

# Las redes sociales en la Biblioteca Universitaria de Granada

GRUPO DE MEJORA DE REDES SOCIALES, MARKETING Y COMUNICACIÓN [i]  
*Biblioteca Universitaria de Granada*

*Se describen las redes sociales utilizadas en la Biblioteca Universitaria de Granada. En primer lugar, se contextualiza la organización y funcionamiento del grupo de mejora encargado de las redes sociales, antes de centrarse en la descripción de las distintas redes sociales utilizadas en la biblioteca (Facebook, Twitter y Pinterest). A continuación, se presentan las diferentes herramientas de gestión manejadas así como unos datos de evaluación de las redes sociales. Por último, se destacan las aportaciones y actividades más relevantes desde 2014.*

*Palabras clave: redes sociales, Facebook, Pinterest, Twitter, Biblioteca Universitaria, Calidad.*

## SOCIAL NETWORKS IN THE UNIVERSITY LIBRARY OF GRANADA

*ABSTRACT: This article deals with the Social Networks used in the University Library of Granada. First, the organization and operation of improvement group in charge of social networks is contextualized, before focusing on the description of the various social networks of the library (Facebook, Twitter and Pinterest). Then, the different management tools used and some evaluation data of social networks are presented. Finally, the most relevant contributions and activities since 2014 are highlighted.*

*Keywords: social networks, Facebook, Pinterest, Twitter, University library, Quality*

- i El grupo está integrado por: Francisco Fernández Cañizares ([ffcanzares@ugr.es](mailto:ffcanzares@ugr.es)), Antonio María Álvarez Arias de Saavedra, Carmen Domínguez Fernández, Anne-Vinciane Doucet, Fernando Hidalgo Estévez, Esteban López García, María Angustias Pertíñez López, Eulalia Rama Martín, María Jesús Tobias Rubio.



## INTRODUCCIÓN

Con la llegada de la Web 2.0 las llamadas “Redes Sociales” se han vuelto omnipresentes en nuestra sociedad. Hoy día se utilizan prácticamente para todo por parte de empresas e instituciones: para difundir información, promover eventos, hacer publicidad... La moderna comunicación no puede concebirse sin ellas.

La Biblioteca Universitaria de Granada (BUG), atenta a los cambios sociales y tecnológicos, ha incorporado estas nuevas herramientas a su estrategia de comunicación con sus usuarios. Con la creación de varios perfiles propios en las principales redes sociales se abren nuevos canales de comunicación del servicio de bibliotecas con la comunidad universitaria y la sociedad en general. Para la gestión de estas nuevas herramientas se ha formado un grupo de trabajo integrado por bibliotecarios que, de forma adicional a sus tareas habituales, coordinan la presencia de la BUG en el mundo de los medios sociales.

El objetivo de este artículo es describir cómo se gestiona esta presencia en las redes sociales de una organización tan compleja como es la BUG, cuáles son las principales redes sociales que se utilizan, y qué balance se puede hacer de su presencia en dichas redes. Creemos que la experiencia de la BUG puede ser aprovechada por otras instituciones similares que se encuentran con retos similares a la hora de afrontar las actuales exigencias de la comunicación con los usuarios.

## GRUPO DE MEJORA REDES SOCIALES, MARKETING Y COMUNICACIÓN

### *Contexto*

La BUG, tal y como queda definida en su reglamento, es la unidad funcional de la Universidad de Granada, responsable de facilitar el acceso a los recursos de información de que dispone, a la comunidad universitaria. Es pues la responsable de atender las necesidades de información tanto para la docencia, como para la investigación y la gestión de una comunidad que roza los 60.000 miembros (más que la población de muchas capitales españolas). La BUG refleja la propia complejidad de la UGR, con una organización descentralizada en 21 puntos de servicio, coordinados por una dirección y unos servicios centrales (adquisiciones, recursos electrónicos, gestión del sistema) que son comunes a todas las bibliotecas de facultades y escuelas.

Es indiscutible que un elemento clave para el éxito de la BUG es la comunicación con sus usuarios, tanto para informar de los recursos y servicios que la BUG ofrece como para recibir la respuesta de los usuarios. Encontrar las mejores vías de comunicación, más eficaces y ágiles, ha sido una preocupación tradicional de la BUG y en general de las bibliotecas universitarias. El desarrollo de las tecnologías de la

comunicación, con la implantación de los recursos asociados a la Web 2.0 o “web social”, ha transformado completamente la forma de comunicación ciudadana entre instituciones y sus usuarios.

La BUG decidió aprovechar las posibilidades que ofrecen las llamadas redes sociales de la Web 2.0. Éstas resultaban muy atractivas por ofrecer la posibilidad de un medio de comunicación bidireccional entre la BUG y sus usuarios, tanto del conjunto de la comunidad universitaria como de la sociedad. Las herramientas como Facebook, Twitter o Pinterest, como se comentará más adelante, sobrepasan las funcionalidades de otras formas de comunicación empleadas por la BUG hasta entonces, incluyendo la propia página web, un recurso básico de acceso a los servicios de la BUG, pero que no es la más idónea herramienta de comunicación con sus usuarios.

Para la gestión de los perfiles que la BUG iba a crear en las redes sociales mencionadas, se consideró que la mejor opción era la creación de un grupo de mejora dedicado a tal tarea. La opción de los grupos de mejora, formados por personal de la propia BUG, es una opción flexible para el desarrollo de tareas específicas dentro del organigrama de la BUG. La experiencia de otros grupos de mejora ya operativos con anterioridad en la BUG, como el dedicado a la formación de usuarios o el que se responsabiliza de la política de la calidad, había demostrado que el trabajo cooperativo del personal de la BUG era capaz de responsabilizarse de nuevos proyectos. Para la Dirección, la constitución de un grupo dedicado al desarrollo de la presencia de la BUG en las nuevas redes sociales era la mejor opción para obtener unos resultados positivos en esta nueva iniciativa.

