

Telescopi

El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca





El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca

Natividad MUNTANER SANS

Unitat de Projectes, Secció Xarxa de Biblioteques, Consell Insular de Mallorca
nmuntaner@conselldemallorca.net

Article rebut el març de 2018; revisat l'abril de 2018.

Resum: S'analitza la situació actual de les biblioteques públiques de Mallorca en relació amb el màrqueting bibliotecari com a mitjà per donar més visibilitat a les biblioteques i assegurar-ne la continuïtat. Mallorca és una de les zones més ben preparades per fer el salt de la societat digital a la societat cognitiva, el 89,3 % de les llars tenen accés a internet i la cobertura 4G arriba al 99 % del territori. Es detalla quina és la situació de la participació a internet de les biblioteques públiques analitzant el web del Consell de Mallorca, els webs municipals, els microllocs web i les principals eines que fan servir les biblioteques per fer màrqueting digital.

Paraules clau: biblioteques públiques, Mallorca, màrqueting bibliotecari, màrqueting digital, societat digital, xarxes socials, visibilització.

El marketing digital y las bibliotecas públicas de Mallorca

Resumen: Se analiza la situación actual de las bibliotecas públicas de Mallorca con relación al marketing bibliotecario como medio para dar mayor visibilidad a las bibliotecas y asegurar la continuidad de las mismas. Mallorca es una de las zonas mejor preparadas para dar el salto de la sociedad digital a la sociedad cognitiva, el 89,3 % de los hogares tienen acceso a internet y la cobertura 4G abarca el 99 % del territorio. Se detalla cuál es la situación de la participación en internet de las bibliotecas públicas analizando la web del Consejo de Mallorca, las webs municipales, los microwebs y las principales herramientas que utilizan las bibliotecas para hacer marketing digital.

Palabras clave: bibliotecas públicas, Mallorca, marketing bibliotecario, marketing digital, redes sociales, sociedad digital, visibilización.

Digital marketing and public libraries in Majorca

Abstract: The current situation of the public libraries of Majorca in terms of library marketing is analysed in order to afford greater visibility to the libraries and to ensure their continuity. Majorca is one of the best prepared areas to make the leap from the digital society to the cognitive society, since 89.3 % of homes there have Internet access, and 4G connection covers 99 % of the territory. It describes the state of public participation in public libraries by analysing the website of the Consell de Mallorca (Government of Majorca), municipal websites, microwebs and the main tools used by libraries for digital marketing purposes.

Key words: digital marketing, digital society, library marketing, Majorca, public libraries, social media, visibility.

Introducció

Mallorca és l'illa més gran de la comunitat autònoma de les Illes Balears. Està formada per 53 municipis i té una població de 863.304 habitants.¹ Podem dir que la població es troba fortament dividida entre els que viuen a Palma, la capital, el 47,08 % de la població, i els que viuen als altres municipis de Mallorca, el 52,92 % de la població.

La distribució entre els pobles és la següent:

| Habitants | Municipis | Habitants | |
|----------------|-----------|-----------|---------|
| <2.000 | 13 | 456.812 | 52,98 % |
| 2.001-5.000 | 13 | | |
| 5.001-10.000 | 10 | | |
| 10.001-20.000 | 11 | | |
| 20.001-100.000 | 5 | 406.492 | 47,08 % |
| >100.001 | 1 | | |
| | 53 | 863.304 | |

Taula 1. Habitants totals de Mallorca.

Només hi ha tres municipis que actualment no tenen una biblioteca municipal. Aquests són: Ariany (854 hab., actualment la biblioteca roman tancada), Escorca (217 hab.) i Estellencs (305 hab.).

Totes les biblioteques municipals formen part de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, amb excepció de les biblioteques dels ajuntaments de Palma, Alcúdia, Costitx i Deià, amb les quals es mantenen diversos contactes i col·laboracions.

L'Ajuntament de Palma té una xarxa formada per vint biblioteques i ha signat diversos convenis de col·laboració

en matèria de biblioteques amb el Consell de Mallorca, per exemple el carnet únic de biblioteca que permet utilitzar el carnet d'usuari indistintament a les dues xarxes.

A hores d'ara la Xarxa de Biblioteques de Mallorca la formen 49 municipis i 70 punts de servei de biblioteca,² entre els quals cal comptabilitzar la Biblioteca de Cultura Artesana (BCA), que depèn del Consell de Mallorca i està ubicada a Palma. En els seus inicis fou una biblioteca especialitzada i actualment és una biblioteca pública més.

