

Métodos de análisis en información y comunicación

Ejercicio 1: Realización de entrevista en profundidad

Profesora: Carmen Marta Lazo

Alumnos: Ignacio Pérez y Eva Morera



Índice

1. Ficha técnica de la Biblioteca universitaria de la EINA (sector, breve explicación histórica desde su creación e hitos más destacados, número de empleados...)	3
2. Análisis documental de qué se entiende por competencias digitales	4
3. Preparación del guion de una entrevista en profundidad a la directora de la Biblioteca de Hypatia de Alejandría	6
4. Realización de una entrevista en profundidad –siguiendo los parámetros vistos en la asignatura	9
5. Análisis del discurso de la entrevista	9
5.1. Análisis discurso general	9
5.2. Análisis discurso sobre Redes Sociales	11
5.3. Comunicación interna	16
6. Elaboración de un informe sobre el diagnóstico de la situación de las competencias digitales en la biblioteca de Hypatia en general y en los empleados en particular y el modo de implementar mejoras respecto a los contenidos analizados...	17
7. Agradecimientos	20
8. Bibliografía	21
9. ANEXOS	22
9.1. Anexo 1 Entrevista a Natividad Herranz Alfaro	23
9.2. Anexo 2 Entrevista a Maria Luisa Blasco Nicolás	42
9.3. Anexo 3 Entrevista a Andrea Sanz Magdalena	48

1. Ficha técnica de la Biblioteca universitaria de la EINA (sector, breve explicación histórica desde su creación e hitos más destacados, número de empleados...)

Nombre de la entidad: Biblioteca Hypatia de Alejandría

La Universidad de Zaragoza se compone de las bibliotecas de centro y de la Biblioteca General.

La Biblioteca de la Universidad de Zaragoza (BUZ), mantiene un sistema fundamentalmente descentralizado, integrado por bibliotecas de centro, coordinadas por una dirección única, con el apoyo de los servicios centrales.

Las bibliotecas de centro están presentes físicamente en las facultades y centros universitarios de la Universidad de Zaragoza ofreciendo un total de 22 puntos de servicio de atención al público, repartidos en las tres provincias de Aragón, y distribuidas en seis campus.

Dentro de las bibliotecas de centro del campus de Zaragoza, destacamos la Biblioteca "Hypatia de Alejandría" de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA), de la Universidad de Zaragoza. Es un servicio de recursos para la docencia e investigación.

Es una biblioteca universitaria de eminente carácter científico-técnico, fruto de la fusión de las bibliotecas de los antiguos centros: CPS y EUITIZ. Su nombre nace en 2002 tras un concurso de ideas convocado por la Universidad de Zaragoza, pasando a denominarse: Hypatia de Alejandría.

Actualmente se ubica en el Campus Río Ebro (Actur) Zaragoza, más concretamente en la primera planta del edificio Betancourt. En la Calle María de Luna, 5. 50018 Zaragoza.

La Universidad de Zaragoza es una de las primeras universidades públicas españolas que consigue certificar la calidad en el servicio de su biblioteca y conseguir un certificado AENOR. Además, la experiencia de 'Hypatia' la convierte en una de las primeras en el entorno de las administraciones públicas en Aragón.

La entrevista en profundidad se realiza a la Directora de la biblioteca de Hypatia de Alejandría, de la EINA: **Natividad Herranz Alfaro** y a sus dos compañeras: **María Luisa Blasco Nicolás**, que gestiona Facebook e Instagram y a **Andrea Sanz Magdalena** que se encarga de youtube.

Hay un total de 15 personas empleadas, distribuidas de la siguiente forma:

Dirección: Natividad Herranz Alfaro

Préstamo e Información general (mostrador). **10 personas:** Enrique VicénOrga, Mari Cruz Osanz Hospital, María Jesús López Tabuena, María Luisa Sancho Marín, María Luisa Blasco Nicolás, Andrea Sanz Magdalena, Miguel Raúl Romeo Marín, Oscar Sagarra Camino, María Isabel Campos Fernández y Marta Rubio Pérez

Información bibliográfica y proceso técnico. **3 personas:** Eva Morera Gracia, Jesús Miguel Alonso Ordóñez y Marisol Sánchez Nicolás

Formación de usuarios. **2 personas:** Mercedes Ansón Castellote y Natividad Herranz Alfaro

Coordinación de área: Mercedes Ansón Castellote

2. Análisis documental de qué se entiende por competencias digitales

En cuanto a la cuestión de ¿Qué son las «competencias digitales básicas»? , nos apoyamos en la definición que aporta el documento realizado por la Unión Europea, sobre las “Medidas de la UE para atender el bajo nivel de competencias digitales” y en el que se dice que *en el campo de las competencias digitales, existen diversos términos y definiciones, como «alfabetización digital», «cualificaciones digitales», «capacidades relacionadas con las TIC» y las «cibercompetencias» que suelen emplearse indistintamente. Según la definición del Consejo Europeo en mayo de 2018, la competencia digital implica el «uso seguro, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, en el trabajo y para la participación en la sociedad, así como la interacción con estas. Incluye la alfabetización en información y datos, la comunicación y la colaboración, la alfabetización mediática, la creación de contenidos digitales (incluida la programación), la seguridad (incluido el*

bienestar digital y las competencias relacionadas con la ciberseguridad), asuntos relacionados con la propiedad intelectual, la resolución de problemas y el pensamiento crítico».

En cuanto al grado de competencia digital, se refiere principalmente al Marco Europeo de Competencias Digitales para los ciudadanos que exige un nivel básico de competencias para el desempeño de tareas sencillas en todos los ámbitos mencionados por el Consejo.

Esta definición se puede completar añadiendo que tanto la informática como las telecomunicaciones están muy presentes en la sociedad de la información, por lo que lo digital se ha convertido en algo transversal e imprescindible en la sociedad de la Información. Lo que implica que cada vez sea más necesario integrar las competencias digitales en todas las fases del currículum educativo. En este sentido hay que citar la reciente Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, que desarrolla en varios puntos este reto tanto en el alumnado como en el profesorado, como se ve en su **Artículo 87. Formación permanente**. Apartado c, se alude a las competencias digitales en este sentido c) *Garantizarán la formación en competencias digitales, incorporando el diseño y la accesibilidad universal en las mismas, tanto en lo relativo al manejo de los soportes tecnológicos, como en la elaboración de materiales y la adopción de metodologías innovadoras de enseñanza.*

Y en su **artículo 101. Profesionales de los servicios de orientación profesional**. En su apartado c) *Competencias digitales que les habiliten para utilizar herramientas de evaluación, comunicarse a distancia con las personas usuarias, fomentar el aprendizaje colaborativo e individual y facilitar información sobre el modo en que las personas usuarias pueden mejorar sus propias competencias digitales.*

3. Preparación del guion de una entrevista en profundidad a la directora de la Biblioteca de Hypatia de Alejandría

Posible GUIÓN DE ENTREVISTA

GENERAL

¿Cómo definiría Red Social?

¿Por qué crees que existen las Redes Sociales?

¿Qué contenidos nos podemos encontrar en ellas?

¿Qué funciones cumplen actualmente?

¿Cómo considera o de qué forma influyen las Redes Sociales en los estudiantes universitarios?

¿Cuáles son las causas de que tengan tanto atractivo para ellos?

¿Puede citar algunos aspectos positivos y negativos del uso que hacen los estudiantes de las RRSS?

¿En qué momento se decide llevar a Hypatia a las redes? ¿Por qué? ¿Se aprecia alguna necesidad concreta?

¿Cómo se mantiene actualizada sobre todos los cambios, innovaciones y tendencias en el campo de las redes sociales?

Hypatia está muy activa en redes sociales... ¿qué temas se abordan o comparten en cada una (Facebook, Twitter, Instagram)?

¿Aprecia algún cambio en el antes y después de las redes sociales? Más impacto, difusión... de actividades, novedades bibliográficas, servicios disponibles, normas de préstamo, horarios, vacaciones...

¿En cuál de ellas se aprecia más interacción o influencia?

Si se pudiera cambiar algo de las redes sociales, según tu criterio, ¿qué cambiarías?

¿Hay nuevas redes sociales que debamos conocer? ¿o que tengas conocimientos de ellas?

¿Ha valorado la posibilidad de crear un perfil para la biblioteca en LinkedIn o TikTok?

¿Hay un responsable de cada red social?

¿Crees que las redes sociales seguirán teniendo la misma fuerza y presencia en un escenario a largo plazo o es un fenómeno actual que se prolongará por un tiempo limitado?

Amenazas, riesgos y oportunidades de las Redes Sociales hoy en día

Consejo de seguridad que deben aplicar los estudiantes en su manejo

Su opinión sobre la formación en políticas de copyright y de propiedad intelectual sobre el contenido que suben

Que opina en relación a la posible necesidad de integrar las redes sociales en las aulas académicas universitarias y en las guías docentes de las diferentes asignaturas. ¿De qué manera sería útil esta integración?

¿Existe un plan de comunicación?

Un curso de competencias digitales, ¿es una necesidad real? ¿Cómo surgió esta propuesta? ¿Para estudiantes, PAS y PDI?

¿Afecta la brecha digital en el sector universitario? ¿Cómo ayuda la Biblioteca en este aspecto?

REDES CONCRETAS

Para cada persona encargada de una red social:

¿Qué redes sociales utilizas personalmente? ¿Por qué prefieres esta, en concreto para temas laborales?

¿A través de las redes, se aprecia una relación directa con los usuarios?

¿Se entiende como una vía de feedback biblioteca-usuarios? ¿Llegan consultas?

¿Qué tipo de perfiles siguen a cada una de las redes?

¿Con que frecuencia se actualizan los contenidos en cada una de las redes?

¿Cuánto tiempo dedicas a buscar o crear contenidos para la red?

¿Qué programas empleas para la edición de imágenes o videos?

¿A menudo compartes contenidos que son interesantes de otros perfiles?... ¿puedes comentar algún perfil?

OTRAS FORMAS

También tiene un blog ¿Qué utilidad se le da?

¿Cuándo comienza el canal de youtube?

¿En el canal de youtube que contenidos se lanzan?

¿Tanto el blog, como youtube se difunden a través de las redes? ¿O por correo-e? o ¿hay listas de distribución para avisar del nuevo contenido?

¿En la web de Hypatia se da visibilidad a todas las redes sociales que hemos citado?

¿Con que frecuencia se actualizan los contenidos en cada una de las redes?

COMUNICACIÓN INTERNA

¿Con qué métodos se comunica internamente el personal trabajador de Hypatia? (Wassap, correo, teléfono...)

¿Qué sistema de comunicación interna es más útil? ¿Cuál prefiere?

¿O cuál es el que se prefiere en general? ¿Por qué?

4. Realización de una entrevista en profundidad –siguiendo los parámetros vistos en la asignatura

Las tres entrevistas en profundidad se han añadido en el apartado de Anexos. Al final de este documento.

5. Análisis del discurso de la entrevista

La entrevista se desarrolla en un ambiente cercano, cuidado y propicio para el diálogo. El trato es muy amigable y sincero, en el que se van realizando preguntas del guión y otras que van surgiendo a lo largo de la entrevista con el fin de profundizar en los contenidos tratados acerca de las competencias digitales, del uso de las redes sociales y de la comunicación interna de la Biblioteca de la EINA.

De la entrevista general se aprecia una gran formación de la persona entrevistada así como un conocimiento total tanto de la Universidad, como de la Biblioteca que dirige.

Además se considera oportuno realizar otras dos entrevistas en profundidad a dos compañeras, por ser las que gestionan de forma individual algunas de las redes de la propia biblioteca, como son Facebook, Instagram, Pinterest y el canal de youtube.

En cuanto al contenido del discurso, a continuación se interpretará y argumentará lo más destacado de los discursos:

5.1. Análisis discurso general

Se considera que las Redes Sociales son instrumentos que forman parte de la realidad actual y se deben utilizar para mejorar la calidad de los contenidos, así como para generar una buena marca corporativa de la biblioteca de la EINA, y ayudar al usuario a estar informado de temas de actualidad y por ende de su propio interés, por lo que hay que potenciar su uso, así como el buen sentido del saber compartido (compartir proyectos, ideas) o el de pertenecer a una comunidad. También hay que añadir que facilitan en gran medida el contacto personal o entre instituciones.

