

**Milagros Pandolfo**

## **Las redes sociales como herramienta estratégica del rol bibliotecario: Experiencia de la biblioteca del Centro Vasco Denak Bat de Mar del Plata**

### **Resumen**

Es menester redefinir la función de la biblioteca tradicional en la sociedad y para ello es indispensable formar parte del entorno virtual. El uso de las redes implica una nueva forma de socializar la información y propone un nuevo paradigma de relación e interactividad entre usuarios y biblioteca a través de sus plataformas.

### **Abstract**

It is necessary to redefine the function of the traditional library in society and because of this it is essential to be part of the virtual environment. The use of networks implies a new way of socializing information and suggests a new paradigm of relationship and interactivity between users and the library through their platforms.

**Palabras clave:** web social, redes sociales, centro vasco, biblioteca, community manager, TIC, hashtags, lenguaje inclusivo

La biblioteca especializada José de Ariztimuño está ubicada en el primer piso de la sede social del Centro Vasco Denak Bat de Mar del Plata, cuenta con un acervo documental de alrededor de 5.000 libros y 1.000 publicaciones periódicas, además de manuscritos y material cartográfico. La totalidad de los documentos no está actualmente inventariada debido a que durante el 2019 se recibió una enorme cantidad de donaciones que aún se están procesando y la base de datos aún está en desarrollo, así se inició un proceso de actualización con el reemplazo de Winisis por Koha.

La biblioteca estuvo casi 3 años acéfala, luego de que las bibliotecarias María Marta Arrachea y Viviana Rosa cesaran de gestionar la biblioteca. Esto produjo una considerable desorganización documental y la consecuente desactualización de los servicios.

Desde agosto de 2018 está nuevamente en funcionamiento y cuenta ahora con 3 canales de comunicación propios: la cuenta de correo electrónico como canal formal y las cuentas de Facebook e Instagram, como canales informales. Es en ese sentido que desde la actual gestión se considera un objetivo primordial redefinir la función de la biblioteca tanto en la institución como en la sociedad, desde el punto de vista en que hoy en día los roles se han invertido y es la biblioteca la que sale en búsqueda del usuario y no al revés y por ello es indispensable formar parte del entorno virtual.

Es innegable el carácter interdisciplinario de la bibliotecología, ésta toma cada vez más elementos de distintas áreas del conocimiento y en la actualidad podemos sumar tareas de una profesión incipiente como es la del community manager. En relación a nuestra actividad, se trata del bibliotecario encargado de la web social, cuya misión es implementar y mantener las diversas aplicaciones de la web 2.0 en la biblioteca para proporcionar nuevos servicios y una mejor comunicación con los usuarios. (Marquina, 2016).

Algunas funciones del community manager bibliotecario son:

- Liderar proyectos de implementación de herramientas de la web social en la biblioteca
- Planificar y mantener la presencia de la biblioteca en las diferentes aplicaciones de la web social
- Gestionar redes sociales para mantener un perfil de la biblioteca.
- Manejar las diferentes formas de mensajería.
- Conocer las opciones e instrumentos existentes a la hora de adaptar contenidos para la web móvil.
- Evaluar las herramientas de la Web 2.0 y estar al tanto de las novedades en función de las necesidades de los usuarios.
- Fomentar la participación de todos los miembros de la biblioteca en las aplicaciones web
- Monitorizar el impacto de las publicaciones
- Participar en el proceso de definición del plan estratégico del centro.

La especialización tecnológica en nuestra disciplina evoluciona en forma creciente. Dentro de las competencias profesionales del bibliotecario del siglo XXI figuran el uso, aprendizaje y adecuación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

Todo esto es de utilidad para generar una identidad de la biblioteca; facilitar la promoción de la lectura; difundir actividades, eventos y novedades; quebrar con la brecha generacional acercando a los usuarios sin crear barreras entre las distintas franjas etarias y visibilizar y revalorizar del fondo antiguo.

En lo relativo a la generación de una identidad propia, se creó un logo para la identificación de la biblioteca José de Ariztimuño, diferente al escudo institucional y se hizo pública en la red social Facebook la misión, visión y valores.

Respecto a la promoción de la lectura, se debe definir qué comunicar, es decir con qué objetivo se busca comunicar tal o cual cosa: despertar la curiosidad a través de documentos raros o con valor histórico, recuperar datos insólitos, así como la publicación de nuevas adquisiciones y la realización de recomendaciones.

