

EVENTOS

2013

XII WORKSHOP DE PROYECTOS DIGITALES
REDES SOCIALES Y EXPERIENCIAS EN
BIBLIOTECAS WEB 2.0



#NUEVAFRONTERA:
VALOR Y MISIÓN DE LA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
EN LAS REDES SOCIALES ONLINE



crue

Universidades
Españolas

Red de Bibliotecas
REBIUN

#Resumen

Transcurridos 18 meses desde el inicio de la participación de la Biblioteca UPM en las redes sociales online, parece llegada la ocasión para reflexionar -y, en el mejor espíritu 2.0, compartir la reflexión con colegas y seguidores- sobre el camino recorrido hasta ahora, y, en general, sobre esta nueva frontera bibliotecaria, repleta de retos tantos teóricos como prácticos, que es la adaptación de la misión y los valores de la biblioteca universitaria al entorno de la web social. Una de las ventajas de la relativamente tardía incorporación a las redes sociales online de los servicios centrales de Biblioteca UPM es que hemos podido aprender mucho y bien de la experiencia ajena, tanto de otros servicios centrales de bibliotecas universitarias como de nuestras propias bibliotecas sucursales. Gracias a ese aprendizaje, por el que estamos muy agradecidos, pudimos tener desde un primer momento claras dos cuestiones : (1) la conciencia de que el proceso que estábamos a punto de iniciar iba a ser un viaje largo y complejo que requería la elaboración de una hoja de ruta, ni demasiado ambiciosa ni tampoco excesivamente original, donde plasmar nuestras ideas y esbozar nuestros objetivos , y (2) la intuición de que nuestro trabajo en social media tendría que aportar algo más, en un plano distinto, desde una perspectiva diferente, al trabajo que ya venían realizando en ese ámbito tanto nuestra institución como nuestras bibliotecas sucursales.

La que hemos terminado denominando Estrategia 2.0 pretendía agrupar algunas de las reflexiones que hicimos durante el proceso inicial de planificación y puesta en marcha de nuestro desembarco en la web social. Intentos de respuestas a cuestiones como ¿Por qué queremos participar en redes sociales? ¿A quién nos dirigimos? ¿Cuál es nuestro público, nuestra audiencia? ¿Qué espera de nosotros? ¿Qué podemos, sabemos o queremos ofrecer en redes sociales?

Más adelante vimos que teníamos que enfrentarnos al dilema de al menos intentar definir una voz propia y diferenciada en medio de la panoplia de voces y acentos que se escuchan en las redes sociales online. Escogimos así el a veces difícil camino de buscar una tercera vía complementaria entre la voz institucional de la organización a la que pertenecemos y la voz comunitaria de nuestras bibliotecas sucursales, centradas en la interacción con sus propios usuarios.

Hemos intentado que la acentuación del carácter profesional, la reafirmación de nuestro compromiso con los valores bibliotecarios –gestión responsable de los contenidos, respeto por el marco institucional y educativo en el que trabajamos, prioridad para el espacio organizado de creación y difusión del conocimiento- y con nuestra misión como biblioteca universitaria –el soporte a la investigación, la docencia y el aprendizaje- sean los ejes, las cuerdas vocales, de esa voz propia que pretendemos en nuestra actuación en la web social.

#NuevaFronteraBUPM

¿Presuntuoso el título, verdad? Queríamos algo que sonara contundente y no era fácil conseguirlo en un entorno como el de los *social media* bibliotecarios, donde cada quince o veinte días se crea un nuevo término definitorio. También queríamos un término evocador y optimista, positivo y con barniz histórico para intentar acercarnos con, digamos, profundidad

semántica a la situación en la que se encuentra hoy una biblioteca universitaria como la nuestra ante el reto de la masiva incorporación a las redes sociales online tanto de nuestra propia institución como de nuestros propios usuarios.

En su discurso de aceptación de la candidatura de su partido a las elecciones presidenciales norteamericanas de 1960, el presidente Kennedy lanzó el término *New Frontier* para definir lo que entonces creyó como la mejor actitud para afrontar los retos a los que se enfrentaba su país al inicio de una década que se intuía iba a transformar el mundo tal y como era conocido hasta entonces : “*We stand today on the edge of a New Frontier. The frontier of 1960s, the frontier of unknown opportunities and perils, the frontier of unfilled hopes and unfilled dreams. Beyond that frontier are uncharted areas of science and space, unsolved problems of peace and war, unconquered problems of ignorance and prejudice, unanswered questions of poverty and surplus*”.