La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears³ disposa l'àmbit competencial que correspon a cada administració pública, deixant, a grans trets, a l'Administració de la comunitat autònoma la coordinació dels sistemes insulars de biblioteques públiques. Els consells insulars exerceixen les competències sobre els sistemes insulars de biblioteques i els serveis de suport a la lectura pública, ajudant les biblioteques del seu àmbit competencial. Així, pel que fa a l'illa de Mallorca, els pressupostos per a l'adquisició de fons de les biblioteques municipals, amb excepció de la Xarxa de Biblioteques Municipals de Palma i les no incloses en la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, provenen majoritàriament del Consell de Mallorca, ja que les partides municipals són generalment reduïdes.

El Consell de Mallorca proporciona els fons a través de contractes de subministrament de llibres, materials audiovisuals i publicacions periòdiques. També disposa de línies de subvencions anuals per a activitats culturals i per a la millora dels equipaments bibliotecaris de les entitats locals i dels organismes públics que en depenen.

Les biblioteques públiques són de titularitat municipal, a excepció de la BCA i la Biblioteca Pública de l'Estat (BPE) de Palma, i pel que fa a la creació i gestió, depenen dels ajuntaments. El personal de la biblioteca

1. Dades extretes de l'Instituto Nacional de Estadística [en línia], <<http://www.ine.es/>> [Consulta 01/03/2018].

2. Definició d'acord amb la metodologia seguida per l'Instituto Nacional de Estadística.

3. Illes Balears, *Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears*. Disponible a: *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, núm. 170 (30/11/2006).

depèn del mateix ajuntament i la majoria de les instal·lacions tenen una sola persona al seu servei. D'altra banda, anualment, el Consell de Mallorca fa cursos de formació especialitzada en temàtica bibliotecària dirigits a aquest personal.

Una gran part de les activitats que es fan a les biblioteques municipals són desenvolupades pel mateix personal amb els recursos de la biblioteca, i són complementades per les activitats subvencionades pel Consell de Mallorca.

Cal destacar que un 27,1 % de la població de Mallorca té carnet de biblioteca i un 28 % d'aquests són usuaris actius.⁴

En aquesta anàlisi no s'ha tingut en compte la BPE de Palma, Can Sales, per les seves característiques especials quant a públic, dimensions i personal. Cal assenyalar que la BPE de Palma tampoc forma part de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, ja que és de titularitat estatal i la gestiona el Govern de les Illes Balears fins que no es faci efectiu un possible traspàs al Consell de Mallorca, com s'ha fet amb la BPE de l'illa de Menorca.

1. El màrqueting i les biblioteques

1.1 Què entenem per màrqueting

Les biblioteques públiques tenen molt interioritzat que cal tenir visibilitat no tan sols dins l'Administració pública corresponent sinó també dins de la societat, en què han de tenir un paper imprescindible, i per això ja fa anys que es parla de màrqueting bibliotecari.

CAL DESTACAR QUE UN 27,1 % DE LA POBLACIÓ DE MALLORCA TÉ CARNET DE BIBLIOTECA I UN 28 % D'AQUESTS SÓN USUARIS ACTIUS.

Les Directrius IFLA/UNESCO per al desenvolupament del servei de biblioteques públiques de l'any 2001⁵ ja tenen en compte la necessitat de la participació dels usuaris, la publicitat i difusió de les biblioteques, així com la política d'atenció als clients. El capítol sis el dediquen íntegrament a la gestió i comercialització de la biblioteca pública.

El màrqueting engloba els conceptes de comunicació, promoció i publicitat.⁶ Fa referència al procés de planificació d'un producte o servei i tot allò relacionat amb els factors que n'afavoreixen la penetració i la consolidació en un mercat, així com les eines per millorar l'estratègia i el model de negoci. Tots aquests aspectes s'han de recollir en el pla de màrqueting.

El pla de màrqueting és la guia d'actuació a llarg termini. Parteix d'una «escolta activa» i descripció inicial de l'entorn i de la situació de l'organització, i s'amplia amb la incorporació dels objectius, les estratègies i accions que ha de complir i aplicar l'empresa, i finalment acaba amb l'avaluació dels resultats.

