

Bibliotecas 2.0 en Argentina: buenas prácticas y banco de experiencias

Yanina González Terán

Biblioteca de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata.

yaninagt@yahoo.com.ar

Carolina De Volder

Centro de Documentación e Información del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

carolina_devolder@yahoo.com.ar

Fernando Gabriel Gutiérrez

Biblioteca Central de la Universidad Nacional de Luján.

faquilinogutierrez@gmail.com

Fecha de publicación: Agosto de 2016

Resumen: Desde LABIAR 2.0 propiciamos un espacio de encuentro, debate y reflexión sobre los usos de la web social y social media en la práctica, los procesos y servicios bibliotecarios en Argentina. En el 2014 planteamos la creación de un mapa y un banco de experiencias donde recoger las prácticas que las bibliotecas argentinas hacen en la web social. El banco de experiencias documenta la información de un relevamiento dirigido a distintos tipos de bibliotecas argentinas. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario y las experiencias recolectadas refieren al uso de herramientas de la web social, sean de aplicación a nivel interno o dirigidas a la comunidad de usuarios en forma de productos o servicios a través de Internet. La información se volcó, sistematizó, organizó y difundió en el blog de LABIAR. Se utilizaron las funcionalidades de esta herramienta como formato de publicación, creando una entrada por cada aporte recibido. Se describirán los casos recolectados, detallando cómo utilizan las bibliotecas estas herramientas. Por último, y en base a las experiencias recogidas, se propondrán un conjunto de buenas prácticas, para el uso eficiente de los Social Media en las bibliotecas.

Palabras claves: SOCIAL MEDIA, WEB SOCIAL, REDES SOCIALES, BIBLIOTECA 2.0, BUENAS PRÁCTICAS, BENCHMARKING, ARGENTINA.

Abstract: From LABIAR 2.0 propitiate a meeting, debate and reflection on the uses of social media and social web in practice, processes and library services in Argentina. In 2014 we propose the creation of a map and a bank of experiences where collecting practices that Argentine libraries do on the social web. The bank of experiences documented information from a survey aimed at different types of Argentine libraries. Data collection was conducted through a questionnaire and collected experiences relate to the use of tools of the social web, they apply to internal or addressed to the user

community in the form of products or services over the Internet level. The information is overturned, systematized, organized and disseminated on the blog LABIAR. the features of this tool as a publishing format used, creating an entry for each input received. the collected cases will be described, detailing how libraries use these tools. Finally, based on the lessons learned, a set of best practices for the efficient use of Social Media in libraries is proposed.

Keywords: SOCIAL MEDIA, WEB SOCIAL, SOCIAL NETWORKS, LIBRARY 2.0, BEST PRACTICES, BENCHMARKING, ARGENTINA

a. Introducción

Web Social y bibliotecas

La cantidad de contenidos digitales que se generan minuto a minuto en la web son incontables. Es que la web ya no es igual que hace cinco o diez años atrás. Los cambios son cuantitativos y cualitativos: mayor cantidad de información y usuarios protagonistas que participan creando contenidos. Las aplicaciones y los dispositivos móviles se están convirtiendo en las principales plataformas de relación y comunicación entre las personas y las marcas e instituciones. Ya casi no existe institución que no refleje esta transformación en sus productos y servicios. La comunicación a través de medios digitales es una realidad, complemento de lo presencial, que hace una misma realidad a través de las múltiples pantallas y dispositivos. Es en este contexto que nos preguntamos cómo evolucionan y cambian las bibliotecas, su rol y la forma en que ofrecen tradicionales y nuevos servicios. En el transcurso de estos años hemos visto el salto cuantitativo de las bibliotecas: son muchas las que utilizan herramientas de la web social, en su mayoría sitios de redes sociales como Facebook y Twitter, pero aún se observa poca planificación y evaluación de éstos servicios. Por eso, a través de este trabajo queremos indagar sobre las prácticas que hacen las bibliotecas argentinas en la web 2.0 y ofrecer algunas recomendaciones.

La web social, posterior a lo que en un principio se llamó web 2.0 o web social (O'Reilly, 2005), se denomina también en la actualidad como *Social Media*, esta última denominación más utilizada pues está enfocada hacia la comunicación digital y a la interacción entre los contenidos y los usuarios, más que a la cuestión tecnológica de un comienzo focalizada solamente en la web.

Hace diez años atrás, algunas bibliotecas en el mundo comenzaron a sumarse a la web social de forma experimental a través del uso de diversas herramientas. Es así que en el año 2005, en varios trabajos académicos, aparece el concepto "biblioteca 2.0", para describir la incorporación de las tecnologías y la filosofía de la web 2.0 a las colecciones y servicios bibliotecarios (Margaix-Arnal, 2007). En un trabajo reciente Margaix-Arnal (2013), en relación a las bibliotecas universitarias 2.0 en España, concluye que la implementación de estas herramientas está en una fase de madurez,

después luego de atravesar una segunda etapa relativa a la expansión en el uso de servicios 2.0. Sin embargo, no podemos generalizar esta conclusión ni a todos los tipos de bibliotecas ni a las bibliotecas de nuestro país, ya que la realidad de cada país con respecto a la incorporación de las bibliotecas al mundo 2.0 es diferente.

