

**PERFIL DEL PERSONAL GESTOR DE LES
XARXES SOCIALS A LES BIBLIOTEQUES
MUNICIPALS DEL VALLÈS ORIENTAL
(XBM). DIAGNOSI**



Universitat
Oberta
de Catalunya

**Màster universitari
de Social Media:
Gestió i Estratègia**

Treball Final de Màster

Alumna: Sílvia Vilarrasa Andreu

Tutor: Antonio A. Caballero Gálvez

La Garriga, 11 de juny de 2024

Abstracte. - Perfil del personal gestor de les xarxes socials a les Biblioteques Municipals del Vallès Oriental (XBM. Diagnosi és un projecte professional d'investigació transversal del personal gestor de les xarxes socials de les *biblioteques públiques del Vallès Oriental* (BibliotequesVO), dins la *Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona* (XBM) L'estudi s'apropa a l'alfabetització digital en matèria de gestió de xarxes socials del personal de les biblioteques públiques i les dinàmiques diàries de treball. La diagnosi es basa en la revisió de literatura acadèmica per a l'establiment d'un marc teòric i la recollida de dades qualitatives i quantitatives. La recollida de dades s'ha fet a partir d'enquestes al personal gestor de les xarxes socials de les *bibliotequesVO* i xarxes genèriques de la *Gerència de Serveis de Biblioteques de la XBM*, així com entrevistes a responsables institucionals vinculats. Treballar amb els perfils dels gestors/es de les xarxes socials a les biblioteques públiques té un component innovador. El present treball vol reivindicar aquesta feina i les seves necessitats formatives.

Paraules clau: biblioteques públiques, competències social media, formació, bibliotecaris, tècnics auxiliars de biblioteca, Biblioteques del Vallès Oriental, Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona, xarxes socials digitals.

Abstract (English version). - **Perfil del personal gestor de les xarxes socials a les Biblioteques Municipals del Vallès Oriental (XBM. Diagnosi** is a professional transversal research project of the staff managing libraries social media profiles in *Vallès Oriental public libraries* (BibliotequesVO), which are integrated in *Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona* (XBM) The study approaches digital literacy in terms of social network management of public library staff and daily work dynamics. Diagnosis is based on academic literature review, to show a theoretical framework, as well as qualitative and quantitative data collection. Data collection has been carried out through surveys (staff managing social networks in the VO libraries and *XBM Gerència de Serveis de Biblioteques*) as well as interviews with related institutional managers. The characterization of professional profiles of social network managers in public libraries has an innovative part. Therefore, the author aims to highlight this work and its training needs.

Keywords: public libraries, social media skills, training, librarians, library assistant technicians, Vallès Oriental Libraries, Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona, digital social networks

“El personal bibliotecari és un intermediari actiu entre les persones usuàries i els recursos, tant els digitals com els tradicionals. Per tal de garantir uns serveis adequats, resulten indispensables uns recursos humans i materials suficients, així com la formació professional permanent dels bibliotecaris, per tal de fer front as reptes presents i futurs”

Manifest de la Biblioteca Pública de l'IFLA-UNESCO 2022

“L'equip de treball és una de les bases de l'èxit: la seva implicació, la capacitat de generar sinèrgies amb l'entorn, la seva creativitat i capacitat innovadora són fonamentals. És en aquest sentit que l'empoderament i la formació dels professionals de la XBM adquireixen una gran importància. S'identifiquen tres eixos principals de formació: L'evolució del model de biblioteca [...] La formació en àrees d'expertesa [...] La formació en competències per a millorar el treball en col·laboració i la gestió de projectes”

Model de Biblioteca XBM

A **Rubén Infante Garcia,**

per la seva vàlua personal i el seu compromís amb les BibliotequesVO

Agraïments

A **Antonio A. Caballero**, tutor d'aquest treball, pel seu compromís, guiatge i paciència.

A **Àlex Gil**, regidor de l'Ajuntament de la Garriga, per l'atenció i col·laboració en el coneixement de la política digital municipal.

A **Núria Méndez** (Servei de Biblioteques de la Diputació de Barcelona- XBM), per l'atenció i col·laboració en el coneixement de la política digital de les Biblioteques XBM.

A **Laura Padrós** (directora de la Biblioteca de Can Pedrals –Granollers- i Cap de Comarca de les Biblioteques del Vallès Oriental –XBM), per l'atenció i col·laboració en el coneixement de la política digital de les Biblioteques VO de la XBM.

A **Alexandre López-Borrull**, per l'assessorament en la fase d'establiment del marc teòric d'aquest treball

A **Anna Amador** (directora) i **Imma Pratdesaba**, (tècnica auxiliar) de la Biblioteca Núria Albó de la Garriga, per qui la noció d'equip va més enllà de la vivència professional.

A **Sara Riera** (OAMC – Ajuntament de la Garriga), pels consells i la professionalitat en la gestió de xarxes socials.

Al **personal gestor de les xarxes socials de la Xarxa de Biblioteques Municipals del Vallès Oriental**, per la seva inestimable col·laboració en la investigació.

A la meva família i amistats, per tot i per tant...