A modo de ejemplo, la Biblioteca de la EINA utilizan en gran medida las Redes Sociales para difundir sus fondos (libros electrónicos, libro electrónico del mes, boletín de novedades, las revistas nuevas que se reciben, proyectos de innovación) así como información sobre los servicios de la propia biblioteca (cambios de horarios, actividades conectadas con los ODS y la Agenda 2030 que se realizan, avisos puntuales).

Una de las desventajas más importantes que tienen las Redes Sociales es la de inmediatez y rapidez, porque se produce la llamada infoxicación. La información desbordada produce pérdida de información. También se comenta el grave y actual problema de los fake news o contenidos falsos, que tanto preocupa al personal bibliotecario. Esa inmediatez obliga a no tener tiempo de pensar o reflexionar sobre la información que se comparte o difunde. Lo que en ocasiones conduce a no respetar la propiedad intelectual.

La biblioteca de Hypatia cuenta con un Plan de Comunicación y Marketing, en el que se incluyen protocolos de actuación en Redes Sociales para los posibles casos en los que sucediera cualquier problema, cualquier quiebra de confianza en la marca o cualquier incoherencia en los mensajes.

Del discurso se puede concretar que la Biblioteca de Hypatia de la Universidad de Zaragoza, tiene un carácter innovador, ya que existen políticas de comunicación, planes de comunicación y marketing, planes estratégicos. Siempre ha sido una biblioteca pionera en Redes Sociales. Primero crearon la cuenta de Twitter, luego el Blog y como consecuencia del COVID, en el año 2021, el objetivo fundamental fue el desarrollo y ampliación de las Redes Sociales. Expansionaron sus canales en Instagram, Facebook, YouTube. Actualmente tienen pendiente renovar el aspecto del blog, porque es la marca de la casa, es en el que se aprecia el discurso de la entidad, y por ello es importante cuidar su imagen.

Además desde la biblioteca, se hace énfasis en que siempre están apostando por la mejora continua. Atienden todas las quejas o sugerencias que llegan a través de las Redes Sociales, porque las consideran una oportunidad para trabajar con el usuario en una alianza para mejorar aspectos (de recursos, de servicios, de imagen).

En relación a la formación que se imparte en el curso de Competencias Digitales, tanto para Personal de Administración y Servicios (PAS) como para

el alumnado matriculado en Unizar (sobre propiedad intelectual, evitar el plagio, proteger información de carácter personal, Licencias Creative Commons concepto de Internet profundo, criterios para evaluar la fiabilidad de la información que se difunde en las redes o webs), que se gestiona desde las bibliotecas de la Universidad de Zaragoza, por un lado desde el ámbito bibliotecario, se considera muy necesario de realizar por ambos sectores, pero por la otra se quejan de que el curso no es de carácter obligatorio para el alumnado. No se valora lo suficiente.

También se detecta el desconocimiento general por parte del alumnado de la capacidad del personal bibliotecario de resolver dudas o problemas en el ámbito de las Redes Sociales.

5.2. Análisis discurso sobre Redes Sociales

Facebook e Instagram:

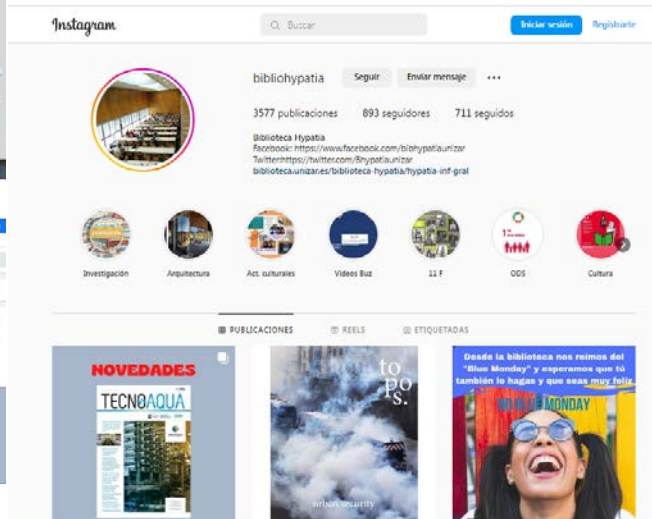


Imagen 1. Perfil Facebook de Biblioteca Hypatia Imagen 2. Perfil Instagram de Biblioteca Hypatia (EINA) (EINA)

- Actualización diaria // tienen como objetivo publicitar casi todo lo de la Universidad (actividades culturales, cualquier noticia de la Universidad o de la EINA, contenidos de la biblioteca, curiosidades y cosas de amenizar). Su principal objetivo es la comunicación, tanto de la biblioteca como del email de la Universidad.

- Suelen poner entre 4 y 6 publicaciones diarias. Pueden ser novedades de libros o de revistas. Las publicitan con un post realizado con Canva con las portadas de las publicaciones o fotos en el exterior.
- Repostean o comparten contenidos relacionados de otras instituciones: Universidad, cultura de Zaragoza, EINA.
- No emplean la opción de vincular Instagram con Facebook para poderlos personalizar y adaptar a cada una de las Redes.
- El uso de Hashtag en Instagram lo tienen como algo obligatorio de usar // en Facebook no es tan obligatorio pero sí que se etiqueta o añade alguno.
- Generalmente el contenido se genera o comparte en el mismo día, salvo vacaciones o fin de semana, que entonces se suele programar.
- En Instagram se reciben bastantes consultas sobre la biblioteca. Mensajes de tipo informativo // Facebook se emplea para contenido de entretenimiento sobre el ámbito bibliotecario y los comentarios son más de tipo agradecimiento.
- Perfil de seguidores: En general suelen ser profesores, PAS, proveedores (librerías, bibliotecas...). Estudiantes hay, pero menos de los que se quisiera. A veces se realizan campañas para captar más estudiantes en las Redes. // Instagram: gente de la Universidad, de Zaragoza, de bibliotecas. Más igualada la proporción entre hombres y mujeres y una franja más ancha de edad. // Facebook: bibliotecas, museos, tiendas, un público más amplio. Mujeres entre 45 y 60 años.
- Campañas: no hay dinero para hacer campañas, De forma puntual se realiza algún sorteo y se regala un libro. Marcapáginas: es la próxima campaña prevista durante las elecciones. Regalarán uno con todas las Redes.
- Los estudiantes tienen muchas redes en relación a la Universidad: BUZ, EINA, Universidad de Zaragoza.
- Seguidores: Facebook 5000 seguidores. Comparten en página y en perfil porque luego no todos se pasan al perfil. Hay 1500 seguidores en página y 5000 en perfil // Instagram: 900. Es gente que se ha unido sola, porque le ha gustado el contenido o porque ha venido a la biblioteca. Son seguidores reales.

Pinterest:



Imagen 3. Portada de Biblioteca Hypatia Imagen 4. Panel de Biblioteca Hypatia (EINA) en Pinterest (EINA) en Pinterest

- Utilizan los tableros para conectar con la bibliografía recomendada, pero hubo un nuevo programa informático de gestión de la biblioteca y se quedó un poco parado, porque hubo una serie de dificultades con la instalación y con que no había enlaces permanentes a los registros del catálogo. Pero en el comienzo del año 2023 se prevé que este tema quede solucionado y se retomará esta actividad.
- Al cambiar de sistema de gestión y pasar a Folio, ahí no había enlaces permanentes.
- En Pinterest también se comparten las actividades culturales y de avisos o mejoras de las instalaciones de la propia biblioteca.
- Tablones: la directora elige 20 novedades aproximadamente, sobre una temática. Por ejemplo, se elabora el boletín “Arquiebro” con las portadas de los 20 ejemplares, una explicación del contenido y el enlace al catálogo.

Youtube:



Imagen 5. Vídeo del curso sobre el préstamo de Dispositivos Programables en el canal de youtube de la Biblioteca Hypatia de Alejandría

- Surge aproximadamente hace un año más o menos, porque vieron la necesidad de tener un canal ya que sus usuarios utilizan mucho contenido visual en su vida diaria.
- Por una parte son contenidos creados en la biblioteca (videotutoriales de uso de bases de datos, del uso del propio metabuscador de la biblioteca, Alcorze, de cómo hacer reservas) // Otros vídeos: del lanzamiento de un nuevo servicio que se ha creado este año en la biblioteca, que es de préstamo de dispositivos electrónicos programables, y de cómo reservarlo a través de Alcorze.
- Contenidos que puedan promocionarse a través de YouTube y compartirlo en otras redes sociales
- Listas de reproducción por temas, sobre todo de Arquitectura y un poco menos de Ingeniería (escuelas importantes de Arquitectura de otras bibliotecas, Arquitectura y mujer o cualquier tema que pueda interesar a sus usuarios, alumnos y profesores).
- Cada vez que se añade algún vídeo se hace promoción a través de Facebook e Instagram. En el blog depende.
- Algunos vídeos, sobre todo los video tutoriales, se añaden también a los cursos de Moodle que hacen los alumnos de primero de Competencia Digital Básica, cuando les hablamos precisamente del uso de la biblioteca. Están en YouTube en acceso abierto.

Twitter:



Imagen 6. Perfil Twitter de Biblioteca Hypatia (EINA)



Imagen 7. Post compartido por Biblioteca Hypatia en Twitter

- Su objetivo fundamental consiste en crear o difundir, informaciones relevantes tanto del entorno de la Universidad como de otros organismos e instituciones de áreas culturales.
- Captar a nuevos seguidores.
- Compartir contenidos escogidos con criterio, aportando gran calidad a la propia biblioteca.

Blog:



Imagen 8. Blog de la Biblioteca Hypatia (EINA) con Wordpress

- Se considera la marca de la casa, en el que se comparte el fin, valores, el discurso. Por lo que está vinculado a Twitter y los post se dan publicidad en ésta y las demás redes de la biblioteca de Hypatia.

Otras Redes:

En cuanto a otras redes, TikTok no parece apropiado y LinkedIn tampoco se lo han planteado.

En definitiva, la biblioteca es casi híbrida. Todo está en la plataforma y la mayoría del fondo en acceso electrónico.

A lo largo del tiempo, se ha notado un incremento progresivo de seguidores en las Redes Sociales de Hypatia. Y esperan que la interacción sea mayor en un futuro.

Se destaca la existencia del Chat de la biblioteca: que da la posibilidad de una conexión para realizar consultas en directo. Es un servicio inmediato y rotativo, siempre hay una persona atendiendo y se responde en el momento. En algunas cuestiones derivan a otro servicio de consultas si es una búsqueda especializada. Funciona también mucho con los enlaces, que les redirigen a los apartados de la página web donde se encuentra esa información.

Se posibilita el préstamo de portátiles en toda la Universidad, gracias a la iniciativa de la Fundación del Banco Santander en la que donó portátiles para los estudiantes que, por cualquier circunstancia, no tuvieran la posibilidad de trabajar.

En cuanto al tema de la Brecha digital, la Universidad (Pública) de Zaragoza, está cada vez más conectada con la sociedad.

5.3. Comunicación interna

Cuentan con el Plan de comunicación interna de la BUZ.

Hay una programación mensual, enviada por Nati, en la que se marcan las tareas y objetivos mensuales, turnos y dónde se van a encontrar las personas. Qué les compete hacer, qué responsabilidades tienen. Todas las personas conocen quién hace qué y cuándo y siempre en un diálogo con todas las personas.

En el caso de las comunicaciones más puntuales e inmediatas, se utilizan los grupos de WhatsApp, que sirven para cohesionar al grupo, (contenido informal en ocasiones).

Por último se emplean las listas de correo, del correo electrónico y el teléfono.

6. Elaboración de un informe sobre el diagnóstico de la situación de las competencias digitales en la biblioteca de Hypatia en general y en los empleados en particular y el modo de implementar mejoras respecto a los contenidos analizados

En líneas generales, se puede afirmar que el personal de la biblioteca de la EINA tiene un nivel relativamente elevado en cuanto a la utilización de las Redes Sociales. Esta afirmación se confirma al conocer que existe un grupo de trabajo específico sobre Redes Sociales en la BUZ, el cual dicta todas las directrices y modos de actuación y procedimiento en el campo de las mismas.