Hasta el año 2010 en Argentina no se disponía de información sobre el uso de la web 2.0 hacen las bibliotecas argentinas y sobre qué herramientas y servicios digitales empleaban. En el año 2011 tres bibliotecarios llevaron a cabo un relevamiento para indagar ese aspecto focalizando la investigación en las bibliotecas universitarias (De-Volder-González Terán-Gutiérrez, 2012). A partir de ese trabajo, se formó el grupo de investigación y experimentación denominado “Laboratorio de Bibliotecas Argentinas en la Web Social” (LABIAR 2.0)¹, con el objetivo de conocer el uso que hacen las bibliotecas argentinas de la web social y de propiciar un espacio de intercambio y experiencias sobre temáticas vinculadas a estos temas.

LABIAR 2.0 tiene como objetivo principal, generar un ámbito que sirva de apoyo, referencia y construcción del conocimiento para que las bibliotecas apuesten a la apertura, la conversación, la comunicación, el aprendizaje permanente en todos sus espacios, virtuales y físicos mediante tecnologías sociales. Además intenta relevar los usos de las diferentes aplicaciones de la web social en unidades de información en Argentina; propiciar un espacio de intercambio entre bibliotecarios del país y de la región sobre temáticas vinculadas a la web social; y promover la filosofía del beta permanente que apuesta a la experimentación y el aprendizaje en todo momento.

El mapa de bibliotecas 2.0 en Argentina² fue creado en 2011 por el equipo de LABIAR 2.0 con el objetivo de reunir todas aquellas bibliotecas y unidades de información que utilizan herramientas de la web social y ofrecen servicios de información en las redes sociales. La información recolectada para conformar el mapa fue obtenida a través de un cuestionario que se creó con la herramienta formulario del servicio Google Drive, y contó con 11 preguntas referidas a la identificación de la unidad de información, identificación de herramientas y servicios de redes sociales utilizadas, cantidad de personal involucrado en su mantenimiento y gestión y periodicidad de publicación. La información del relevamiento fue volcada en un mapa utilizando los servicios de Google Maps. En el mapa se definieron capas para agrupar las bibliotecas que pertenecen a una misma categoría, para lo cual se ha utilizado la clasificación de bibliotecas de la UNESCO (UNESCO, 1970): bibliotecas nacionales, bibliotecas de enseñanza superior, bibliotecas escolares, bibliotecas especializadas y bibliotecas públicas (o populares). Dentro de las capas se organizan los marcadores en orden alfabético y según el tipo de biblioteca, y se establece además un suborden referido a su ubicación geográfica. En el grupo de bibliotecas escolares, populares y especializadas, se indica provincia, ciudad y partido y nombre de la biblioteca si lo posee; para el grupo de bibliotecas de educación superior, se establece un orden alfabético por sigla de la Universidad, seguido por el nombre de la

¹ LABIAR 2.0. (2015). [Blog] Laboratorio de Bibliotecas Argentinas en la Web 2.0. Disponible en: <https://labbiblioarg20.wordpress.com>

² Mapa de bibliotecas 2.0 en Argentina. Disponible en: <https://labbiblioarg20.com/mapa/>

Facultad, Departamento y/o Dependencia, y nombre de la Biblioteca si posee. A este grupo, también se sumaron las bibliotecas de enseñanza superior que no forman parte de una Universidad. A la fecha (agosto de 2016) el mapa está formado por 274 unidades de información que usan 404 herramientas. De cada biblioteca se provee la siguiente información: nombre, institución mayor de la cual depende, links a las herramientas que utiliza, ubicación geográfica, imagen de la biblioteca.

Desde LABIAR 2.0, y a través de este trabajo, nos proponemos ampliar el espectro de investigación incorporando en un nuevo relevamiento las diferentes prácticas que las unidades de información llevan adelante en cuanto a contenidos y prestación de servicios bibliotecarios en la web social. En esta oportunidad queremos presentar lo que hemos llamado el “Banco de experiencias” y sugerir algunas buenas prácticas o recomendaciones de uso que creemos pueden ser útiles para las bibliotecas.

Buenas prácticas y banco de experiencias

En términos generales, el *benchmarking* es definido como un proceso de evaluación para optimizar resultados, aprender de las experiencias de otros, o mejorar alguna metodología. Consiste en aprehender, adaptar e implantar métodos ya probados que han arrojado resultados positivos y revolucionarios en otras organizaciones. Se trata de emular, interiorizar y adaptar un modo de hacer a la propia organización y su cultura (Alonso-Arévalo, 2000).