En cuanto a la difusión y comunicación, es una gran cantidad de personas la que toma conciencia de lo que sucede en la biblioteca a través de las redes sociales. En la experiencia de esta unidad de información se han podido captar nuevos usuarios de esta manera, así como nuevos socios para la institución. Se generó un interés que no sólo se restringe a los productos y servicios de la biblioteca sino que se hizo extensivo a toda la oferta cultural del Centro Vasco en su totalidad y generó un vínculo con la cultura euskalduna y con la vida social del club desde distintos aspectos.

La biblioteca garantiza el acceso a la información sin distinción de ninguna índole y se constituye como un espacio de estudio, esparcimiento, descubrimiento y conexión con las raíces vascas. Además de constituir una vía de comunicación con el público real, las redes abren un universo de usuarios nuevo y facilitan la comunicación con colegas de todo el planeta. Es así que la llegada de la información producida no se circunscribe solamente a usuarios y socios, la presencia en redes también alcanza a potenciales usuarios que no pertenecen a la comunidad vasca.

Las redes sociales son clave a la hora de dar visibilización al fondo antiguo, con su digitalización y promoción, el material que no es de préstamo y reviste riqueza patrimonial no se pierde en los anaqueles o bajo llave. El socio puede conocer y revalorizar el patrimonio cultural del centro del cual forma parte. Es un modo de hacer circular y democratizar la cultura.

Todo esto supone un desafío para los profesionales de la información pero, de este modo, en lugar de esperar pasivamente la llegada de usuarios, podemos generar necesidades de información y acercar la cultura de la colectividad a personas que forman parte de ella y también a las que no.

Algunos consejos:

- Ser creativos
- Generar una estética
- Planificar qué se quiere comunicar
- Utilización de hashtags

Los hashtags serían metadatos visibles a todos, programadores o no. Al hacer un etiquetado en una foto en Instagram, por ejemplo, cualquiera que estuviera buscando una temática o persona concreta, podría encontrar la imagen adecuada de una manera sencilla.

Es muy importante etiquetar las publicaciones de una manera correcta, esto es utilizando hashtags relacionados con el tema de la publicación. Si además se quiere que la publicación consiga una mayor visibilidad y alcance es de utilidad tener en cuenta algunos de los mejores y más populares hashtags que se utilizan en Instagram y que valen para casi cualquier contenido. No obstante a eso, hay que tener cuidado con utilizarlos indiscriminadamente porque se podría lograr un efecto falso. Son etiquetas llamativas que atraen a los robots pero que no proveen de usuarios fieles e interesantes.

Hashtags genéricos para Instagram que pueden ser útiles en cualquier publicación:

1. #Love - Se ha utilizado en 1.252.832.456 publicaciones.
2. #Instagood - Se ha etiquetado en 728.131.008 publicaciones.
3. #Photooftheday - Más de 490.000.000 publicaciones tienen este hashtag como etiqueta.
4. #Fashion - Se ha utilizado en 475.992.147 publicaciones en Instagram.
5. #Beautiful - Se ha utilizado en un total de 456.547.737 etiquetas.
6. #Happy - 424.414.355 publicaciones.
7. #Like4like - 413.671.786 publicaciones.
8. #Picoftheday - El contenido etiquetado con este hashtag es un total de 373.976.698.
9. #Art - Se ha utilizado 334 millones de publicaciones.
10. #Photography - 215.483.670 publicaciones.

Otros hashtags muy utilizados:

#instagram #followme #style #follow #instadaily #travel #life #cute #fitness #nature #beauty #girl #fun #photo #amazing #likeforlike #instalike #Selfie #smile #me #lifestyle #model #follow4follow #music #friends #motivation #like #food #inspiration #Repost #summer #design #makeup #TBT #followforfollow #ootd #Family #14l #cool #igers #TagsForLikes #hair #instamood #sun #vsco #fit #beach #photographer #gym #artist #girls #vscocam #autumn #pretty #luxury #instapic #black #sunset #funny #sky #blogger #hot #healthy #work #bestoftheday #workout #f4f#nofilter #london #goals #blackandwhite #blue #swag #health #party #night #landscape #nyc#happiness #pink #lol #foodporn #newyork #fitfam #awesome #fashionblogger #Halloween #Home #fall

Hashtags populares para bibliotecas:

#biblioteca #library #literatura #bookstagram #books #livros #book #libri #livro #libros #opozulo #oposiciones #opositora #leer #libro #reading #instabooks #opofamily #estudiar #libreria #librarylife #lectura #esfuerzo #literaturainfantil #opocompis #instalibros #megustaleer

Algunas cuestiones a considerar:

- Copiar y pegar los mejores hashtags no garantiza impacto. Como en los procesos de catalogación, esta tarea debe hacerse con sentido común, por lo que resulta necesario usar los hashtags que realmente estén relacionados con el contenido.
- Dar likes a otros contenidos del hashtag e interactuar. Si realmente se quieren obtener más “me gusta” o seguidores no hay que ser egoísta. El hecho de entrar a un hashtag e interactuar con otras publicaciones suele ser eficaz.

