

Bibliotecario de Frontera

La importancia social de la biblioteca: claves del marketing bibliotecario (I)

Jesús Vergara / Biblioteca Pública Municipal "San Roque" (Alcolea del Río, Sevilla)



La sociedad actual, la sociedad en la que vivimos, es una sociedad de imagen, de adquisición de bienes, ya sean materiales o no, de prestaciones de servicios... Una sociedad global en un sistema de mercados.

Partiendo de esa afirmación, debemos de comprender que los bibliotecarios no estamos exentos de ello. Obligándonos ello, a ser conocedores de nuestros puntos débiles y fuertes para crear una “estrategia comercial”: Saber vender nuestra biblioteca en toda su amplitud. En toda su amplitud, se comprende:

- Los servicios que ofrecemos.
- Las instalaciones que tenemos.
- Los fondos bibliográficos que gestionamos.
- La imagen que deseamos transmitir.
- La capacidad de comunicación que poseemos.

Conociendo el punto de partida. En la mayoría de los casos, bibliotecas municipales en núcleos poblacionales menores de 10.000 habitantes, no es fácil. ¿Acaso es fácil algo que no implique el término trabajo?

Así que partimos del conocimiento amplio de nuestra biblioteca. Desde sus fondos, servicios, instalaciones, etc., actuales, pasando por el planteamiento mental y/o estratégico de su máximo potencial de aprovechamiento futuro.

La “estrategia comercial”, implica la creación de una “hoja de ruta” de nuestra biblioteca, no lo olvidemos.

Una estrategia a medio-largo plazo, donde marcar pautas y puntos de acción donde sacar el máximo partido a nuestra biblioteca y ofrecerlo a nuestros usuarios y usua-



rias. Saber dónde estamos y hacia donde deseamos llegar.

El bibliotecario, los bibliotecarios, deben de “Pensar en biblioteca”: tener claro su biblioteca y el diseño de su biblioteca, la biblioteca que realmente desean tener para ellos y sus usuarios. Una biblioteca intuitiva, que “entre por el ojo”, en definitiva: que sea atractiva para sus usuarios. Pero a su vez, que colme las necesidades de los mismos.

¡Si! Habéis leído bien: Intuitiva. Una biblioteca donde invita a perderse y encontrarse al usuario. Donde el usuario, perdido entre libros, a su vez, no tema perderse. Donde no haga falta ser un experto o erudito para acceder a toda la información depositada en sus estantes. Donde el mismo usuario o usuaria, marque los latidos de la biblioteca en sí.

Hacer de nuestras bibliotecas “atractivas”. Capaces de seducir a nuestros usuarios, haciéndoles sentir como en casa. Un lugar donde puedan hacer y ser como ellos deseen ser y hacer. Un lugar de encuentro con los demás y consigo mismo llevo de confort, tranquilidad y paz.

Crear de nuestras bibliotecas, centros más allá de meros almacenes de libros. Lugares, apartes de Cultura y Conocimiento, lugares llenos de creatividad, de inventiva, de descubrimiento, de imaginación, de magia... adecuando espacios, promoviendo actividades, dando la oportunidad a nuestros usuarios de conocer nuestras bibliotecas y sacarles todo su rendimiento.

Por lo tanto, reitero, debemos de estar en continua y permanente comunicación con nuestros usuarios. Ya sea por medio de las redes sociales, Whatsapp, e-mail, etc. pero estar comunicados, al fin y al cabo. ¡Así es! La comunicación, junto a la información, en la sociedad actual, es necesaria e imprescindible. Porque la fórmula más efectiva actualmente para atraer a potenciales usuarios a nuestras bibliotecas es estar presente en todos los medios posibles.

Estar presentes continuamente, ser capaces de conectar con los usuarios y usuarias, haciéndoles llegar toda la información que esté a nuestro alcance, ya sea a golpe de clics, botón, deslizado de pantalla o cualquier otro medio disponi-

ble. Porque, si nuestras bibliotecas están presentes en el día a día de nuestras comunidades, es sinónimo de una biblioteca viva.

Para todo lo descrito anteriormente, insisto, debemos de saber vender nuestras bibliotecas. Ser capaces de conectar con toda nuestra comunidad. Hacer de nuestras bibliotecas referentes en nuestros municipios, y fuera de ellos.

El “Animal bibliotecario”, debe de quitarse de encima sus “miedos” y ser capaces de exponerse y exponer su biblioteca, comunicar, ser correa de transmisión del engranaje sociocultural de sus municipios y, sus bibliotecas, motor de los mismos.

Para ello, hay que dedicar horas y pasión. Pasión por nuestro trabajo sin echar cuentas de las agujas del reloj. Porque el profesional bibliotecario es personal es 24/7, osea, las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

En el próximo número, ampliaremos más información de cómo crear una campaña de Marketing para nuestra biblioteca.