Como bibliotecarios universitarios, habituados por tanto a trabajar en entornos institucionales que fueron en sus líneas maestras definidos hace más de un siglo, las perspectivas que se abren ante las enormes transformaciones que se están produciendo tanto en la docencia como en la investigación universitarias, tanto en la gobernanza como en la propia definición de lo que es una institución de educación superior, se asemejan bastante a la frontera de peligros y oportunidades desconocidos de la que hablaba el Presidente hace cincuenta años. Es ante nuestros ojos de bibliotecarios asombrados ante los que se están produciendo unos cambios descomunales que afectan a todo lo que conocíamos como profesionalmente cierto y seguro, desde la propiedad intelectual de los contenidos con los que trabajamos hasta la misma esencia de la actividad universitaria.

Las redes sociales online, las nuevas formas de aprendizaje y comunicación, los nuevos entornos profesionales y de colaboración, las nuevas necesidades de formación, todos esos territorios ignotos sólo levemente explorados por la academia o por la biblioteca universitaria son desde ahora y en adelante nuestra Nueva Frontera, el lugar virtual donde probar, demostrar, practicar y ejercer nuestros valores y principios como universidad y como biblioteca. Cuenta el gran devoto bibliotecario David Lankester en *The Atlas of New Librarianship* (2011), que ‘*The misión of librarians is to improve society through facilitating knowledge creation in their communities*’. ¿Qué ha de ocurrir entonces cuando la comunidad a la que sirve la biblioteca universitaria está masivamente digitalizada? ¿No se han incubado las redes sociales en el ámbito académico? ¿Qué ha de hacer la biblioteca universitaria cuando la creación del conocimiento, misión y fundamento de la universidad, se está produciendo, almacenando, difundiendo, compartiendo en el ámbito virtual? ¿No es por tanto la Nueva Frontera más una necesidad que una aventura?

EstrategiaDosPuntoCero

Ya hemos contado en el resumen de nuestra participación en este XII REBIUN Workshop que nuestra irrupción en los *social media* ha sido discreta y tardía. Tanto nuestra institución como algunas de nuestras bibliotecas sucursales ya tenían presencia visible en las redes sociales y eso nos obligó –o quizás nos permitió- tomarnos un tiempo para reflexionar sobre qué

queríamos hacer de la presencia de Biblioteca UPM en el mundo 2.0. Así nació nuestra Estrategia Dos Punto Cero, un documento básico y hoy casi entrañable, con algunas ideas elementales sobre qué esperábamos poder ofrecer a nuestros usuarios en el ámbito digital.

Ya entonces se podía percibir nuestra intención de seguir muy apegados a nuestro compromiso profesional y con vocación de esfuerzo por mantenernos dentro de él, aún a costa de evitar una mayor repercusión o popularidad. También hablábamos en aquel documento de nuestro interés por innovar con nuestra presencia en redes sociales, atreviéndonos a experimentar en ese ámbito con algunas de nuestras líneas de trabajo habituales como la difusión de la biblioteca y sus servicios, formación de investigadores, docentes y profesionales bibliotecarios o las competencias y habilidades transversales.

Cuando nos referíamos a nuestro compromiso profesional como lo hacíamos en la Estrategia Dos Punto Cero queríamos aludir a cuestiones que están en el debate profesional permanentemente pero que a veces tenemos la impresión de que muchos profesionales olvidan cuando trabajan en redes sociales online. Derechos de autor, menciones de responsabilidad, propiedad de los contenidos, cortesía, citas, referencias, cesiones, permisos, licencias... son cuestiones importantísimas en el trabajo en *social media* para un bibliotecario porque hay una ética profesional que respetar y porque hay una legislación que cumplir y hacer cumplir.

Por último, apuntábamos entonces y podemos reafirmar ahora con nuestra breve experiencia a cuestiones que pretendíamos ser un canal de comunicación y colaboración online con una orientación paralela, aunque cruzada y coincidente en ocasiones, a la de los dos principales canales de nuestra institución : la voz estrictamente institucional que surge de @la_upm y sus distintos *social media* y la voz comunitaria que han ido organizando las distintas bibliotecas sucursales de Biblioteca UPM alrededor de sus propias comunidades de usuarios. En medio de los dos canales está el nuestro, en una situación de equilibrio inestable que ha terminado por ser nuestra forma natural de comportarnos en las redes sociales online.

