrategias (a lo que añadiríamos también la necesidad de un plan de marketing digital). Los medios sociales en el contexto de la

biblioteca pública debe ser una característica permanente en constante desarrollo.

Esta tesis presenta un enfoque distinto al acostumbrado sobre la relación biblioteca y web social. Aunque echamos en falta referencias a las políticas de uso de la web social y que se hable de estrategia pero no de plan de marketing digital, evaluación y métricas, tanto por los datos que aporta como por el enfoque centrado en las percepciones y perspectivas de los stakeholders, consideramos que merece la pena su lectura y que hacen falta estudios que apliquen esta metodología al contexto de nuestras bibliotecas, sean del tipo que sean.

URL de origen: <http://www.ub.edu/blokdebid/es/content/%C2%BFcomo-perciben-los-stakeholders-bibliotecarios-y-usuarios-la-interseccion-biblioteca-web-soc>

Enlaces:

- [1] <http://www.ub.edu/blokdebid/es/users/nieves-gonz%C3%A1lez>
- [2] <http://www.ub.edu/blokdebid/es/category/etiquetas/biblioteca>
- [3] <http://www.ub.edu/blokdebid/es/category/butllet%C3%AD/blok-de-bid-esp>
- [4] <http://www.ub.edu/blokdebid/es/category/ressenyadors/nieves-gonz%C3%A1lez>
- [5] <http://www.ub.edu/blokdebid/es/category/etiquetas/web-social>
- [6] <http://www.doria.fi/handle/10024/94661>