

¿Cómo te hace sentir tu biblioteca? ¿Qué emociones te transmite?

ANA NIEVES MILLAN

Esta mañana leyendo una noticia sobre *branding* en la vanguardia digital me han surgido las preguntas que dan título a este post. Me gustaría destacar el siguiente fragmento de la noticia de la que tomo ideas: “Al final, las emociones son las que nos movilizan o las que nos frenan, lo que nos lleva a hacer algo especial o a quedarnos quietos. El branding eficaz y exitoso es aquél que pueda hacer tangible lo intangible. Hay que tener en cuenta que la gente olvida lo que se le dice o lo que se le hace, pero hay una cosa que la gente nunca olvida: cómo se le hizo sentir.” Al leer esta idea me he acordado de la experiencia que tuve cuando me regalaron el libro crujiente para mi hijo el otro día en la biblioteca, lo que me hizo sentir sin duda feliz y agradecer este gesto amable del bibliotecario que me lo regaló ante la llegada de un nuevo lector. Igualmente también he tenido experiencias que tal vez se calificarían con emociones menos positivas como cualquier otra persona interactuando con la biblioteca.

Recordándolo me ha parecido interesante reflexionar sobre la aplicación de la gestión de emociones para mejorar el branding que se hace desde las bibliotecas. Seguramente si se le preguntara a nuestros usuarios por las emociones que sienten cuando acuden, interactúan con la biblioteca, su personal o sus instalaciones tendríamos una imagen cuando menos curiosa que nos podría dar un amplio abanico desde la felicidad que aseguran algunos informes en Estados Unidos por quienes son usuarios más asiduos de la biblioteca pasando por el enfado o la ira que hayan podido generar una mala atención, u otras serie de emociones que tal vez se vean reflejadas en los típicos estereotipos del cine.

Las emociones son importantes a la hora de hacer branding por las bibliotecas, ya que son éstas las que hacen que los recuerdos y las experiencias sean más fuertes. Hay que ver a los usuarios como fans y hacerles sentir como únicos. Plantearse ¿Qué tipo de historia queremos contar para que nos recuerden? Evitando generar ira, enojo o desilusión sobre todo para reducir el riesgo de generar una mala reputación offline y online. Mostrar que no sólo se está interesado en dialogar o conversar, sino que se tiene claro que se hace con las ideas que nos aportan nuestros usuarios. Hemos de tener claro que el centro de atención está en la persona que va cada vez más a demandar más valores. Por lo que cabría plantearse las siguientes preguntas:

- ¿Cómo generar emociones positivas desde la biblioteca?
- ¿Cómo medirlas y valorarlas?
- ¿Se puede incluir la evaluación de las emociones para mejorar y reorientar las bibliotecas o unidades de información?
- ¿Nos permitirían la gestión de las emociones diferenciarnos y destacar?
- ¿Nos permitirían crear y diseñar?

Sin duda alguna muchos de estos aspectos son tenidos en cuenta por los responsables, gestores, o directores de las bibliotecas y de las unidades de información, pero ¿y los empleados? ¿Están todos sensibilizados? Desde nuestro humilde punto de vista no todos, ya que particularmente he tenido experiencias positivas y negativas desde diferentes tipos de bibliotecas y supongo que muchos usuarios también. No obstante, es un aspecto que puede hacernos generar valor no sólo a la biblioteca, sino a las asociaciones profesionales también.



Fuente: <http://vallededempleo.wordpress.com/category/inteligencia-emocional/>

Para responder a la primera pregunta podemos emplear como estrategias entre otras (Suárez, A., 2013):

- Uso del humor.
- Técnicas de relajación por parte del personal frente a situaciones adversas.
- Fomentar el optimismo.
- Uso de técnicas para liberar emociones negativas.

- Crear amistad (mejorar las relaciones entre personal y usuarios) adoptar la visión de que el usuario es una amigo de la biblioteca.
- Recordar emociones positivas.

La respuesta a la segunda es tal vez un poco más peliaguda por la operacionalización de los conceptos que se vayan a medir, pero en general se pueden emplear como medidas propuestas por la psicología (Psicología online, 2014):

- Cuestionarios que nos aportan información sobre la medida subjetiva de las personas.
- Medidas conductuales.
- Variables fisiológicas.
- Expresión facial.

Desde nuestro punto de vista para la tercera la respuesta es afirmativa, no obstante dependerá de la visión que tenga cada biblioteca y de la forma de hacer marca. Del mismo modo, consideramos que una correcta gestión de las emociones puede ser muy beneficiosa para mejorar el uso, la aceptación, la implicación de las personas offline y online. Así como aprovechar la inteligencia colectiva para crear e innovar.

BIBLIOGRAFÍA

DOMÈNECH, ALBERT (2013). “Muchas empresas buscan triunfar en las redes sociales pero no saben atender al teléfono”. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20140410/54405640688/quien-quiere-triunfar-red-sabe-atender-telefono.html>

SUÁREZ, ANA (2013). *6 maneras de generar emociones positivas*. Disponible en: <http://elmetodosedona.blogspot.com.es/2013/07/5-maneras-de-generar-emociones-positivas.html>

La Medida de las Emociones. En: *Psicología Básica: Introducción a la psicología de la emoción*. Disponible en: <http://www.psicologia-online.com/pir/la-medida-de-las-emociones.html>

<http://infoandsharing.wordpress.com/2014/04/10/como-te-hace-sentir-tu-biblioteca-que-emociones-te-transmite/>



MISCELÁNEA