ÍNDEX

1. Presentació.....	6-10
1.1 Introducció.....	6-7
1.2 Justificació.....	7-8
1.3 Objectius.....	8-9
1.4 Metodologia.....	9-10
2. Marc teòric.....	10-21
2.1 Comunicació a l'ecosistema digital.....	10-12
2.2 Màrqueting digital.....	12-15
2.3 Les Xarxes Socials.....	15-18
2.4 Xarxes Socials i Administració Local.....	18-21
3. El Sistema de Lectura Pública de Catalunya.....	21-23
3.1 Síntesi històrica.....	21-22
3.2 Corpus ideològic.....	22-23
4. Xarxes Socials Digitals genèriques de la XBM de la Diputació de Barcelona.....	23-25
4.1 Model de biblioteca XBM.....	23
4.2 Gerència de Serveis de Biblioteques.....	24-25
4.3 Xarxes socials de la GSB.....	25
5. Les Biblioteques Municipals del Vallès Oriental (BibliotequesVO).....	25-28
5.1 Dades de mostra (Miscel·lània).....	26-27
5.2 Xarxes Socials de les BibliotequesVO.....	27-28
6. Enquesta als Gestors/es de les Xarxes Socials Digitals de les BibliotequesVO (abril-maig de 2024).....	28-33
6.1 Gestió de les Xarxes Socials Digitals.....	30-33
7. Enquesta equip de la Unitat de Continguts a la Xarxa de la Gerència del Servei de Biblioteques (abril-maig de 2024).....	33-36
8. Entrevista als/les Responsables institucionals de les BibliotequesVO (abril-maig de 2024).....	36-39
9. Enquesta i entrevista. DAFO.....	39-41
10. Ruta Formativa.....	41-42
10.1 Formació d'inici en Tic.....	41-42
10.2 Especialització.....	42
11. Conclusions.....	42-44
Bibliografia.....	45-48
Annexes.....	49-111

1. PRESENTACIÓ

1.1. Introducció

L'aparició de la web 2.0 l'any 2004 i l'eclosió de l'ecosistema digital esdevenen el paradigma d'una nova forma de socialització i comunicació, d'interacció entre nodes afins i intercanvi de coneixement i informació. El concepte etern de “xarxes socials, base de socialització, mitjançant la qual ens connectem i interactuem amb nodes afins, pren una nova dimensió amb la web social, la digitalització i l'emergència de les xarxes socials digitals (XSD). Són canvis que acaben amb la unidireccionalitat i on tots els agents esdevenen creadors i consumidors. Es diversifica l'accés a la informació i es potencia la centralitat de la persona dins la comunitat. Una comunitat col·laborativa, local en origen, que es connecta amb comunitats afins i pot esdevenir global (Rodríguez, s.d.; Van Dijck, 2019)

Les XSD ens permeten integrar-nos en estructures en línia de membres amb interessos afins, on coincidim no només amb el nostre cercle fora de línia més privat (família, amics), sinó que també ens dona la possibilitat, d'una banda, de connectar-nos amb una comunitat més global, trobar noves formes de socialització, informació, adquisició de béns, formació o oci, per posar alguns exemples. En segon terme, diversifica les vies d'accés a la informació, si bé aquest ecosistema no està exempt de perills. Tal com comenta Roig al voltant del concepte de cultura de la connectivitat de Van Dijck “las utopías sobre internet que vieron en ella una nueva esfera pública que alentaría la libertad, la colaboración y espacios alternativos de creación [...] transformación social, se encuentran hoy cuestionadas por un escenario dominado por grandes corporaciones que avanza sobre la red entendida como mercado” (Roig, 2016; p.201) Uns perills que no són objecte d'estudi del present treball, però que no ens han de fer oblidar problemes magnificats a l'era digital com la manipulació, les *fake news*, el discurs d'odi, i el problema digital per excel·lència, l'opacitat de l'algoritme.

Resulta també interessant l'argumentació de Van Dijck al voltant de la cultura de la connectivitat, que digitalitza la socialització i supedita l'intercanvi a interessos de les corporacions dominants, en un procés que afecta les fronteres dels àmbits privat, públic i corporatiu. En aquest sentit, esdevé de vital importància l'alfabetització digital i informacional al llarg del cicle vital, que ens proporciona eines per garantir la nostra autonomia, llibertat i esperit crític.

Passant a aspectes més positius cal destacar el fet que, gràcies als avenços tecnològics que les fan possibles, les XSD amplifiquen la connectivitat, multipliquen les possibilitats de comunicació, creen llenguatges propis, fomenten la col·laboració i estableixen un nou model participatiu, que gràcies a la bidireccionalitat, converteix tots els agents implicats en elements actius. Parlem de connectivitat, individus, informació, tecnologia, etcètera. Tampoc hem d'oblidar el potencial comunicatiu de les XSD que globalitza i diversifica la construcció col·lectiva de coneixement i la cultura participativa i que posa al centre de tot aquest univers usuaris i continguts (Jenkins, 2008)

L'administració pública ha aterrat a l'ecosistema digital conscient de la importància de ser present, junt amb la ciutadania, en aquests nous espais de socialització. Uns espais que ofereixen un canal de comunicació, debat i diàleg instantani i directe amb els ciutadans i afavoreixen la transparència del servei públic. Tal com afirma Ibáñez (2010), “las administraciones se dirigen a la ciudadanía para transmitir todo tipo de mensajes relacionados con el desarrollo de competencias públicas, unos procesos que se justifican desde la premisa fundamental que el ciudadano, epicentro de la acción de gobierno local, debe estar informado de todas aquellas actuaciones [...] que pueden incidir en su condición de ciudadano administrado” (citat a Campillo Alhama, 2010; p.47)

Aquesta reflexió introductòria ens ha portat a parlar de conceptes com participació, coneixement, formació, comunitat, alfabetització, digitalització, cultura, informació o servei públic. Són conceptes inherents a l'ADN de les biblioteques públiques, presents en diferent grau a les plataformes digitals, i les administracions implicades. Més enllà del foment de la lectura, l'oferiment d'eines per afavorir l'alfabetització digital i informacional, l'oci, etcètera, les biblioteques públiques despleguen els seus serveis i creen comunitat amb usuaris i usuàries de forma digital i presencial. Les competències digitals del personal bibliotecari són, al segle XXI, indispensables.

