

# XX JORNADAS BIBLIOTECARIAS DE ANDALUCÍA

18 y 19 de octubre de 2019  
Roquetas de Mar (Almería)

Marca: #bibliotec@

*Presentación:*

## Marca biblioteca: imagen social de las asociaciones profesionales en redes sociales

*Ponentes:*

- \*Ana Bernardo Suárez  
*Centro de Documentación de Servicios Sociales de Asturias*
- \*Silvia García González  
*Consultora de administración electrónica*

*Presenta y modera:*

- \*Ana Real Duro  
*Instituto de Estudios Giennenses. Biblioteca*

*Relator:*

- \*Francisco Jesús Ruiz de Haro  
*B.P.M. de Vera. Almería*

# Marca biblioteca: imagen social de las asociaciones profesionales en redes sociales

ANA BERNARDO SUÁREZ

*Centro de Documentación de Servicios Sociales de Asturias.*

SILVIA GARCÍA GONZÁLEZ

*Consultora de administración electrónica*

*Las asociaciones profesionales, al igual que cualquier otra organización, deben tener presencia en las redes, y deben cuidar la imagen social que proyectan debido al impacto que generan en su sector.*

*La presente investigación trata de identificar si las asociaciones tienen presencia en las RRSS, analizar el uso que hacen de ellas y el impacto que generan en el sector.*

*Palabras clave: Redes sociales, asociaciones profesionales, imagen social, impacto, e-marketing*

## **LIBRARY BRAND: THE SOCIAL IMAGE OF THE PROFESSIONAL ASSOCIATIONS IN SOCIAL NETWORKS**

*Abstract: Like any other organization, professional associations should be present on social networks. They also need to take care of the social image they project, in view of the impact that it may have on this field.*

*This piece of research aims at identifying whether associations have a presence on social networks, and at analyzing their use and the impact they have as a result of this.*

*Keywords: social networks, professional associations, social image, impact, e-marketing*

## **INTRODUCCIÓN**

Se podría definir la “Web Social” como un conjunto de recursos y prácticas que permiten a los usuarios socializar entre ellos. Además, se caracteriza porque todos sus servicios son participativos, pueden relacionarse de forma sencilla y abierta con otras



personas, compartir recursos y comunicarse de forma inmediata y simultánea (Maestro & otros, 2010). La web 2.0, más que un fenómeno tecnológico, refleja la importancia de las personas y sus relaciones, creando sus propios contenidos (Cabezas, 2014).

Las grandes protagonistas de la web social son las Redes sociales que surgen de la evolución de los blogs y otras herramientas de la web 2.0, a través de ecosistemas de autocomunicación, interacción, colaboración y auto-organización (Campos-Freire & Tuñez-López, 2016).

Hoy en día, no hay organización que no tenga presencia en las redes sociales y esto es debido a las numerosas ventajas que estas ofrecen, como mejorar la visibilidad de la organización, aumentar el contacto directo con personas usuarias que permiten conocer sus necesidades, se obtiene feedback y permite identificar profesionales expertos en el tema en el que se mueve la organización, entre otras.

En relación a las múltiples ventajas de las redes, también hay que tener en cuenta factores que nos pueden llevar a no gestionar bien esos perfiles en redes sociales, estos pueden ser desconocimiento del trabajo de community manager, falta de tiempo, no diseñar una estrategia... Tener presencia en las redes sociales, solamente por estar, no genera ningún beneficio, y si no se gestiona de forma adecuada, puede ser contraproducente, y dar una visión externa de abandono.

Las asociaciones profesionales, al igual que cualquier otra organización, deben tener presencia en las redes, y deben cuidar la imagen social que proyectan debido al impacto que generan en el sector de información y documentación

La presente investigación trata de identificar si las asociaciones tienen presencia en las RRSS, analizar el uso que hacen de ellas y el impacto que generan en el sector.