Las buenas prácticas pueden ofrecer diferentes miradas de análisis y aplicación: como experiencias innovadoras, ser una filosofía, o una política, o una estrategia, o un programa y un proceso que resuelve un problema o crea nuevas oportunidades que impactan de manera positiva a las organizaciones. (Torres-Pérez, 2016).

El concepto se aplica a una gran variedad de entornos y actividades y refieren a las acciones que han dado resultados positivos en un determinado contexto y circunstancia. El sentido y valor de estas recomendaciones, toma especial relevancia cuando los actores que han sistematizado estas recomendaciones, las comparten en su entorno profesional. Las experiencias compartidas, hayan sido positivas o negativas, permiten a otros, con intereses y perfiles similares, replicar, mejorar y adaptar sus propias prácticas y experiencias.

Si bien las buenas prácticas, pueden replicarse en determinados contextos, la realidad de cada biblioteca puede derivar en alguna adaptación o simplemente despertar el interés o generar alguna idea que el tiempo puede materializar en un producto o servicio concreto.

Una buena práctica puede ser tal, pero no compartida. Si la buena práctica, es sistematizada y compartida, tiene un fuerte sentido el término 'recomendación', pues implica una acción. Una acción para otro, y en este caso se refiere a la colaboración y la cooperación entre las bibliotecas.

Por otro lado, el “Banco de Experiencias” creado por LABIAR 2.0 se ha planteado como un recurso que facilite la transferencia de conocimiento, y como un lugar donde sistematizar las experiencias y hacer visible las bibliotecas 2.0 en Argentina. Se trata de que cada institución pueda compartir sus proyectos, sus procesos y metodologías en el contexto de la implementación y actualización de servicios en la web social.

En este trabajo, las recomendaciones, o buenas prácticas se refieren a las particularidades que rodean a un servicio bibliotecario en la web social. Los aspectos a destacar, en el marco de las mejores prácticas, se referirán a la creación de un servicio, su mantenimiento y actualización, la evaluación del servicio, la gestión del tiempo, de los contactos, así como el uso responsable de los contenidos en la web.

- **Definir objetivos, normas de uso, estilo y un plan Social Media**

La presencia en redes sociales genera aún hoy muchos interrogantes: ¿por qué queremos estar? ¿disponemos de recursos para hacerlo? ¿qué implica crear y mantener un servicio 2.0 en nuestras bibliotecas? ¿qué tipo de contenidos compartir con mi comunidad de usuarios?. Hacernos estas y tantas otras preguntas, es un paso obligado para darle el marco a la hora de creación de un servicio en nuestras bibliotecas. El proyecto de creación debe incluir su fundamentación, explicitar los objetivos y pautas claras en cuanto a estilos en la comunicación de contenidos e interacción con los usuarios. Estas preguntas deben asociarse a la plasmación de un Plan Social Media de la biblioteca.

- **Seleccionar y evaluar herramientas para el servicio**

Las bibliotecas utilizan diferentes herramientas para diferentes propósitos. Buscan un equilibrio entre popularidad, las mejores prestaciones, facilidad de uso, agilidad en la actualización y mantenimiento de contenidos.

A la hora de evaluar y seleccionar herramientas 2.0 se recomienda:

- Monitorear resultados o dinámicas que otras bibliotecas comparten en el uso de aplicaciones.
- Definir un período de prueba para testear su funcionamiento.
- Crear un perfil de prueba que facilite conocer las prestaciones del servicio sin comprometer espacios virtuales de la biblioteca.

- **Gestionar contactos, búsquedas y hashtags**

La reputación y creación de la comunidad de la biblioteca, no solo depende de la calidad de contenidos que moviliza en sus espacios 2.0, sino del perfil definido en la web. Esto supone, además cómo y de qué manera interactúan con sus fuentes y contactos. Formar parte de la comunidad implica gestionar suscripciones, seguir determinados perfiles, marcar favoritos o me gusta, (re)compartir contenidos publicados por otros usuarios, entre otras acciones que nos vinculan a la

comunidad de la propia red social. Seguir búsquedas, utilizar o compartir hashtag son diferentes estrategias para crear y cultivar nuestra comunidad de usuarios.

- **Gestionar licencias y derechos de autor**

Como profesionales de la información, estamos comprometidos a asegurar y promover la libre circulación y acceso a la información, al conocimiento y a la cultura. Vivimos en un Estado de Derecho, donde todas nuestras acciones se regulan bajo un marco jurídico, en muchos casos la legislación vigente genera una tensión entre los derechos de autor y los derechos de los usuarios sobre el uso, acceso y consumo a la información que circula en la web. En este orden de cosas, es necesario enmarcar nuestra actividad de servicios de información en la web social bajo la norma jurídica vigente, y parte de nuestra tarea es discernir, cuáles de todas las fuentes disponibles, son válidas para promover el uso responsable y acceso a sus contenidos en espacios de la web social.