1.2.Justificació

Des de l'any 1998 treballa com a tècnica auxiliar a la Biblioteca Municipal Núria Albó de la Garriga (Vallès Oriental), que forma part de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona (XBM). La tria del tema parteix d'un procés de reflexió personal, des de l'experiència de gestió dels mitjans socials de la biblioteca on treballa¹,

¹ **Facebook:** @BibliolaGarriga. La Garriga; **Instagram:** @bibliolagarriga; **Twitter:** @BibliolaGarriga

sobre la realitat i condicionants del personal que porta a terme aquesta tasca a les biblioteques públiques de la XBM al Vallès Oriental (BibliotequesVO).

La reflexió comprèn aspectes com la formació per portar a terme aquesta gestió i la percepció de punts de dolor que aquesta genera. Considero que, d'una banda, és important donar veu a les persones que porten a terme aquesta tasca. També tinc en compte que, per tal d'embolcallar el projecte, cal conèixer la visió dels responsables de les administracions implicades -ajuntaments i Gerència de la XBM- pel que fa a la formació d'aquest personal.

L'escolta activa d'aquestes veus es produeix a partir de dues enquestes al personal gestor (BibliotequesVO i el personal gestor dels perfils genèrics de les xarxes de la XBM) i una entrevista a responsables de les administracions implicades. Enquestes i entrevista són les eines per portar a terme una diagnosi que permeti optimitzar la tasca dels i les professionals implicats i, en definitiva, donar un millor servei a la ciutadania. Una diagnosi que es centra en les Biblioteques del Vallès Oriental (#bibliotequesVO), si bé, donada la seva naturalesa, es podria implementar al conjunt de professionals gestors/es de les xarxes socials a la XBM o al conjunt de Catalunya.

El corpus de coneixements inclosos en aquest TFM s'agrupen en tres blocs: Presentació i Marc Teòric (capítols 1-3), Investigació i Diagnosi (capítols 4-9) i Conclusions i Propostes (capítols 10-11)

1.3.Objectius

Aquest TFM estableix com a **objectiu principal** (OP) de recerca l'anàlisi de la formació del personal en màrqueting digital, més concretament en gestió de xarxes socials. Un OP al qual es vinculen quatre **objectius secundaris** (OS), a través dels quals es radiografia la percepció del personal de la gestió de les xarxes socials a la biblioteca (OS1), constatant possibles diferències en la gestió (OS2), detectant punts de dolor formatius o d'activitat (OS3) i fent una proposta per optimitzar la formació a partir dels resultats de les enquestes i l'entrevista (OS4)

Els resultats de la investigació dibuixen el perfil professional tipus de gestor/a de xarxes socials a les BibliotequesVO i poden permetre:

- Detectar graus de formació en entorns digitals del personal i propostes formatives de les administracions.

- Revelar mancances formatives.
- Proposar formació base o contínua.
- Radiografiar graus d'independència (gestió XSD) respecte a les administracions implicades.
- Constatar models d'organització interna (gestió XSD) de les biblioteques enquestades (recursos humans, temps, etcètera)
- Valorar l'existència de llibres blancs de gestió XSD.
- Localitzar punts positius o de dolor de gestió de XSD a les BibliotequesVO.
- Valorar l'impacte de l'atenció al públic i l'efecte multitasca en la gestió de les xarxes socials.

1.4. Metodologia

Les dades per a la investigació es recullen a partir de l'aplicació de formats quantitius i qualitius.

Es porta a terme una **investigació documental** al voltant de les competències digitals del personal bibliotecari, en relació amb la gestió de mitjans socials. El procés de cerca de fonts s'amplia a àmbits com la comunicació en l'ecosistema digital, la creació de comunitat amb la ciutadania o la comunicació digital de l'administració pública.

També es fa una **revisió de les dades sobre les BibliotequesVO** disponibles a la web de la XBM, així com dels perfils a les xarxes socials d'aquestes biblioteques.

La **diagnosi porta a terme la recollida de dades a partir de tres documents principals** elaborats amb *Google Forms* (Annexes 1-3):

Enquesta personal gestor de les xarxes socials a les BibliotequesVO.- Inclou un total de 43 preguntes dividides en 6 blocs: biblioteca, informació personal, definició del lloc de treball, gestió de les xarxes socials (general), gestió de les xarxes socials a la biblioteca i formació del personal.

Enquesta personal gestor de les xarxes socials del Servei de Biblioteques XBM. - Inclou un total de 40 preguntes dividides en 5 blocs: organigrama, informació personal, definició del lloc de treball, gestió de les xarxes socials i formació del personal.

