Redes sociales
para no dejar a nadie atrás

Marta Sala González
Bibliobús Serra de Rubió
XI Congreso Nacional de Bibliotecas Móviles

Resumen:

El texto ofrece una visión general sobre el uso actual de las redes sociales en los bibliobuses de la Xarxa de Biblioteques Municipals de Barcelona (XBM) y en otros bibliobuses a nivel nacional. Se aborda cómo se utilizan estas plataformas en el contexto de los bibliobuses, así como el desafío que representa difundir información en comunidades rurales que, cada vez más, están envejeciendo. Además, se analizan aspectos prácticos, como qué plataformas pueden ayudar a alcanzar los objetivos del bibliobús y qué tipo de contenido resulta más efectivo para conectar con nuestros usuarios. La comunicación tiene como objetivo ser útil al responder a preguntas que, como gestores de redes sociales, nos hemos planteado en algún momento, especialmente antes de lanzar una nueva red social. Con esta intención, el texto examina las redes sociales utilizadas por el Bibliobús Serra de Rubió y las herramientas de gestión de contenido que pueden ser valiosas para maximizar el alcance y la interacción en el entorno digital.

Introducción:

La Red de Bibliotecas Municipales (XBM) no solo se ha consolidado como un referente en el acceso a la cultura y la información, sino que también ha sabido adaptarse a la era digital y al impacto de las redes sociales. Actualmente, la XBM está integrada por 247 equipamientos, 235 bibliotecas y 12 bibliobuses, que trabajan de manera coordinada para garantizar un servicio equitativo a todos los ciudadanos de la demarcación de Barcelona.
Esta adaptación a las nuevas tecnologías ha sido clave para asegurar que todos, tanto en zonas metropolitanas como en municipios más pequeños, tengan acceso a recursos y servicios innovadores. Así, las bibliotecas y bibliobuses de la XBM han ido evolucionando para responder a las necesidades cambiantes de la sociedad. En este sentido, las redes sociales han emergido como una herramienta fundamental para conectar con la comunidad. A través de plataformas como X, Facebook e Instagram, las bibliotecas pueden comunicarse directamente con los usuarios, promocionar actividades, compartir recomendaciones de lecturas y fomentar la participación ciudadana. Este diálogo constante no solo mejora la visibilidad de las bibliotecas, sino que también ayuda a construir una comunidad activa e implicada. El modelo de servicio de la XBM continúa en constante evolución, incorporando nuevas tecnologías y servicios adaptados a las necesidades del momento. En resumen, las bibliotecas de la XBM, a través de su adaptación e innovación, continúan siendo un espacio de encuentro, aprendizaje e inclusión para toda la ciudadanía.

En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para conectar con nuestros usuarios de una forma efectiva y dinámica. Para el bibliobús, estas plataformas no solo ofrecen una vía para compartir información, sino que también representan una oportunidad para acercar

la cultura y fomentar el hábito lector. Son claves para ofrecer un servicio de extensión bibliotecaria que nos acerque a nuestros usuarios fuera del horario habitual de parada, las 24h del día. Las redes sociales en definitiva nos ayudan a no dejar a nadie atrás.

En este contexto, explorar la utilidad de las redes sociales para el bibliobús no solo es una cuestión de modernización, sino de potenciar el impacto educativo y cultural que este servicio puede ofrecer. Esta comunicación abordará cómo cada plataforma puede contribuir a los objetivos del bibliobús, qué tipo de contenido es más efectivo y cuáles son las mejores herramientas para maximizar el alcance y la interacción en el entorno digital.

En la actualidad un 86% de los internautas de 12-74 años utilizan Redes Sociales, lo que representa aproximadamente 30 millones de personas en España.
Cada usuario utiliza de media 4,9 redes sociales diferentes.
El móvil sigue siendo el principal dispositivo para conectarse a Redes Sociales (98%).

Sin ser el objetivo principal de esta comunicación y tras hacer un pequeño repaso por las redes es notable observar que siguen siendo pocos los bibliobuses con redes sociales propias. En la comunicación de Mª Isabel Sánchez García en 2017 *"Uso de medios sociales en los bibliobuses españoles"* veíamos como de los 80 bibliobuses solo 20 tenían redes sociales. En la actualidad solo son 35 los que tienen alguna red social abierta al público.
Han pasado 7 años desde la comunicación de la compañera pero en general los bibliobuses seguimos sin tener una presencia real en las redes sociales.

Los índices de envejecimiento de la población no paran de subir ¿vale la pena invertir tiempo y esfuerzo en difundir la información vía redes sociales en una España rural y cada vez más envejecida?