### *Composición y funcionamiento del grupo*

El grupo de mejora está compuesto por miembros de la BUG, de distintos centros y de los servicios centralizados. Este grupo se encarga de las redes sociales, del marketing y de la comunicación interna y externa de la Biblioteca. Es un grupo de mejora abierto, es decir, que cualquier miembro de la BUG puede pedir formar parte de este grupo.

La difusión de noticias (exposiciones, cursos de formación...) se realiza a través de los distintos canales de comunicación digital (correo electrónico institucional, página web, canal biblioteca y redes sociales). El personal de los distintos centros envía un correo electrónico a Dirección y al Grupo de Redes Sociales para que se prepare la noticia a difundir en los distintos canales. Hay una estrecha colaboración entre todo el personal, tanto de los centros como del Grupo y de la Dirección.

El grupo de mejora se reparte las distintas tareas. Podemos dividir el funcionamiento del grupo mediante:

- *Toma de decisiones*: se realizan reuniones periódicamente, en las cuales se deciden los tipos de contenido que se pueden publicar, cómo se pueden describir,

se debate sobre nuevos temas que van surgiendo o nuevas necesidades del servicio (petición desde la Dirección, actividades pendientes de organizar...). Se reparten según las cargas de trabajo de los miembros.

- *Creación de contenido*: al principio, se optó por dividir en grandes líneas los tipos de contenido: novedades, efemérides, formación... Se utilizan plantillas, siempre cogiendo imágenes libres de derechos y añadiendo un comentario. Estas plantillas servían tanto para las redes sociales como para el canal biblioteca. La idea consiste en promover los fondos de la biblioteca, se suele añadir un enlace al catálogo o a Digibug, repositorio institucional (<http://digibug.ugr.es>). Con frecuencia, se va cambiando el diseño de las noticias, de forma que el público siga alerta a lo que se publica. Ahora, más que utilizar plantillas, se prefiere el texto libre y el uso de alguna imagen. Todos los miembros están pendientes de contenidos que se puedan publicar, ideas por desarrollar..., además de crear los contenidos habituales.
- *Gestión de los contenidos*: se publican los contenidos en las distintas redes (Facebook, Twitter y Pinterest). Se utiliza un gestor documental para ir conservando las distintas plantillas y para que el personal pueda trabajar simultáneamente e ir cogiendo el material para publicarlo. El grupo utiliza también Whatsapp Web para comunicarse internamente.
- *Difusión interna*: El grupo se encarga de diseñar las diapositivas para el canal biblioteca, además de la cartelería para difundir las distintas actividades, formación, eventos que organiza la biblioteca.

Podemos resumir diciendo que el trabajo del grupo de mejora es un trabajo en común y participativo entre todos. Ahora, nos vamos a centrar en las distintas redes sociales utilizadas en la BUG.

## REDES SOCIALES EN LA BUG

### Contexto

En el comienzo del curso académico 2013/2014, la BUG decidió participar en las redes sociales con el fin de establecer nuevos canales de atención y comunicación con los usuarios, facilitar su interacción y fomentar el diálogo para aumentar el vínculo entre usuarios y biblioteca, potenciando el conocimiento de los servicios que ofrece la Biblioteca, el uso de sus recursos de información, y favoreciendo la difusión de eventos.

Al principio se optó por participar solamente en la red social Facebook y valorar su funcionamiento durante 2014. Dada su alta repercusión en la comunicación externa con los usuarios de la biblioteca, se crearon también perfiles en Pinterest a finales de 2014 y Twitter en marzo de 2015.

Antes de poner en marcha los perfiles de redes sociales, se tomaron diversas decisiones, que repercutieron en el futuro de éstas en la BUG. Las decisiones que se tomaron fueron:

- Elegir a cuatro miembros del grupo de redes sociales para llevar el trabajo diario de *community manager* en las mismas, y que el resto de miembros del grupo se dedicaran a tareas de *content curator*, o como dice Sandra Sanz Martos [ii], Documentalistas, y de diseño de materiales informativos.
- Establecer Biblioteca Universitaria de Granada como nombre institucional de la página y “bibliotecaugr” como nombre acordado del perfil, de forma que ambos sean utilizados en todas las redes sociales.
- Elegir nuestro logo-símbolo como identidad visual de la biblioteca, con el objetivo de que los usuarios detecten de forma rápida la biblioteca simplemente por el color y el círculo.

Crear una cuenta genérica [bibredes@ugr.es](mailto:bibredes@ugr.es) para la comunicación interna entre el grupo de mejora y el personal de la biblioteca.

En cuanto a la creación de contenidos se decidió que la autoría fuera propia y básicamente compartida entre las tres redes sociales en las que tiene perfil la Biblioteca. Por otro lado, recogeríamos contenidos de otras fuentes como son medios de comunicación y otros de interés relacionado con las bibliotecas universitarias o la cultura.

### Facebook

La BUG comenzó su participación en las redes sociales el 26 de marzo de 2014, creando una página oficial en Facebook <https://www.facebook.com/bibliotecaugr> con motivo de la celebración del Día Internacional del Libro, para el que se organizó el concurso “Anímate y Recomienda tu Libro”.

La creación de una página en facebook conlleva tener un perfil personal, de forma que una vez que se ha creado la página, el perfil se convierte automáticamente en administrador de la misma. Una vez creada, se puede administrar por varias personas, para ello Facebook ha creado cinco tipos diferentes de roles que pueden realizar diferentes funciones. Los roles que se pueden crear son:

En la BUG, actualmente hay un administrador y tres editores.