## **EL ESTUDIO EN 2017: PRESENCIA DE LAS ASOCIACIONES EN LAS REDES SOCIALES (2017)**

### *Metodología de la investigación*

En el año 2017 se realizó una investigación, cuyos resultados fueron presentados en formato póster en las XV Jornadas Españolas de Información y Documentación, Sinergias entre profesionales para la transformación digital. El estudio se realizó durante los meses de abril y mayo, siendo la última actualización del formulario el 17 de mayo, con el fin de presentar datos actualizados en las jornadas de Fesabid.

Para estudiar la imagen de las asociaciones y colegios profesionales en las redes sociales, nos centramos en aquellas que pertenecen a Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística (FESABID) ya que reúne las asociaciones profesionales más relevantes del sector.

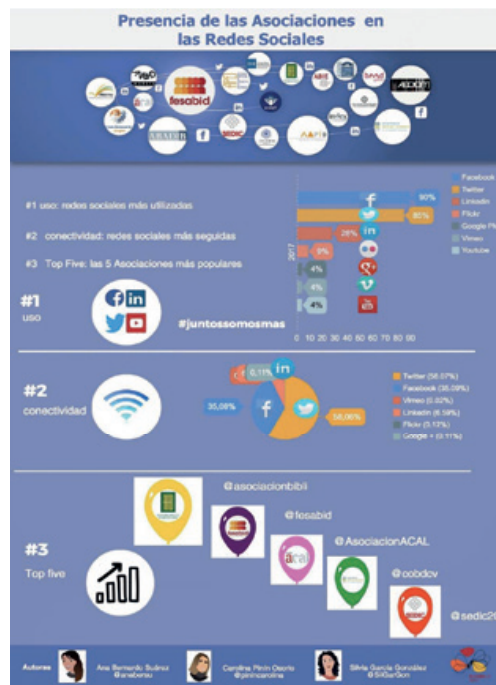
Los objetivos de la investigación fueron:

- Identificar si existe presencia en las redes sociales por parte de las agrupaciones profesionales pertenecientes a Fesabid en Redes sociales.
- Conocer qué redes son más seguidas por el público final.
- Analizar el uso que hacen de las redes sociales las agrupaciones profesionales.
- Identificar las 5 asociaciones con más presencia.

Para la tarea de recogida de datos, se utilizó un formulario diseñado ad-hoc, en el que se representaron todas las variables a analizar y en el que se fueron recogiendo los datos para proceder en último lugar a su análisis.

En el formulario se recogen la totalidad de asociaciones y se identifican las posibles redes sociales que podrían llegar a utilizar: facebook, twitter, linkende y google +... En el caso que las agrupaciones profesionales tengan presencia en una red social, se registrará el número seguidores.

## RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN: PÓSTER



*Imagen: Poster resultado de la investigación en 2017  
(Ana Bernardo, Carolina Pinín y Silvia García)*

## EL ESTUDIO EN 2019: PRESENCIA DE LAS ASOCIACIONES EN LAS REDES SOCIALES (2019)

En 2019, se actualizan los datos de la investigación con objeto de conocer la evolución del uso de las redes sociales por parte de las asociaciones y colegios utilizando los mismos objetivos planteados en 2017, y este es el resultado:

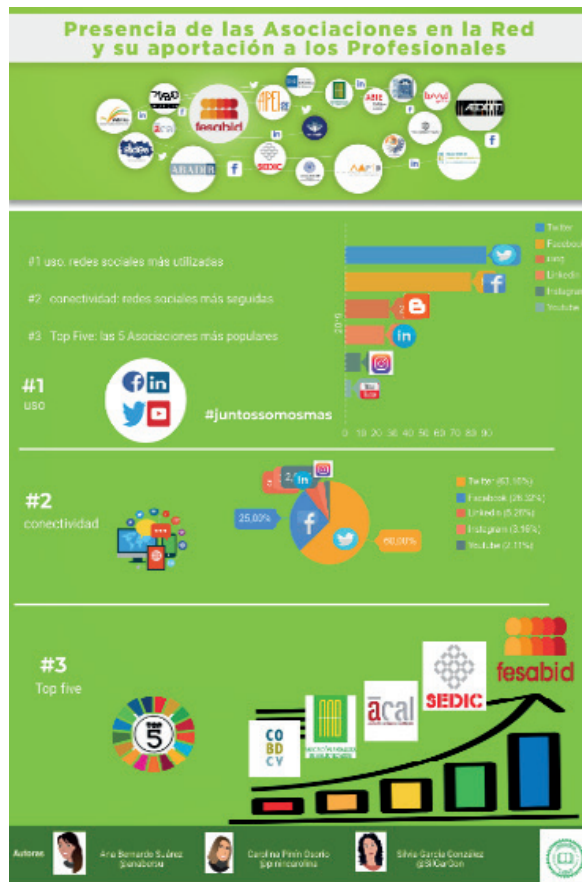


Imagen: Poster resultado de la investigación en 2019  
(Ana Bernardo, Carolina Pinín y Silvia García)

Además de ofrecer los datos comparativos que evidenciaban el impacto y evolución desde el año 2017 hasta el 2019, se pretende dar a la investigación un valor añadido aportando una visión cualitativa de la cuestión.

Para ello se llevan a cabo las siguientes acciones:

- Encuesta, vía e-mail, a las Asociaciones objeto de estudio en el año 2019, cuyo objetivo era profundizar en el uso de las Asociaciones de las Redes sociales, así como evidenciar sus carencias y nuevos propósitos.
- Encuesta, a través de twitter, a los profesionales de la información, para conocer de primera mano qué RRSS les aportan más profesionalmente, así como qué es lo que echan en falta.
- Por otro lado, en el marco de las Jornadas Andaluzas de Bibliotecarios. se presenta una buena práctica en RRSS, que lleva a cabo SEDIC [i] a través de LinkedIn, “portal de empleo para socios/as”.
- Y por último, durante la ponencia, se realiza una entrevista en directo con el presidente de AAB, Tomás Bustamante, para conocer, de primera mano, la estrategia utilizada por la Asociación Andaluza de Bibliotecarios, que los convierte en referentes en el manejo de RRSS.

La encuesta dirigida a las asociaciones/colegios se diseñó para conocer la metodología utilizada por las asociaciones en el uso de redes sociales y poder contrastarlo con los resultados cuantitativos ya obtenidos. Obtuvo un 70% de tasa de respuesta. A continuación, las preguntas y respuestas:

- Dentro de vuestro plan estratégico, ¿existe algún punto dedicado a las redes sociales?
- 4 asociaciones disponen de plan estratégico en RRSS (AAB, AAIE, AAPID, SEDIC).
- ASNABI: No dispone de plan estratégico, pero si comisión de RRSS.
- ACLEBIM: Aunque no tiene plan estratégico, hay cinco personas trabajando en RRSS.
- A parte de Facebook y Twitter, ¿qué otras redes utilizáis?
- Youtube, Instagram y Likedin (AAB, SEDIC).
- ¿Cuál es la forma habitual de comunicación con vuestros socios?
- Mail y lista de distribución.
- Sin contar con vuestras cuentas en redes sociales, ¿qué otras cuentas de redes sociales de otras asociaciones utilizáis?
- Todas, especialmente FESABID y SEDIC.

En relación con la encuesta dirigida a profesionales, a continuación, las preguntas planteadas y un resumen de las respuestas recibidas:

1. *¿Qué asociación profesional, a través de sus redes sociales te aporta más?*
  - Fesabid (49,6%).
  - Asociación Andaluza de Bibliotecarios (41,1%).

i SEDIC: Sociedad Española de Documentación e Información Científica.

- Sedic (39,5 %).
- COBDCV (15,5 %).
- COBDC (13,2 %).