- El envejecimiento se concentra en los pequeños municipios rurales:
    - En los municipios de **menos de 5.000 habitantes, 1,5 millones de personas ya superan los 65 años**. Es decir, **1 de cada 4 personas ya tiene más de 65 años**.
    - En los de menos de 1.000 habitantes, **ya 3 de cada 10 personas superan los 65 años**, y casi el 15% también alcanza los 80 años.

Una parte importante de la población en las zonas rurales son personas mayores, puede parecer que las redes sociales no sean la herramienta más efectiva para la difusión de información. Sin embargo, invertir esfuerzos en estas plataformas puede ser valioso por varias razones.

Primero, aunque el uso de redes sociales puede ser menos prevalente entre los adultos mayores, la penetración de estas plataformas está en aumento, y muchos jóvenes y adultos de mediana edad, que pueden ser intermediarios clave, están activos en ellas. Esto permite llegar a una audiencia más amplia y diversa dentro de la comunidad.

En segundo lugar, las redes sociales no solo sirven para difundir el servicio y tener una comunicación directa con nuestros usuarios, sino también como medio para difundir la cultura, el patrimonio y fomentar la lectura. A través de las redes sociales podemos compartir información cultural, recomendaciones de lectura, reseñas cinematográficas, novedades editoriales y nuestra agenda cultural.

Finalmente, las redes sociales pueden ser un medio para preservar y promover la cultura local, compartir noticias y eventos comunitarios, y dar visibilidad a las actividades disponibles en las zonas rurales. Invertir en estas herramientas puede ser un paso hacia una mayor integración digital y una mejora en la calidad de vida para los residentes de áreas rurales. Para nuestra población mayor el uso de las redes sociales también puede ser útil para evitar la soledad no deseada y evitar el aislamiento.

En conclusión, aunque los esfuerzos en redes sociales pueden requerir recursos y planificación, el potencial para alcanzar a diversos segmentos de la comunidad y mejorar la comunicación de los servicios y eventos hace que sea una inversión que vale la pena considerar.

¿Qué redes son útiles en la actualidad para crear contenido y aportar valor a nuestro servicio?

En la actualidad hay muchas redes sociales, cada una de ellas tiene un público objetivo, una forma de comunicar y una intencionalidad diferente. Hay redes que sirven para encontrarse con amigos y crear grupos, otras que sirven para compartir manualidades e imágenes inspiradoras, otras que nos ofrecen información en forma de videos, etc. Cada red social nace con la idea de ofrecer un servicio y enfocada a un público en particular.

Estas redes sociales son algunas de las que pueden funcionar mejor en un servicio como el del bibliobús.

Whatsapp: Actualmente whatsapp es la red más usada en España independientemente de la edad y el género de los usuarios. Sin duda es la red de comunicación más usada, su uso principal es la mensajería instantánea, aún así whatsapp tiene otras funcionalidades que nos pueden ser muy útiles como los canales donde podremos difundir información de una forma pública pero garantizando la protección de datos de nuestro público.

Instagram: És una de las redes más usadas por los españoles, su impacto visual es la base de su funcionamiento. Fotos y videos són su contenido principal. Pertenece al grupo Meta al igual que whatsapp, Facebook y threads. Los reels son ahora mismo uno de los contenidos que más funciona. En esta red se puede crear contenido para el feed en forma de fotos o carruseles de fotos, esta es la parte más visible y hay que intentar que tenga una estética más o menos cuidada. Los reels son los que nos ayudan a captar nuevo público y los que tienen más engagement con gente que no nos sigue. Finalmente las historias nos sirven para crear comunidad, hacer preguntas y encuestas, para interactuar con nuestros usuarios e informar del día a día.

Youtube: Los videos son un formato fantástico para comunicar. Youtube es la red más usada en el mundo para visualizar videos. Estos son en formato horizontal, al revés que en reels, normalmente también se trata de vídeos más largos con más contenido.

Facebook: Facebook es una red muy buena para crear comunidades, grupos temáticos donde compartir aficiones y para comunicarse con amistades. Actualmente no es la red más usada por los españoles, ha perdido sobre todo público joven y de mediana edad. Aún así mucha gente mayor sigue usando facebook.

X: Anteriormente Twitter, es una red donde podemos dar información corta. En general se usa para crear debate y aportar opiniones, aunque en bibliotecas se suele usar para reseñar libros y anunciar actividades y eventos.

Otras redes sociales muy usadas son:
Pinterest, Tiktok, threads, snapchat, linkedin.