El màrqueting bibliotecari es pot definir com les activitats que fa la biblioteca per tal d'identificar les necessitats d'informació i satisfer-les de manera rendible i, fins i tot, anticipant-se a la demanda d'aquesta informació. «És el pont entre què ofereixen les biblioteques i què n'esperen els usuaris, i cal estar disposats a comunicar de manera constant tot el que els bibliotecaris són capaços de fer per respondre a les necessitats dels usuaris».⁷

4. Dades elaborades a partir de: *Las Bibliotecas públicas españolas en cifras* [en línia], <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>> [Consulta 10/04/2018].
5. <<https://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>>.
6. Miguel Santesmases Mestre, *Marketing: conceptos y estrategias*, Madrid: Pirámide, 2012.
7. Nieves González Fernández-Villavicencio, «Qué entendemos por usuario como centro del servicio [en línia]: estrategia y táctica en marketing», *El profesional de la información* (2015), núm. 24, p. 5-13, <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/01.html>> [Consulta: 15/01/2018].

La biblioteca ha de tenir una política de màrqueting escrita que inclogui els següents punts:

1. Objectius i estratègies.
2. Classificació i segmentació dels usuaris i serveis a prestar.
3. Selecció dels mitjans que es faran servir: canals de comunicació i difusió de continguts.
4. Recursos econòmics i humans.
5. Pla d'acció: elaboració d'indicadors i cronogrames que permetin avaluar el funcionament del pla.
6. Avaluació.
7. Difusió i comunicació dels resultats.

La publicitat es fa servir per donar a conèixer els serveis i les activitats, però amb el màrqueting es pretén que els usuaris tinguin la necessitat de fer servir els serveis i fidelitzar-los per tal de conèixer les expectatives que tenen posades en la biblioteca i ajustar-se a les necessitats detectades. Això fa que hi hagi d'haver una planificació sistemàtica al llarg del temps, desenvolupada en diverses fases i amb resultats mesurables, sempre comptant amb la implicació de tot el personal i amb la incorporació dels destinataris i la seva opinió.

El màrqueting bibliotecari serveix per a:

- Millorar la imatge de la biblioteca, construir una imatge de marca.
- Donar a conèixer els serveis i productes de la biblioteca.
- Adequar els serveis i productes de la biblioteca a les necessitats reals dels usuaris.
- Augmentar el grau de satisfacció.
- Fidelitzar i augmentar el nombre d'usuaris.
- Assegurar la permanència de la biblioteca.

1.2 Del màrqueting al màrqueting digital

Amb l'avenç tecnològic que comporta l'aparició d'internet i l'eclosió de les xarxes socials, el màrqueting ha evolucionat cap al màrqueting digital. S'ha evolucionat des de la web 1.0, estàtica i aparador de productes i serveis, a l'anomenada web 2.0, en què, gràcies a les xarxes socials, la comunicació és bidireccional. Internet s'ha convertit en una gran comunitat, a més de ser un mitjà de recerca d'informació.

El màrqueting digital inclou totes les accions i estratègies publicitàries o comercials que es duen a terme en els mitjans i canals d'internet: webs, blogs, xarxes socials, etc. Les noves eines permeten immediatesa i la possibilitat del mesurament real de cada estratègia seguida.

Ara el centre d'opinió és l'usuari. Els canvis més profunds són:

- El públic objectiu de la biblioteca s'ha ampliat, ja no és la comunitat que físicament acut a la biblioteca, sinó que es fa una interacció més àmplia a través de la web 2.0.
- S'ha diversificat el trànsit web. Malgrat que els cercadors continuen sent les principals fonts de visites web, han aparegut altres fonts de contingut com són els xats, els blogs, les xarxes socials, els wikis, etc.
- Descentralització de la generació i difusió de contingut. A més de la pàgina web institucional com a principal font d'informació, han aparegut plataformes secundàries que han d'estar vinculades a la pàgina web principal.
- S'ha passat del nombre de visites al web a la conversió. En un principi, la principal mètrica del màrqueting digital era el nombre de visites a la pàgina web. Actualment hi ha multitud de mètriques associades, com és per exemple la mesura dels objectius del nombre de les visites. Totes aquestes mètriques ens donen informacions qualitatives i quantitatives per controlar l'abast i èxit o fracàs de l'estratègia de màrqueting digital seguida.