También existen programas que generan informes y estadísticas a través del análisis de los hashtag y nos arrojan resultados que podemos poner en práctica para tener un mayor alcance, como la cuantificación de las etiquetas más utilizadas, aquellas las que más clics recibieron, etc.

Además de la utilización de terminología en nuestra lengua vernácula, se sugiere el empleo del inglés, ya que es el idioma dominante en la web. En el caso de la biblioteca JDA, al ser una biblioteca especializada en temática vasca, también se emplean términos en euskera, apuntando a un público determinado que es el de la diáspora.

En otro orden, no se pueden dejar de soslayar las problemáticas existentes en Centro Vasco de Mar del Plata en relación a la reapertura de la biblioteca. La dificultad radica en que ésta es considerada como una actividad cultural secundaria. El reto actual es modificar esa percepción y para ello es extremadamente importante la herramienta que constituyen las redes sociales.

Otro contratiempo es el factor económico que atraviesa la institución en la coyuntura actual del país, este es un impedimento que apuntala cruentamente las aspiraciones de crecimiento en tanto el presupuesto para la biblioteca es extremadamente bajo y no existen políticas de información desde la institución. Por lo tanto es muy dificultosa la innovación de softwares y el mejoramiento del equipamiento.

Sin embargo, la mayor amenaza es el conservadurismo capitalizado en la reticencia a la hora de innovar y provocado por el miedo a lo desconocido. Se puede ejemplificar a través de una de las propuestas iniciales de la actual gestión de la biblioteca como fue el empleo de lenguaje inclusivo para las publicaciones informales y que fue rechazada casi inmediatamente por la comisión directiva. En este caso, la emisión de los comunicados de esta manera tenía un doble objetivo, en primer lugar ideológico, ya que nuestro idioma tiende a invisibilizar a las mujeres y a las personas de género no binario y expresarse de esta forma significaba una inclusión de otros colectivos en ese aspecto. En segundo término, y volviendo sobre el concepto de marketing digital, esto suponía una estrategia para captar la atención del público en el sentido de que quebraba con la imagen de

biblioteca tradicional y cerrada y se proponía vanguardista, abierta e inclusiva para generar interés en un público más joven.

## Conclusión

El uso de las redes implica una nueva forma de socializar la información y propone un nuevo paradigma de relación e interactividad entre usuarios y biblioteca a través de sus plataformas. El objetivo es cambiar paulatinamente la imagen solemne, quieta y tradicionalista de la biblioteca para generar un espacio dinámico, actualizado, y con una marcada función social. A pesar de los grados de dificultad que reviste, esa es la biblioteca que se está construyendo hoy en día.

## Bibliografía

- Guerra González, J. T. (2017). El bibliotecario académico universitario como curador de contenidos digitales: precisiones conceptuales y prácticas. *Biblioteca Universitaria*, 20(2), 94-107.
- Gutiérrez, F. G. (2018). *Gestión de redes sociales en bibliotecas: reflexiones urgentes*. Disponible en <http://www.infotecarios.com/gestion-de-redes-sociales-en-bibliotecas/#.XN3URchKjIU>
- Lippenholtz, Betina. (2016). *Ejemplos estratégicos del uso de Instagram en Bibliotecas*. Disponible en <http://documotion.com.ar/ejemplos-estrategicos-del-uso-de-instagram-en-bibliotecas/>
- Marquina, J. (2013). *El community manager bibliotecario o el bibliotecario encargado de la web social*. Disponible en <https://www.julianmarquina.es/el-community-manager-bibliotecario-o-el-bibliotecario-encargado-de-la-web-social/>
- Martín, S. (2019). *Los hashtags más usados en Instagram*. Disponible en <https://metricool.com/es/hashtags-mas-usados-instagram/>
- Morato, Jorge; Sánchez-Cuadrado, Sonia y Fernández-Bajón, María-Teresa. (2016). Tendencias en el perfil tecnológico del profesional de la información. *El profesional de la información*, 25(2), 169-178.