2. *A parte de las redes sociales, ¿qué otro medio utiliza para estar informado de temas profesionales?*

- Blogs (74,4%).
- Listas de distribución (58,1%).
- Revistas especializadas (53,5%).

3. *En el estudio que estamos realizando, actualmente, nos indica que la mayoría de las asociaciones profesionales no utilizan LinkedIn ni casi ninguna otra red social como herramientas de comunicación, ¿Cuál o cuáles considerarías interesantes?*

- YouTube (53,5%).
- LinkedIn (48,8%).
- Instagram (37,2%).
- WhatsApp (34,9%).
- Pinterest (10,1%).

4. *¿Por qué?*

YOUTUBE

- Visibilidad
- Imagen
- Comunicación audiovisual
- Dinamismo. Las y los usuarios/os consumen YouTube (las y los bibliotecarios/os, también). Pero a las bibliotecas y asociaciones profesionales les cuesta incluir esta herramienta entre sus canales de comunicación.

LINKEDIN

- LinkedIn abarca una ratio de personas más profesionales en el área de sus investigaciones.
- LinkedIn como red profesional, las Asociaciones deberían de estar.
- Por ser la más orientada a perfiles laborales

WHATSAPP

- Inmediatez
- Hábito
- Comunicación audiovisual
- Dinamismo

5. *Si eres profesional de la información y no sigues las redes sociales de ninguna asociación profesional, ¿Cuál es el motivo?*

- Cualquier otra suscripción acaba siendo cansina y con un bombardeo inútil de sobreinformación que me sobrepasa.

- Unas no están actualizadas. Otras no tocan temas de mi interés profesional.
- No muestran crecimiento en la temática y solo hablan de lo que está de moda.
- Falta información de calidad.
- Infoxicación.
- La información que transmiten es muy genérica y variada, sólo un pequeño porcentaje de ella tiene que ver con mi ámbito profesional y, dentro de él, con los proyectos que en un momento puedo estar desarrollando. Evito tener saturación de información de esa naturaleza, es más práctico buscar la información precisa en el momento necesario. Otros medios que utilizo, como listas de distribución de mi ámbito profesional, alertas, etc. si se ajustan más a mis expectativas y necesidades.
- Repetitivo.

En cuanto a la buena práctica en RRSS que se presentó, es la llevada a cabo por SEDIC [ii] a través de LinkedIn, “portal de empleo para socios/as”. En su perfil de LinkedIn, la asociación ofrece información sobre la asociación. En este perfil se ha creado un grupo orientado al mercado laboral en el que se agrupan distintas ofertas de empleo, y en el que participan asociados y empresas que comparten sus ofertas de empleo. La asociación tiene un acuerdo con las empresas privadas, para que estas ofrezcan de forma exclusiva sus ofertas por este canal. Además, la asociación también contribuye nutriendo al grupo de ofertas de la administración pública.

## BIBLIOGRAFÍA

CABEZAS MARDONES, C. (2014). *Leer y escribir en la web social: uso de blogs, wikis y multimedia compartida en educación*. Recuperado en: <http://200.55.208.181/xmlui/handle/123456789/58>

CAMPOS-FREIRE, FRANCISCO; RÚAS-ARAÚJO, JOSÉ (2016). “Uso de las redes sociales digitales profesionales y científicas: el caso de las 3 universidades gallegas”, en *El profesional de la información*, v. 25, n. 3, pp. 431-440. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.13>

MAESTRO CANO, J. Á., RIBESLLOPES, I., MERLO VEGA, J. A., FERRERAS FERNÁNDEZ, T., GALLO LEÓN, J. P., & ANGOSTO CASTRO, A. (2010). “Ciencia 2.0: aplicación de la Web social a la investigación”, en *X Workshop Rebiun sobre proyectos digitales: diez años de proyectos digitales: cambian las bibliotecas, cambian los profesionales*. Valencia, 7 y 8 de octubre de 2010.

ii SEDIC: Sociedad Española de Documentación e Información Científica.