Entrevista als/les responsables institucionals de les BibliotequesVO.- Inclou 15 preguntes sobre la posició dins l'organigrama de la institució, informació personal,

comunicació amb la ciutadania, alfabetització digital, tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), gestió de xarxes socials o formació del personal.

2. MARC TEÒRIC

2.1. Comunicació a l'ecosistema digital

A mitjans dels anys noranta, Manuel Castells va introduir el concepte de **societat en xarxa**, mitjançant la qual els avenços tecnològics derivats de l'aparició d'internet, transformen i alteren de forma dràstica la comunicació i la interacció entre les persones i d'aquestes amb les estructures de poder, així com el model de societat occidental (Castells, 1997; Flores Torres, 2020).

Castells estableix quatre punts d'inflexió que possibiliten que, avui en dia, puguem especialitzar-nos en gestió i estratègia de mitjans socials o esdevenir especialistes en les interioritats de les Xarxes Socials Digitals (XSD). Aquests punts han racionalitzat el discurs comunicatiu entre éssers humans al llarg de la història. Un discurs que, al llarg dels segles, ha alterat la preeminència de la comunicació escrita respecte al sistema audiovisual de signes i percepcions en la nostra infraestructura mental comunicativa. Aquests punts són:

- Invenció de l'alfabet (700AC)
- Invenció de la impremta i la producció de paper a l'època moderna
- A l'època contemporània:
 - Adveniment de la cultura audiovisual
 - Ecllosió de l'autopista de la informació i la societat en xarxa digital.

L'anàlisi de Castells ens permet visionar el camí que ens porta des d'un model de societat on impera la dictadura de les estructures de poder i la unidireccionalitat, a un model que elimina intermediaris, situa l'individu i el missatge al centre, integra diferents models de comunicació, potencia la interacció, crea comunitats amb interessos comuns o diversifica les possibilitats d'accés a la informació d'unes xarxes socials que, amb la digitalització, esdevenen locals dins un univers global.

Tot i l'enorme potencial d'aquests canvis, la digitalització també revela diverses banderes vermelles que poden conduir-nos a una regressió. La tecnologia domina la

nostra vida quotidiana (bé sigui *online* o *offline*) però no totes les persones tenen el mateix accés a l'ecosistema digital ni el mateix grau **d'alfabetització digital o informacional**, fet que pot generar desigualtats (Castells, 1997; Flores Torres, 2020). Això provoca que, tot i que puguem accedir a més informació, interactuar amb més persones o formar part de comunitats globals amb interessos afins, perdem capacitat d'anàlisi i som potencialment més permeables a la manipulació i es pugui debilitar el nostre esperit crític. Tot i la centralitat de la persona, no s'ha d'oblidar el fet que els *lobbies* comunicatius, empresarials o els governs mateixos també aterren a l'àgora digital, queden més equiparats amb la ciutadania en aquests espais però hi mantenen el seu poder d'influència.

La constel·lació d'internet definida per Castells potencia la interacció dels individus, integra diversos models comunicatius, possibilita la comunicació horitzontal i global i la coexistència d'interessos i cultures diversos, si bé el mateix Castells es qüestiona si possibiliten nous models de comunicació que afavoreixin la societat. Una societat esgotada pels excessos i en perill d'esdevenir una “societat de dopatge”, anestesiada (Byung-Chul Han; 2014) que ve desenvolupant una certa vagància i comoditat en l'obtenció i processament de la informació i acaba per confondre conceptes com comunicació i entreteniment.

Al marge dels perills, resulta interessant (com a additiu als beneficis) com els sistemes multimèdia i els dispositius mòbils faciliten la comunicació interactiva i estableixen, segons Castells, la **segmentació de l'audiència** dins un sistema que construeix la realitat virtual. Una segmentació que parteix de diferències socioculturals i que transforma tant els extrems (emissor i receptor) com el cor mateix del missatge. La població internauta, segons el seu grau d'alfabetització digital, es divideix en dos grups. D'una banda, ens parla dels “interactuants”, amb un perfil *prosumer* i més independència de moviments a l'ecosistema digital i les seves possibilitats comunicatives. De l'altra, trobem als “interactuats”, menys proactius que els anteriors i més permeables a una navegació per l'ecosistema més dirigida.

També cal recordar, tal com manifesta Rodríguez Garcia (s.d.) altres beneficis de les XSD, com per exemple la seva capacitat de generar coneixement compartit de forma més lliure i eficient i ampliar les possibilitats d'interacció i cooperació en comunitats amb interessos afins. Com explica Llorca (2005), internet esdevé un espai de

comunicació que va més enllà de l'espai i el temps, on l'intercanvi comunicatiu traspasa l'àmbit interpersonal o massiu i que maximitza les possibilitats d'interacció.

