

IX Encuentro de Agentes de Bibliotecas y Bibliotecarios del Mercosur “El desafío de las Bibliotecas en la Comunidad Digital”
Parque del Conocimiento
Biblioteca Pública de las Misiones
EJE N° 1: Redes sociales y bibliotecas
26 al 28 de octubre de 2021

Planificar y sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias

Milagros Pandolfo milagropandolfo@ufasta.edu.ar - Biblioteca Universidad FASTA
Mar del Plata

Rocío Aguilera rocioaguilera@ufasta.edu.ar - Biblioteca Universidad FASTA
Mar del Plata

Resumen

Nuestro trabajo intenta compartir y dar cuenta de la planificación y sistematización en redes sociales que venimos realizando en la biblioteca de la Universidad FASTA de Mar del Plata durante el contexto de pandemia por Covid 19. Hemos utilizado un esquema de trabajo de 5 etapas: 1) Definición de objetivos y prioridades; 2) Generación de hoja de trabajo; 3) Calendarización; 4) Búsqueda de imágenes y creación de plantillas y 5) Publicación. En cuanto a los contenidos publicados proyectamos los siguientes: efemérides, difusión de servicios, tips de conservación, tips de búsquedas, humor, frases, interacción.

La planificación nos permite mantener una presencia constante en redes sociales y al mismo tiempo simplificar el proceso de difusión, garantizar una variedad de publicaciones de calidad y optimizar el tiempo. No obstante, entendemos que no se trata de una receta cerrada sino un desarrollo continuo.

Palabras clave: Redes sociales - Biblioteca universitaria - Gestión de contenidos - Planificación

Introducción

La presencia de la biblioteca en las redes sociales es importante porque le otorga visibilidad, posicionamiento, reputación y permite crear comunidad. Las redes

funcionan como herramienta para difundir *la imagen que queremos dar a conocer*. Es por eso que desde la biblioteca de la universidad FASTA de Mar del Plata intentamos tener presencia de forma activa, original, creando contenido propio y buscando interactuar con los usuarios. Y para ello hemos diseñado una planificación específica.

Las publicaciones no se dejan libradas al azar sino que de antemano diseñamos las plantillas, redactamos los textos y calendarizamos las publicaciones con el objeto de optimizar el tiempo y no duplicar esfuerzos.

Esto nos permite dirigir nuestras acciones hacia la búsqueda de un mayor rendimiento en línea, como también establecer objetivos, orientar las publicaciones al público particular al que nos dirigimos, definir qué herramientas y contenidos haremos llegar a ese público, y conocer qué de todo lo que compartimos es lo que más les gusta e interesa.

No podemos dejar de mencionar que con la pandemia por Covid-19 el escenario mundial ha virado nuestras acciones al trabajo puramente virtual y en ese sentido es que comenzamos a reactivar las redes pero con criterio de sistematizar procesos productivos en los aspectos mencionados.

Trabajo en equipo

La gestión de contenidos en redes sociales no puede ser llevada a cabo por una sola persona. La realidad marca que hay bibliotecas que trabajan con personal reducido pero una unidad de información solo puede funcionar plenamente cuando existe un equipo de trabajo garantizando el desarrollo de actividades y servicios.

Las redes sociales requieren dedicación y trabajar ellas a lo largo del tiempo puede ser desgastante, sobre todo si no hay una planificación y trabajo en conjunto. Pensemos en la cantidad de actividades que se realizan a diario en una biblioteca. Solo en nuestra unidad de información podemos mencionar: procesos técnicos, atención al público, servicio de préstamo y devolución, sector de encuadernación y restauración, gestión del repositorio institucional, servicios digitales, búsqueda de recursos de información, actualización de los sistemas, entre otras. Además de que el trabajo diario siempre está sujeto a cambios de rumbo debido a las modificaciones en las disposiciones del Estado en relación al Covid, se suman las urgencias e imponderables propios del ámbito académico en el que la biblioteca está inmersa.

Es muy difícil condensar la socialización de toda esta información en un solo individuo y lograr una comunicación que sea asertiva y que a la vez resulte atractiva para generar interacción con los usuarios. Si se quiere generar un impacto, las redes sociales implican un compromiso de todas las áreas de la biblioteca.

Al comienzo del 2021, con la ampliación del equipo bibliotecario en la universidad FASTA, se comenzó a trabajar en la actualización de las redes sociales. Tomamos como base un cuadernillo digital producido por Carolina De Volder¹, que nos brindó algunas pautas que no habíamos tenido en cuenta anteriormente como la calendarización. A partir de allí, comenzamos con la sistematización de publicaciones partiendo de algunos interrogantes: ¿para qué planificamos?, ¿a qué público objetivo le hablamos?, ¿cuál es el contenido acorde para cada red social?, ¿cómo deberíamos diagramar la información según el día de la semana?.