- **La gestión del tiempo. Conectar aplicaciones y optimizar el uso de navegadores**

Uno de los motivos más recurrentes manifestado por bibliotecarios a la hora de implementar servicios 2.0 es la falta de tiempo, para coordinar y mantener un espacio en la web 2.0. Es vital la gestión del tiempo en nuestro trabajo diario, máxime si en las bibliotecas faltan recursos humanos, o no hay una política de capacitación del personal. El éxito de un servicio depende de su planificación, de su mantenimiento y actualización. Estas tareas requieren ser llevadas adelante por personal capacitado que reúna ciertas cualidades, actitudes y aptitudes para manejarse en espacios digitales. Muchas redes sociales del tipo Facebook o Twitter, permiten integrarse y conectarse de manera que los contenidos se repliquen. Esto facilita la llegada a una amplia y diversa comunidad de usuarios. Asimismo, utilizar todas las prestaciones que ofrecen los navegadores y que facilitan la gestión del tiempo y permiten reorganizar, detectar, marcar contenidos de interés. Incorporar el uso de extensiones o complementos del navegador, optimiza la gestión de los servicios, los cronogramas de publicación y el trabajo en equipo para mantener los espacios virtuales.

- **Evaluación, métricas y monitorización**

La evaluación, monitoreo y seguimiento de los perfiles de las diferentes servicios de la web 2.0 es útil para identificar si la biblioteca está consiguiendo los objetivos que se ha propuesto. Para medir existen diferentes métricas e indicadores (González Fernández-Villavicencio, 2014). A grandes rasgos estos son los pasos que recomendamos para la evaluación de las diferentes herramientas:

- Definir el objetivo (medible) de la evaluación
- Establecer indicadores
- Elegir las herramientas adecuadas para la evaluación
- Analizar los resultados.

Sino se llevan a cabo estas cuestiones es posible de perder el rumbo y descuidar la relación y la imagen que se crea con el usuario. El monitoreo y las métricas son importantes para monitorizar no solo nuestro perfil sino también medir el impacto de nuestro trabajo y calcular nuestra influencia y

nuestra reputación. Los datos recabados en el monitoreo y evaluación pueden ser beneficiosos para calcular de qué manera se están logrando los objetivos de la biblioteca; para mejorar el “*engagement*”³ a través de los contenidos e interacciones que se generan, y para tratar de anticiparse lo antes posible a crisis comunicacionales 2.0.

b. Metodología

Planteamos la creación de un Banco de Experiencias de bibliotecas argentinas en la web social, para recoger información de las herramientas que utilizan y las prácticas que desarrollan en las redes sociales. El banco pretende formar un espacio colaborativo y de intercambio donde compartir los proyectos y las experiencias de las bibliotecas argentinas en espacios de la web.

Para la recopilación de los datos se realizó con un cuestionario de 11 preguntas abiertas, creado con los servicios de *Google Drive*. El formulario fue enviado a las bibliotecas que participan en el mapa, invitándolas a ampliar con más detalles la información sobre los servicios que brindan en la web social, y sistematizar esos contenidos en el Banco de Experiencias. Las experiencias podían referirse al uso de herramientas de la web social, sean de aplicación a nivel interno o dirigidas a la comunidad de usuarios en forma de productos o servicios a través de Internet.

Los aportes de las bibliotecas que participaron son documentadas en el blog de LABIAR 2.0 para facilitar su organización, su búsqueda y difusión. Se trata de un recurso, disponible para la comunidad bibliotecaria, que permite sistematizar y hacer visible las bibliotecas argentinas que implementan servicios en redes sociales, y desean compartir sus proyectos, sus procesos y experiencias.

El Banco de Experiencias y el Mapa, en permanente actualización y relevamiento abierto, se vinculan y complementan entre sí, ya que se actualiza la información de cada marcador en el mapa cuando una biblioteca participa en el Banco de Experiencias: se agrega enlace al post con la experiencia compartida, y se cambia el icono del marcador para destacar su participación.

c. Resultados y discusión

El banco de experiencias está compuesto a la fecha (agosto 2016) por 30 bibliotecas argentinas de las cuales 9 son populares/públicas, 9 universitarias, 8 escolares y 4 especializadas, ubicadas en 9 provincias diferentes, representadas los gráficos 1 y 2.

³ Utilizamos el término “*engagement*” para referirnos a la participación e interacción de los usuarios con la biblioteca en la web social. (González Fernández-Villavicencio, 2014).