¿Es mejor estar en todas las redes sociales o solo en una?
Crear contenido para redes sociales es una tarea que nos puede ofrecer muchos beneficios pero que también conlleva dedicación y tiempo de nuestra parte. Cada red social requiere de un tipo diferente de contenido ya que cada una tiene un público diferente y se visualiza de diferentes formas.
Antes de abrir una nueva red social y empezar a crear contenido tenemos que valorar qué público potencial encontraremos en ella así como el tipo de contenido que tendremos que crear, como lo haremos y cuanto tiempo invertiremos en hacerlo. Es importante que las redes se mantengan actualizadas.

En general la información que compartimos los bibliobuses con redes sociales es:

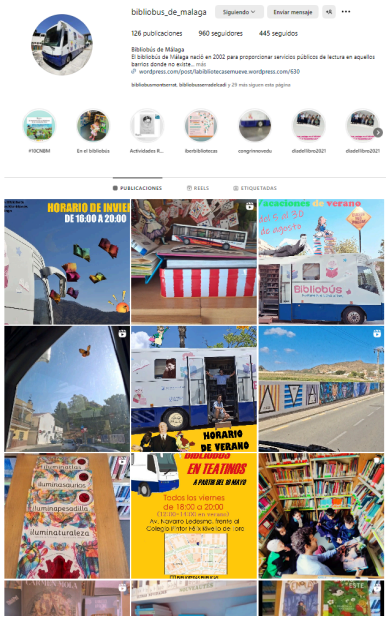
- Rutas y horarios
- Actividades programadas

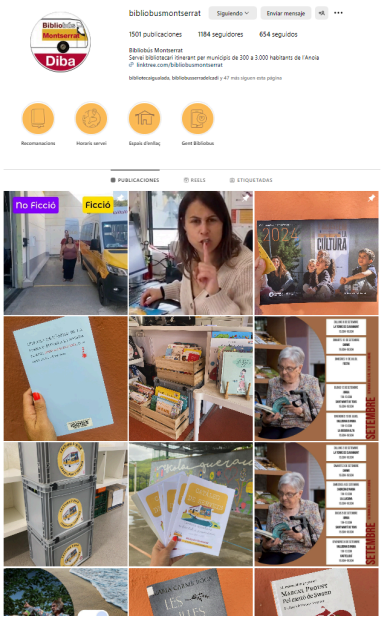
- Incidencias
- Novedades
- Reseñas de libros
- Fotografías de las actividades
- Información sobre los clubes de lectura
- Libros leídos en los clubes de lectura

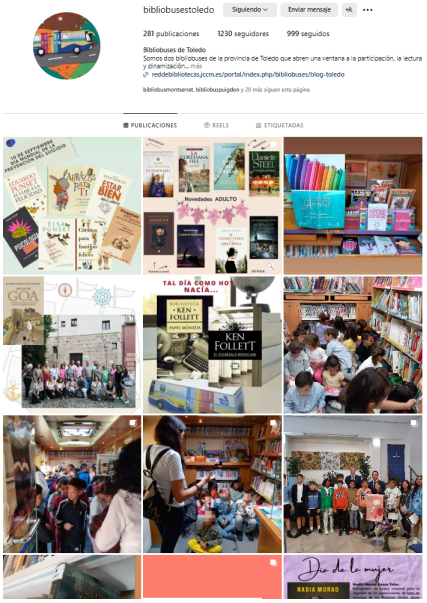
También hay bibliobuses que usan las redes para:

- Informar de la ruta del día en las historias
- Hacer algún trend de moda
- Compartir información de los ayuntamientos de su ruta.
- Fotos de la ruta, paisaje, dia a dia del bibliobús
- Estadísticas
- Trends bibliotecarios: #bookfacefriday #robaunpoema

Facebook e instagram son las redes que nos permiten compartir todo este contenido de una forma fácil con nuestros usuarios, tenemos que valorar que red nos interesa más según a qué público queremos llegar.