1.3 Principals avantatges del màrqueting digital per a les biblioteques

Aquesta nova estratègia per donar visibilitat a les biblioteques, l'augment de la difusió de les activitats i un més bon posicionament social té els avantatges següents:

- Costos assequibles per a la biblioteca. Generalment queden reduïts al temps del personal.
- Més capacitat de control, optimització i avaluació de les estratègies seguides.
- Més flexibilitat i dinamisme, amb la possibilitat d'introduir canvis ràpidament.
- Segmentació específica i personalitzada dels destinataris.
- Facilitació de la interacció i proximitat amb el públic.
- Permet un mesurament molt exacte.
- No té limitació geogràfica.
- Accessibilitat al servei les 24 hores del dia.
- Ajuda a generar confiança en les biblioteques.
- Es pot mesurar la rendibilitat de la inversió (ROI).

Si les biblioteques estan més ben valorades socialment, les administracions públiques també consideraran la necessitat d'augmentar els pressupostos i els recursos que s'hi destinen. Aquesta valoració pot suposar directament la continuïtat dels centres o el tancament, sigui de manera temporal o definitiva.

2. El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca

2.1 La societat digital a Mallorca

Segons l'informe *Sociedad Digital en España 2017*,⁸ l'Estat espanyol està preparat per fer el salt de la societat

digital a la societat cognitiva, una societat en què l'experiència i l'avaluació de l'usuari generen un coneixement que permet, alhora, informació i serveis a mida.

A partir d'aquest informe, es pot dir que les Illes Balears són la comunitat més ben connectada, ja que el 99 % del territori té cobertura 4G. El 89,3 % de les llars tenen accés a internet, el 87,8 % de les llars tenen accés a banda ampla, el 63 % dels habitants de les Illes Balears compren per internet, el 78,6 % cerquen informació sobre béns i serveis i el 50 % dels joves consumeixen entre el 90 % i el 100 % del seu temps en la xarxa sobre una pantalla mòbil. A més, un de cada dos habitants de les Illes Balears interactua amb les administracions públiques a través d'internet per a obtenir informació.

Tots els ajuntaments de l'illa disposen de pàgina web. Gairebé tots els ajuntaments formen part de l'anomenat Tic Mallorca, el Consorci de Tecnologies de la Informació i de les Comunicacions. A través d'aquest consorci mantenen al dia, entre d'altres, el web municipal i la implantació de les seues electròniques municipals i els portals de transparència.

Així, les biblioteques municipals disposen del suport del consorci Tic Mallorca, del suport del Consell de Mallorca a través de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, i dels mitjans tècnics per dur a terme el màrqueting digital. Els usuaris potencials d'aquestes biblioteques disposen de connexió a internet a la llar i cada dia fan més transaccions a través dels telèfons i les tauletes digitals.

2.2 Principals eines del màrqueting digital empleades per les biblioteques públiques de Mallorca

Aquesta anàlisi es basa en les principals eines que avui en dia usen les biblioteques municipals i que tenen un cost nul pel que fa a la inversió econòmica en tecnologia,

8. *Sociedad digital en España, 2017* [en línia], Madrid: Fundación Telefónica; Ariel, 2017, <https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/625/> [Consulta: 05/02/2018].

ja que totes les biblioteques de Mallorca disposen d'ordinadors amb connexió a internet i, per tant, el possible cost, majoritàriament seria el temps de dedicació específica del personal treballador del centre. Cal assenyalar que hi ha infinitat d'eines i que aquí només se n'han analitzat les principals, que alhora no són excloents, per això trobarem biblioteques que fan servir més d'una eina.

2.2.1 Web

Web del Consell de Mallorca

El web del Consell de Mallorca, *www.conselldemallorca.net*, és el web recopilatori d'informació sobre les biblioteques municipals de Mallorca. Les biblioteques hi figuren com a tema principal a la mateixa pàgina principal. Està estructurat en dues seccions: *Biblioteques* i *Dipòsit legal*. Pel que fa a les biblioteques, té les següents seccions:

1. Competències
2. Què feim?
3. La Xarxa de Biblioteques de Mallorca
4. On som?
5. Ajudes i subvencions
6. Base de dades d'activitats de promoció de la lectura
7. Biblioteca virtual

Dins del darrer apartat, *Biblioteca virtual*, hi ha:

1. Directori de biblioteques
2. Catàlegs
3. Carnet
4. Tràmits en línia
5. Serveis
6. Patrimoni bibliogràfic
7. Recomanat
8. Xarxes socials
9. Agenda

9. <<https://twitter.com/bibliomallorca>>.

10. <<https://www.pinterest.es/bibliomallorca/>>.

EL WEB DEL CONSELL DE MALLORCA EL PODEM DEFINIR COM EL NODE D'INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ SOBRE LES BIBLIOTEQUES DE MALLORCA I ELS SERVEIS I LES ACTIVITATS QUE OFEREIXEN.