Antes de “relanzar” las redes, generamos contenido para varios meses en una planilla de cálculo compartida en Google Drive. El objetivo que establecimos con esta planificación fue el de contar con un banco de contenidos disponible para optimizar el proceso de comunicación en redes sociales. Nos abocamos en días específicos a la tarea de pensar las publicaciones, diseñar las plantillas y escribir los textos que acompañan cada posteo. De este modo, hoy publicar en redes sociales nos lleva unos pocos minutos y garantizamos una presencia periódica frecuente en Instagram y Facebook.

En relación a la frecuencia de publicación, nos propusimos publicar todas las semanas, al menos una vez. Los días de publicación van rotando pero siempre mantenemos una constancia.

Etapas de la planificación

- **Etapa 1 - Definición de objetivos y prioridades:** establecimos aquellos puntos que queríamos fortalecer en el uso de nuestros canales de comunicación, el público al que apuntamos y qué acciones queríamos generar,

¹ De Volder, Carolina, 2020. Instagram para bibliotecas. Mini guía para mejorar lo estratégico, lo visual y lo textual. Aprender3C

planteamos la cantidad de publicaciones necesarias para mantener una presencia regular.

- **Etapas 2 - Generación de hoja de trabajo:** en una planilla de cálculo armamos la estructura de los pasos a seguir. Definimos los tipos de contenido, escribimos las publicaciones y consignamos los hashtags correspondientes a cada publicación.
- **Etapas 3 - Calendarización:** determinamos la frecuencia de publicación, estableciendo fechas y horarios. Definimos los contenidos de las publicaciones con anticipación. De esta forma, dejamos a un lado la improvisación y el apuro y planificamos ordenadamente el contenido de nuestras redes. Y así podemos usar y gestionar el tiempo más efectivamente.
- **Etapas 4 - Búsqueda de imágenes y generación de plantillas:** creamos plantillas para cada categoría temática mediante el software de diseño gráfico Canva. Con esto buscamos darle identidad gráfica a cada tipo de publicación de modo que cada plantilla se asocie estéticamente con el mensaje. La idea es que poco a poco el público reconozca de qué publicación se trata también de forma visual.
- **Etapas 5 - Publicación:** unimos las gráficas, los textos y los hashtags. Esta acción la realizábamos de forma manual en cada red social hasta que surgió el gestor de Facebook Suite para programar los posteos e historias ya definidas. Al haber realizado los pasos correspondientes a las cuatro etapas anteriores, la acción de publicar nos lleva solo unos minutos.

Planificación semanal de contenidos

En la etapa de calendarización, planificamos bloques específicos de acciones según el día de la semana. Abordamos publicaciones orientadas a conectar, atraer, informar, formar y entretener.

Lunes - Frases: publicamos frases inspiradoras de escritores, activistas y otras personalidades relevantes en el ámbito de la bibliotecología y la universidad para motivar a nuestra comunidad en el inicio de semana.

Martes - Difusión de servicios y recursos de información: en este caso, buscamos difundir servicios y recursos digitales con los que cuenta la biblioteca. Generamos nueva información pero también recuperamos algunos textos de publicaciones anteriores realizadas por la biblioteca y los actualizamos en la medida que fue necesario.

Miércoles - Interacción: apuntamos a hacer un llamado a la acción mediante trivias, encuestas, juegos, preguntas y respuestas y sugerencias que impliquen un intercambio con nuestros usuarios y seguidores.

Jueves - Tips de búsqueda / Tips de conservación: buscamos formar a nuestros usuarios brindándoles pautas acerca de cómo acceder a la información para desenvolverse con solvencia en las distintas plataformas que manejamos.

Las recomendaciones de conservación surgen ante la preocupación de ver algunos libros maltratados y la consecuente necesidad de concientizar a nuestra comunidad usuaria en el cuidado de los libros, no solo porque pertenecen al patrimonio institucional sino por consideración a otros compañeros. Asimismo, aprovechamos la capacitación profesional de las bibliotecarias en el campo de la conservación y restauración. Es por eso que ofrecemos consejos acerca de la forma de tratar a un libro, por qué no es recomendable utilizar etiquetas y cintas adhesivas, realizar subrayados, etc.

Viernes - Humor: publicamos contenido informal para el cierre de semana. Este contenido tampoco es azaroso, sino que seleccionamos memes y viñetas que tengan que ver con el universo académico, de la información, los libros y las bibliotecas.

Efemérides: la planificación semanal sufre modificaciones si hay una fecha patria o algún acontecimiento importante, en cuyo caso el recordatorio de ese aniversario reemplaza la publicación del día pautado.

Acciones complementarias

La biblioteca trabaja con una serie de recursos digitales alojados en distintas plataformas web. Por citar algunos ejemplos, el acceso a nuestro catálogo en línea de Koha se da mediante el sitio web de la universidad; contamos con revistas académicas y otros recursos digitales abiertos en el marcador social Pearltrees; enlazamos el acceso a la solicitud de turno en la descripción de Whatsapp; etc.