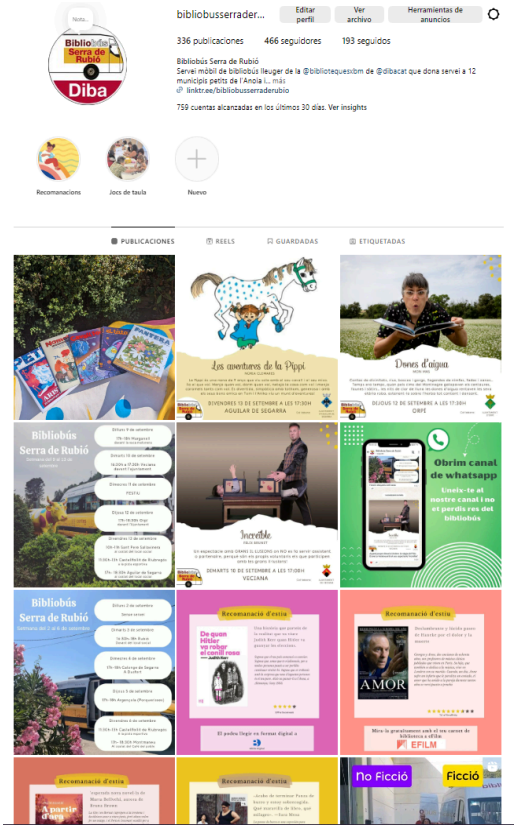
Puntos fuertes y débiles de tener muchas redes

Puntos fuertes:
1. Puedes ampliar el abanico de público potencial, ampliando la posibilidad de llegar a un target de edad diferente
2. Si solo tienes una red y esta tiene problemas técnicos o cambia sus políticas, podrías quedarte sin la plataforma que usas para comunicarte con los usuarios. Al diversificar las redes este problema se reduce.

Puntos débiles:
1. Llevar varias redes puede ser abrumador. Puede ser complicado mantenerlas todas actualizadas y con contenido de calidad.
2. Podrás dedicar menos tiempo a cada red, eso puede suponer que te pierdas interacciones con los usuarios.

¿Entonces qué es lo más recomendable? Tenemos que planificar qué queremos comunicar, a quién, cuál es nuestro público objetivo y donde lo encontraremos. Cuánto tiempo dedicaremos a las redes y qué herramientas usaremos para crear el contenido.
Estar en las redes sociales es muy interesante y puede aportar mucho, pero para que sea así tenemos que valorar antes que red escogeremos. Si abrimos perfiles en varias redes y no aportamos interés en ninguna al final estaremos trabajando en vano.

¿Qué redes he escogido yo para el Bibliobús Serra de Rubió y por qué?



En el bibliobús Serra de Rubió he escogido tener instagram como red principal y whatsapp solo para difundir las actividades y horarios a través de un canal.

He escogido instagram como primera opción porque me aporta la posibilidad de crear más impacto visual con las publicaciones, no necesito crear grandes textos si no que la información que paso sea visual y se asimile fácilmente. Me permite hacer videos y reels, algunos de ellos me han aportado muchas visualizaciones, sobre todo aquellos donde hacemos algún trend de moda. Me permite también hacer encuestas, preguntas, colgar historias del día a día que no necesito que se queden reflejadas en el perfil y tener interacción con los usuarios.

Instagram me permite también seguir las estadísticas para conocer qué publicaciones funcionan y en qué horarios. Si escogéis esta red os recomiendo tener el perfil de creador activado, tiene más funcionalidades que el perfil profesional y el personal.

Facebook e instagram ofrecen características parecidas, al ser las dos de Meta han añadido funcionalidades parecidas. Facebook es muy útil para escribir textos más largos, poner enlaces y generar comunidades. Yo he apostado por instagram y tengo la red de facebook porque al tener algunas herramientas de análisis y

creación como Creator studio necesito tener perfil de Facebook, pero no creo contenido para Facebook ni está anunciada como una red pública ya que he tomado la decisión de no invertir tiempo en trabajar esta red. Podría usar una de las funcionalidades que nos ofrece Meta que es compartir el contenido creado para instagram directamente en facebook, pero en general no suele encajar tanto en facebook y no suele tener muchas visualizaciones.

También tengo un canal de whatsapp abierto hace muy poco, en septiembre, es una forma muy interesante de difundir el horario, las actividades y la información más relevante. Un 95% de los internautas españoles usan whatsapp. Los canales tienen una privacidad de datos excelente y eso anima mucho a los usuarios a usarlo. Para que se apunten al canal tengo un cartel en la puerta de entrada donde con solo acercar el móvil y gracias a la tecnología NFC entran directamente al canal y pueden unirse. La comunicación es unidireccional, los números de teléfono no son visibles para nadie y las personas solo pueden reaccionar con emoticonos a las publicaciones.