2.2 Màrqueting Digital

El **Màrqueting Digital B2C** (MDB2C) estableix una interacció directa entre la marca i l'audiència (client/usuari), desplega la influència i la reputació d'aquesta, fidelitza seguidors i capta nous públics. És una gran oportunitat per al màrqueting, ja que proporciona una finestra per promocionar productes i serveis i saber què es diu de la marca. Les possibilitats de segmentació de públics de les plataformes faciliten la personalització dels continguts, útil per als objectius de la marca i pels interessos de l'audiència. Aquest aspecte és especialment significatiu si tenim en compte que es dona en un mitjà on, a causa de l'efecte multitasca dels internautes, la capacitat d'atenció és baixa. Tot són beneficis per la marca, que pot arribar a un nombre major d'usuaris, assolir un gran abast, tenir una comunicació més clara, construir marca i dirigir el trànsit al lloc web i assolir els seus objectius. Al seu torn, l'audiència té al seu abast una major font d'informació a l'hora d'interactuar amb el servei o comprar el producte i una connexió directa amb la marca i altres consumidors/es. (Lardín, Serrano; UOC –s.d.–)

Es pot considerar que en l'actualitat ser present a les XSD i portar-hi a terme accions de màrqueting adaptades al mitjà és un “Sí o Sí” per a empreses, petits negocis o organitzacions. L'èxit d'aquesta presència depèn de tenir clars els objectius, definir una estratègia a mitjà i llarg termini, portar a terme una bona planificació i conèixer no tan sols les tendències del sector sinó també les dels públics amb qui volem interactuar.

El MDB2C ens permet introduir elements mesurables per a les nostres accions i, a més, adapta a l'ecosistema digital els preceptes del **Màrqueting Mix** (producte, preu, distribució i promoció) amb el desenvolupament de llocs web, màrqueting electrònic i venda online. Un univers comunicatiu on les XSD es converteixen en una de les eines més potents per al MDB2C (Membiela, 2019)

2.2.1 Màrqueting digital i biblioteques públiques

El màrqueting digital a les biblioteques públiques va més enllà de la difusió del que és i facilita la biblioteca i posa al centre les persones usuàries, éssers *intersocials*². La Web Social i les XSD ens han portat a optimitzar quelcom que sempre hem portat a l'ADN,

² Concepte creat a títol personal per parlar d'internautes amb perfils i interacció a les xarxes socials.

la difusió de serveis, recursos i productes i la interacció amb el públic (González, 2009; Celaya, 2010) Comunicació i màrqueting s'han interioritzat com a tasca pròpia per la biblioteca pública i els seus professionals en el nou model de societat en xarxa definit per Castells, tal com apunten Malik & Bashir (2023; p.30).

La literatura acadèmica ens mostra la importància d'una bona **planificació** i uns **objectius clars** per a poder treure el millor profit de les innovacions tecnològiques i posar-les al servei de la Marca (biblioteca) i del *Target* (audiència/usuaris) (González, 2009, Celaya, 2010; Jain, 2013; Coelho, Choi&Joo, 2018):

A través de l'ecosistema digital les biblioteques públiques participem, junt amb la resta d'intersocials, en una nova forma de compartir continguts i accedir a la informació, en una espècie de fusió entre sociologia i tecnologia que passa del monòleg al diàleg (González, 2009). En aquest sentit, tal com afirma González, amb el màrqueting digital establim les condicions per a poder ampliar la comunitat al voltant de la biblioteca (captació i fidelització) i ser presents en els espais on es mou aquest *target*. L'ecosistema esdevé canal de promoció de serveis, activitats, recursos, interacció amb l'audiència, informació... les possibilitats es disparen!

Per a poder transformar les possibilitats en realitats hem de recórrer a la metodologia i mirar, analitzar, saber on anem, amb qui i per què... hem d'establir procediments i gestionar. Ens cal definir un **Pla de Màrqueting** que ens permeti conèixer al detall els nostres públics i ens permeti oferir-los productes adaptats a les seves necessitats o interessos. Hem d'estar preparats/des per fer escolta activa i treure'n un aprenentatge útil, hem de ser proactius/ves i resilients, monitorar, comunicar, ser virals, etcètera. En definitiva, hem de ser, si se'm permet el símil humorístic, "McGivers" de biblioteca.

L'estratègia del Màrqueting Mix posa ordre a tot aquest univers, localitzant el producte oportú, en el moment oportú, al destinatari oportú. Ens impulsa a reflexionar sobre el que podem oferir a fidels i neòfits en el menor temps possible, en quin mitjà i sobre la base de quins objectius. La conversa i la interacció amb la comunitat ens ajuden a actualitzar-nos dins l'ecosistema a definir continguts, l'audiència ens posa en ruta i ens marca la direcció:

“Los usuarios están modificando continuamente la forma en la que buscan información y, en la medida que van descubriendo los sitios y redes sociales, pasan más tiempo compartiendo [...] estas plataformas se han convertido en el principal punto de entrada a

la web para muchas personas [...] la biblioteca necesita poner en marcha un sistema que permita controlar lo que está comentando en la red sobre ella y sobre sus productos. No solo hay que saber escuchar, recoger las reacciones de sus usuarios, actuar rápidamente y en consecuencia [...] tenemos que enganchar a los usuarios con contenidos interesantes, a los que luego aplicarles los sistemas de medición” (González, 2009)

Tot plegat, sense deixar de banda l'activitat fora de línia i l'atenció directa a les persones usuàries. Se'ns gira feina...

Les biblioteques incorporem el màrqueting digital i la gestió de les XSD a la nostra estratègia de comunicació. En aquest sentit, resulta interessant l'aportació que fa Coelho al voltant de la figura de l'*Strategist Librarian*. Ens demostra la implicació del sector i la importància que s'hi dona a la comunicació digital com a via d'interacció amb la ciutadania. Tal com afirma, “has potentially provided new experiences in relationships, participation, dialogues and bidirectionality through the forms of technologically mediated interaction” (Coelho, 2018; p.327)

La implementació d'un perfil especialitzat en la planificació i l'estratègia digital forma part del que Coelho anomena “Unitats d'Informació” (biblioteques, centres d'informació i sistemes de documentació) que, si bé no busquen un benefici econòmic, requereixen una estratègia per justificar resultats financers i que, per tant, estan influenciades per l'evolució del mercat, la globalització i les tecnologies.