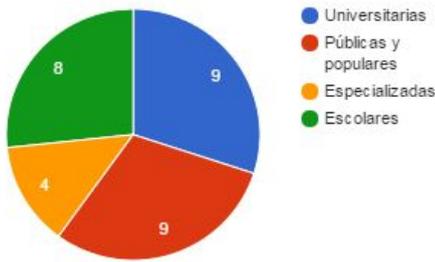


Gráfico 1. Bibliotecas participantes-Tipos participantes

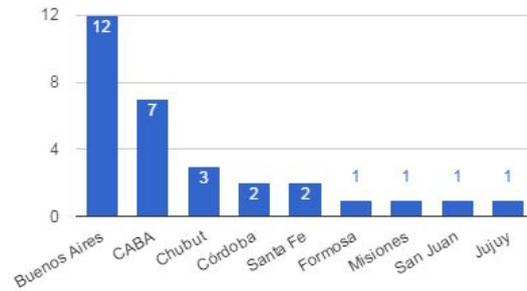


Gráfico 2. Zona geográfica de las bibliotecas participantes

En cuanto a las herramientas utilizadas, de la misma forma que en nuestro mapa, predomina el uso de las redes sociales encabezando Facebook (24/30), seguido por Twitter (12/30) y en menor medida los blogs (8/30), los sitios de almacenamiento como Youtube y Vimeo (6/30), Slideshare (4/30), Issuu (1/30) entre otros servicios y herramientas (gráfico 3).

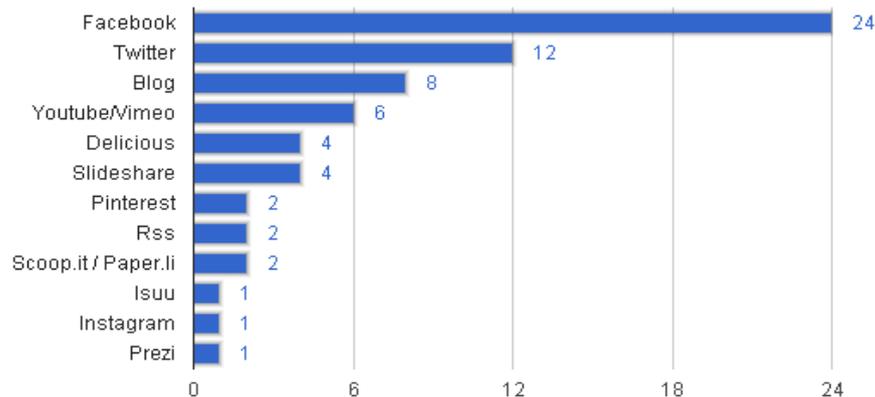


Gráfico 3. Herramientas utilizadas

La pregunta acerca de los motivos de uso (preg. 2), es decir por qué decidieron utilizar estas herramientas y para quienes fue pensado el servicio, arrojó los siguientes resultados: la mayoría de las bibliotecas coincidieron en los siguientes motivos:

- Su carácter gratuito, instantaneidad y ubicuidad
- Generar mayor visibilidad, acercamiento y vínculos con los usuarios
- Son herramientas que ya usan los usuarios, herramientas populares
- Lograr mayor participación, colaboración y comunicación con los usuarios
- Necesidad de llegar a un público más amplio y de hacer más conocida la biblioteca
- Atraer nuevos usuarios

- Promocionar la biblioteca

Otros motivos mencionados fueron: adaptar la biblioteca a la evolución, al cambio; compartir servicios, productos y experiencias con los usuarios; para ofrecer servicios virtuales; fácil uso; ofrecer un servicios 7/24; llegar a los usuarios que cada vez visitan menos la biblioteca; agilizar la comunicación interna.

En referencia al público para quien fue pensado el servicio, la mayoría de las bibliotecas respondieron que fue para el público en general. También mencionaron a los integrantes de la biblioteca y a otras bibliotecas.

Acerca de qué tipo de información difunden a través de estas herramientas y servicios, la mayoría de las bibliotecas respondieron que lo hacen para comunicar y difundir:

- Eventos y actividades desarrolladas en la institución
- Novedades bibliográficas
- Noticias e información de actualidad y de la institución mayor
- Servicios y productos de la biblioteca
- Noticias culturales y bibliotecarias

Además mencionaron que a través de las herramientas utilizadas difunden: efemérides, recomendaciones bibliográficas, noticias e información general, información sobre temas específicos relacionados con la institución, las diferentes colecciones de la biblioteca, información académica, videos tutoriales y cursos, herramientas o información relacionada con las nuevas tecnologías.