Aquest és un web institucional molt potent que té darrere un suport informàtic específic que s'encarrega d'aspectes més tècnics com ara el posicionament web. Recull el màxim d'informació de les biblioteques i alhora està enfocat a l'usuari, que pot fer preguntes directament a través del web. El fet de treballar en xarxa fa que els serveis es puguin donar de manera col·laborativa, com per exemple, la creació de l'*Agenda*, que emplena directament el personal bibliotecari per mitjà de l'extranet de biblioteques. Així, a l'*Agenda* hi ha recollides totes les activitats que es fan a les biblioteques de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca.

En consultar aquest web, els usuaris tenen una àmplia informació de les dades i els serveis de totes les biblioteques. Alhora poden accedir a un seguit d'informacions, tant pel que fa als serveis bibliotecaris com a la difusió dels fons, que serien molt difícils de crear per a una sola biblioteca. Cal destacar especialment l'apartat *Recomanat*. Així, es creen documents i reculls d'informació que poden utilitzar les biblioteques implicant-hi les col·leccions bibliogràfiques de totes les biblioteques de la xarxa.

Aquest portal és el nucli per arribar a les biblioteques, als microllocs web de les biblioteques, als catàlegs i a les xarxes socials utilitzades.

Des de la Xarxa de Biblioteques del Consell de Mallorca es varen crear els perfils *Bibliomallorca* a les xarxes socials Twitter⁹ i Pinterest¹⁰ per difondre les biblioteques

i alhora establir una comunicació més directa i propera amb la societat. També es fan servir ginys per mostrar de manera integrada a la pàgina web les imatges i els vídeos guardats en els taulers virtuals de Pinterest. D'altra banda, s'enllaça el marcador social Delicious, empleat per a seleccionar els webs recomanats.

El web del Consell de Mallorca el podem definir com el node d'informació i comunicació sobre les biblioteques de Mallorca i els serveis i les activitats que ofereixen.



Figura 1. Biblioteca virtual <<http://www.conselldemallorca.net/>>.

Web municipal

Els webs municipals són la principal via d'entrada digital a la biblioteca des dels mateixos municipis. Aquests webs tenen el màxim suport tècnic i institucional per la seva pròpia naturalesa i són la via per la qual els ajuntaments mostren als habitants què són i què fan. En aquests moments, tots tenen un portal de transparència i cada vegada permeten més comunicació administrativa de manera directa.

La biblioteca no deixa de ser un servei municipal de compliment obligat per a les administracions públiques

de més de 2.000 habitants.¹¹ La manera com s'inclou la biblioteca al portal municipal és molt variada, i es pot agrupar en tres situacions:

1. Exclusivament figura en el directori de contactes i proporciona les dades bàsiques.
2. Té una secció pròpia dins el web i proporciona dades de contacte i altres continguts com ara l'horari, la història i la descripció de fons.
3. Enllaça directament amb el microlloc web de la biblioteca.

A vegades hi ha solucions mixtes, és a dir, a la portada s'enllaça el microlloc web de la biblioteca i al directori es proporcionen les dades bàsiques de contacte. Es pot donar el cas que des de la secció pròpia no hi ha enllaç al microlloc web.

Molt pocs ajuntaments tenen l'enllaç a la biblioteca a la portada del web i fan falta un parell de clics per arribar-hi.

| | Sí | No | Sí % | No % |
|-----------------------|----|----|------|-------|
| Portada | 17 | 33 | 34 % | 66 % |
| Secció pròpia | 29 | 21 | 58 % | 42 % |
| Adreça | 41 | 9 | 82 % | 18 % |
| Telèfon | 44 | 6 | 88 % | 12 % |
| Correu electrònic | 30 | 20 | 60 % | 40 % |
| Horari | 34 | 16 | 68 % | 32 % |
| Enllaça microlloc web | 15 | 35 | 30 % | 70 % |
| Enllaça web XBM | 3 | 47 | 6 % | 94 % |
| Xarxes socials | 13 | 37 | 26 % | 74 % |
| Catàleg | 8 | 42 | 16 % | 84 % |
| Carnet en línia | 0 | 50 | 0 % | 100 % |
| Agenda activitats | 17 | 33 | 34 % | 66 % |
| Novetats | 3 | 47 | 6 % | 94 % |
| Altra informació | 20 | 30 | 40 % | 60 % |

Taula 2. Totals web municipal.