Se afirma que las Redes Sociales, son importantes y aportan muchas ventajas en diferentes aspectos, uno de los principales es que permiten una comunicación directa y rápida con los usuarios, lo que ayuda en gran medida en la gestión de la información, en cuánto a productos, necesidades o servicios de la biblioteca. Otro beneficio es que las Redes Sociales permiten estar en contacto o conexión con personas o instituciones, y acceder a ese conocimiento compartido que se genera en la comunidad.

Cada biblioteca universitaria no dispone de libertad para hacer lo que se quiera; al contrario, tienen que adecuarse a las líneas establecidas. Por lo tanto, este grupo de trabajo indica qué Redes Sociales son necesarias de incorporar en cada biblioteca, a partir de los estudios, noticias, informaciones, estadísticas, reuniones y otras actividades que realizan y que se ajusten a las necesidades de los usuarios.

Cada perfil generado requiere un trabajo constante, cuidado y sistemático, tanto en la actualización, como en el volcado o en la creación de contenidos. Además, cada perfil tiene que ser gestionado durante un tiempo a largo plazo y de forma continuada en el tiempo, ya que de lo contrario, genera una imagen descuidada de la propia biblioteca universitaria. En esta línea argumentativa no se considera oportuno abrir perfiles en todas las Redes Sociales.

Por parte de la biblioteca, se considera necesario saber qué tipo de usuarios siguen cada perfil, la cantidad de usuarios, qué tipología de Redes Sociales se

ajustan mejor a los contenidos de difusión de noticias e informaciones universitarias, qué personal y qué recursos existen para trabajar sobre las redes (además del propio grupo de trabajo, etc.). Ahora bien, yendo un paso más allá y acercándonos a la realidad de la EINA, está claro que ese nivel se consolida, entre otras razones, por el hecho de la especialización y el tratamiento individualizado de cada Red Social. Que una bibliotecaria esté encargada exclusivamente de YouTube, otra de Instagram y Facebook, otra de Twitter, etc. conlleva a que el personal no se sobrecargue y puedan realizar ese y otros trabajos (porque conviene recordar que se trata de profesionales bibliotecarias que tienen más labores además de la creación y mantenimiento de redes sociales) de forma eficaz. A esto, hay que añadir el grado de conocimiento, dominio y perfección que tienen las bibliotecarias. Por ejemplo, en el caso de Andrea, aplica una serie de programas informáticos en la creación de vídeos. Eso demuestra compromiso, calidad, voluntad de aprendizaje y formación en conocimientos de tratamiento de audio y de imagen que luego redundan en el resultado final.

En el caso de Marisa, el cuidar todos los detalles (tanto detalles en cuanto a la forma y contenido de las publicaciones como detalles relativos al cuidado de sus públicos —creación de perfil exclusivo de Facebook, creación de página exclusiva de Facebook, Instagram), el ajustar los formatos de las publicaciones a cada Red Social, demuestra perfeccionamiento y comprensión hacia las necesidades de los usuarios.

Otra cuestión fundamental a destacar es que estas actividades que realizan sobre las redes sociales lo hacen eficaz y eficientemente a un precio muy económico, hasta el punto de utilizar programas y soluciones informáticas gratuitas. Ajustan su talento, sus recursos y sus objetivos al presupuesto de la Universidad. No usarán las mejores funcionalidades, pero con las posibilidades que tienen a su alcance, consiguen resultados óptimos y de gran calidad.

En el caso de la directora, Natividad Herranz se destaca su profesionalidad y buena gestión bibliotecaria aportando confianza, valor y motivación a su equipo de trabajo. De forma complementaria a sus labores, se encarga de la Red Social de Twitter, con el objetivo fundamental de difundir las informaciones más relevantes y captar a nuevos seguidores, tanto del entorno de la Universidad como de otros organismos e instituciones de áreas culturales. Se destaca su interés y gran tesón de dedicar tiempo para buscar o bucear en otras páginas

profesionales de referencia, de conocer y navegar en listas profesionales del ámbito bibliotecario, así como de observar y analizar diferentes tipos de fuentes (medios de comunicación, Redes Sociales, blogs etc.), en definitiva, tiempo dedicado a la observación directa y sigilosa, cuyo resultado es una gestión de la cuenta de Twitter con contenidos escogidos con criterio, aportando gran calidad a la propia biblioteca. Si a ello le sumamos las reuniones que suelen tener con el resto del equipo que trabaja en cuestiones de Redes Sociales, saben bien qué es lo que tienen, qué es lo que quieren, por qué son tan importantes para sus usuarios, cuáles son sus puntos fuertes y débiles, qué es necesario reforzar más y cuáles son los objetivos establecidos a corto, medio y largo plazo.

En conclusión, se aprecia que el nivel del personal es totalmente adecuado y preciso para las funciones que tienen asociadas estos perfiles, dentro del ámbito universitario. Siempre hay margen de mejora y nuevas áreas en las que formarse y aprender, pero tampoco se considera apropiado dedicar muchos recursos a mejorar su competencia en las Redes Sociales cuando su trabajo principal es el de ser bibliotecarias y tienen más labores que realizar en su día a día. Binen es cierto que las Redes Sociales son un complemento y una ayuda más, para visibilizar el trabajo diario que realizan y para amplificar los principales mensajes, noticias e informaciones que es necesario difundir de forma ágil entre sus públicos, por lo que no se deben descuidar.

Desde la biblioteca consideran que falta más formación sobre el funcionamiento y manejo de las Redes Sociales, así como sobre los criterios de valoración de los contenidos a la hora de compartirlos, la propiedad intelectual, como evitar el plagio o como proteger la información de carácter personal y profesional, por parte del alumnado. Porque aunque ofrecen el curso de competencias digitales, al no ser de carácter obligatorio, no hay suficiente motivación para realizarlo por parte de las personas matriculadas en la Universidad. Sería oportuno que el curso de competencias digitales fuera obligatorio y también sería importante transmitir o trasladar la idea de que el propio personal de la biblioteca puede aconsejar sobre el uso de las Redes.



Imagen 9. Web de la Biblioteca Hypatia (EINA) apartado de Redes Sociales

7. Agradecimientos

Agradecemos a la directora de la Biblioteca de Hypatia de Alejandría, así como a las compañeras Marisa Blasco Nicolás y Andrea Sanz Magdalena, su tiempo y buena disposición en aportar sus conocimientos, opiniones y experiencias en la realización de las tres entrevistas en profundidad.

8. Bibliografía

Biblioteca de la Universidad de Zaragoza (06/01/2023) *Biblioteca Hypatia de Alejandría. Información General* <<https://biblioteca.unizar.es/biblioteca-hypatia/hypatia-inf-gral>>

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional. «BOE» núm. 78, de 01/04/2022 (06/01/2023) <<https://www.boe.es/eli/es/lo/2022/03/31/3/con>

Medidas de la UE para atender el bajo nivel de competencias digitales Tribunal de Cuentas Europeo. Unión Europea, 2021 (06/01/2023). <https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/rw21_02/rw_digital_skills_es.pdf>

Salazar Farfán, María del Rosario. (2022). Competencias digitales en la docencia universitaria. *Revista Latinoamericana Ogmios: RLO Científica*, (Vol. 2, Nº. 3) págs. 95-101. <https://doi.org/10.53595/rlo.v1.i2.026>

9. ANEXOS

9.1. Anexo 1 Entrevista a Natividad Herranz Alfaro

Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2022, a Natividad Herranz Alfaro, directora de la Biblioteca Universitaria *Hypatia de Alejandría* de la *Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA)* de la *Universidad de Zaragoza*.

Buenos días, Nati

Buenos días, Eva, encantada

Igualmente

Encantada de hacer esta entrevista contigo, es un placer.

Gracias

Cuéntame

Tenemos que hacer un trabajo para una asignatura de un máster.

Muy bien

Vamos a ir comentando un poco sobre las redes sociales

Sí

En general, ¿cómo entenderías tú que es una red social?

Yo creo que las redes sociales son instrumentos que tenemos a nuestro alcance y que las bibliotecas en este momento tenemos que potenciar. Porque las redes sociales, aunque nacieran en los años 90, han tenido una evolución exponencial. Las características que en mi opinión más importantes son: el sentido de comunidad, el sentido de pertenencia, la vinculación (aunque sea de una forma virtual a través de la web de esa comunidad de usuarios, que pueden ser personales o bien asociaciones o instituciones que tienen un perfil propio). Además, que las redes sociales yo lo veo como un camino de ida y vuelta con nuestros usuarios para gestionar la información, para gestionar todos los productos o servicios de la biblioteca. Y no solo eso, sino que nos permite estar en contacto con personas, con instituciones, que antiguamente sería impensable por la distancia física; entonces toda esa distancia se acorta, con lo cual, le veo...

¿Muchas ventajas?

Sí, muchas ventajas y también que yo creo que la generación del conocimiento en nuestra época, a partir de Internet y sobre todo con las redes sociales, es un conocimiento compartido que se genera en la comunidad, con lo cual son nuevos conceptos que también tienen un gran interés.

Qué bonito eso de compartir

Sí, a mí me parece muy majo, sí.

Pues muchas gracias. ¿Por qué crees que existen las redes sociales? ¿Por qué ha surgido esta nueva forma de comunicarnos o de compartir?

Yo creo que está muy conectado con Internet. Internet abrió un mundo de posibilidades y aunque en principio ARPANET era una red de la defensa americana (vinculada a objetivos militares), es verdad que luego se ha abierto un mundo de posibilidades y todas estas plataformas nos conectan a través de la red. Sin la red sería imposible. Entonces creo que hay una necesidad creciente de comunicarse y de compartir proyectos, compartir ideas. También porque tienen esa inmediatez, esa rapidez que sobre todo a la gente joven les encanta.

¿Qué contenidos crees que podemos encontrar un poco en general en las redes sociales?

Pienso que las redes sociales dependen de la red social, porque hay mucha tipología de redes sociales. Están redes muy vinculadas al ocio (como ahora, por ejemplo, TikTok que ha salido recientemente y la gente joven está muy enganchada) o tienes YouTube, que es una plataforma de vídeos (que tienes desde vídeos educativos hasta vídeos divulgativos, cualquier tipo de vídeo), pero también hay otras como LinkedIn, que es una red más orientada a la búsqueda de trabajo, contactos profesionales, perfiles profesionales. Depende un poco del carácter de la propia red y de las comunidades, porque dentro de la red hay comunidades también diferentes trabajando con ellas.

¿Cómo consideras o de qué forma influyen las redes sociales en los estudiantes universitarios, como bibliotecaria?

No tenemos un estudio que nos muestre evidencias, científicas o claras. Los estudiantes, por algunos estudios que hay a nivel hechos en los años 2014-2015 aquí en España, sobre todo era para compartir tareas de clase, para estar informados de noticias relacionadas con su grado o con su escuela.

Este estudio se hizo en Salamanca, lo tengo aquí anotado porque no me lo sé de memoria y era interesante. Sobre todo, decía novedades en torno a la facultad y Universidad. Es un estudio que realizó Martínez Serrano, María del Carmen, de la *Universidad de Jaén* en colaboración con la *Escuela Politécnica de Portugal*. Es un estudio conjunto y mostraba ahí unas tendencias y sí que decían que el 65 % de la actividad de redes sociales se iba incrementando frente al uso del correo electrónico.

Las proporciones iban cambiando y que un 50 % de los adolescentes entre 12 y 17 años en nuestro país (estoy ya en 2010) utilizaban las redes sociales todos los días. Con lo cual, bueno, pues son datos muy relevantes también

La biblioteca sí que entiendo que hace mucha labor hacia los estudiantes en esa cara de qué son las redes sociales, porque difundís tantos libros como...

Sí, por ejemplo, los estudiantes mismos las utilizan para crear su perfil, tanto de las asociaciones estudiantiles (que en la EINA son muy potentes e importantes) como también en el Consejo de Estudiantes. A su vez, ellos también difunden información. Por otra parte, también ven que en nuestra página web hay una reseña específica o una página específica sobre redes sociales.

Y en los cursos en el ADD de DIGCOMP dirigidos a alumnos de primero de los grados, es que es fundamental. El trabajo con las redes ya se explica y yo creo que finalmente va llegando. Nosotros, las redes las usamos para estar conectado[s] con todas las actividades y todas las tareas de la biblioteca. Difundimos libros electrónicos, el libro electrónico del mes, boletines de novedades; cualquier cuestión. Revistas nuevas que llegan, cambios de horarios... Todos los proyectos de innovación que tenemos también los hacemos conocer a través de las redes.