Herramientas de creación de contenido

Una de las partes más importantes de las redes sociales es que contenido creamos y cómo lo hacemos para que este sea visual, claro y atrayente. Los algoritmos son los que hacen que una publicación sea más o menos vista y que se muestre o no a nuestros usuarios. Estos juegan con muchas variables que es complicado conocer y muchos profesionales dedican todo su tiempo a entenderlos y usarlos a su favor.
Nosotros como bibliobuseros no podemos invertir tanto tiempo en entender el algoritmo, lo único que podemos hacer es intentar seguir estas orientaciones:

- Es mejor publicar en algunos momentos del día, viendo las estadísticas puedes saber cuando es el mejor momento. Las estadísticas son una herramienta muy útil para saber que tipo de contenido ha funcionado mejor. Nos podemos fijar en qué tipo de imagen o video era, que comunicamos en él, la duración y apostar por hacer algún video parecido para ver si así conseguimos más interacción y visualizaciones.

- Intenta que tu contenido sea visual y claro, para hacerlo puedes usar herramientas como canva para editar el contenido, es una herramienta gratuita con muchas plantillas y elementos que harán muy fácil crear cualquier post.

- Si apuestas por hacer videos un buen editor gratuito es Capcut, muy intuitivo y fácil desde el dispositivo móvil, tablet o ordenador.

- Si lo que te cuesta es acordarte de publicar, puedes dedicar un rato semanal o quincenal a planificar todas la publicaciones y que estas se publiquen en el momento que tu quieras sin estar siempre con el móvil en la mano. Para ello puedes usar Creator studio / Meta business. Esta herramienta es la propia de Meta y te permitirá planificar las publicaciones de facebook e instagram a un mes vista.

- La IA puede ser una gran aliada a veces para generar contenido, si no has probado chat-gpt te animo a darle una oportunidad. No siempre será útil pero en ciertos momentos de bloqueo puede ayudarte a planificar publicaciones, darte ideas de contenido para las redes sociales o ayudarte con textos que se te atascan.

- Dall-e es una IA para crear imágenes, aunque hay varias IA para hacerlo y te recomiendo probar diferentes. Algunas aplicaciones como Canva empiezan también a ofrecer IA para la generación de imágenes o edición. En uno de los proyectos que estamos creando el bibliobús Montserrat y el bibliobús Serra de Rubió hemos hecho uso de la IA para generar una de las imágenes principales de las “bolsas verdes para la sexualidad positiva de los chicos”.

¿Qué podemos esperar del futuro en cuanto a redes sociales?

Nadie nos asegura que lo que ahora funciona en redes sociales siga siendo así en unos años. Las redes van cambiando y sus normativas y regulaciones también lo hacen.
En un futuro seguramente nos encontraremos con más regulación gubernamental para la privacidad de los datos, cada vez más se busca proteger a los usuarios.

También veremos nacer nuevas plataformas, quizás con nichos más especializados, cada vez se pone más en valor el contenido de calidad, con autenticidad e incluso donde podamos estar en directo con esa persona y comunicarnos a tiempo real.

Es muy posible que veamos más implementada la IA, no solo en la creación de contenidos sino también en la mejora de la experiencia del usuario en el uso de las redes sociales y los servicios de internet.

¿Y para los bibliobuses?

Tenemos la oportunidad de estar presentes en las redes sociales, su uso crece día a día por parte de la población y es un recurso muy útil para conectar con nuestros usuarios. Si ya estamos presentes en redes podemos valorar si nuestro trabajo en ellas tiene el impacto que nos gustaría, reflexionar sobre el valor queremos aportar y enfocar nuestros esfuerzos para alcanzar nuestros objetivos. Si no estamos en redes sociales quizás podemos encontrar valor en ello y empezar nuestra andadura virtual.

Estar presentes en redes sociales como hemos visto puede aportar valor cultural, social y de bienestar a la población donde damos servicio. Las redes sociales nos ayudan con nuestro propósito fundamental como bibliobuses: no dejar a nadie atrás.

Glosario:

- Feed: Es el flujo de contenido que ves en tu perfil, donde aparecen las publicaciones de las personas que sigues.
- Hashtag: Una palabra o frase precedida por el símbolo # que se utiliza para categorizar contenido y facilitar su búsqueda
- Story: Contenido temporal que desaparece después de 24 horas, común en plataformas como Instagram y Snapchat.
- Engagement: La interacción que los usuarios tienen con el contenido, como comentarios, likes y compartidos.
- Algoritmo: Conjunto de reglas o instrucciones definidas para resolver un problema o realizar una tarea específica.
- Inteligencia Artificial (IA): Rama de la informática que se ocupa de crear sistemas capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana.
- Reel: En el contexto de video, se refiere a una colección de clips o escenas que muestran el trabajo de una persona, como un portafolio visual.
- NFC (Comunicación de Campo Cercano): Tecnología que permite la transferencia de datos entre dispositivos cercanos, utilizada para facilitar la suscripción a canales de WhatsApp.