En cuanto a la continuidad en los servicios (preg. 4), la mayoría (23/30) no han discontinuado sus servicios. Las bibliotecas que lo discontinuaron fueron:

- 3 bibliotecas escolares, por falta de tiempo y personal
- 3 bibliotecas escolares por falta de conexión a internet
- 1 biblioteca especializada, el blog, porque requería mucho esfuerzo y no era consultado
- 1 biblioteca universitaria, G+ porque no era consultado
- 1 biblioteca universitaria, Delicious, por la discontinuidad en sus servicios

En cuanto a la relación con la institución mayor (preg. 5), la mayoría (21/30) es de independencia y autonomía en donde la institución mayor acompaña el proceso de las bibliotecas. Otras respuestas fueron: Favorable, de valoración, respeto y confianza, Poca o ninguna relación (3 respuestas), La institución mayor pauta el uso de la información institucional, supervisa (2 respuestas), La Biblioteca también publica información en los canales de la institución mayor (3 respuestas), La institución mayor aún tiene algunos prejuicios sobre el uso de estas herramientas (1 respuesta)

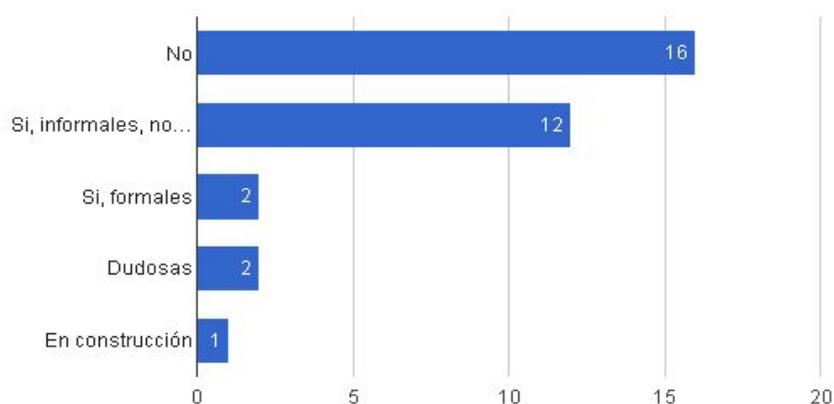


Gráfico 4. Definición de políticas

En cuanto a la definición de políticas (preg. 6), la mayoría de las bibliotecas no las ha definido aún (16/30). Otro grupo de bibliotecas (12/30) ha definido políticas informales, de uso interno. Solo dos bibliotecas poseen políticas formales y 1 biblioteca se encuentra definiéndolas (gráfico 4).

En relación a la capacitación (preg. 7) la mayoría de las bibliotecas se capacitan en temas relativos a la web social y las redes sociales (20/30). La forma en que se capacitan varía entre el autoaprendizaje, a través de la lectura de papers, asistencia a congresos y jornadas, webinarios, blogs, etc (12/30), la asistencia a cursos formales virtuales o presenciales (10/30) y los cursos y capacitaciones recibidas a través de la CONABIP (4/30).

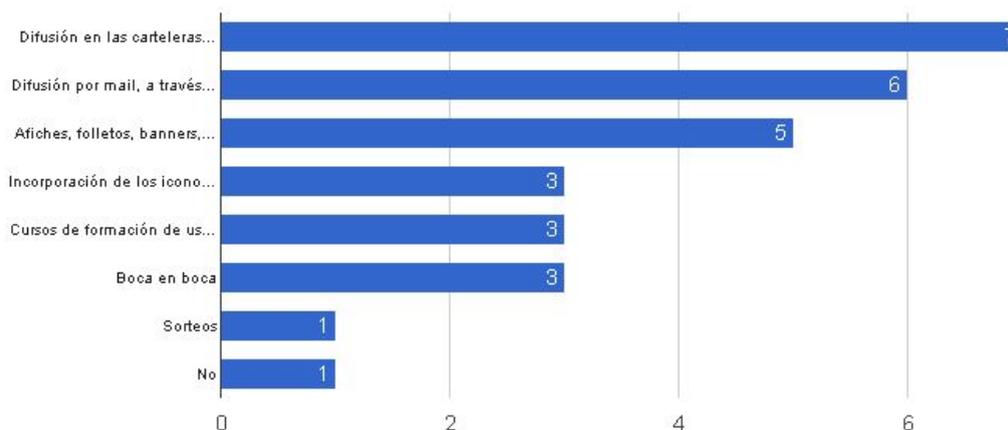


Gráfico 5. Márketing / Difusión

En relación a las campañas de **marketing** (preg. 8) y/o difusión de las herramientas, la mayoría de las bibliotecas reconoce que no tiene un plan específico de marketing, pero que sí realiza diferentes actividades aisladas para difundir las diferentes herramientas de la web social utilizadas. Por ejemplo, se mencionaron: difusión en las carteleras de la biblioteca o de la institución mayor; difusión por mail, a través de boletines; Afiches, folletos, banners, señaladores; Incorporación de los

iconos en los sitios web de la biblioteca; Cursos de formación de usuarios; Boca en boca y Sorteos (gráfico 5)