Otro de los puntos a tener en cuenta al crear una página, es elegir el tipo de comercio, en el caso de la BUG se eligió “Negocio local” ya que permite incluir información

ii SANZ MARTOS, S. ¿Por qué lo llaman ‘content curator’ cuando quieren decir documentalista?. CO-MeIN : Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación, 2012, vol. 10. (Consulta: octubre de 2016). Disponible en: <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero10/articles/Article-Sandra-Sanz.html>

adicional como el sitio web de la biblioteca, su correo electrónico, teléfono, dirección, mapa, visitas, horarios, calificaciones y opiniones.

Por último, se puede incluir información sobre la propia biblioteca, el nombre acortado para que sea utilizado como enlace a la página de Facebook (<https://www.facebook.com/bibliotecaugr/>), subir la foto de perfil, y finalmente añadir la página a favoritos de modo que pueda acceder a la misma de forma más simple y rápida.

Una vez creada, además de poder publicar en nombre de nuestra página, se pueden realizar otras funciones en la misma, como son:

- Subir fotos o vídeos, crear un álbum de fotos, crear un carrusel de foto o vídeo, o una presentación
- Programar las publicaciones para visualizarlas antes de publicarlas. Generalmente se programan todas las publicaciones de forma que se publiquen a la vez tanto en Facebook como en Twitter y además permita a todos los gestores de la página conocer qué es lo que se ha preparado para publicar, de forma que no se duplique el trabajo.
- Indicar que te gustan publicaciones de otros usuarios o páginas y compartirlas en nombre de nuestra página.
- Incluir un botón que permita realizar una función determinada. En la biblioteca hemos optado por crear un botón para contactar con la misma, mediante el acceso al apartado “la biblioteca responde” que hay en la página web.
- Incluir enlaces a otras aplicaciones y páginas que utilicemos en nuestra biblioteca. En nuestro caso, tenemos enlaces a nuestros perfiles de Twitter y Pinterest, y nuestro blog del Club de Lectura Leyenda@ (<http://clubleyenda.blogspot.com.es/>).
- Crear eventos de determinadas actividades organizadas en la biblioteca. Al crear un evento se crea un apartado independiente donde se puede incluir la información de evento, material multimedia, escribir publicaciones del evento, etc. En la BUG el último evento creado fue la Noche en Blanco de 2015.
- Buscar publicaciones en la página (si se ha creado como perfil en vez de como página, no permite realizar la búsqueda)
- Responder a mensajes privados

En la actualidad, la página de Facebook cuenta 5.033 seguidores, convirtiéndose en la red social con más seguidores, debido entre otras causas, a que lleva desde 2014 abierta y también como se pudo corroborar en las “Jornadas de Recepción del Estudiante”, celebradas en octubre de 2015 a que hay un mayor número de usuarios que usan sólo la red social Facebook.

Otro dato que se puede destacar en nuestra página de Facebook, con respecto a las demás, es el número de “me gusta” a las publicaciones, con 7.517 en 2015 y 6.007 en lo que llevamos de 2016, debido al mayor número de usuarios con

respecto a las demás redes sociales, y a que la actividad de los usuarios en la red social Facebook se basa más en los “me gusta” que en compartir la información, al contrario que Twitter o Pinterest que se basa más en los retuiteos o en los repines.

### *Twitter*

Después de iniciar nuestra incursión en las redes sociales en el año 2014 con nuestra página en Facebook, decidimos dar un nuevo paso adelante y aumentar nuestra presencia abriendo nuestro perfil en Twitter en el mes de marzo de 2015.

Con Twitter buscábamos acercarnos más a los estudiantes, tanto para recibir información como para facilitar las consultas a la biblioteca y además esta red parecía el medio más extendido entre los jóvenes, con lo que conseguiríamos mayor presencia. Otro aspecto a tener en cuenta es la inmediatez de la información y por tanto, nos comprometía a estar más atentos y activos. Igualmente, hay que estar abiertos a críticas y comentarios negativos, de los que tendremos que aprender a manejarlos y reconducirlos.

El número de seguidores ha ido creciendo de manera constante, no ha sido una incursión “explosiva” pero se va asentando como el canal más utilizado para realizar consultas o exponer problemas y críticas. A finales de 2015 teníamos 1.598 seguidores, en julio de 2016 alcanzamos los 2000 “followers” y en la actualidad, octubre de 2016, contamos con 2.239 seguidores.

Las publicaciones van aumentando en número de visualizaciones, durante 2016 tenemos una media aproximada de 805 visualizaciones por publicación, mientras que en 2015 teníamos una media de 585. Aunque hemos llegado a tener hasta 15.000 visualizaciones en una publicación en concreto.

### *Pinterest*

La BUG comienza con Pinterest en diciembre de 2014 en periodo de pruebas para ver la receptividad a los contenidos y su gestión, y abierta al público en marzo de 2015. El uso de esta red surge como una propuesta del Grupo de Patrimonio Bibliográfico de la BUG para fomentar el conocimiento del fondo antiguo en las redes sociales. Pinterest está asociado al perfil en Twitter, de forma que cuando se pinea, se puede publicar automáticamente en Twitter. No se pudo enlazar con la página de Facebook al no ser un perfil personal.

El tablero de pruebas comenzó centrado en promocionar las exposiciones recogidas en el *Portal BiblioTesoros*, con dos vertientes, dar acceso a los documentos digitalizados y accesibles a través del Repositorio Institucional Digibug y, en caso de no estar digitalizado, dar acceso al propio Portal.

En enero se crearon los siguientes tableros: *Eventos en la BUG*, *La Biblioteca es noticia*, *Proyectos de la BUG*, *Citas célebres*, *Bibliotecas de centros*, *Digibug: Revistas en acceso abierto*, *Efemérides*, *Día de...*, *Trabajo fin de Grado* y por último *El intelectual y su memoria*, y con estos tableros se abrió en marzo a nuestra comunidad universitaria.