#UnaVozPropia

Nos adentramos ahora en algunos aspectos concretos de nuestro trabajo en *social media* que consideramos merece la pena destacar porque son fruto de nuestra experiencia directa, de nuestras pruebas, de nuestros errores y de nuestras observaciones.

(1) La integración de redes : la estrategia redundante. Es este el primero y principal de nuestros hallazgos en el trabajo en redes sociales online. Veníamos observando previamente que la gran mayoría de las cuentas de *social media* de bibliotecas universitarias no aprovechaban a fondo las muchas y no demasiado complicadas posibilidades que ofrece la integración de las distintas redes para conseguir un efecto redundante interesante y eficaz. ¿Porqué no archivar en Pinterest los contenidos que movemos en Twitter? ¿Porqué no conectar Facebook y Twitter? ¿Porqué no archivar en Flickr los anuncios de exposiciones y actividades que hacemos en otras redes sociales? ¿Porqué no conectar Pinterest y Twitter para distribuir más y mejores contenidos? ¿Porqué no archivar en el formato de presentación de Slideshare contenidos interesantes y útiles?. Y finalmente ¿Porqué no hacer campañas o

diseñar estrategias sobre contenidos utilizando al mismo tiempo todas las redes en las que tenemos presencia?

(2) El post que todo lo mueve. Consecuencia de la estrategia redundante que hemos expuesto en el punto anterior, ofrecemos ahora el análisis de uno de nuestros posts habituales de Facebook. Aparece una primera línea con información básica [título, url acortada y mención de responsabilidad] que es la que va a ir a Twitter dado que ambas redes están conectadas. Después el título completo del contenido con su mención de responsabilidad completa y de nuevo la url acortada. Añadimos después el '+ info' que dirige a la galería de Pinterest donde se ha archivado ese contenido y por último se informa de la mención de responsabilidad de la imagen utilizada en el post. Merece la pena mencionar también en este apartado la información sobre impacto y presencia que se obtiene a través del mecanismo para recortar urls y la posibilidad de archivar aquellos posts favoritos o bien trabajados en Flickr mediante la captura de pantalla.

(3) La 'curación' de imágenes y contenidos. Nada es inocente en redes sociales online. Todo ha de tener un sentido transparente de cara a la comunidad de usuarios y seguidores con la que se trabaja. Por eso tenemos que tener capacidad siempre de responder al 100% por todos y cada uno de los contenidos que distribuimos. Para un profesional bibliotecario nunca se acaba el trabajo de cita, etiquetado, reconocimiento de autoría, mención de responsabilidad, cortesía... Lo mismo puede decirse para las imágenes.

(4) La biblioteca indignada. La realidad social es palpante y viva en las redes sociales online. Resulta misión imposible esquivarla o evadirse de ella y más aún en un contexto crítico como el que vive el mundo académico español en los últimos años. Eso no quiere decir que la biblioteca universitaria se implique o posicione sino que creemos que ha de ejercer adaptada a ese entorno convulso su misión más propia : ofrecer información serena para enriquecer el debate de tal modo que se facilite la creación de conocimiento sobre los problemas y, quizás, soluciones razonables. Así han nacido #universidadencrisis, #nonosvamosnosechan y #sinciencianohayfuturo.

(5) Los #ReadyToReadyFor. Una de las líneas de trabajo de las bibliotecas agrupadas en REBIUN es la de las competencias y habilidades transversales y el papel que la biblioteca universitaria puede jugar en su integración dentro del currículum académico. En redes sociales online se pueden trabajar también estas cuestiones agrupando y ofreciendo contenidos relacionados.

(6) Los eventos profesionales. Ya en la Estrategia Dos Punto Cero afirmábamos nuestro interés por explorar al máximo las posibilidades de los *social media* en el ámbito profesional bibliotecario. Creemos que son herramientas útiles para favorecer la comunicación y el intercambio de conocimiento y experiencia.

(7) Algunas campañas destacadas. Por último, ofrecemos aquí un pequeño repaso a aquellas campañas conjuntas en redes sociales online que consideramos más exitosas.