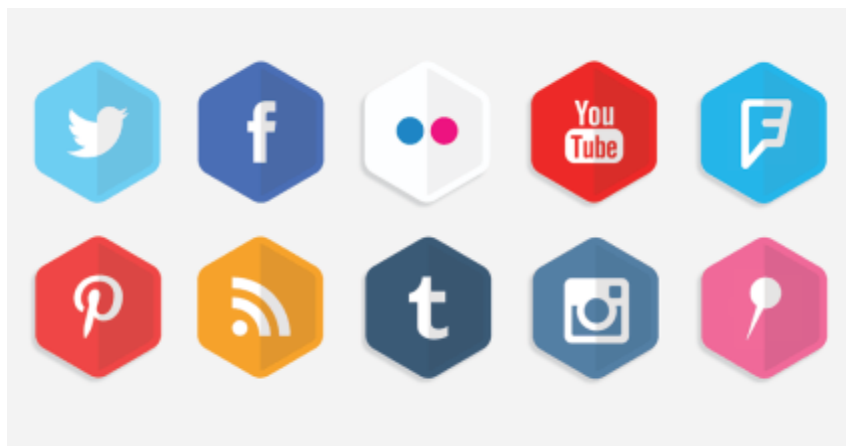


Razones por las cuales las bibliotecas fallan en los Social Media

Por: [Fernando Gabriel Gutiérrez](#)

Posteado en [Infotecarios](#) el 25 de enero de 2016



Errores en Social Media y bibliotecas: uno de ellos, muchos canales poco contenido.

Incluso si la biblioteca tuviese un buen plan de Social Media (blogs, redes sociales, etc.), realista, con un marco de tiempo coherente, también es posible que falle en su actuación y no contar con los resultados esperados en el mundo digital, a pesar de los esfuerzos realizados.

En este post les voy a enumerar una serie de problemas comunes que tienen las bibliotecas al estar en las redes sociales, siguiendo los puntos de [Laura Solomon](#) y agregando ideas de mi experiencia de años trabajando en este tema.

- **El uso de canales de comunicación equivocados**

La gran mayoría de las bibliotecas supone que sus usuarios están en Facebook. No necesariamente es así. Tal vez muy pocos. Quizás estén en otros espacios. Por eso, antes de crear un perfil en una red social particular o sacar una cuenta en un nuevo servicio web se debería indagar e investigar dónde están nuestros usuarios reales en el espacio digital y a partir de allí crear los servicios de la biblioteca. Para ello es necesario establecer formularios preguntándoles cuál es el sitio de Social Media que más utilizan. Pueden llevarse más de una sorpresa con estos relevamientos, quizás hay otros sitios muy utilizados que nosotros ni nos imaginamos.

- **Utilización de los social media por las personas equivocadas**

No porque un bibliotecario tenga su perfil en Facebook significa que sepa generar “engagement” con su comunidad en el mundo digital y por eso ya se crea un experto. Del mismo modo, no necesariamente un especialista en Marketing, sin conocimiento de nuestro ámbito, podría llegar a ser la persona que mejor utilice las redes sociales para la biblioteca. De todas maneras, es necesario aclarar que se necesita cierta mentalidad y cierto tipo de experiencia y conocimiento en cultura y comunicación digital para hacer bien el trabajo en las redes sociales. No cualquier bibliotecario tiene las habilidades sin formación y sin ese bagaje. Por eso no sirve asignar a alguien por la antigüedad, edad, cargo o posición en el organigrama de la institución o uso de redes sociales, sino que se tiene que tener en cuenta la persona que pueda hacer el mejor trabajo para la biblioteca.

- **Creación de contenidos pobres**

Si su biblioteca ha estado cometiendo el error común de utilizar los Social Media como una plataforma de Marketing haciendo foco solamente en la difusión de sus colecciones y programas, es altamente probable que los contenidos carezcan de interés o relevancia para la mayoría de sus seguidores. Una de las cosas que hace que el contenido tenga éxito es asegurarse de que hay un “gancho” para captar la atención de los lectores. Los contenidos interesantes son aquellos que tienen la variedad mostrar alguna pizca de humor, su utilidad y las temáticas actuales de interés para la comunidad. No perder de vista que lo útil no sea lo primordial.