En la actualidad tenemos 26 tableros, con 1625 pines, 227 seguidores y seguimos a 97 personas y 3 tableros.

Entre las decisiones planteadas en el Grupo de Redes Sociales antes de abrir Pinterest se optó por no realizar “me gusta” y seguir solamente tableros de interés para nosotros, principalmente bibliotecas universitarias españolas (muchas de ellas seguidoras nuestras), otros servicios de la Universidad de Granada y otras organizaciones culturales y literarias de interés. Otra decisión fue no repinear contenidos de otros, así el contenido externo es recogido de las propias páginas web donde aparece la información.

En cuanto a nuestro contenido principalmente está centrado en informaciones sobre la Biblioteca:

- Difusión de información de la biblioteca.
- Difusión de servicios.
- Difusión y apoyo en la promoción de actividades de la biblioteca.
- Difusión del contenido en el Repositorio Institucional de la Universidad de Granada, Digibug.
- Difusión de la cultura.

A lo largo de este tiempo se ha aceptado la participación en un tablero colaborativo sobre *Libros de conservación, restauración de arte y patrimonio* donde se aportan trabajos académicos del Repositorio Institucional sobre estos temas. Asimismo, se decidió crear hace unos meses un tablero de *Mis libros favoritos* en el que se invitó a nuestros seguidores a participar con las portadas de sus libros favoritos.

La mayor parte del tráfico web generado se dirige a nuestra página web y a Digibug, se procura tener la declaración de atribución manteniendo los enlaces de donde proceden los pines que son ajenos a nosotros.

La regularidad en la publicación es esencial para tener y mantener el impacto, lo que no siempre se puede realizar con todos los tableros.

La interacción con nuestros usuarios en cuanto a comentarios es prácticamente nula, no es una red en la que se establezca un dialogo con los seguidores como ocurre con Facebook o Twitter.

Por todo esto, pensamos que el uso de Pinterest está dando visibilidad y promocionado la imagen de la Biblioteca y que sus contenidos ayudan aumentar el tráfico

a la página web de la Biblioteca así como al Repositorio Institucional, y tiene una comunidad más o menos estable en torno a esta red social en crecimiento lento pero constante, si bien su impacto no es tan alto como Facebook o Twitter.

## HERRAMIENTAS DE GESTIÓN

### *Comunicación interna*

La actualidad e inmediatez de la información que se publica en las redes sociales hacen primordial la utilización de una serie de herramientas de comunicación entre los miembros del Grupo. Aunque el desarrollo tecnológico provoca que constantemente aparezcan nuevos sistemas y medios de comunicación digital, actualmente el Grupo tiene consolidados 3 medios o herramientas básicas para la comunicación interna.

- *WhatsApp Web*: WhatsApp es la aplicación gratuita de mensajería instantánea para Smartphone más utilizada actualmente. WhatsApp envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea y sistemas de mensajería multimedia. La versión web de esta aplicación, WhatsApp Web, permite una comunicación más rápida y cómoda escribiendo con un teclado físico, además de compartir enlaces o cualquier archivo multimedia o documentos que tengamos en el ordenador, ahorrándonos al menos cuatro o cinco pasos extras.
- *Correo electrónico*: El Grupo dispone de una cuenta de correo general [bibredes@ugr.es](mailto:bibredes@ugr.es) que se utiliza como medio de contacto oficial. Además, la cuenta también sirve para identificarse y gestionar otras aplicaciones web como Bitly.
- *Documenta*: La UGR dispone de un gestor documental y de contenidos que permite el tratamiento privado y compartido de grandes cantidades de información almacenadas en forma de documentos digitales a través de internet. Documenta utiliza la plataforma de software libre Alfresco que nos permite subir documentos, compartirlos, descargarlos, editarlos, llevar control de versiones, hacer búsquedas incluso dentro de los documentos, crear flujos de trabajo, foros, etc. El Grupo utiliza documenta para almacenar y distribuir todos los contenidos digitales que produce.
- *Aplicaciones de Google*: La Universidad de Granada tiene un convenio con Google para el uso de las aplicaciones en la nube. En concreto, el grupo utiliza Drive para almacenar y compartir imágenes y Calendar para programar los eventos y actividades.

### *Diseño*

Las informaciones y noticias que se publican a través de las redes sociales suelen ir acompañadas de un soporte visual.