L'existència d'un perfil que planifiqui i implementi una estratègia òptima amb el suport de canals interconnectats (XSD) esdevé imperativa per a una organització que defineix la seva cultura digital (Coelho, 2018). És important determinar com i on vol tenir presència per establir contacte amb l'audiència, com atreure públic i influenciadors afins, promocionar l'escolta activa i crear una simbiosi entre la comunitat i la biblioteca al voltant dels serveis i productes. No hem d'oblidar que, més enllà de la tecnologia, preval l'aspecte social i la interacció amb l'audiència. En aquest sentit, el màrqueting ens permet conèixer el nostre sector i, al mateix temps, establir una bidireccionalitat amb l'audiència que ens permeti satisfer les seves necessitats i interessos (Coelho, 2018).

Amb el màrqueting impulsem la conscienciació, per part de la ciutadania, que tenen un servei a la seva disposició. Posem la tecnologia al servei del servei, proporcionant informació a l'instant, convidant el públic a apropar-se físicament a la biblioteca o

interaccionar via XSD. Creem una xarxa de nodes afins amb els usuaris/es i les institucions i organismes vinculats (Gohel, 2021). Atenem consultes i fem créixer la reputació de la biblioteca com a institució oberta i col·laborativa. El compromís amb el públic impulsa la nostra visibilitat i promou la nostra utilitat social (Marquina, 2022; Malik&Bashir, 2023) En definitiva, traslladem a l'ecosistema digital el que ja anem fent cada dia fora pantalles. Donades les condicions tecnològiques del mitjà i les múltiples possibilitats comunicatives, cal sensibilitzar i formar al personal gestor d'aquests espais per a millorar-ne les competències i habilitats.

2.3 Les xarxes socials

2.3.1. Panoràmica a l'estat espanyol

Estudio Anual de Redes Sociales és un dels informes amb més prestigi del sector. Radiografia, de forma segmentada, la nostra activitat com a intersocials mesurant aspectes com les plataformes en tendència, la intensitat d'ús, els dispositius de connexió o què ens porta a interactuar en aquests espais.

Segons aquest estudi d'IAB Spain (vegeu mostra a Annex 4), a l'estat espanyol hi ha 37.8 M de persones d'entre 12 i 74 anys, de les quals un 94% són internautes (35.5 M). De forma prou aclaparadora, un 85% de persones que circulem per la xarxa tenim perfils a les XSD (IAB Spain; 2023).

Aquest informe ens presenta un col·lectiu d'intersocials feminitzat, amb un percentatge de dones lleugerament superior al d'homes i unes XSD que triomfen clarament entre la joventut de 18 a 24 anys (94%) D'altra, banda, també apunta diversos elements per a la reflexió: manca d'interès de prop de 3M d'internautes a participar en les XSD, preeminència del factor oci enfront de la socialització o el coneixement en els usos principals o la tendència creixent a mostrar-se poc permeable a la publicitat.

Els intersocials manifesten una satisfacció mitjana respecte a les XSD d'un 7,2/10, amb un clar protagonisme de WhatsApp (87%), Instagram (65%), Facebook (65%) i YouTube (63%). A menor distància hi trobem un segon grup, amb Twitter, Telegram i TikTok, Spotify, LinkedIn i Pinterest (IAB Spain; 2023)

L'informe ens permet arribar a la conclusió que ens movem en aquests espais per temes privats o laborals, educatius, informació, oci o consum, prop d'una hora al dia de mitjana i preferentment des del mòbil. Respecte als perfils que seguim, prioritzem els

del nostre entorn més proper (96%), seguits dels perfils d'influencers (51%) i les marques (43%) i valorem més positivament els continguts estables enfront dels efímers. Pel que fa a les marques, utilitzen les XSD per generar *branding*, atendre els clients i per augmentar les vendes.

De tot plegat es desprèn que tota estratègia que vulguem portar a terme en aquests espais passa no tan sols per conèixer les dinàmiques d'aquestes xarxes, sinó també les de les persones que hi interactuen, les seves necessitats i preferències, quina afectació hi té la tecnologia, com poden satisfer els nostres objectius, com hi hem de ser presents. Ens cal, per tant, portar a terme una bona gestió d'aquestes plataformes. Ens cal, doncs, professionalitzar-nos.

2.3.2 Models de gestió

La figura del **Community Manager** és el perfil professional que més ràpidament associem a la gestió de XSD, un perfil polivalent que aglutina comunicació, disseny de continguts, gestió de comunitats, estratègia, etcètera, i que esdevé el perfil bàsic amb què compta tota marca. En el següent apartat, però, veurem que, fruit de l'especialització del mercat, han sorgit perfils especialitzats que demostren la complexitat d'aquesta gestió. De moment, però, aturem-nos en el concepte **gestió**:

Bé sigui una marca personal, d'empresa o petit negoci, institucional, no governamental, cal un representant en l'àmbit digital (Aced, UOC; s.d.) que actuï d'acord amb la línia fixada per la marca. La presència a l'ecosistema digital pot limitar-se a una plataforma o en diversos espais, la marca pot tenir únicament espais genèrics o d'altres secundaris (per àrees)³. Sigui com sigui, la marca opta per un model de gestió que li permeti fer un seguiment de com es representa la imatge corporativa, com és valorada per l'audiència, què es diu i com, etcètera.