Es un recurso informativo muy importante

Fundamental. Todos los proyectos, todo lo que hacemos, está. Todas las actividades, conectadas con también con los ODS y la Agenda 2030, están íntimamente relacionadas con las redes porque siempre van a ir a través de las redes nuestra difusión.

Como has comentado el curso de competencias digitales, ¿crees que es necesario darles unos niveles básicos a los estudiantes?

Sí, yo pienso que sí, porque [en] las redes sociales sí que es verdad que hay un debate y cualquiera lo puede ver en los medios de comunicación: si son buenas, si son malas. Yo creo que no nos tendríamos que polarizar tanto en esas opiniones, sino que son instrumentos y como cualquier instrumento tú lo puedes utilizar correctamente o no. Yo lo que sí que creo que se necesita un poco más de formación, porque suceden varias cosas. Muchas veces la inmediatez nos obliga a no pensar y esa inmediatez lo que hace es que podemos difundir contenidos que no son nuestros y no respetar la propiedad intelectual. Entonces, por ejemplo, esto es muy importante.

Por otra parte, también saber que todas las opiniones no están contrastadas y que se necesitaría saber un poco más del funcionamiento de las redes sociales. Tener manuales de estilo para que los estudiantes sepan que cualquier cosa tampoco se puede difundir de cualquier forma tampoco. Por ejemplo, en la BUZ hay un grupo que trabaja en las redes sociales y es el que ha preparado todo el Plan de Comunicación y Marketing que ya funciona desde 2016 (pero está actualizado con fecha 2020). Ahí hay un manual de estilo también con unos protocolos de actuación en caso de que haya pues cualquier problema, cualquier quiebra de confianza de una marca o en los mensajes o cualquier incoherencia en nuestros mensajes. Está todo muy pautado para que la biblioteca actúe correctamente, pero en el caso de los estudiantes, a nivel individual, tal vez faltaría esa parte formativa complementarla más.

¿Habría que mejorar el curso o con ese curso ya se les da...?

No, ese curso está bien, lo que pasa es que ese curso no tiene un carácter obligatorio.

En algunos centros sí. Por ejemplo, aquí en la EINA, que tenemos nueve titulaciones (seríamos como un 25 % o no lo sé la proporción en el peso de la Universidad frente a todo el conjunto), es muy importante y resulta que en este caso no es obligatorio.

Es un curso que en mi opinión es que sí o sí lo tendrían que hacer porque me parece muy valioso. Además, es un curso que se ha trabajado en alianzas con profesorado del Departamento de Informática. No es un curso que solamente lo haya hecho la biblioteca. Lo gestiona la biblioteca, pero se ha hecho en colaboración.

A mí me parece fundamental esos conocimientos de lo que es propiedad intelectual, evitar el plagio, como proteger nuestra información y nuestros trabajos y luego todo ese concepto de la Internet profunda, de conocer lo que es valioso, de saber chequear la información que se difunde en las redes.

Claro, saber si es válida esa información

Y tener una capacidad [de] si es válida [la información], si es valiosa, si es útil.

Pues sí, qué importante es. ¿Cuáles son las causas que crees que pueden ser para que tengan tanto atractivo las redes sociales en los jóvenes o en los estudiantes?

Yo primero pienso...

Has comentado la inmediatez.

Sí, la inmediatez y la rapidez. Yo creo que es muy sencillo. Ellos son digitales y ellos ya están acostumbrados ya a esa inmediatez, a esa rapidez, que tiene su ventaja y su inconveniente. También yo creo ese sentido de pertenencia a una comunidad. Para mí es muy importante la comunicación. Luego, las redes también te facilitan mucho el ocio, el contacto personal.

Ahí entramos en unas etapas, sobre todo en la adolescencia, que se prolonga ahora cada vez un poco más, ese tipo de contactos y sentirse parte de algo es fundamental psicológicamente hablando, por los estudios que hay, aunque yo no soy una especialista en el tema, pero por lo que he leído y...creo que va un poco por ahí.

Puedes citar algunos aspectos positivos y negativos del uso que hacen los estudiantes en las redes sociales, de forma general.

A lo mejor se pueden enganchar por eso. Porque luego también las redes sociales tienen una característica, casi todas de ellas, que son muy visuales. Puedes compartir fotos, vídeos y toda esa parte visual engancha mucho, en mi opinión. Tiene una parte muy positiva a la hora de difundir cualquier tipo de información, pero también hace que esa inmediatez y ese interés por lo visual les hace a lo mejor perderse un poco en la marejada de información, la infoxicación de tanta información, pues no sabemos. También las *fakenews*. Es importante que ellos sepan un poco, porque hay mucha utilización de redes sociales que puede ser tendenciosa.

Ahí, sí, eso es un problema importante.

Sí, yo creo que sí

Sí, y además un problema bastante actual. *Hypatia*, ¿en qué momento se decide llevar a las redes sociales? ¿Por qué circunstancias?

Hypatia siempre se ha caracterizado esta biblioteca por el carácter innovador. También, en el campus en el que estamos de Ingeniería (está muy conectado con proyectos). Sí que es verdad que [en] *Hypatia* ya apostamos por todo lo que era calidad e innovación y fuimos el primer servicio certificado de la *Universidad de Zaragoza* con la *ISO 9001* en

el año 2006. No fue en ese momento, pero yo creo que todas las bibliotecas (*Hypatia* por este contexto, pero en general todas las bibliotecas) con el desarrollo de planes estratégicos de REBIUN (que es paraguas para las bibliotecas universitarias, científicas y de investigación) y todos los sistemas de calidad implementados (bien sean con *ISO 9000* o *FQM* —que es un modelo un poco diferente a la *ISO*), en todos ya han ido estableciendo como políticas de comunicación, planes de comunicación y marketing. Todo ese desarrollo ha tenido un recorrido. Por ejemplo, aquí en la *BUZ* ya estamos en el cuarto plan estratégico. Uno de los pilares es la comunicación.

Saber comunicar

La línea, una línea completa que tiene que ver con todo esto. Una línea del plan. Creo que es la 3, si mal no recuerdo. Esa fundamental. En *Hypatia* siempre hemos sido pioneros. Ahora no te sé decir una fecha concreta. Empezamos con Twitter y el blog y después hemos ido desarrollando. Porque el año 21, después de la COVID, sí que vimos que era fundamental retomar el contacto con los usuarios. En la COVID fue muy importante la comunicación virtual (online), porque no quedaba otra. Entonces en el año 21 lo pusimos como un objetivo fundamental, el desarrollo y ampliación de nuestras redes sociales.

Cuando ya expansionamos un poco, ya empezamos también con Instagram, Facebook y un poquito el canal de YouTube. Pero el canal de YouTube, la verdad, que no lo tenemos desarrollado completamente. También el blog haría falta a lo mejor darle otra vuelta y darle una orientación, porque el blog es como un poco la marca de la casa, un poco tu discurso. Es algo que muestra un poco más tu imagen (bueno, todo lo muestra: tu imagen, pero como un poco contenedor).

También el blog permite más personalización; personalizarlo más que un Facebook o un Instagram.

Sí, eso es

El blog lo puedes trabajar más, dar tu marca en la web

Eso es. Sí, siempre hay cosas para mejorar. Nosotros estamos muy acostumbrados como digo por el sistema que ya implantamos en 2006 (que certificamos en 2006, que ya estaba implantado antes) la mejora continua. Siempre vemos aspectos que hay que tocar y mejorar. Eso es lo bueno.

Claro que sí, eso es lo bueno. ¿Cómo se mantiene actualizada sobre todos los cambios, innovaciones y tendencias en el campo de las redes sociales lo que es la biblioteca *Hypatia*? ¿Cómo se mantiene más o menos?

Yo aquí tengo que decir, porque [tengo que] reconocer una certeza, que no somos especialistas en redes sociales, eso lo primero. Somos profesionales de biblioteca que también hemos tenido que ir aprendiendo. En mi caso, miro otras redes sociales y también hago un poco el chequeo de lo que hay por ahí. De las bibliotecas universitarias que están mejor posicionadas, me voy fijando un poco también como trabajan ellas estos aspectos. También a través de comunicaciones de IWETEL, que es una lista

profesional, pues también te enteras de noticias. Luego utilizo Feedly para contenidos y bueno no sé, mirando la prensa, las noticias, las propias redes.

Así es como estamos en contacto

Sí.

***Hypatia* está muy activa en redes sociales. ¿Qué temas abordan o comparten en cada una más o menos por Facebook, Twitter, Instagram? ¿Lo mismo o hay cosas diferenciadas en cada una?**

En el blog, por ejemplo, se hacen entradas (que no son muchas). Por ejemplo, en este año, pues creo que han sido como unas 22 entradas. Normalmente se hacen en el momento en que ponemos en marcha una actividad muy puntera o también alguna información sobre horarios, préstamo de Navidad, cuestiones de este tipo.

Esas entradas ya van al Twitter. El Twitter es más inmediato y son entradas o tweets que pones cada día. Ahí ya es más variado. Es un cóctel más variado porque a la par que se informa de novedades o servicios de la biblioteca, ya tiene otro perfil diferente. Pones noticias de los grados, de la propia escuela, de la Universidad, noticias de actividades culturales, noticias de interés, incluso conectadas con temas de investigación, becas, ofertas laborales también pueden ir ahí conectadas con ingeniería o con arquitectura, muchas noticias de arquitectura, incluso temas graciosos que pueden amenizar para comenzar el lunes o para terminar el año... Yo creo que el Twitter es un poco más variado el abanico.

Y después Instagram y Facebook, Instagram es como más formal en mi opinión y Facebook también un poco más conectado con el ocio. El ocio cultural, bueno con este perfil. Nosotros siempre lo intentamos conectar las noticias con la Agenda 2030 y ODS.

La verdad que eso está muy bien. Una vez que entras al blog ¿puedes leer los twitters [tweets]? ¿Te aparecen automáticamente?

Sí, en el lateral. En la parte lateral te aparecen y eso, cuando enlazas un post, una entrada nueva, pues ya van al Twitter.

Entonces eso está bien porque aparte que te evitas trabajo y aparte te difundes más, pierdes menos tiempo

Estás más informado en poco tiempo, sí, muy bien.

Eso es.

¿Aprecia algún cambio en el antes y después de las redes sociales? ¿Más impacto, más difusión, desde el comienzo a la actualidad?

Hemos tenido una progresión increíble. Nosotros manejamos estadísticas, porque además tenemos que trabajar en alianza con las redes sociales de la BUZ.

Ahí nos ponemos de acuerdo en medir y también con la EINA, porque están incorporadas en la Carta de Servicios de la EINA, las redes sociales de la biblioteca. Hace poco, recientemente, me solicitaron en el caso de la EINA, los indicadores de este

año. Hay una progresión de seguidores y las cifras, ahora de memoria te las podría leer porque las tengo por aquí, pero la verdad que es increíble. En Twitter empezamos... En 2021 teníamos 1749 seguidores y ahora tenemos 1998. En Facebook hemos llegado al tope de 5000, que creo que no se puede más. Empezamos con poquitos y sin embargo...

Que se nota

Que la evolución es importante, sí

La interacción, ¿hay alguna que se interactúe más? ¿O menos?

No lo sé, yo ahí... Sí que es verdad que a veces esperas que la interacción sea mayor, que impresiones y todo esto. Sí que ves “me gusta”, pero ya el que luego haya conversaciones eso ya es menor.

Menor

Eso es menor, sí.

Igual en alguna red se acerque más.

Sobre todo, en Instagram, tal vez en Instagram. Pero sí que es verdad que cuando los usuarios tienen alguna cuestión nos [se] suelen dirigir más a la biblioteca, a la cuenta de *Hypatia* o bien directamente a los mostradores también. Interacción sí que hay, pero otra cuestión es ya que te planteen algo...

¿Consultas?

Sí, tipo consultas.

¿Eso ya sería más correo electrónico?

Sí, hay veces que también llegan, pero es más otras vías. También tenemos un chat de la biblioteca, que se atiende en una rotación entre las bibliotecas de la BUZ. El chat también se originó aquí, justamente en esta sala que estamos grabando esto [haciendo esta entrevista] con un grupo de trabajo de la línea 2 que en aquel momento estuve dirigiendo y luego ya la dirige otra persona, pero lo pusimos en marcha aquí, sí.