- *Buscadores de imágenes*: Además de las imágenes obtenidas de eventos e infraestructuras de la BUG, el Grupo suele utilizar imágenes obtenidas en bancos de imágenes gratuitas en Internet. En todo momento se buscan imágenes que incluyan una licencia de uso que permita su difusión y reutilización, y en el caso de que sea necesario, se indica la autoría de las mismas. Algunos ejemplos de estos bancos de imágenes son: Google imágenes, Flickr, Pixabay, Unsplash, etc.
- *Pixlr*: Muchas de las imágenes utilizadas en las redes sociales, así como las que se incluyen en las diapositivas del Canal Biblioteca, deben ser editadas previamente. Para ello en el grupo se trabaja con Pixlr que es un editor de imágenes gratuito, simple y sencillo de usar. Pixlr una aplicación web que incluye una gran cantidad de efectos de edición de imágenes e incorpora funcionalidades similares a los editores de imágenes profesionales (por ejemplo, Photoshop) como soportar capas. Las imágenes se pueden guardar en formatos JPG y PNG con sus respectivas opciones de calidad.
- *PowerPoint*: La BUG ha desarrollado un canal de información para sus usuarios a través de pantallas informativas denominado “Canal Biblioteca”. Su objetivo es disponer de un sistema de información ágil que nos permita dar a conocer y promocionar de forma directa y efectiva las actividades y servicios que puedan resultar de interés para nuestros usuarios. A diferencia de otros sistemas de señalización digital centralizados, en “Canal Biblioteca” se ha optado por una fórmula que unifica la presentación de los contenidos con un aspecto homogéneo y coherente, pero que se actualiza y se alimenta de forma autónoma por parte de la administración de cada biblioteca, es por ello que la herramienta utilizada para editar y gestionar “Canal Biblioteca” es Microsoft PowerPoint debido a que es un software de fácil manejo y conocido por la mayoría del personal de la biblioteca. Los contenidos son realizados por el Grupo que los remite a las diferentes bibliotecas para su incorporación al “Canal Biblioteca”. Con el fin de economizar recursos y esfuerzos, y a la vez unificar la imagen de los canales de difusión de la biblioteca, las diapositivas son reutilizadas como imagen de los productos, eventos o servicios que se promocionan en las redes sociales.
- *Canva*: La publicación en redes sociales conlleva también la creación de diseños específicos para estos contextos. Existen herramientas de diseño gráfico que facilitan esta labor. El Grupo utiliza Canva, herramienta web que puede ser usada por cualquiera con un navegador, desde cualquier dispositivo, ofreciendo una enorme librería de fotografías, ilustraciones, elementos web, tipografías, paletas de colores, y todo tipo de recursos de diseño, así como plantillas pre-establecidas: Documento A4, presentación, gráficos de blog, portada de Facebook, redes sociales, posters, etc.

### Planificación y publicación en las redes sociales

Para la planificación y publicación de noticias en las redes sociales, se utilizan diversas herramientas que permiten trabajar a diversos componentes del equipo en una misma red social y ahorrar tiempo en la publicación de los contenidos. También utilizamos estas herramientas para conocer todo lo que los usuarios publican de la BUG, así como conocer si acceden a los contenidos que se les proporcionan. Entre estas herramientas destacamos las siguientes:

- *TweetDeck* (<https://tweetdeck.twitter.com/>): Tweekdeck es una poderosa herramienta que permite controlar una cuenta de Twitter realizando un seguimiento de la misma en tiempo real, es decir, permite controlar notificaciones, menciones, mensajes y la actividad en general de una o varias cuentas. Entre las funcionalidades que ofrece Tweekdeck podemos encontrar las siguientes:
  - Crear un equipo de trabajo formado por varios usuarios de Twitter de forma que todos puedan trabajar en una misma cuenta de forma simultánea. La BUG ha creado un equipo de trabajo llamado “Team @bibliotecaUGR” en el que actualmente participan 4 personas. Todos ellos pueden actuar en nombre de la cuenta del equipo (twittear, retwittear, enviar mensajes directos, marcar contenido como “me gusta”...), también pueden programar Tweets, crear listas y formar colecciones.
  - Seleccionar la cuenta que se utilizará por defecto, de forma que algunas de las acciones anteriormente mencionadas se realicen siempre con esa cuenta
  - Agregar columnas al panel principal con el fin de monitorizar todo lo que sucede con dicha cuenta: notificaciones, menciones, mensajes, publicaciones de los usuarios que seguimos, actividad de la cuenta, nuevos usuarios, “me gusta”, trending topic, listas, colecciones y búsquedas. En la actualidad la cuenta de Tweekdeck tiene configuradas 38 columnas con distintos filtros que podemos ver a continuación:

Formato	Descripción	Uso en @bibliotecaUGR
Home	Publicaciones de usuarios que está siguiendo la cuenta de @bibliotecaUGR	
@ Mentions	Usuarios que mencionan en sus tuit la cuenta @bibliotecaUGR	
Followers	Nuevos seguidores de nuestra cuenta	
Notifications	Acciones que realizan los usuarios en nuestra cuenta (nuevos seguidores, “me gusta”, retuit o comentarios a nuestros tuits, menciones, etc.)	

Formato	Descripción		Uso en @bibliotecaUGR
Messages	Mensajes directos de los usuarios (para enviar o recibir un mensaje directo, debemos seguir al otro usuario y viceversa)		En @bibliotecaUGR seguimos a todos los usuarios que nos siguen para poder enviarles mensajes privados
Scheduled	Tuits programados		
Users	Actividad de distintos usuarios		@bibliotecaUGR @fafddeportes (cuenta de la biblioteca de la Facultad de Deportes)
Lists	Una lista es un grupo de cuentas de Twitter seleccionada		Bibliotecas (numerosas bibliotecas de distinto ámbito en España) UGR (con todos los servicios de la Universidad de Granada)
Search	Búsquedas que permiten recuperar tuit que tienen los términos de búsqueda utilizados	#bibliotecaugr bibliotecaugr biblioteca ugr  biblioteca universidad granada  biblioteca universitaria granada  curso biblioteca ugr taller biblioteca ugr biblioteca granada biblio granada library granada biblioteca biosanitaria	biblioteca pts certamen literario @oseolimpiada repositorio granada repositorio ugr Digibug Hospital real granada VI certamen literario Ugr Biosanitaria #bugjre2016 #caducasyperennes #unabibliotecaparati

- Crear filtros en las columnas por diversos criterios: Contenido (mostrar todos los tuit o que tengan algún tipo de archivo multimedia, con diversos términos de búsqueda, que excluya diversas palabras, publicado en fechas concretas, que incluya retuits o escritos en un determinado idioma), Localización (limitar por tuit publicados en una zona concreta), Usuarios (limitar tuits publicados por diversos usuarios o por lo que han sido mencionados),

Participación (que tenga un mínimo de retuits, “me gusta” o réplicas).