- **Falta de contacto y conexión con los usuarios**

Para establecer una relación es prioritario estar en contacto con la comunidad. La biblioteca necesita publicar contenido en los Social Media muy regularmente para generar un vínculo cercano con sus usuarios. Si la biblioteca publica dos veces por semana no es suficiente para construir esa relación. Por lo menos la participación de la biblioteca en los Social Media debería ser diaria para ser parte de la vida de la gran mayoría de los usuarios, quienes están en esos espacios las 24 horas a través de sus dispositivos móviles.

- **Falta de confianza**

Para los seguidores de las bibliotecas en línea el establecimiento de la sensación de confianza es uno de los puntos principales. La confianza es una de las bases para construir una relación válida en los Social Media con los usuarios. La falta de confianza se demuestra de múltiples formas: cuando la información básica de la biblioteca en el perfil de la una red social está incompleta (no tiene número

de teléfono, sin dirección física, etc.), o la imagen identificadora que representa a la biblioteca no lo hace y no es la adecuada, o comparte información que no es relativa a la biblioteca, sobre temáticas que no tienen nada que ver (opiniones políticas partidarias de algún personal de la biblioteca, etc.), o no responde o lo hace muy tarde, a los comentarios que se realizan en sus distintos espacios, incluso las quejas y críticas.

- **Falta de implicación**

Este es uno de los puntos que ocurre habitualmente cuando no hay apoyo por parte de los directivos en que la biblioteca esté en los Social Media. Lo toman como no serio, e incluso no le dan la importancia. También, puede ocurrir que algunos compañeros hagan comentario de no encontrarle sentido a que la biblioteca tenga que estar en las redes sociales. Por eso es necesario implicar a todo el personal en los objetivos Social Media de la biblioteca, ya sea a través de cursos, formación y campañas de uso, incluso a las autoridades para que también sean los principales promotores de estas iniciativas. Nunca perder de vista que es una tarea que es muy beneficiosa para la biblioteca estar en estos espacios, ya que repercute en mejores servicios.

- **Incapacidad para cambiar**

Hacer Social Media implica cambiar. Aquella biblioteca que decida estar en estos espacios debe estar preparada para aceptar las transformaciones que ocurren en el mundo digital y adaptarse rápidamente para no seguir quedando detrás de los usuarios. Además, estar en estos espacios implica aceptar recomendaciones de los mismos usuarios para realizar alguna mejora en estos servicios u otros. O sea, la biblioteca que no hace participar a los usuarios en sus procesos digitales a través de los Social Media, empieza a tener dificultades de estar aquí.

- **Miedo**

Este es el más común de los obstáculos de las organizaciones que comienzan a interactuar en los espacios de los Social Media. Social Media es vista como una actividad nueva, por lo tanto, genera resistencia y miedo en gran parte del personal y directivo de la institución. No por ello se deben dejar de realizar planes y acciones. El miedo no debe ganar a la actividad Social Media. Estos espacios bien aplicados implican un cambio cultural en todas las esferas hacia valores de honestidad, transparencia, autenticidad que no necesariamente están implicados en todas las bibliotecas. **Por eso es necesario que la biblioteca realice una evaluación honesta de cómo está interviniendo en las redes sociales. No solamente en relación a cantidad de likes, por ejemplo, sino a la calidad de su participación en los comentarios.** ¿Es el miedo o la honestidad lo que muestra la biblioteca en las redes sociales en sus intervenciones? ¿Cómo hacer que la biblioteca sea una institución cultural que transmita confianza y sea transparente de su personal,

sus usuarios y de lo que hace respetando el derecho a la intimidad? Solamente enlazando contenido de las colecciones y de los programas o actividades es una muestra que la biblioteca, sin interactuar con los usuarios, está arraigada en el miedo. Es el miedo el que hace que afloren las mayores resistencias en cómo se muestra la biblioteca, que aparentemente hace que sea una institución anclada en una visión conservadora, temerosa ante formas de comunicación más directas con el usuario. Las bibliotecas tendrían que ser espacios digitales vinculadas a las comunidades en línea relacionadas a la creatividad, a la conexión, a la reflexión, y basada en la confianza sobre el servicio con el conocimiento y el aprendizaje.