

ENTREVISTAS CON LOS PONENTES DE LAS II JORNADAS TÉCNICAS DE BIBLIOTECAS:

Antonio A. Gómez Gómez



**Antonio A. Gómez Gómez.
Director Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca
Provincial de Huelva**

· *Hola Antonio. En breve celebramos las II Jornadas Técnicas de Bibliotecas. ¿Qué reto de aprendizaje te marcas en esta Jornadas con respecto a lo que se pueden llevar los asistentes y ponerlo en práctica en sus bibliotecas?*

Considero muy útil el que compañeros de profesión conozcan nuestras prácticas de trabajo. Copiar lo mejor y evitar errores que otros han cometido es lo mejor que podemos aprender. Es lo que queremos transmitir en estas Jornadas Técnicas a las que queremos imprimir un carácter muy práctico.

· *En cuanto a la parte virtual, ¿Qué nos puedes adelantar sobre algún contenido o práctica, que los alumnos no verán en la parte presencial?*

En la parte virtual vamos a incluir una serie de valiosos documentos que ilustran la manera de construir búsquedas predefinidas al catálogo OPAC de absysNet y a la plataforma eBiblio. Estos enlaces, con URLs estables que contienen parámetros de búsqueda que se disparan contra el catálogo, nos van a ser de gran utilidad para promocionar tanto la colección física de nuestra propia biblioteca, como la nueva colección electrónica que podemos ofrecer a nuestros usuarios locales a través de eBiblio Andalucía. Pienso que es una de las mejores estrategias de marketing que podemos desarrollar, ya que gracias a estas acciones vamos a poner en valor uno de nuestros mayores activos; la colección, sea ésta física o virtual.

· *La Biblioteca Pública Provincial de Huelva es un ejemplo para muchos en el uso de redes sociales, ¿Qué nos puedes contar al respecto?*

En primer lugar lo hacemos porque nos gusta y disfrutamos con nuestro trabajo. En las redes sociales hemos encontrado una nueva manera de relacionarnos con nuestros usuarios presenciales y en general con cualquier usuario Web. Es un esfuerzo añadido pero creemos que merece la pena. Si bien hemos pasado por altibajos en lo que se refiere a nuestra presencia, esfuerzo y dedicación. Hemos experimentado periodos de febril actividad y otros de desencanto en nuestra apuesta por las mismas, y que se han traducido en mayor o menor dedicación en horas de trabajo.

En este sentido, creo que podemos convertirnos en un claro reflejo para muchos compañeros de profesión que se encuentran solos al frente de una biblioteca municipal y tienen que hacer de todo. Mi recomendación es que si dosificamos bien nuestros esfuerzos no tenemos que verlo como una carga añadida de trabajo, sino como una oportunidad para establecer nuevas vías de comunicación con nuestros usuarios y mejorar la imagen de nuestra biblioteca (reputación web y branding) de cara a nuestros usuarios más cercanos.



· *¿Cómo ves el panorama bibliotecario con respecto a su presencia en las redes sociales, tan de actualidad en el mundo virtual que nos rodea? ¿Habría que corregir algunas malas "praxis"?*

Esta claro que las redes sociales se han venido incorporando de manera importante a la gestión bibliotecaria en los últimos años. Algunos profesionales lo consideran como fuera de sus competencias y también ha habido cierto rechazo por parte de las instituciones de las que dependemos. En el caso de la Junta de Andalucía esta fue la tónica de los primeros años. Sin embargo en los últimos tiempos este panorama ha cambiado y se encuentra ampliamente aceptado que tenemos que estar presentes también en este nuevo espacio virtual donde ya están muchos de nuestros usuarios. En este sentido, podemos destacar una serie de bibliotecas y de profesionales que desde hace ya bastante tiempo vienen actuando como 'punta de lanza' en la utilización de estas plataformas, y como ejemplo a seguir.