¿Y cómo funciona eso del chat? Yo no lo conozco

El chat nada, simplemente que tienes una posibilidad de conexión y lanzar ahí consultas y la característica del chat es que tiene la inmediatez. Entonces, como es rotativo, siempre hay una persona atendiendo y se responde en el momento. En algunas cuestiones te derivan a otro servicio de consultas, si es una búsqueda especializada. Funciona también mucho con los enlaces, en el sentido de que muchas veces lo que la gente busca es “¿cómo localizo libros electrónicos?” o “¿cómo accedo desde mi casa?” Lo que tienen que hacer, en realidad, la información está en la página web. En el Portal de Estudiante hay mucha información también sobre las redes sociales. Las redes sociales están muy presentes en la página web de la propia biblioteca (no *Hypatia* sino la biblioteca entendiéndola como un conjunto de la web, como la Red). Por ejemplo, en el Portal de la Sociedad hay un apartado específico de redes sociales también.

¿Cada biblioteca dentro de la Universidad tenéis una red social?

No, no es exactamente así. Está el grupo de trabajo y en el Plan de Comunicación y Marketing está como si dijéramos no instrucciones, pero sí procedimientos de cómo tenemos que funcionar, qué es lo que tenemos que hacer si queremos poner en marcha una nueva red sociales. No podemos ir por libre, lógicamente. Y ahí están reseñadas todas las que tenemos y también en la propia parte de la página web de la *BUZ* de cada biblioteca.

Pero, no, el desarrollo no es igual en todas las bibliotecas.

Claro, es un poco independiente de la biblioteca

No. Yo creo que aquí sí que se ha impulsado mucho, porque nos parecía muy importante pero no sé si en otras bibliotecas...Creo que no tanto, la verdad, de la *BUZ*.

Sí. Claro que cada biblioteca, aunque sean todas universitarias, son un mundo bastante diferente.

Sí, son un poco diferente, sí.

Siguiendo con las redes sociales, ¿qué cambiarías de ellas o que no te gusta tanto? O que si te gusta algún aspecto que digas que tiene una o que la falta a otra. ¿O las ves bien?

Yo creo que son lo que hemos dicho al principio, son instrumentos y entonces cada una se acopla a un tipo de información. Twitter es limitada a 280 caracteres lo que puedes enviar, aunque sí que es verdad que puedes poner link, puedes poner fotos, imágenes o un vínculo a un vídeo. Cada una es diferente. Yo creo que esa es la característica. Yo lo que sí que veo que tal vez vuelvo un poco al tema de inmediatez; que la inmediatez está muy bien, pero tiene también un poco ese recorrido que a veces tal vez deberíamos pensar un poco más.

Totalmente

Pero bueno. Por lo demás yo lo veo una herramienta muy útil, de una gran utilidad, para promoción de la biblioteca, difusión, sí. Son estupendas.

En cuanto a las redes, hemos comentado las típicas, pero ¿alguna otra?

No lo sé. Bueno yo ahí...

Pinterest me parece que sí que tenéis

Iremos viendo. Pinterest tuvimos, lo que pasa que también utilizamos los tableros, sobre todo para conectar con la bibliografía recomendada cuando comprábamos libros de bibliografía recomendada. Era una manera de difundirlos. Había más tableros, pero con el nuevo programa informático de gestión de la biblioteca se quedó un poco parado porque hubo una serie de dificultades con la instalación. Tal vez lo retomemos y ya iremos viendo un poco por dónde.

Y TikTok, ¿lo habéis pensado o lo veis que se va ya un poco del ámbito universitario?

Yo TikTok de momento no lo veo. No lo veo porque ni siquiera creo que en la BUZ el grupo de trabajo que lleva todo de las redes sociales, que es nuestro paraguas por así decir, ahora mismo que yo sepa [ni] se lo habrán planteado. Entonces bueno, iremos viendo. Además, tenemos tarea, modificamos parte del blog, en fin.

¿Y LinkedIn? ¿Habéis pensado en crear un perfil profesional?

Yo lo utilizo particularmente, tengo un perfil personal. Además, solamente lo utilizo en el trabajo, para saber una persona qué perfil tiene, para saber en qué está trabajando, pero de momento no; de momento tampoco.

Con las redes que tenemos...

Que yo creo que, de momento, estamos bien así. Eso no quiere decir que no estudiemos otras. Ya iremos viendo un poco.

¿Hay un responsable en cada red social dentro de la biblioteca *Hypatia*?

Ha ido también evolucionando. A medida que ha ido evolucionando este tema, este trabajo, porque es un trabajo más de la biblioteca, ha ido cambiando. Teníamos un pequeño equipo con otra persona que ahora en este momento no está y digamos que las redes sociales, en principio, pues las llevaríamos: la política de comunicación la llevo yo como dirección y también he asumido el Twitter y el blog. María Luisa Blasco Nicolás (Marisa), una compañera, lleva todo lo que es Instagram y Facebook. Andrea Sanz Magdalena empezó con YouTube y apoya siempre en el tema de los vídeos, realización de vídeos. También hay otra compañera que trabaja muy bien en Canva, María Luisa Sancho Marín (Luisa), y nos da mucho soporte gráfico cuando hay que hacer carteles o algún post que quieres que sea más visual y mezclar información. Ella lo hace muy bien y nos reunimos... También hemos mantenido algunas reuniones con personal de la EINA (con Alfredo Soria Larraga (Técnico Comunicación Redes Sociales) y Mari Carmen Calvo Obón, que antes estaba en la biblioteca y ahora está en redes EINA) para establecer contactos de colegas y siempre nos alineamos con la *BUZ*, claro..., especialmente para el comportamiento de los datos, el seguimiento que hacemos estadístico, mensual y anual; estas cuestiones.

Las estadísticas, ¿tenéis que hacerlas cada año?

Mensual. Cada mes hacemos estadísticas mensuales. Al terminar el mes se registran con un formato de *Excel* muy detallado y muy específico, que es el mismo que utilizan en la BUZ. Nosotros utilizamos lo mismo, sí.

¿Tenéis que presentar algún informe?

Siempre lo recojo en el Informe Anual de la biblioteca. Yo no sé si todas las bibliotecas [lo hacen], creo que sí, pero yo siempre lo hago en un Informe Anual de resultados. Sí que es verdad que también se incorporan en los objetivos. En las redes sociales, por ejemplo, este año 22 no ha sido el objetivo, porque objetivo es cuando tú quieres remarcar algo que quieres conseguir ese año en una programación anual. Pero sí que...

lo fue en el 2021, y ahí tienes que poner los resultados... obtenidos y enviarlos a la BUZ.

Se ve que las redes sociales es un apartado importante de la biblioteca

Sí, es importante y hemos hecho reuniones como te digo. Sobre todo al principio, para establecer cauces. Cuando toque, volveremos a reunirnos más formalmente o más informalmente. También vamos hablando continuamente, sí.

Ya hemos comentado, pues eso, amenazas, riesgos, oportunidades de las redes sociales. Si quieres profundizar...

Riesgos; a lo mejor lo que comentábamos, la gestión de crisis. Si en un momento determinado, por lo que fuera, hay un problema de información imprecisa o algo, sí que está recogido en el manual de estilo de la BUZ en el punto 3.5 la gestión de crisis y cómo tenemos que actuar. Con lo cual esto también está muy bien porque nos sirve como un poco de colchón y nos da tranquilidad en el sentido de, primero, que tenemos que seguir unas pautas que ya nos han establecido (con lo cual, conociéndolas, es más difícil incurrir en esas crisis), y, por otra parte, si sucediera también sabemos cómo tenemos que actuar (que también es muy importante y además de forma unitaria en toda la BUZ), lo cual también es fundamental.

Da tranquilidad. Por lo menos si sabes que puede pasar lo tienes un poco previsto, porque no te pilla tampoco...

Claro, puede suceder. Si es algo relevante, qué importancia tiene, de qué persona viene, de qué perfil o de qué asociación o de qué grupo, dar una respuesta adecuada, una respuesta calmada. Y estudiar, porque muchas veces... yo siempre digo que tanto las consultas como quejas o sugerencias tal cual es [son] una oportunidad que tú tienes de trabajar con el usuario en una alianza para mejorar, para mejorar aspectos de lo que sea, de recursos, de servicios, de imagen, y es importante esa sinceridad de que todos nos podemos confundir en un momento y asumirlo, como una cosa más de la vida.

Eso siempre hay que tenerlo en cuenta. ¿Algún consejo de seguridad que deban aplicar los estudiantes en el manejo de las redes?

Pues lo mismo que hemos dicho, yo creo que tendrían que hacer el curso de una forma obligatoria. Y después que sepan o conozcan, que tengan esa confianza de preguntarnos en la biblioteca. Consultarnos en caso de que tengan cualquier problema, cualquier cuestión. Que vengan a nosotros y nos consulten.

Esa parte igual está un poco desconocida, que el propio bibliotecario puede aconsejar sobre el uso de las redes.

Claro

Eso quizá no lo tengan claro los estudiantes o no lo tengan como algo que podemos hacer. Eso faltaría un poco de transmitir.

Es verdad. Sí, incluso, por ejemplo, talleres específicos, algún taller corto. No tendría que ser un curso muy grande pero sí algún tipo de taller más específico; pues, ¿para qué

podéis utilizar esto? A lo mejor para buscar trabajo cuando ya están en el último curso o [en] el primero, el manejo de la información de calidad.

Bueno, estás muy informado.

Claro

Hay cosas que si no son a través de las redes...

Te las pierdes, totalmente.

Es muy importante estar ahí, aunque solo sea por estar en ese mundo de la información.

Sí. Totalmente, totalmente de acuerdo contigo, Eva.

Opinión sobre la formación en políticas de copyright o de propiedad intelectual, que has comentado un poquito antes en el curso de competencias y es tan importante. Quizá no sé si se aprecia que los estudiantes eso lo tienen en cuenta...

En los cursos que hay en el anillo digital docente (en el *ADD* que le llamamos todos así de la *Universidad de Zaragoza*) sí que hay formación y vídeos sobre propiedad intelectual, derechos de autor, pero siempre es una temática que hay que remarcar. Yo creo que ya hemos entrado todos en un mayor conocimiento y, sobre todo, pues en las licencias *creative commons* y cómo podemos poner nuestra propia información, salvaguardar nuestros propios trabajos. Sí que hay una parte importante del curso dirigido a alumnos de primero que toca todos estos temas. Yo animo a los estudiantes a que lo hagan; bueno, y al PAS, al personal de Administración y Servicios también. Hay un curso específico... [para estos usuarios].

Y, ¿es un curso más completo?

Yo creo que es más completo. Sí, es más completo. Y ese curso sí que es obligatorio para todos, aunque no nos guste la obligatoriedad.

Pero también es necesario.

Sí. También es necesario. Yo creo que sí.

Porque yo creo que a veces se dan cosas por sabidas o por hechas.

Eso es, y no lo sabemos. Aparte, la biblioteca de la *Universidad de Zaragoza* tiene como una vía abierta de consultas sobre propiedad intelectual, específicamente. Hay detrás una red (no es grupo, es una red) y también se puede dirigir a *Ayudica* (hay un apartado específico sobre propiedad intelectual). No sé si todo el mundo lo conoce exactamente, pero existe. Existe y se usa y además... las preguntas frecuentes te asesoran también bastante bien.

A veces una consulta ya está hecha y no la tienes que volver a hacer. La verdad que es algo súper importante y muy útil.

Sí, está hecha. No la tienes que volver a hacer. Es muy útil.

Y ¿qué opina en relación a la posible necesidad de integrar las redes sociales en las aulas académicas universitarias y en las guías docentes?

Pues ahí yo creo que tenemos muchas oportunidades ahora abiertas por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, que desarrolla todo el marco normativo para las titulaciones, la estructura de las enseñanzas universitarias. Insiste mucho en una formación integral y muy conectada con el futuro laboral, con las necesidades laborales y también incorpora los objetivos de desarrollo sostenible, todos los ODS y la Agenda 2030. Insiste mucho en la sostenibilidad, todo el tema del cambio climático.

¿Cómo van a tratar todos estos temas? Pues aparte de incardinados en las asignaturas, aquí por ejemplo hay un proyecto concreto que lo lleva la subdirectora de Calidad, Maribel Murillo, para incorporar todas estas temáticas. Pero también a través de asignaturas transversales, las competencias transversales trabajadas en asignaturas que pueden ser transversales.