En aquest sentit, l'anàlisi de Cristina Aced al voltant dels models de gestió imperant revela, a grans trets, la convivència del que anomena gestió descentralitzada amb el model de gestió centralitzada. El més habitual és la **gestió descentralitzada**, a càrrec de diverses persones, que representen el departament/s que millor coneix cada producte/servei i el seu target. Així i tot, algunes marques opten per una **gestió centralitzada**, que permet un major control i coherència de la comunicació digital. El grau de centralisme o descentralització depèn, segons la mateixa Aced, de la intensitat

³ Com és el cas de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona i de molts ens locals

amb què la marca vol exercir aquest control (Aced, UOC, s.d.). Aquesta intensitat dona lloc, a **cinc models o graus de gestió**: Centralitzada, Orgànica, *Hub&Spoke* (coordinada), Múltiple o Holística (Owyang, 2010).

El nivell més gran d'intensitat es dona quan l'organització és l'única responsable i controla de forma centralitzada els perfils, la comunicació i la imatge corporativa. Al seu torn, la gestió orgànica, més caòtica i sense centre, no coordina òptimament els diferents nodes responsables.

Els models més equilibrats, la **gestió coordinada** i la **gestió coordinada múltiple** (*Hub&Spoke*), parteixen d'un departament específic que dissenya l'estratègia general, que s'implementa des de cada departament i que compta amb guies/manuals de gestió per implementar l'estratègia i fer-la coherent. La gran diferència entre ambdós models és la intensitat, ja que mentre la gestió coordinada implica un control directe sobre tots els espais, en la coordinació múltiple els diferents departaments tenen un cert grau d'independència de gestió dels espais.

En darrera instància, la gestió holística potencia la màxima descentralització, on l'únic nexa d'unió entre els individus és l'estratègia global de la marca i les guies/manuals.

2.3.3 Perfils professionals

L'arribada de les xarxes socials digitals (XSD) transforma la comunicació, que esdevé bidireccional. El màrqueting es veu obligat a veure el consumidor com quelcom més que un canal d'obtenció de beneficis. El consumidor té veu i vot, el consumidor es connecta amb altres consumidors i, a més a més, parla de tu a tu amb la marca.

La transformació, a principis del segle XXI, es basa en canvis tecnològics que porten el sector a la necessitat d'elaborar estratègies omnicanals que busquen captar el mercat més enllà de l'escolta i la conversa. El màrqueting s'apropa al consumidor a través de l'emoció i els interessos de l'audiència (Marcos, UOC, s.d.)

Aquest nou panorama sensibilitza el sector al voltant de la necessitat de professionalitzar la gestió de les XSD, a tenir en compte la importància de tenir professionals en àmbits com l'estratègia, les relacions públiques, l'elaboració de continguts i el seu disseny, l'anàlisi de resultats, la planificació o la publicitat en els equips dedicats a la gestió de XSD.

Arribats al punt de la indiscutible necessitat de ser presents a les XSD, al costat de l'audiència, l'èxit d'aquesta aventura implica tenir eines i coneixements per portar a bon port i professionals interdisciplinaris. En aquest sentit, Eva Maria Marcos ens presenta una mostra dels perfils professionals emergents en el camp de la gestió de les XSD, en què destaca fins a deu perfils professionals, agrupats en tres grans àrees que podrien conformar l'**equip ideal de coordinació i gestió de XSD** (Marcos, s.d.):

- **Estratègia i Coordinació:** *Social Media Manager, Social Media Analyst i Social Media Strategist.*
- **Contingut:** *Content Curator, Record Manager, Social Media SEO i Social Media Designer.*
- **Execució:** *Community Manager, Social Media Advertiser, Social Media Agent*

Aquest equip ideal, però, no sempre es troba present al complet en totes les marques. Es troba subjecte a condicionants tals com la mida de l'empresa, la disponibilitat de pressupost, els objectius de la marca o la creença que tots aquests professionals siguin realment necessaris. En molts casos trobem “la mínima expressió [...] de community manager que, com una persona orquestra, assumeix tots els rols alhora, però que, amb el temps i la consciència de la importància del canal, es va revertint en professionalització” (Marcos, s.d.)

2.4 Xarxes socials i administració local

Els ajuntaments són el nivell de l'administració pública més proper a la ciutadania, “constituyen el eje básico de referencia cuando nos aproximamos a la gestión local, ya que todo aquello que se relaciona con la dinámica municipal tiende a ser asociado sistemáticamente con el ente político-administrativo” (Campillo Alhama, 2010; p.46)

Sigui o no conseqüència de l'acció del govern local, la proximitat porta la ciutadania a dirigir-se a l'administració local pel que fa als dubtes, peticions o queixes. Són qüestions que afecten el seu dia a dia al poble o ciutat on viuen, bé com a individuals o com a col·lectiu. Aquesta proximitat esdevé una porta d'entrada immillorable en la interacció amb la ciutadania objecte del govern municipal, una oportunitat per construir comunitat amb les persones objecte d'aquest govern.