En cuanto a la praxis habría que distinguir la utilización de los medios sociales como herramienta de marketing, o como herramienta de comunicación con nuestros usuarios. En el primer caso, su uso requiere un planteamiento sistemático y la inclusión de métricas e indicadores de rendimiento, que no siempre es posible o fácil de implementar en bibliotecas pequeñas. En todo caso sí que es interesante supeditar la cantidad de tiempo y esfuerzo invertido en ellas a que podamos percibir un retorno adecuado de esa inversión de tiempo y esfuerzo. Pero sobre todo, desde mi punto de vista, tenemos que ver nuestra presencia en las redes sociales como una oportunidad para interactuar y establecer conversación con nuestros usuarios, porque es el nuevo espacio en el que ya están muchos de ellos.

· ***Desde tu perfil profesional, ¿Las bibliotecas públicas municipales y las provinciales están planteando bien el marketing de sus servicios bibliotecarios en Internet en general?***

La planificación requiere de un tiempo de meditación y trabajo previo al que en muchas ocasiones nos resulta imposible dedicarnos. Trabajamos un poco a salto de mata y el término de bibliotecario “apagafuegos”, el más común en las bibliotecas municipales, nos impide desarrollar un plan de marketing apropiado. En todo caso, ello tampoco debe ser óbice para no estar presentes en este nuevo escenario. El medir supone un esfuerzo añadido, y no siempre es fácil aplicar las métricas necesarias, bien por desconocimiento, bien por falta de una sistematización generalizada en la recogida de las mismas, o sencillamente por falta de tiempo.

· ***Centrándonos en nuestra Comunidad Autónoma, ¿En Andalucía nuestras bibliotecas hacen un buen uso de las redes sociales?***

Hay ejemplos muy notables, como es el caso de algunas bibliotecas universitarias, que son ejemplo de buenas prácticas a nivel nacional. Pienso que la existencia de equipos de trabajo más asentados y estructuras de personal mejor pertrechadas lo hace posible en las universitarias.

En cambio, el panorama que encontramos en muchas bibliotecas públicas, por lo general obedece a apuestas personales por parte de bibliotecarios inquietos. Hablo por propia experiencia, y soy consciente que éste no es el camino adecuado, pero las más de las veces es la única vía que podemos recorrer. En todo caso, es necesario sentarse previamente y planificar de qué modo y con qué constancia vamos a hacer uso de las redes sociales, y lo que es más importante, evaluar el tiempo y esfuerzo invertido en función de unos objetivos claros y bien definidos.

· ***Existen diversidad de recursos y herramientas sociales, ¿Qué herramienta social recomendarías el uso a nuestras bibliotecas públicas?***

Twitter y Facebook por su facilidad e inmediatez, y por qué cada una puede interesar a públicos diferenciados. La utilización de un blog específico para la Biblioteca debe estar bien meditado y perseguir unos fines más específicos, porque como mero Tablón de Anuncios, las dos primeras redes cumplen dichos objetivos.

· En cuanto a la actualidad, ¿Qué deben poner en práctica las bibliotecas de manera inmediata para tener presencia activa en la realidad virtual?, nos das algún consejo para que los bibliotecarios inicien de manera inmediata la andadura en el tema que nos rodea.

Buscar y establecer contactos con aliados cercanos. La primera audiencia que tenemos que definir y a la que dirigirnos son nuestros usuarios locales, sean socios de la biblioteca o no. Los usuarios twitteros de nuestra población y los que tengan un perfil en Facebook. Hacia este grupo deben concentrarse nuestros primeros esfuerzos.

· Para acabar Antonio, ¿Que nos puedes decir de la labor desarrollada en las redes sociales por la AAB?

La impresión que tengo de vuestro trabajo es muy positiva. La estrategia que desarrolláis la considero interesante ya que tanto su Presidente como la propia Asociación contribuyen a mejorar la imagen de marca de la misma, difundiendo noticias, dando a conocer sus actividades de formación, y haciéndose eco e interactuando con las instituciones bibliotecarias más activas en las redes sociales. Enhorabuena.



ASOCIACIÓN ANDALUZA
DE BIBLIOTECARIOS