Yo creo que hay un mundo de posibilidades abierto, que el marco normativo ya nos da unas opciones, pero todo eso hay que desarrollarlo. Lo veo fundamental, interesante, por eso, porque la información ahora es compartida, es un camino de ida y vuelta. Y está detrás el concepto de comunidad creadora de contenidos, que antes era simplemente un camino unilateral y ahora no lo es. Es un camino más horizontal, de conocimiento...

Así es. Pues entonces hay que seguir trabajando en esa integración.

Sí.

En cuanto a la brecha digital en el sector universitario, ¿crees que afecta en cuanto a las Redes Sociales esa información/desinformación o no se aprecia tanto en el ámbito universitario? Aquí por ejemplo prestáis portátiles

Sí, bueno en toda la Universidad.

¿En toda la Universidad?

Sí, en toda la BUZ. Además, eso surgió en la etapa COVID. Fue la *Fundación del Banco Santander*, si no recuerdo mal, la que hizo una donación de portátiles para los estudiantes, para que, sobre todo, estudiantes, por lo que fuera (no tuvieran tantos recursos o simplemente estudiantes Erasmus ... —se te estropea el ordenador o tu portátil—) tuvieran esa posibilidad de trabajar. Eso es interesante.

Yo creo que la brecha digital, [en] la población, los rangos de edad sí que afectan mucho. No es lo mismo la gente joven nacida digital que, por ejemplo, otras personas (como es mi caso), que hemos tenido que ir aprendiendo, porque ya tenemos una edad más avanzada. Es así, es una realidad, pero la brecha digital sí que es verdad que la Universidad (que es una Universidad pública, nuestra Universidad) cada vez está más conectada con la sociedad, porque es así. Todo lo que es la Universidad de la Experiencia, ahí hay mucho trabajo también que se puede hacer en cuanto a la brecha digital; de ahí también el portal de la BUZ el Portal de la Sociedad, muy conectado con todo el soporte que la biblioteca puede dar en información.

Claro, porque es una brecha digital pero también de cómo usar la comunicación, los medios...

Exacto, pero no internamente solo, que también se puede dar en algunos casos, sino también esa brecha digital que también es posible que se dé en la sociedad más que en la Universidad, aunque también en algunos casos puede suceder.

La Universidad podría influenciar o evitar esa brecha en la sociedad, en general, no solamente universitaria.

Muchísimo. Eso es. Es que yo creo que es una tarea fundamental.

Yo creo que todas las personas, todas las entidades, deberían trabajar un poco en los ODS.

Efectivamente, eso es, sí.

Como gestionas el Twitter, más en concreto sobre esa red social, ¿tienes tú uso personal o solamente utilizas esa red social de forma laboral?

Yo la verdad que tengo que reconocer que no soy muy activa a nivel personal en redes sociales. Tengo Facebook, pero yo no publico nada, ni tengo fotos ni tengo nada...

¿Para estar informada?

Sí, para estar informada y también las cosas que publicamos en la biblioteca y echar un vistazo, ver un poco la línea por dónde vamos, si tengo que comentar algo después. Tengo también un perfil de LinkedIn, pero no lo miro en mi casa. Solamente lo miro en la biblioteca, si viene un investigador o un visitante, si viene alguien nuevo, pues para ver un poco ese perfil o para cuestiones laborales o grupos de trabajo laborales, proyectos de investigación, cuestiones de este tipo, solamente.

A nivel personal, no soy muy fan personal, pero vamos, me encanta. Para el trabajo lo veo una herramienta utilísima.

En cuanto a Twitter, ¿tienes una relación directa con los usuarios con mensajes privados o simplemente es leer la información y estar al tanto pero no hay una relación directa?

No, voy viendo [sobre] los nuevos seguidores un poco qué perfil tienen o qué tipo de personas son y también cuando retuitean o [le dan a] me gusta, también veo un poco toda esa actividad, toda esa telaraña que hay por detrás que nos une. Observar un poco por dónde va, pero ya te digo que mensajes directos no hay muchos.

También Twitter yo creo que no es muy dado a mensajes privados.

No

Es más comunicar, estar al tanto y compartir

Sí, eso es y abrir los hilos temáticos que vas viendo. Sí que ves un poco la gente lo que va diciendo.

Es como en el blog. Tampoco suele haber comentarios

No, no mucho.

No se tiende a interactuar.

No, la verdad que no.

Y cuando actualizáis el blog, ¿lo compartís en las redes sociales? ¿lo difundís de alguna manera?

Sí, cuando hacemos entradas van al Twitter.

¿Solamente a ahí?

Como sí que es verdad que el blog tiene diferentes secciones, si nosotros publicamos algo referido a libros electrónicos (porque es otra de las líneas de trabajo, [la] difusión a todo lo electrónico por así decir, lo digital), cuando nosotros publicamos el libro electrónico digital del mes conectado con los ODS, ahí lo publicamos en todas las redes. No solamente en Twitter. También en Instagram, en Facebook, etc.

¿Y enlazáis al post?

Enlazamos. Después, por ejemplo, también hacemos un boletín de las plataformas suscritas de la *Universidad de Zaragoza*, de libros electrónicos. Hacemos una selección relacionada con nuestras temáticas que pensamos que son de más utilidad, a veces también la actualidad (te tienes que fijar en el año de edición y en otras características). Esa selección es multidisciplinar, en cuanto a que se tocan temas de Matemáticas, Matemática Aplicada sobre todo, Física (porque está en las asignaturas de los primeros grados quitando Arquitectura, por supuesto), temas de construcción, temas de seguridad informática por los ingenieros informáticos. Es que aquí tenemos tantas titulaciones (8 de ingeniería con Diseño incluido, más Arquitectura) que la temática es muy amplia. Hacemos una selección de libros electrónicos y desde allí ya pueden pinchar directamente en el libro electrónico y acceder al libro electrónico.

¿Desde el propio blog?

Claro, desde ese boletín que generamos en el blog y todo eso lo vamos difundiendo en las redes.

Así hacéis que conozcan el blog, conozcan los recursos electrónicos y se vayan un poco familiarizando.

Sí. Porque ... no saben lo que tienen. Tienen muchos recursos a su alcance disponibles, la verdad. Muchísimos.

La verdad es que no se conocen todos

La biblioteca ya casi es una biblioteca híbrida. Por ejemplo, las revistas. La revista de Ingeniería es más común y ya empezaron antes, sobre todo las revistas del IEEE. Todo está en plataforma y en acceso electrónico la mayoría.

Entonces ya, todo electrónico. También damos mucha información cuando llega una revista que es una revista física que todavía está impresa en papel (a veces las revistas son mixtas, que puedes tener el ejemplar impreso en papel y a la vez el editor te lo proporciona en formato digital) —algunas sobre todo de temática conectada con Urbanismo, Arquitectura), lo que hacemos es, sobre todo en Instagram, difundir: “nos ha llegado tal número de tal revista”, “es interesante por...” o alguna pequeña reseña. Entonces ahí damos también mucha difusión a las novedades.

¿Se nota eso de cara al préstamo o eso no se puede saber?

Yo no lo sé. Eso es muy difícil de saber. Yo ahora mismo [no te puedo decir]

Si no tuviera esa difusión quizás no llegaría a tanta gente.

Claro, pero yo exactamente no te sabría decir cómo medir eso... Ese impacto, no lo sé.

Seguro que impacto hay, porque una vez que lo intentas publicar...

Mis compañeras hacen un trabajo estupendo. Mis compañeras hacen un trabajo maravilloso, así que...

Yo creo que sí, es fundamental estar ahí. Se llega a muchísimas personas. La frecuencia de actualizar contenidos en las redes, ¿es diaria? Has comentado en Twitter.

El Twitter diario. Puede ser que venga un periodo vacacional, un periodo que sepas que tienes tú un curso o algo y sepas que no vas a estar y lo delego en otra persona o lo que hago es programar, hacer una programación de tweets.

En general es diario. Las entradas en el blog dependen un poco de la actividad; las entradas. Por ejemplo, el libro electrónico del mes es mensual. Tenemos otro boletín que se llama *ArquieEbro* (que es un boletín de novedades solamente de Arquitectura, Diseño). ¿Por qué? Porque fueron titulaciones que se incorporaron más tarde.

Los fondos. A lo mejor hay menos fondos electrónicos también. Sí que hay, pero tal vez un poquito menos. También es una manera de difundir. Esos boletines, el boletín de *ArquiEbro*, se suele hacer cada dos meses, pero es un poco irregular porque depende de las novedades que entran en la biblioteca de esas temáticas (Paisajismo, Urbanismo, Construcción, Arquitectura Sostenible, Arquitectura en general, monografías de arquitectos, todas estas cuestiones, y Diseño —Diseño Gráfico, Diseño Industrial).

Depende poco de ese contenido.

Eso es.

¿Número de tweets diarios, más o menos?

Bueno, diariamente puede ser unos 3.

La media mensual te lo podría facilitar si en algún momento lo necesitaras, porque hace poco nos pidieron un indicador de la calidad de servicios de la EINA y no sé ahora mismo si al final lo copié o si al final lo puse o a lo mejor no lo llegué a incorporar, pero, si en un momento determinado lo necesitaras, te lo podría facilitar.

De cuestiones de la biblioteca, ¿retuiteas el contenido o generalmente lo creas tú?

A mí me gusta generar contenido, pero sí que es verdad que hay contenido de interés que tú tomas o bien de la *Biblioteca Nacional* o de la propia biblioteca de la *BUZ* que quieres hacer llegar más a tus seguidores como complemento o también de la Escuela, de la propia EINA en sus redes sociales, especialmente el Ateneo de la EINA. A lo mejor ellos ya han generado la noticia. A lo mejor yo añado alguna pequeña cuestión o algún comentario, pero por eficacia. También, si el tweet ya te gusta, entonces lo que haces es retweetearlo.

Imagino que ellos retweetearán los contenidos que publiquen.

Sí, también lo hacen. También, a veces ves noticias interesantes de según qué perfiles bibliotecarios...Alonso Arévalo o instituciones u organizaciones bibliotecarias (*SEDIC* o *IFLA*); a lo mejor ya han generado un contenido sobre acceso abierto o temáticas punteras y de interés. Si te parece que está bien, a lo mejor añades alguna pequeña cuestión relacionada con la biblioteca. O, por ejemplo, se me ocurre, los premios Pritzker de Arquitectura. Cuando facilitan este premio, como tú sigues blogs, tweets (Twitter) de organizaciones internacionales y de Arquitectura, ¿qué haces? Tú añades. Por ejemplo, si tengo una obra significativa de ese arquitecto en la biblioteca, lo que hago es añadir: “la obra fundamental de tal la podéis encontrar en la biblioteca *Hypatia*” y pongo el link al enlace permanente de ese registro bibliográfico o bien les digo “tenemos una base de datos que podéis buscar aquí sobre este arquitecto”. Entonces intento *linkar* [enlazar] con nuestros recursos.

Aprovechas también los días concretos o las fechas concretas de autores o de profesores de aquí para recomendar libros o efemérides.

Sí, a veces. Por ejemplo, de María Moliner; bueno, eso es evidente.

¿Aunque no esté relacionado con los contenidos o los libros de aquí (de estas materias) o con las bibliotecas o fechas del libro o día del libro?

El Día del Libro sí que solemos hacer alguna actividad o bien alguna lectura poética.

¿También hacéis exposiciones?

Exposiciones también conecta[n]do sobre todo con la producción literaria de mujeres y para trabajar en ese circo de igualdad. También en otras ocasiones hemos hecho “suelta de libros”.

Qué actividades más chulas hacéis

Nosotros hacemos mucho eso de que los libros se muevan y viajen, con los libros del expurgo. En definitiva, es una actividad de economía circular, porque es una reutilización. Muchos libros que nos donan que, a lo mejor por la temática o lo que sea, no es interesante incorporarlos a nuestro fondo bibliográfico o bien porque ya los tenemos repetidamente o porque se pueden utilizar para otras actividades, los donamos para constituir la biblioteca de asociaciones como YMCA, o para el rastrillo solidario

Ozanam. Todas esas actividades a lo mejor van conectadas con días conmemorativos u otras actividades de esas otras asociaciones o personas con las que nosotros colaboramos y participamos en alianza. Así vamos trabajando todos estos temas.