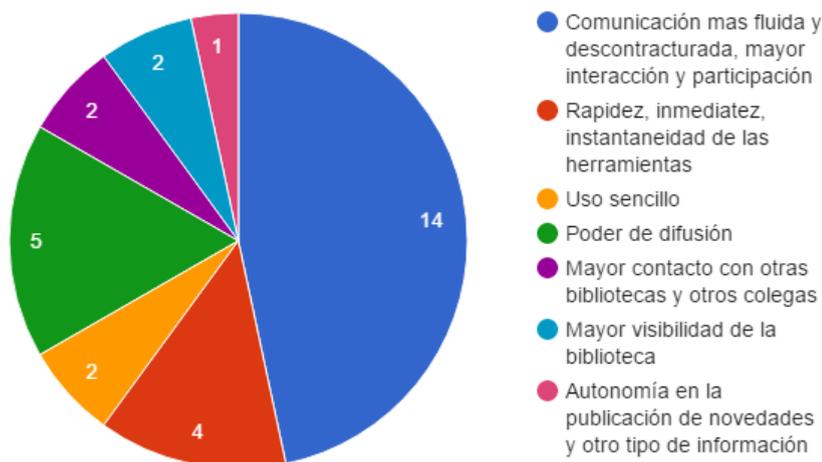


Gráfico 6. Beneficios de la implementación, uso y gestión

En relación a los beneficios (preg. 9), la mayoría de las bibliotecas (14/30) coincidió en que el uso de las herramientas favorece la comunicación, haciéndola más fluida y descontracturada y logrando una mayor interacción y participación de los usuarios. Otros beneficios mencionados fueron: la rapidez, inmediatez e instantaneidad de las herramientas; su uso sencillo; el poder de difusión; el mayor contacto con otras bibliotecas y colegas; la mayor visibilidad de la biblioteca y la autonomía en la publicación de novedades y otro tipo de información. (gráfico 6)

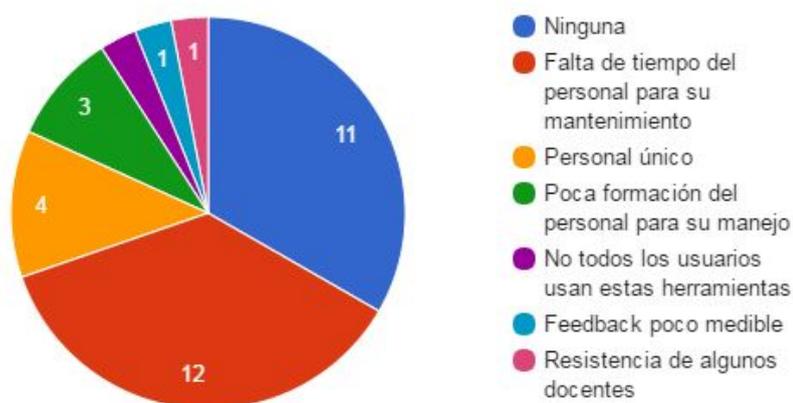


Gráfico 7. Dificultades en su implementación, uso y gestión

En cuanto a las dificultades (preg. 10) la mayoría de las bibliotecas (12/30) coincidió en la falta de tiempo del personal para su mantenimiento y gestión. Otras dificultades mencionadas fueron: incapacidad para su implementación y mantenimiento debido a que en la biblioteca hay personal único; poca formación del personal para su manejo; resistencia por parte de los usuarios (docentes);

feedback poco medible y el uso no extendido de las mismas por parte de todos los usuarios (gráfico 7)

d. Conclusiones

A través del banco de experiencias buscamos dar a conocer las buenas prácticas en general, y en las redes sociales en particular que llevan adelante las bibliotecas argentinas. Este recurso conforma, junto al mapa de bibliotecas 2.0 una herramienta sistematizada de información abierta con posibilidad de consulta, que reúne el saber y el hacer de bibliotecas argentinas bajo un vocabulario común en el entorno de la web social.

Los recursos presentados ofrecen a las bibliotecas, y sobre todo a los bibliotecarios argentinos, una fuente de consulta permanente y en constante evolución que replique o permita adaptar las experiencias de otros, teniendo en cuenta sus contextos y realidades de actuación. Se espera avanzar en este sentido y seguir enriqueciendo estas iniciativas.

Las buenas prácticas son puntos recomendados, una guía para comenzar a explorar y mejorar las acciones 2.0 que las bibliotecas pueden realizar siempre pensando en brindar mejores servicios a los usuarios. No son recetas para tener en cuenta, sino un conjunto de ideas que compartimos a través de nuestra experiencia a través del análisis y recopilación del uso que hacen las bibliotecas en la Web Social.

Detectamos que una de las acciones de buenas prácticas es la necesidad de planificar la actividad 2.0 que realiza una biblioteca en los *Social Media*. Esto supone armar un plan o planeamiento para la gestión de las herramientas 2.0 y su actuación en las redes sociales: es focalizar en un Plan Social Media. Este Plan debe incluir el monitoreo no solo de cantidades de interacción y movimientos en los espacios, sino también de la calidad de las intervenciones y la búsqueda del “*engagement*” con los usuarios.