- Crear una alerta para que cada vez que se publique un tuit con las características de cada columna aparezca en el escritorio una notificación.
- *Acortadores de enlaces*: Un acortador de enlaces o URL es un servicio que permite acortar los parámetros de una URL. Con esto se consigue codificar una URL haciéndola más pequeña para que sea más manejable y fácil de compartir y recordar. En la actualidad se utilizan dos acortadores de enlaces:
  - <http://sl.ugr.es/>: Es un acortador de enlaces creado por la propia Universidad de Granada, que te permite además de acortar el enlace, personalizarlo de forma que podamos utilizar cualquier palabra para acortar la url. Este acortador de enlaces no lo utilizamos cuando queremos sacar estadísticas del mismo.
  - <https://bitly.com/>: Bitly es un acortador de urls más completo, ya que, si nos registramos en su página, podremos además de personalizarlo como el anterior, incluirle un título y etiquetas, ver estadísticas sobre el total de clics, desde qué páginas se han realizado, qué días y desde qué ubicación. Además, permite buscar anteriores enlaces para poder reutilizarlos.
- *Aplicaciones móviles*: Existen numerosas aplicaciones que permiten la gestión de las redes sociales desde un dispositivo móvil. La BUG utiliza para gestionar Twitter y Pinterest la propia aplicación oficial y para Facebook la aplicación Administrador de Páginas (<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.pages.app&hl=es>)

## EXPERIENCIAS Y ACTIVIDADES

Enmarcadas en el Plan de Marketing de la BUG, que supervisa nuestro Grupo de Mejora, se han realizado regularmente actividades variadas dirigidas a publicitar objetivos y actividades de la biblioteca, utilizando para ello efemérides, eventos periódicos para promocionar la imagen de la Biblioteca y la realización y difusión de videotutoriales y guías sobre recursos de información de la UGR. Las exponemos a continuación de forma más pormenorizada:

En Facebook durante el año 2014 se han llevado a cabo 237 publicaciones agrupadas en 8 secciones: actividades, Biblioavisos, Conoce tu biblioteca, Día de..., Repositorio, Efemérides, Formación y Novedades. De todas las noticias publicitadas y con las que la biblioteca ha conseguido obtener un mayor número de seguidores, más “me gusta”, más comentarios son las siguientes:

1. Concurso “*Anímate y Recomienda tu Libro*”, se organizó en el mes de abril para la celebración del Día Internacional del Libro. Con esta actividad se lograron 2.437 visualizaciones, 98 “me gusta”, 35 comentarios y 503 clics.

2. Concurso “*Sácale los colores a tu biblioteca*”, realizado entre el 26 de mayo y el 26 de junio, y cuyo objetivo es promocionar la página de Facebook de la Biblioteca y aumentar el número de seguidores. Para promocionar el concurso se realizaron 9 publicaciones en la página de facebook, con un alcance total de 5.228 visualizaciones, además tuvo 18 comentarios, 126 “me gusta”, 40 veces compartido, 723 clicks en los links y 936 visualizaciones de las imágenes.
3. Portal “*Trabajo Fin de Grado*” (TFG), que empezó a publicarse en el mes julio obtuvo 4.382 visualizaciones.
4. *Buzón de autodevolución*, se empezó a publicitar a principios de octubre y obtuvo 6.952 visualizaciones, 133 “me gusta”, 19 comentarios, fue compartida 52 veces, y obtuvo 942 clics.
5. *Olimpiadas solidarias de Estudio* que se empezaron a publicitar en octubre ya que su celebración se llevó a cabo en el mes de noviembre, obtuvo 9.512 visualizaciones, 4.754 “me gusta”, 13 comentarios, fue compartida 169 veces, y con 429 clics.
6. La BUG obtuvo el *Premio Plata Iberoamericano de Calidad* en este año, y esta publicación fue vista 3.996 veces.
7. *Citas célebres de autores importantes* también han obtenido 88 “me gusta”.
8. También se han publicitado todos los cursos de formación sobre recursos de información impartidos en los 21 centros, así como exposiciones...

Durante el 2015 se llevaron a cabo tres campañas publicitarias importantes:

1. Concurso “*Despierta una palabra*”, con motivo de la celebración del Día Internacional del Libro se puso en marcha este concurso a través de Facebook y Twitter. Para promocionarlo se realizaron 9 publicaciones en Facebook y 9 en Twitter, con un alcance total de 3.657 visualizaciones en Facebook y 13.034 en Twitter, además tuvo 5 comentarios, 139 “me gusta”, 74 veces compartido, 505 clics y 357 visualizaciones de las imágenes.
2. Campaña “*Gracias a ti*”, llevada a cabo en el segundo semestre del año con un doble objetivo: por un lado, agradecer a nuestros usuarios los comentarios, quejas y sugerencias que nos envían ya que gracias a ellas se mejoran o se crean nuevos servicios, se compran nuevos productos, etc. Y por otro lado, dar a conocer a nuestros usuarios todo lo que le ofrece la BUG. La campaña ha constado de 14 publicaciones y ha tenido una gran aceptación, con un alcance de 26.416 visualizaciones, 125 “me gusta”, 68 veces compartido, 6 comentarios y 685 clics a imágenes.
3. El día 23 de octubre la BUG participó en la *III Noche en Blanco* organizando una velada en el Paraninfo de la Facultad de Derecho con varias actuaciones infantiles, microrrelatos y música y poesía. El grupo de redes sociales participó con la creación de un evento en la página de Facebook de la biblioteca. El evento tuvo un alcance de 42.877 personas, la página fue vista por 4.307

personas y participaron 623 personas. Durante la promoción del evento se hicieron 9 publicaciones que obtuvieron 80 “me gusta”. Los propios usuarios que vieron el evento invitaron a 802 personas de las cuales 63 les interesaban y 495 dijeron que asistirían.