Claro que sí. Todos conectados

Eso es.

Para terminar, en cuanto a la comunicación interna de los trabajadores de la biblioteca, ¿qué empleáis, el WhatsApp o el correo interno?

La comunicación interna es un punto fundamental, los recursos humanos en cualquier organización son la base. Si no tienes eso, si eso falla, es que falla todo lo demás. Entonces, desde mi punto de vista, siempre ha sido muy importante. Ya cuando nosotros conseguimos la certificación de calidad ya fue un punto clave.

Lo tenéis eso muy presente.

Lo teníamos muy presente porque, este centro surgió, lo que es *EINA* (que a lo mejor hay gente que lo sabe y gente que no, yo he estado aquí toda la vida, mi vida profesional, quiero decir) de la incorporación (incorporación no, fusión; digo incorporación porque *CPS* ya estaba aquí) de la *Escuela de Ingenieros* que estaba en *Corona de Aragón*, que se trasladó. Fue una fusión. La biblioteca, de repente, nos vimos con qué teníamos personal que no nos conocíamos de nada. Fue una incorporación de una parte importante del personal. Creo que fueron 6 personal de golpe; con lo cual, [o] trabajábamos la comunicación para conseguir establecer un equipo que trabajara de forma conjunta y uniforme o es que no íbamos a conseguir nada. Fue muy importante tanto las reuniones como toda la política de comunicación. Teníamos una base de datos para generar comunicaciones entre nosotros.

Hay un plan de comunicación interna de la *BUZ* establecido, que lo tenemos que seguir todas las bibliotecas. Dice que cuando hay una comisión técnica (que es siempre mensual —en verano no o en Navidades, pero normalmente es mensual—), después, posteriormente, hay que hacer una reunión de personal. Las direcciones de las bibliotecas de cada centro (en este caso me compete a mí) tengo [tienen] que reunir al personal, informar de los temas tratados y cualquier otra temática. Yo lo que sí que veo, que a mí no me gustan los temas muy rígidos. Está bien ese plan de comunicación como si dijéramos potencial, pero yo creo que la comunicación también tiene que ser más fluida y que las reuniones no pueden ser solamente de un tipo, sino que puede haber reuniones más pequeñas. Hemos tenido reuniones del mini grupo que trabaja en buenas prácticas y ODS (en este caso serían Marta, Isabel y Óscar, conmigo), hemos tenido reuniones puntuales para tratar temas específicos. Ese sería un canal, las reuniones. A mí me gustan que sean eficaces y a veces son talleres, talleres formativos que hacemos entre nosotros. Una especie entre reunión y formación, que también es importante.

Hace poco también Mercedes, la Coordinadora de Área, estuvo formando en todo el tema de catalogación con el nuevo programa (catalogación básica con plantillas a personal auxiliar y técnico). Yo creo que la comunicación tiene que fluir y no solamente de forma vertical, arriba-abajo, horizontal, en todas direcciones. Porque, además, aquí en las bibliotecas, se trabaja a turnos.

Sí que es verdad que hay una programación siempre mensual, que es la que envío yo hablando con el personal también. Ahí se marcan las tareas y un poco los objetivos mensuales, las tareas y los turnos y dónde se van a encontrar las personas (si en hemeroteca, en biblioteca) y un poco qué les compete hacer, qué responsabilidad tienen. Si el personal técnico en ese momento le compete toda la gestión de los morosos y del préstamo hay una persona encargada, si le compete toda la gestión de partes o qué le compete. Todas las personas conocemos quién hace qué y cuándo, con lo cual esa comunicación es importante.

Después hay comunicaciones mucho más puntuales, inmediatas, con los grupos de WhatsApp: “me ha pasado tal cosa”, “que no me arranca el coche”, “que hay huelga de autobuses y llegaré cuando pueda”, “que me encuentro mal” o “que en mi familia ha pasado tal cosa”. Eso es una comunicación más inmediata que también funciona y también sirve para cohesionar al grupo. Ahí también gastamos a veces bromas y ponemos también cositas bonitas; a veces, iconos, un Feliz Cumpleaños y una Feliz Navidad. Cosas de ese tipo, “que tengas buenas vacaciones” o “querida Eva”.

Sí que es verdad que los grupos de WhatsApp son distintos, porque hay uno de *Hypatia* trabajando juntos (que lo configuramos cuando el COVID, que era la única manera; no la única, pero sí una de las más importantes, que lo he dicho mal, junto con el correo electrónico), pero luego hay otros WhatsApps más concretos del personal que turna porque a veces se tienen que hacer favores “oye, que me ha pasado esto” o “puedes cambiarme el turno”. Eso sería la línea de WhatsApp. Luego están las listas de correo en el correo electrónico, que ahí ponemos también mucha información; también por teléfono.

Yo pienso que todo el mundo tiene que seguir las redes sociales.

Eso sobre todo, la de *Hypatia*

Hacerse seguidores. Nosotros mismos, los primeros

Exactamente, así además estamos informadas.

Eso es, y las de la *BUZ* y las de la *EINA*, las de la Universidad; en fin, asociaciones profesionales de importancia, culturales, todo..., como profesionales es que es fundamental.

Es que si no, no nos enteramos de todas las posibilidades

De las bibliotecas públicas de la ciudad, de todo el ambiente cultural y bibliotecario que se mueve en la ciudad.

Hemos comentado todo lo importante, así que muchísimas gracias Nati por tu tiempo

Nada.

Por tu información tan útil y por tu buena disposición en ayudarme en esta asignatura

Bueno, con mucho gusto. Nosotros aquí siempre tenemos esa conexión con los estudiantes, nos gusta muchísimo.

Se os nota

Porque tienen mucho talento; de hecho, el proyecto NEOB de gestión de espacios lo está llevando a cabo un estudiante con otra subdirectora, la subdirectora de estudiantes Raquel Trillo, y además siempre colaboramos con los Practicum de Biblioteconomía. El año pasado había un chico estupendo y bueno, un estudiante estupendo y siempre, siempre intentamos colaborar.

Pues muchísimas gracias

Un placer también, Eva, y muy a gusto.

Muchas gracias, Nati.

9.2. Anexo 2 Entrevista a Maria Luisa Blasco Nicolás

Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2022 a (Marisa) María Luisa Blasco Nicolás, encargada de las cuentas de Facebook e Instagram de la biblioteca universitaria de *Hypatia de Alejandría* de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA) de la Universidad de Zaragoza:

Hola Marisa, buenos días.

Hola, buenos días.

Vamos a comenzar una entrevista para hacer un trabajo de una asignatura del Máster y te voy a preguntar sobre las redes sociales. ¿Tú te encargas de alguna red social aquí en la Universidad?

Sí, me encargo de las redes sociales de Instagram y Facebook en la biblioteca. También Pinterest, pero como últimamente hemos tenido muchos líos con el programa, entonces poníamos los enlaces en Pinterest y ahora lo hemos dejado un poco...que no lo llevamos todo; no está abandonado, pero tampoco estamos todo el día con él. Pero Instagram y Facebook sí.

Entonces, ¿Facebook e Instagram, más o menos, cada cuanto lo actualizas?

Todos los días

¿Todos los días?

Actualmente todos los días y... bueno, tenemos [como] objetivo publicitar casi todo lo de la Universidad: pueden ser actividades culturales, cualquier noticia de la Universidad o de la *EINA*. Luego hacemos nuestros propios contenidos de la biblioteca y también curiosidades y cosas de amenizar. Aunque nuestro principal objetivo es la comunicación, tanto de la biblioteca como del email de la Universidad.

Y, ¿cuántos contenidos, más o menos, pones en un día?

Suelo poner entre 4 y 6 publicaciones diarias. Entonces, de esas, pueden ser que nos llegan novedades de libros o de revistas. Las publicitamos, hacemos un post nosotros con *Canva* (que es un programa que utilizamos habitualmente) con las portadas de las publicaciones. O hacemos fotos en el exterior, en un sitio que se nos ocurra, y hacemos una publicación o si no hay un día concreto ninguna novedad ni de revistas ni de libros podemos buscar hacer un post de bibliografía recomendada, de horarios, de “ven a la biblioteca”, de chat; algo que tenga que ver con la biblioteca. Luego publicitamos, o sea, repostamos cosas de otras [instituciones] que siempre son cultura: de la Universidad, cultura de Zaragoza en general y de todas las cosas que haya de la *EINA* (tanto de profesores como de estudiantes o de PAS a veces —que suele haber menos—). Entre cuatro y seis publicaciones, casi siempre son seis.

Casi siempre son seis, madre mía

A ver, yo empecé con Instagram, pero como Instagram tenía la facilidad de compartir en Facebook empezamos pensando: “Va, Instagram”, pero luego yo dije “bueno, Instagram se puede compartir en Facebook y haces las dos cosas a la vez”. Pero luego

no lo hemos hecho así. Hacemos Instagram y hacemos Facebook. Aunque los contenidos sean similares, no los compartimos.

¿Son diferentes contenidos?

No, o son iguales o no le damos a compartir, porque al compartir la publicación es más fea, sale... Entonces lo que hacemos es volver a poner el post especialmente para Facebook o especialmente para Instagram, aunque sea el mismo contenido; es decir, yo hago un contenido para Instagram con el formato cuadrado de Instagram y luego hago un formato para Facebook, para que quede bien, no se corte. Me fijo mucho en que no salgan cortes cuando lo ves en los perfiles. Bueno, esas cosas...

Esas etiquetas, también a la hora de etiquetar, en Instagram se hacen de una manera...

Sí, de una manera, en Facebook de otra.

¿Y soléis etiquetar y poner etiquetas de hashtag?

Hashtag en Instagram siempre, aunque al principio no teníamos muy claro si poner o no, pero lo hacemos siempre. Y en Facebook etiquetamos a veces; si no, ponemos algún hashtag pequeño, eso sí.

Muy bien, para tener más éxito

Facebook menos, pero en Instagram siempre

Es como que...en Instagram es casi necesario

En Instagram es casi obligatorio, sí.

Y, más o menos, ¿cuánto te cuesta crear, si es tu propio contenido? ¿cuánto rato le dedicas más o menos a hacerlo? Y luego, en general, ¿cuánto dedicas a las redes: a compartir, a buscar contenidos...?

Pues es que le dedico bastante tiempo, porque [mientras] yo trabajo aquí, estoy atendiendo al público, pero estoy delante de un ordenador. Entonces, si no tengo una persona que estoy atendiendo, mi trabajo consiste en buscar contenidos o en crearlos haciendo Canva o montajes o buscando de las cosas que tenemos.

No sé, hacemos el día de las escritoras, buscamos libros de escritoras que puedan tener que ver con la arquitectura o yo que sé. Entonces, no te sé decir un momento concreto porque, básicamente, cuando no estoy atendiendo al público estoy buscando contenidos.

¿Te lo preparas con antelación a días anteriores o solo trabajas para el mismo día?

Generalmente lo hago en el mismo día. A veces cuando son vacaciones, cuando hay un fin de semana, puedo programar. Generalmente, lo hago para el mismo día. Además, aquí hay muchas noticias que son "Ateneo mañana"; quiero decir, que son cosas que lo tienes que poner, no lo puedes prever, a no ser que lo hayan hecho hace tiempo el anuncio. Entonces no, generalmente lo hago en el momento. Es verdad que algunas veces los programo yo, pocas veces.

Y, más o menos, en cuanto a la interrelación con los usuarios al feedback, ¿cómo lo notas? ¿hay mucho feedback, poco? ¿Te consultan cosas de la biblioteca?

Pues mira, te cuento, por ejemplo, en Instagram me consultan bastantes cosas de la biblioteca: “oye, voy a ir a la biblioteca”, “qué horario tienes”, “este libro dónde lo puedo encontrar”, algunas cosas. En Facebook es más en relación al entretenimiento que de la biblioteca propiamente: “muchas gracias por compartir esto”, “es muy interesante” o “me ha gustado”, “me ha divertido”. Te dicen muchas cosas, te mandan muchos mensajes, pero no son tanto de la biblioteca como un lugar de estudio que tengas sino como entretenimiento. Eso me pasa a mí en Facebook, yo no sé si a todo el mundo, a mí. En Facebook me mandan muchísimos mensajes al día, pero son casi todos [de] agradecimiento: que le ha gustado, que es muy interesante... Y en Instagram los mensajes que mandan son sobre todo informativo, para preguntar información. No sé por qué, supongo que también [por] el tipo de usuario de las personas que tenemos como seguidores. En Instagram son diferentes de las de Facebook, tampoco sé por qué.