También queremos distinguir, a su vez, la evaluación permanente y la medición del impacto a través de métricas que debería realizar las bibliotecas. No tener en cuenta estas dos cuestiones, como aclaramos anteriormente, se corre el riesgo de ir sin rumbo, dejar de lado al usuario y quedar en la experimentación permanente sin la posibilidad de cuidar esos espacios, se aleja aún más la biblioteca de la comunidad en el mundo digital y que podría repercutir en el presencial.

La mayoría de las bibliotecas en nuestro banco de datos, expresaron que el mayor beneficio al estar en los espacios de la Web Social es favorecer la comunicación fluida y la interacción con los usuarios. Ambas cuestiones marcan el camino por donde debemos orientar a las bibliotecas en los espacios dinámicos de la cultura digital. Tratar de lograr los objetivos principales de la biblioteca:

aumentar exponencialmente las consultas de las diferentes colecciones y el uso todos de los servicios bibliotecarios, tanto en forma presencial como digital.

e. Referencias bibliográficas

- Alonso-Arévalo, Julio and Martín Cerro, Sonia. (2000). *Benchmarking : una herramienta para gestionar la excelencia en las bibliotecas y los servicios de información. 3ras. Jornadas de Bibliotecas Universitarias de Castilla y León. Burgos. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/4963/1/5.htm>*
- De-Volder, Carolina; González-Terán, Yanina y Gutiérrez, Fernando-Gabriel. 2012. Las bibliotecas universitarias argentinas en la web 2.0 [en línea]. E-LIS [Citado 15 Ago 2015]. Disponible en Worl Wide Web <http://eprints.rclis.org/17004/>
- González Fernández-Villavicencio, N. 2009. [Bibliotecas 2.0 en España] [Google Maps] Disponible en World Wide Web <http://maps.google.es/maps/ms?ie=UTF8&oe=UTF8&msa=0&msid=109130415980014096042.0004623b7b3535faff284>
- González Fernández-Villavicencio, N. 2014. La rentabilidad de la biblioteca en la web social. 2014. GREDOS [en línea] [Citado 14 Sep 2015]. Disponible en World Wide Web <http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/125114>
- LABIAR 2.0 (2014). Recomendaciones para el buen uso de twitter por parte de las bibliotecas. Disponible en: <https://labiblioarg20.com/2014/02/24/recomendaciones-para-el-buen-uso-de-twitter-por-parte-de-las-bibliotecas/>
- LABIAR 2.0 (2016). Bibliotecas 2.0 en Argentina. Mapa en Google: https://www.google.com/maps/d/edit?hl=es-419&authuser=0&mid=1J6eDAn_ZSG8euB53aCJ_Gs7LBrH0
- Laudano, Claudia Nora; Corda, María Cecilia; Planas, Javier A; Kessler, María Inés. 2016 Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. Revista Interamericana de Bibliotecología [en línea]. vol. 39, n° 1, p. 23-37. [Citado 29 Agos 2016]. Disponible en World Wide Web <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/view/25421/20981>
- Margaix-Arnal, Dídac. 2007. Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. El profesional de la información [en línea], vol. 16, n°2, p.95-106 [Citado 14 Sep 2015]. Disponible en World Wide Web <http://eprints.rclis.org/9521/1/kx5j65q110j51203.pdf>

- Margaix-Arnal, Dídac. 2013. Los Social Media en las bibliotecas universitarias españolas: su presencia y las guías de usos y estilo. BULERIA [en línea], [Citado 14 Sep 2015]. Disponible en World Wide Web <https://buleria.unileon.es/handle/10612/2847>
- O'Reilly, T. 2005. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. [en línea]. O'Reilly Media [Citado 14 Sep 2015]. Disponible en World Wide Web <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- REBIUN (2014). Manual de buenas prácticas en redes sociales. Red de Bibliotecas Universitarias Españolas. Disponible en: http://www.rebiun.org/documentos/Documents/IIPE_2020_LINEA3/IIPE_Line3_Manual_Buenaspracticas_redes_sociales_2014.pdf
- Torres-Pérez, Myrna Lee; Martínez-Equihua, Sául; Villegas-Ceballos, Santiago (2016). Buenas prácticas y modelos destacados en las Bibliotecas latinoamericanas (Best practices and models from Latin America). Disponible en: <http://www.infotecarios.com/best-practices-and-models-from-latin-america/>
- UNESCO. 1970. Recomendación sobre la normalización internacional de las estadísticas relativas a las bibliotecas, pp. 151. EN: Actas de la Conferencia General. 16a reunión 12 de octubre -14 de noviembre, París. [en línea]. UNESDOC [Citado: 14 Sep 2015]. Disponible en Worl Wide Web: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114046s.pdf>
- Universitat Jaume I. Biblioteca (2013). Manual de Uso y Buenas Prácticas de las Redes Sociales de la Biblioteca de la Universitat Jaume I. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/86969/ManualdeusoredessocialesBiblioUJ1.pdf?sequence=1>