11. Illes Balears, *Llei 19/2006,...* op. cit.

| Clics | Webs | |
|---------|------|------|
| 1 | 19 | 38 % |
| 2 | 15 | 30 % |
| 3 o més | 16 | 32 % |

Taula 3. Clics.

Un total de disset ajuntaments tenen l'agenda d'activitats del municipi a la pàgina principal i generalment hi posen les activitats que es desenvolupen a la biblioteca. En aquests casos és el personal de la biblioteca l'encarregat de comunicar a l'Ajuntament les activitats programades. Per tant, en el 66 % dels casos cal acudir a altres mitjans per informar-se de les activitats que es fan a la biblioteca.

Microlloc web de la biblioteca

A hores d'ara, 17 biblioteques tenen un microlloc web propi de la biblioteca, això vol dir que el 66 % de les biblioteques no disposen d'aquest aparador virtual. Aquest web està creat i mantingut per iniciativa del personal bibliotecari amb criteris propis, generalment utilitzant la plataforma proporcionada per la Xarxa de Biblioteques de Mallorca. El microlloc web ha de funcionar com a eix central de l'estratègia de màrqueting digital i és el lloc de contacte per aconseguir trànsit des de les xarxes socials pròpies. És cap a on apunten la web del Consell de Mallorca i les webs municipals i el lloc on es recollirà la informació més estàtica de les biblioteques.

Cercadors

Són la principal eina de màrqueting perquè són el principal mitjà que utilitzen els usuaris per arribar a la informació cercada. De manera generalitzada, Google és el més utilitzat en l'actualitat, seguit del cercador Bing. Per a poder posicionar amb èxit un portal web o blog a les primeres posicions dels cercadors és imprescindible dur a terme accions de posicionament orgànic (SEO) o de pagament (SEM).

Actualment, quan es fan cerques, les primeres posicions dels resultats són per al portal de biblioteques del Consell de Mallorca.

Publicitat amb display

Són els panells publicitaris del món digital. Es basa en bàners o anuncis de diferents mides i formats que ocupen un espai destacat en els llocs web de manera atractiva i cridanera.

Màrqueting per correu electrònic

És l'enviament massiu de correus electrònics, una de les eines més conegudes i utilitzades però que ja no es fa servir tant a causa de l'abús comercial dels darrers anys. Generalment es fa a partir de bases de dades pròpies i permet un contacte directe amb els usuaris de les biblioteques o els seguidors de les xarxes socials.

Blogs

Actualment hi ha sis biblioteques que fan servir un blog. Aquesta és una bona eina per centralitzar les campanyes de màrqueting digital, per atreure usuaris i convertir-los en usuaris actius mitjançant la generació de continguts de valor. Aquests blogs són complementaris a altres eines i serveixen per a donar publicitat a les campanyes.

Facebook

Aquesta xarxa permet compartir informacions amb un ampli ventall de públic i fer un seguiment de què es diu i comenta. Hi ha 29 biblioteques municipals, el 59 % del total, que la fan servir activament. D'aquestes, la majoria tenen pàgina de Facebook i, en concret, cinc biblioteques fan servir l'opció de perfil. És la xarxa social més usada i la que primer es va fer servir. Darrerament, algunes biblioteques han començat a activar-se, mentre que d'altres mantenen el perfil inactiu.

EL MICROLLOC WEB HA DE FUNCIONAR COM A EIX CENTRAL DE L'ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL I ÉS EL LLOC DE CONTACTE PER ACONSEGUIR TRÀNSIT DES DE LES XARXES SOCIALS PRÒPIES. ÉS CAP A ON APUNTEN LA WEB DEL CONSELL DE MALLORCA I LES WEBS MUNICIPALS, I EL LLOC ON ES RECOLLIRÀ LA INFORMACIÓ MÉS ESTÀTICA DE LES BIBLIOTEQUES.

Twitter

És un dels mitjans utilitzats per Bibliomallorca. Serveix per a relacionar-se directament amb els ajuntaments, ja que a hores d'ara l'utilitzen 39 ajuntaments. Es difonen les activitats de les biblioteques per mitjà de Bibliomallorca, els ajuntaments i deu biblioteques que ja tenen perfil actiu.

Hi ha una bona comunicació entre Bibliomallorca, les biblioteques i els ajuntaments i tots se segueixen mútuament. És l'eina que ha experimentat més creixement i ha incrementat fortament la visualització i difusió de les biblioteques.