En este último caso, podemos mencionar que es el canal de comunicación más utilizado. Empleamos Whatsapp a diario, su uso está muy aceptado y la comunicación con los usuarios es asertiva. A pesar de que la biblioteca cuenta con un espacio propio dentro de la web de la universidad, la mayoría de nuestros usuarios no acceden a nuestros recursos de forma espontánea y autónoma, sino que realizan consultas por este medio o por correo electrónico solicitando la información.

Nuestro público objetivo es la comunidad universitaria de FASTA que se encuentra compuesta mayoritariamente por estudiantes jóvenes que utilizan Instagram. Consideramos que esta red social era un canal de comunicación con nuestros usuarios que debíamos explotar. Esta plataforma tiene muchas posibilidades pero cuenta con una gran desventaja: solo permite establecer un hipervínculo en la información de perfil. Fue en la búsqueda de esta actualización o “relanzamiento” de nuestras redes que descubrimos una herramienta para condensar nuestros enlaces más relevantes en Instagram: **Linktree**.

Linktree es una página de inicio de referencia de redes sociales que nos permitió reunir los recursos que integran la biblioteca digital e información indispensable en un solo lugar y ponerla a disposición de nuestros usuarios en la plataforma que ellos más utilizan. De esta manera, logramos que desde un “hábitat común” como resulta ser Instagram para nuestra comunidad usuaria, se pueda acceder al catálogo en línea, repositorio digital, recursos digitales abiertos, solicitud de turno, centro de recursos de aprendizaje e investigación como así también enlace a Facebook y el sitio web de la universidad.

Otra de las acciones complementarias que llevamos adelante a la hora de publicar y que han simplificado mucho nuestra tarea fue la utilización de la herramienta Business Suite de Facebook. Previo a este lanzamiento, investigamos softwares para automatizar las publicaciones en Facebook e Instagram como el Hootsuite pero no encontramos ninguno que logre satisfacer nuestras necesidades. Afortunadamente, la red social de Zuckerberg inauguró el Business Suite que permite administrar desde un solo lugar las cuentas conectadas de Facebook e Instagram y también programar una misma publicación para ambas redes. Esto evita la duplicación del trabajo y posibilita inclusive efectuar modificaciones para ajustar el texto a cada red social particular. Por ejemplo, acortar el texto que acompaña a la imagen en Instagram, considerando que en esa red social se suele leer menos cantidad de texto. Con esta herramienta nos abocamos una jornada laboral a programar las publicaciones de todo el mes quedando entonces más tiempo para abocarnos al resto de nuestras tareas.

Por último, otra de las tareas que llevamos a cabo fue adecuar las cuentas de perfiles seguidos en Instagram. Este proceso de filtrado implicó comenzar a seguir aquellas cuentas que comparten contenido de interés para la biblioteca y la universidad, como otras unidades de información o instituciones afines, y dejar de seguir perfiles publicitarios, comerciales o cuentas personales que generaban “ruido” en el feed.

Conclusión

Implementar una planificación nos permite mantener una presencia constante en redes sociales. Conseguimos sistematizar y simplificar el proceso de publicación, garantizar una variedad de posts de calidad y optimizar el tiempo. Pero, a la vez, entendemos que no se trata de una receta cerrada sino un desarrollo continuo. Es por ello que seguimos formándonos y propiciando intercambios acerca de cómo mejorar la presencia en redes y no soslayamos la posibilidad de realizar estudios de usuarios en el plano digital.

La biblioteca necesita mejorar la visibilidad que tiene en las redes sociales. Hemos logrado mejorar el intercambio con nuestros seguidores y usuarios pero todavía encontramos problemas para generar una retroalimentación fluida debido a que la comunicación no suele tener muy alto impacto.

Como profesionales de la información debemos aprehender la lógica de comunicación de los usuarios en cada plataforma para tener una llegada más certera. Es necesario no perder de vista que es un trabajo que requiere dedicación y continuidad, no se puede tener “éxito” en las redes de la noche a la mañana. Por eso, necesitamos seguir trabajando en estrategias de interacción con el usuario en vez de simplemente proyectar nuestra imagen en las redes como vidriera de nuestras actividades. Generar una comunidad digital es el nuevo desafío.

Bibliografía

De Volder, Carolina. (2021). *Cómo planificar el año en las redes sociales*. Buenos Aires: Aprender 3C.

De Volder, Carolina. (2021). Instagram para bibliotecas. Mini guía para mejorar lo estratégico, lo visual y lo textual. *Aprender 3C*.
<http://aprender3c.org/instagram-para-bibliotecas/>

Gutiérrez, F. G. (10 de marzo de 2017). 11 acciones para usar Instagram desde las bibliotecas. *Infotecarios*.

<https://www.infotecarios.com/acciones-instagram-biblioteca/#.YVNQNNMLcc>

Gutiérrez, F. G. (2018). Gestión de redes sociales en bibliotecas: reflexiones urgentes. *Infotecarios*.

http://eprints.rclis.org/33229/1/Gesti%C3%B3n%20de%20redes%20sociales%20en%20bibliotecas_%20reflexiones%20urgentes.pdf