¿Qué perfil son más o menos en Instagram, estudiantes?

Estudiantes tenemos menos de los que queremos, porque empezamos... y [de] la gente que más se ha unido, sí que hay estudiantes, por supuesto, pero hay más profesores, PAS, servidores en general: librerías, bibliotecas... que a lo mejor estudiantes, que sería nuestro primer objetivo. Por eso a veces hacemos campañas para que los estudiantes se unan. Y luego en Facebook, es que en Facebook hay de todo. Hay muchas bibliotecas, muchos museos, tiendas... Es como un público más amplio. [En] Instagram es más gente de la Universidad, de Zaragoza y de bibliotecas y [en] Facebook es más de cultura en general, no sé por qué. Porque se empezó un poco antes en Instagram, pero en Facebook el público es más variopinto, sí.

Cuando a veces hago estadísticas, porque tengo que hacer estadísticas mensuales (las hago semanales, pero luego las paso mensuales), me fijo en los tipos de usuarios, (porque las estadísticas te permiten acceder al tipo de usuario). En Facebook son mayormente mujeres entre 45 y 60 años, no sé por qué, y en Instagram es un público más variado, está más igualado hombres y mujeres y hay una franja más ancha de edad. No sabría decirte por qué pasa eso. Ahí estamos intentando... Lo que intentamos es que haya sobre todo en Instagram más estudiantes.

¿Y cómo son esas campañas de las que me has hablado?

A ver, el problema es que tampoco tenemos mucho dinero para hacer campañas, porque lo que queríamos hacer era un sorteo (por ejemplo, un iPad, alguna cosa electrónica que les hiciera que tuvieran que compartir y poner a un amigo). Esto en redes hace que mucha gente conozca. Cuanta más gente me gusta, cuanto más compartes, sube tu rango y te publican más, te publican mejor.

Pero, como no tenemos dinero, a veces hemos hecho una promoción de regalar un libro. Pero, claro, los libros como no son tampoco novelas ni cosas atractivas que puedas decir “ay, pues me interesa”, pues tampoco... Hemos hecho también campañas. Ahora vamos a hacer marca páginas que pone todas las redes con las elecciones y los daremos gratuitamente. Entonces, igual eso sí que es una forma de llegar de los estudiantes que se unan a las redes.

Luego también están las redes de la Universidad, de la *EINA*, de la *UZ*. Es que hay muchas. Nosotros nos hemos hecho un hueco (porque la verdad que nos hemos hecho un hueco), pero claro, es difícil porque los estudiantes tienen como muchas redes en relación a la Universidad. Hay datos.

Estáis muy bien, os siguen mucha gente. En Instagram os siguen y en Facebook también.

Sí, bueno, en Facebook muchísimos. En Facebook hemos tenido que pasar del perfil a página, por lo de los 5000 seguidores (que muy mal, porque a mí eso no me gusta). No sé si es que no entiendo mucho de esto, pero luego la gente no se une a la página, te quedan la mitad colgados. Lo que hemos hecho al final es seguir con las dos para que los que teníamos en perfil no se den por perdidos. Compartimos en las dos, en página y en perfil. Eso no cuesta trabajo, es la misma noticia, la pones en un lado y en el otro, porque al principio nos dijeron... Antes en Facebook se podía unir. Una de las cosas que te proponía Facebook era unir perfil y página y los seguidores se pasaban, pero eso dejó de ocurrir. Ahora tienes que, desde la página, decirles a los de perfil que se pasen. Esto hace que no sé; en la página tenemos como 1500 seguidores y en el perfil 5000 (que es el tope). Eso es un poco complicado.

Y en Instagram empezamos hace poco y ya estamos por los 900. No está mal.

No está nada mal

Además, no hemos hecho nada, especial. Solamente es gente que se ha unido sola. Yo no sigo a nadie de mi familia, ni de mis amigos, ni de nada. O sea, toda la gente que esta, es porque se ha unido, porque le ha gustado el contenido o porque ha venido a la biblioteca y ha visto el enlace o lo que sea. Eso me parece que son seguidores reales.

Personalmente, también tienes los dos perfiles como cuenta tuya

Sí

¿Te gusta el tema de las redes?

Es que aquí empezamos con Instagram, porque a mí me gustan las redes. Personalmente, tengo redes y cuándo se habló, aquí había Twitter, había Pinterest, el blog. Entonces, se habló cómo objetivo mejorar las redes sociales. Yo dije: “a mí me resulta atractivo, lo tengo personalmente” y entonces comenzamos con Instagram. Pasa lo que te he comentado antes. Como Instagram y Facebook se pueden compartir con un botón, luego no lo hacemos así [y] ya dijimos las tres cosas.

Ahora también se están planteando el canal de YouTube, que se ha creado, y había más redes que podían ser, como...

Tiktok, LinkedIn

Tiktok no hemos dicho nada, pero LinkedIn sí que se planteaba.

Muy bien. Es como un poco más profesional

Es más profesional

En cuanto a la edición de contenidos, has comentado antes el Canva. ¿Qué es lo que harías en Canva? ¿Cómo lo utilizas para crear vídeos? ¿Prefieres hacer gif, imágenes...?

De todo, dependiendo. Hago muchas cosas.

Un día hago un post normal que solo pongo animación; otro día hago una presentación; otro día un vídeo y meterlo dentro de un post...Canva te da muchas posibilidades.

Es verdad que nosotros utilizamos el Now (que no se paga, es gratuito), con lo cual, algunas cosas, cuando las usas dos o tres veces, la siguiente vez ya te pide pago y nosotros funcionamos en gratis.

Pero también es verdad que también (ahora un poco menos) hacemos reportajes en la calle, fotos en la calle. En las hojas, en la sala, ponemos libros. Hacemos cosas que eso solamente son fotos. No son Canva, pero, en general, casi todos los contenidos son con Canva.

Si quieres hablarme un poco de Pinterest; sólo lo has citado.

Lo que te comento antes. Lo que hacíamos siempre en Pinterest era poner todas las novedades de libros y algunas de revistas. Poner el enlace permanente al catálogo, con lo cual veías la portada y directamente ibas al catálogo. ¿Qué pasó? Que al cambiar de sistema de gestión y pasar a Folio, ahí no había enlaces permanentes. Con lo cual tuvimos que dejar de hacer eso porque no podíamos poner el enlace. Dijimos: “esperamos un tiempo a que los enlaces permanentes aparezcan y, entonces, volveremos a hacerlo”.

Hemos decidido que empezaremos otra vez a principios de año a publicar todas las novedades que vengan y volver a poner los enlaces permanentes, porque durante este tiempo era una tontería hacerlo. Básicamente, lo que la gente hacía era ver la portada y poder acceder al catálogo. Y, al no poder hacerlo, hemos tenido que hacer un paréntesis.

Dentro de Pinterest también se ponían las actividades culturales que hacemos. En Instagram y Facebook también se hacen. Todo lo que se hace en la biblioteca se publicita: que hemos puesto una estantería nueva, se publicita; que hemos puesto unos enchufes nuevos, se publicita. Quiero decir, todo se pone. En Pinterest hemos dejado eso hasta que estuviera bien lo de Folio. Ahora ya está, pero como nos ha pillado en una época que estamos un poco más justos de gente, hemos tenido más trabajo. Hemos dicho, a partir de enero volvemos con ello.

¿Lo vais a retomar entonces?

Sí. No sé si sabes cómo es Pinterest.

Si, un poquito, pero coméntalo

Tenemos los tablonos. Por ejemplo, si es Arquiebro (que es una publicación que hacemos del Boletín de Novedades de Arquitectura y Diseño), la directora elige 20 novedades de Arquitectura y Diseño. Nosotros ponemos Arquiebro nº 85 y dentro las

portadas de los 20, 15 o 10 que haya y dentro de cada uno explicas el contenido y el enlace al catálogo.

Eso es lo que hacemos en Pinterest, pero ya te digo que ahora ha habido un paréntesis, al cambiar el sistema de gestión. A partir de enero retomaremos.

Muy bien. Muchas gracias Marisa por tu tiempo, por tu paciencia y por todas tus respuestas, que ha estado genial

Vale, a ti

9.3. Anexo 3 Entrevista a Andrea Sanz Magdalena

Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2022, a Andrea Sanz Magdalena, encargada del canal de Youtube, de la Biblioteca Universitaria *Hypatia de Alejandría* de la *Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA)* de la *Universidad de Zaragoza*.

Hola, buenos días, Andrea

Hola, qué tal

Muchas gracias por venir a esta entrevista. Te voy a preguntar sobre Youtube, que sé que tú lo gestionas más aquí en la biblioteca. Cómo surgió, en qué momento, el canal de Youtube.

Surgió aproximadamente hace un año más o menos, porque vimos [la] necesidad en la biblioteca de tener un canal de Youtube porque ahora nuestros usuarios utilizan mucho contenido visual en su vida diaria. Entonces, es necesario que también la biblioteca vaya por ahí para poder ofrecerles contenidos que les interesen.

¿Qué tipo de contenidos habéis pensado para este canal, tanto creados como compartidos?

Sí, tenemos una parte que son contenidos creados en la biblioteca (videotutoriales de uso de bases de datos, de uso del propio meta buscador de la biblioteca —Alcorze—, de cómo hacer reservas). Y luego hicimos otros vídeos del lanzamiento de un nuevo servicio que hemos creado este año en la biblioteca, que es de préstamo de dispositivos electrónicos programables. Hicimos un par de vídeos de información sobre el servicio y de cómo reservarlo a través de Alcorze.

Muy bien. ¿No solamente prestáis libros?

Exacto. Ese tipo de cosas también nos gusta tenerlas; que puedan un poco promocionarse a través de YouTube y compartirlo en otras redes sociales los vídeos también.

La otra parte de contenidos del canal son listas de reproducción por temas, sobre todo de arquitectura, de ingeniería un poco menos. Queríamos empezar un poco por la arquitectura; compartir vídeos de escuelas importantes de arquitectura de otras bibliotecas.

Has comentado lo de la mujer...

Sí, eso es. Hacer también temas relacionados con la arquitectura y mujer o cualquier tema que pueda interesar a nuestros usuarios, a los alumnos o los profesores incluidos también.

Qué bien, son contenidos como muy atractivos

Sí, bueno, eso se intenta.

Y, en cuanto a los que creas, al contenido creado, ¿con qué herramientas los editas o grabas?

Básicamente, uso dos programas: OBS Studio y otro que se llama Active Presenter, que es de edición y es de soporte gratuito y tiene bastantes posibilidades de edición y hacer cosas bastante chulas. Si es necesario retocar el audio también en algún vídeo, también uso Audacity, que es otro programa de software libre de edición de audio.

Muy bien. ¿El Canva lo empleas para creación de vídeos?

No, menos, porque son cómo para hacer vídeos más cortitos o más dirigidos a otras redes sociales (a Instagram o Facebook). Entonces, ya se encarga mi compañera.

Ya me has comentado que vas tanto a crear como a compartir. ¿El canal de YouTube se difundiría desde algún otro medio, desde las redes?

Exacto. Cada vez que añadimos un vídeo se hace promoción a través de Facebook o de Instagram también. En el blog quizá..., a lo mejor según qué cosas también se pueden poner en el blog. Pero sí, sobre todo Facebook e Instagram.

Es muy útil la herramienta de Youtube y además los videotutoriales para la consulta de los catálogos, por ejemplo, qué hay tantas opciones...

Alguno de los vídeos, sobre todo los de los videotutoriales, se añaden también a los cursos de Moodle que hacen los alumnos de primero de Competencia Digital Básica. Entonces ahí, cuando les hablamos precisamente del uso de la biblioteca, se ponen los vídeos también.

En esta parte, no haría falta el curso para poder acceder a esos vídeos. Estarían accesibles en YouTube.

Sí, están en YouTube, pero se cuelgan ahí también para cuando hacen el curso, que los pueden ver.

¡Qué bien! Así también difundís el conocimiento para todo el mundo que pueda. Pues muchas gracias Andrea.

Nada, gracias a ti

Ha sido un placer

Igualmente

Y ánimo con el Youtube. Ahí estaremos siguiéndote.

Venga, gracias