Pinterest

És la xarxa social generalment utilitzada per difondre novetats, clubs de lectura, guies de lectura, etc. A hores d'ara l'utilitzen Bibliomallorca i quatre biblioteques municipals, que mantenen una sèrie de taulers de manera compartida. A poc a poc va augmentant el nombre de seguidors. Aquesta xarxa destaca per la visualització dels continguts, l'atractiu visual i la facilitat d'incorporació a altres serveis virtuals.

Altres xarxes utilitzades en molta menys mesura són, a tall d'exemple, YouTube, Issuu i, darrerament, Instagram.

| Municipi | Habitants | Punts biblioteca | Micro-lloc web | Facebook | Blog | Twitter |
|----------------------|-----------|------------------|----------------|----------|------|---------|
| Escorca | 217 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Estellencs | 305 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Banyalbufar | 495 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Deià | 637 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Fornalutx | 663 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Ariany | 854 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Búger | 1.046 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Costitx | 1.247 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Lloret de Vistalegre | 1.277 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Mancor de la Vall | 1.449 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Santa Eugènia | 1.653 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Vallde-mossa | 1.950 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Puigpunyent | 1.997 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sant Joan | 2.064 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Maria de la Salut | 2.159 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Llubí | 2.206 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Campanet | 2.512 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Petra | 2.794 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Montuïri | 2.836 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vilafranca de Bonany | 3.047 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sencelles | 3.154 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Sineu | 3.641 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Selva | 3.869 | 4 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Consell | 3.962 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Ses Salines | 4.860 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Esporles | 4.942 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Porreres | 5.256 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Algaida | 5.430 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | |
|----------------------------|----------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Lloseta | 5.799 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Bunyola | 6.636 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Muro | 6.829 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Santa Maria del Camí | 7.062 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Artà | 7.541 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Binissalem | 8.143 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Sant Llorenç des Cardassar | 8.328 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Campos | 10.418 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Andratx | 10.930 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Son Servera | 11.265 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Capdepera | 11.267 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Santanyí | 11.348 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Santa Margalida | 11.801 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Sa Pobla | 12.793 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Sóller | 13.936 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pollença | 16.157 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Felanitx | 17.333 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Alcúdia | 19.395 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Inca | 31.255 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Llucmajor | 35.513 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Marratxí | 36.383 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Manacor | 41.095 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Calvià | 49.063 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Palma | 406.492 | 20* | 1 | 0** | 0 | 0** |
| Total | 863.304 | 90 | 17 | 29 | 6 | 10 |

*No s'inclou ni la Biblioteca de Cultura Artesana de Consell Insular de Mallorca ni la BPE de Palma

**Hi ha biblioteques de la xarxa municipal que tenen perfil propi a Facebook i a Twitter.

Taula 4. Resum general. Dades elaborades a 03 de març de 2018. No s'han comptabilitzat els perfils inactius.

3. Conclusions

El màrqueting posa l'atenció sobre la població perquè és essencial per a la continuïtat i l'augment de les biblioteques. La nova realitat de les biblioteques demana que hi hagi una part física adequada i una part virtual accessible a tothom les 24 hores del dia els 365 dies de l'any; és a dir, la biblioteca híbrida.

El factor humà i l'actitud proactiva és de vital importància, ja que el servei que rebin és el que farà que es confii més en la biblioteca. El servei a l'usuari és la trobada personal, ja sigui presencialment, per telèfon, correu electrònic o a través de les xarxes socials. El grau de satisfacció d'aquesta trobada és el que determinarà, en gran mesura, la fidelització dels usuaris de la biblioteca. A hores d'ara aquesta trobada és principalment física i en molta menys mesura virtual.

La presència a internet de les biblioteques municipals, en gran part, depèn del Consell de Mallorca i del web municipal. En aquest moment, el 66 % de les biblioteques municipals no tenen microlloc web propi, la informació que hi ha al web municipal és mínima i la presència a les xarxes socials és molt incipient.