Del resto de noticias publicitadas por BUG cabe señalar aquellas que han obtenido más “me gusta”, comentarios, etc.:

- La apertura de la Biblioteca de Arquitectura, en el mes de mayo, obtuvo los siguientes datos en Facebook: 480 “me gusta”, fue compartida 55 veces, 38 comentarios, 964 visualizaciones multimedia
- La apertura de la Biblioteca Biosanitaria, en el mes de septiembre, obtuvo los siguientes datos: en Facebook, 689 “me gusta”, tuvo 2.945 interacciones, 76 veces compartida, 60 comentarios, 2.073 visualizaciones multimedia; en Twitter, 24 “me gusta”, 2.021 interacciones, 38 veces compartida, 4 comentarios y 1.351 visualizaciones multimedia.
- La apertura de la Biblioteca de Derecho, que también tuvo lugar en el mes de septiembre, obtuvo los siguientes datos en Facebook: 1.707 “me gusta”, 10.048 interacciones, compartida 313 veces, 105 comentarios y 4.509 visualizaciones multimedia.
- Las exposiciones organizadas por la BUG tienen una mayor visualización a través de la red Pinterest, ya que es una red social más dedicada a compartir imágenes, así las actividades más vistas son: las citas célebres, la promoción del Club de Lectura, la exposición el “Intelectual y su memoria”, etc.

En lo que llevamos del año 2016 (hasta octubre) hay que destacar lo siguiente:

En Facebook:

1. La noticia con mayor alcance de las publicadas en este año es “Todos los documentos producidos por la Universidad de Granada, tanto de carácter científico, docente e institucional, a texto completo y en acceso abierto a todo el mundo”, con un alcance total de 58.868 interacciones, 607 “me gusta”, 8 comentarios, 260 veces compartida, con 1.431 clics y la foto vista 8 veces.
2. Otra noticia de gran alcance es *Algunas imágenes más de “INCUNABULA UNIVERSITATIS: los incunables de las bibliotecas universitarias españolas”* pertenecientes a nuestro fondo antiguo, con un alcance total de 13.755, 243 “me gusta”, 2 comentario, 37 veces compartido, 196 clics, y la foto visualizada 86 veces.
3. El “Relato encadenado” concurso convocado a través de las redes para celebrar este año el Día Internacional del Libro en homenaje a Cervantes y Shakespeare, ha tenido un alcance total de 16.703 interacciones, 272 “me gusta”, 86 comentarios, compartido 76 veces, 516 clics y la foto visualizada 260 veces.

4. El repositorio tiene un alcance total de 9.984 interacciones, 177 “me gusta”, 7 comentarios, 35 veces compartido, 250 clics y la foto vista 88 veces.
5. *Club de Lectura* ha tenido un alcance total de 24.887 interacciones, 181 “me gusta”, 11 comentarios, compartido 69 veces, 247 clics y foto vista 477 veces.
6. *TFG*, alcance total de 15.254 interacciones, 102 “me gusta”, 9 comentarios, 42 veces compartido, 435 clics y la foto vista 95 veces.
7. *V Certamen literario* ha tenido un alcance de 26.086 interacciones, 306 “me gusta”, 42 comentarios, 48 veces compartido, 707 clics, la foto visualizada 1.977 veces.
8. Los talleres formativos impartidos en los distintos centros han obtenido los siguientes valores: un alcance total de 55.506 interacciones, 19 comentarios, 233 “me gusta”, 87 veces compartido, 690 clics y las fotos vistas 806 veces.
9. Las exposiciones bibliográficas realizadas por la biblioteca tienen un alcance total de 18.850 interacciones, 215 “me gusta”, 3 comentarios, compartidas 48 veces, 458 clics y la foto visualizada 1.367 veces.
10. *La Biblioteca en la Noche Europea de los Investigadores*, con un alcance total de 6.094 interacciones, 53 “me gusta”, 3 comentarios, 16 veces compartida, 123 clics y la foto visualizada 72 veces.

En Twitter:

1. Ayer la Biblioteca del Hospital Real se convirtió en Hogwarts para rodar *Teddy Lupin y el último @giratiempo\_film*, tiene 297 interacciones, 41 clics en la URL y 23 veces vista con más detalle, retuiteada 19 veces y con 159 visualizaciones multimedia.
2. Os informamos que la biblioteca de la Facultad de Ciencias está cerrada por obras. Se prevé su apertura para finales de la semana que viene, tuvo una gran repercusión con 122 interacciones y vista con más detalle 64 veces.
3. La Biblioteca de la Facultad de Ciencias abre al público 8 salas de trabajo en grupo, 1 aula multimedia y otra de formación, con 194 interacciones, 12 clics en la URL, 16 veces vista con más detalle, retuiteada 9 veces, y 136 visualizaciones multimedia.
4. El pasado viernes se inauguró la exposición “Todo es Música” con 114 interacciones, 12 clics en la URL, 36 veces vista con más detalle, retuiteada 8 veces

En Pinterest:

Los tableros con más éxito en impresiones y accesos son los dos que muestran imágenes de fondo antiguo, seguido y a veces superado por Citas célebres. En estos también se concentran los pines más repineados y también los que más “me gusta” reciben. Otros tableros con muchas impresiones son: Día de..., Eventos de la BUG, Speak-Up (DVD) y Club de Lectura: *Leyend@*.

Aquellos tableros con más clics son Club de Lectura: Leyend@, Eventos de la BUG, Bib. del Hospital Real, Citas célebres.

Los cinco tableros con más seguidores son: *Trabajo Fin de Grado*, *Mis libros favoritos*, *Efemérides*, *Citas célebres* y *Eventos de la BUG*.

## EVALUACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

Para analizar el funcionamiento de las redes sociales, se recopilan datos mensualmente, de forma que se puedan detectar posibles errores, cambios de tendencia, etc. y poder establecer áreas de mejora para solucionarlo. Para ello, se valoraron todos los datos que ofrecían las distintas redes sociales, y de cada red social, se eligieron los que aportaban información pertinente. Finalmente se agruparon los que suministraban la misma información en las distintas redes sociales. El esquema de los indicadores que mensualmente se recopilan es el siguiente:

FACEBOOK	TWITTER	PINTEREST
Seguidores (“Me gusta”)	Seguidores	Seguidores
Publicaciones	Tweets	Pines
“Me gusta”	Favoritos	Like
Interacciones	Interacciones	Cliks+MeGusta+repines
Compartir	Retweet	Repin
Comentarios	Respuestas	-
Impresiones	Impresiones	Impresiones
Visitas	Visitas	-
Alcance total	Impresiones orgánicas	Público
Mensajes directos	Mensajes directos	Mensajes directos [iii]

A continuación, en una hoja de cálculo se recopilan todos los datos anteriormente mencionados, dividida por año (actualmente 2014, 2015 y 2016) y en la que en cada indicador se crean varias tablas en el que incluye los datos brutos mensuales, la diferencia respecto al mes anterior y la diferencia respecto al mismo mes del año anterior. Además se ha creado una gráfica de cada una de estas tablas, de manera que visualmente se detecten cambios de tendencia, se puedan comparar las distintas redes sociales...

iii Desglosar en quejas, sugerencias y agradecimientos.



de 400 parámetros distintos de las siete redes sociales más importantes y se asigna una puntuación entre 1 y 100 a los usuarios. Entre estos parámetros destacan en Facebook el número de “me gusta”, comentarios, publicaciones, cantidad de amigos o fans, y en Twitter el número de seguidores, retweets, menciones, miembros en las listas.

La BUG, en la actualidad, tiene agregadas al Índice Klout las redes sociales Facebook, Twitter, Pinterest y el Blog del Club de Lectura Leyend@ (<http://clubleyenda.blogspot.com.es/>)

A 28 de octubre de 2016 el Índice Klout de la BUG es de 58 puntos llegando a alcanzar durante octubre de 2015 los 60 puntos, coincidiendo con las Jornadas de Recepción del Estudiante de ese año. Debemos tener en cuenta que la BUG tiene un índice alto, ya que el promedio de los usuarios de Klout es de 40 y se considera como un “Influencer” a aquellas personas con un índice alto por encima de la media, por ejemplo, los que pertenecen al grupo del 5% de usuarios con un valor superior a 60 están considerados como los más influyentes.

Se han analizado 32 bibliotecas y podemos determinar que estamos en la 9ª posición junto con la biblioteca de la Universidad de Valladolid y muy cerca de la Biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid que tiene 65 puntos, siendo la más influyente a nivel nacional

BIBLIOTECA	KLOUT [iv]
Biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid	65
Biblioteca de la Universidad de La Laguna	63
Biblioteca UNED	62
Biblioteca de la Universidad de Cádiz	61
Red de Bibliotecas y Archivos del CSIC	60
Biblioteca Universidad de Extremadura	60
Biblioteca de la Universidad de Zaragoza	59
Bibliotecas Universitat Politècnica de València	59
Biblioteca Universitaria de Granada	58
Biblioteca Universitaria “Reina Sofía” Universidad de Valladolid	58
Biblioteca de la Universidad de Málaga	57
Biblioteca de la Universidad de Alicante	55

iv Los datos se han obtenido de la cuenta principal de cada una de las bibliotecas.

BIBLIOTECA	KLOUT [iv]
Biblioteca Universidad de Sevilla	55
Biblioteca de la Universidad de Cantabria	55
Biblioteca Universitaria de Córdoba	54
Biblioteca de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	53
Biblioteca de la Universidad de Castilla-La Mancha	53
Biblioteca Universidad de Huelva	53
Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid	52
Biblioteca CRAI Universidad Pablo Olavide	51
Biblioteca Universitaria de Santiago de Compostela	51
Biblioteca U.Navarra	51
Biblioteca Universidad Politécnica de Madrid	50
Biblioteca de la Universidad de Jaén	49
CRAI de la Universitat de Barcelona	49
Biblioteca Universidad de Murcia	49
Bibliotecas Universidad Salamanca	48
Biblioteca CRAI de la Universitat Internacional de Catalunya	47
Biblioteca Universidad de Girona	46
Biblioteca Universidad Politécnica de Cartagena	41
Biblioteca Universidad de Burgos	15

## CONCLUSIÓN

Ante la necesidad de incorporar las redes sociales en la estrategia colectiva de comunicación, la formación de un grupo de trabajo ha resultado una elección exitosa ya que ha permitido un trabajo distribuido, flexibilidad con la incorporación de nuevos miembros, adaptación a las necesidades según se van detectando, y se ha asumido el trabajo con personal propio.

Se ha observado la diversidad de redes con diferentes características y usos y la consiguiente adaptación a los diferentes usuarios y mensajes. El desarrollo de perfiles en redes sociales está determinando la necesidad de estar presentes en otras como Youtube, Periscope, Instagram...

La comunicación con el usuario ha mejorado considerablemente ya que estos nuevos cauces han permitido una comunicación más directa y rápida y el estudio de los datos así lo confirma. La forma de comunicarnos ha cambiado y en este proceso la BUG tiene que ir evolucionando y adaptándose a los cambios que nuestros usuarios demandan. Sin duda las redes sociales son la mejor herramienta para conseguirlo.

Consideramos que la experiencia de la BUG puede servir de ejemplo por otras bibliotecas que se encuentran ante retos similares a la hora de afrontar las actuales necesidades de la comunicación con los usuarios.