El Consell de Mallorca, com a institució competent amb més recursos i mitjans, té un paper molt important com a difusora de les biblioteques i els seus serveis, i és un dels impulsors de la visualització de les biblioteques dins la societat. També té un paper destacat en la cada vegada més important virtualitat de les biblioteques, proporcionant els mitjans i la formació tècnica del personal bibliotecari. De l'anàlisi de les xarxes socials de l'esmentada Bibliomallorca se'n desprèn que hi ha un increment de seguidors (sobretot particulars), de la quantitat de visualitzacions, de les interaccions i també del trànsit cap al web de biblioteques, malgrat que de moment no hi ha cap indicador que permeti mesurar si aquest increment es tradueix posteriorment en un increment en el nombre de carnets i de préstecs, en les visites a les biblioteques i en la participació en les activitats. Pel que

fa a la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, el que sí que s'ha pogut constatar és un increment del 6 % en la creació de nous carnets. També hi ha un increment constant en el nombre d'usuaris del servei de llibres electrònics de la plataforma eBiblio Illes Balears. És a dir, el vessant virtual de les biblioteques cada vegada pren més força.

D'altra banda, d'aquesta anàlisi se'n desprèn que la presència a internet de les biblioteques no depèn del nombre d'habitants ni de la quantitat de punts de serveis de la biblioteca. Així, en aquest cas, les dues biblioteques que més presència tenen a internet i fan ús de les xarxes socials són les dels municipis d'Artà i de Sineu, que tenen 7.541 i 3.641 habitants respectivament.

Es pot concloure que cal més implicació i conscienciació sobre la necessitat d'adaptació de les biblioteques en l'entorn digital a Mallorca, on el 89,3 % de les llars tenen connexió a internet i és el principal mitjà de cerca d'informació. La prescripció en línia de lectura s'utilitza després de la recomanació d'amics i familiars, en què creix la lectura en suport digital, i el nombre de lectors de llibres en temps lliure s'ha incrementat fins al 60 %.¹³

El màrqueting va més enllà de la biblioteca i depèn de la cultura organitzativa institucional. S'ha avançat molt, però queda molt per fer i les biblioteques tenen al seu abast una gran quantitat de possibilitats per donar a conèixer el seu gran potencial. És feina de totes les administracions públiques posar tots els mitjans tècnics i humans perquè això sigui una realitat.

Bibliografia

BARÓMETRO de hábitos de lectura y compra de libros en España, 2017 [en línia]. [Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2018]. <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/libro/mc/observatoriolect/estudios-e-informes/elaborados-por-otras-entidades-con-la-colaboracion-del-ministerio/lectura.html>> [Consulta: 09/03/2018].

BIBLIOTECAS públicas españolas en cifras [en línia]. [Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018]. <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>> [Consulta: 10/04/2018].

CARVAJAL Cantero, M.A., *et al.* «Marketing bibliotecario [en línia]: 10 campañas exitosas de la Biblioteca Universitaria de Huelva en los medios sociales». *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31, núm. 111 (2016), p. 147-159. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 09/01/2018].

DIRECTRICES IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2002.

FERNÁNDEZ-GARCÍA, Jesús. «Diseño e implementación de un plan de social media marketing (o marketing 2.0) en la Biblioteca de la Universidad de Cádiz» [en línia]. Tesis de máster. Universidad Carlos III de Madrid, 2011. <<http://eprints.rclis.org/16456/>> [Consulta: 10/02/2018].

FERNÁNDEZ Marcial, Viviana. «Marketing interactivo y bibliotecas» [en línia]. En: *Nuevas tecnologías en bibliotecas y archivos*. A Coruña: Universidade da Coruña, Servicio de Publicaciones, 2011, p. 201-218. <<http://hdl.handle.net/2183/13107>> [Consulta: 01/02/2018].

GÓMEZ GÓMEZ, Antonio Agustín. «Encuentros y desencuentros en las redes sociales [en línia]: la experiencia de la Biblioteca Provincial de Huelva». *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31 (2016), núm. 111, p. 27-48. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 15/01/2018].

GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. «Biblioteques i màrqueting en xarxa» [en línia]. *Bid: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (2009). <<http://bid.ub.edu/23/gonzalez1.htm>> [Consulta: 11/01/2018].

— «Qué entendemos por usuario como centro del servicio [en línia]: estrategia y táctica en marketing». *El profe-*

sional de la información (2015), núm. 24, p. 5-13. <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/01.html>> [Consulta: 15/01/2018].

—«Un plan de marketing no es un plan de comunicación» [en línea]. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31, núm. 111, (2016), p. 8-26. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 15/01/2018].

ILLES BALEARS. *Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears*. Disponible a: *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, núm. 170 (30/11/2006).

SANTESMASES MESTRE, Miguel. *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide, 2012.

SOCIEDAD digital en España, 2017 [en línea]. Madrid: Fundación Telefónica; Ariel, 2017. <https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/625/> [Consulta 10/02/2018]. ■