En aquest sentit, s'ha de considerar que l'aplicació de les TIC té el potencial d'amplificar la interacció, promoure la transparència i eliminar barreres en la

comunicació amb la ciutadania i aporta els beneficis de la segmentació de públics per adaptar el missatge (Mabillard&Zumofen&Pasquier, 2022)

Comunicació i informació són eines clau en aquesta interacció i per a la comunitat. La comunicació, en l'administració local, és “toda aquella actividad que se manifiesta como interacción comunicativa-relacional bidireccional, establecida entre la Administración y los ciudadanos mediante mensajes dotados de significados heterogéneos, objeto de comunicación, a través de diferentes medios –interpersonales, colectivos de masas y telemáticos” (Campillo Alhama, 2010; p.49) Veiem com, fa catorze anys, quan tot just es desplegava l'aterratge de molts ajuntaments a les XSD (Criado&Rojas, 2015), Campillo Alhama ja ens parlava d'elements bàsics en la comunicació pública: la bidireccionalitat, la interacció i les noves tecnologies.

Resulta interessant la diferenciació que aquesta autora fa entre el que anomena “Polítiques d'Informació” i “Polítiques de Comunicació Pública” (PCP) Les primeres difonen i promouen l'accés a la informació mentre que, al seu torn, les PCP donen coherència i regulen la comunicació social⁴ De tot plegat se'n desprèn la necessitat de l'administració local de comunicar-se amb la ciutadania més enllà de la difusió de serveis, actuacions, incidències, etcètera. Els ajuntaments han de treballar en el disseny d'una marca que la ciutadania assumeixi com un projecte comú.

El canvi cap a la bidireccionalitat de les darreres dècades ha portat la majoria d'ajuntaments a la creació del **Gabinet de Comunicació**⁵, que “coordina y cohesiona todas las acciones de comunicación (internes y externas) para crear, mantener o mejorar la imagen de la organización ante todos sus públicos [...] para que haya coherencia (Almansa, 2005; pp.123-124). Es dibuixa una estratègia de comunicació a mitjà i llarg termini basada en un Pla Estratègic Municipal de Comunicació de Màrqueting (Campillo Alhama, 2010) que integra la comunicació fora de línia amb la comunicació a través de les XSD.

L'administració pública aterra a l'ecosistema digital per apropar-se a la ciutadania i la resta de nodes afins (institucions, associacions, mitjans de comunicació, etcètera). És un

⁴ Publicitat, relacions informatives, relacions institucionals.

⁵ Com és el cas de l'*Organisme Autònom de Mitjans de Comunicació* de l'Ajuntament de la Garriga (OAMC): <https://shorturl.at/eZtdQ>

fenomen característic de les primeres dècades del segle XXI, que la literatura acadèmica reflecteix en estudis com el de Criado i Rojas (2015):

Aquests autors van analitzar l'impacte de la implementació de les XSD a l'administració pública, tot revisant les estratègies de les administracions per al foment de les XSD en la difusió de la seva marca⁶. Les seves conclusions sobre el que anomenen "Ciberoptimisme" enfront dels "Àmbits de millora" de la presència digital ens donen a entendre que, si bé les XSD tenen efectes positius⁷, no hi ha moltes evidències que la posada en pràctica de les estratègies de comunicació estigui assolint els objectius d'interacció amb la ciutadania (Criado&Rojas, 2015; pp.25-42). Si bé cada cop són més els ajuntaments amb perfils a les XSD, els sembla que no es desprenen de la unidireccionalitat i tenen l'escolta activa de la ciutadania com a tasca millorable. Tot i així, reconeixen que "En el caso de la implantación de las tecnologías sociales es importante tener en cuenta que se trata de un importante desafío [...] puesto que son herramientas que exigen una transformación en los valores y las formas de hacer de la organización (institucionales), en definitiva, obligan a innovar la cultura organizativa en su conjunto y no solo a realizar cambios menores" (Criado&Rojas, 2015; pp.34-35)

2.4.1. Comunicació digital a l'Ajuntament de la Garriga (Vallès Oriental)

L'organigrama municipal compta amb 30 àrees d'interès gestionades per l'alcalde, Meritxell Budó, junt amb els nou regidors/es que formen el govern municipal. Les polítiques digitals⁸ i la gestió de l'**Organisme Autònom de Mitjans de Comunicació**⁹ de l'Ajuntament de la Garriga (OAMC) estan a càrrec del regidor Àlex Gil (vegeu Annex 5)

Actualment l'ajuntament es troba immers en un procés de redefinició i optimització de la imatge i la comunicació corporativa que inclou:

- Disseny de la **Marca la Garriga**, (turisme i promoció exterior)
- Optimització de les polítiques digitals

⁶ El seu estudi va valorar dimensions com l'obertura de perfils, l'existència d'una planificació estratègica per a la presència digital o l'elaboració de guies d'ús.

⁷ Poden contribuir a millorar els patrons socials i les dinàmiques ciutadanes, a generar confiança en les institucions, a crear informació pública col·lectivament, a augmentar la percepció de transparència de l'administració, impulsar la participació (Criado&Rojas, 2015; p.25-42)

⁸ Denominació, a la Garriga, de les *Polítiques de Comunicació Pública*, esmentades a l'apartat 2.4.

⁹ Denominació, a la Garriga, del *Gabinet de Comunicació*, esmentat a l'apartat 2.4

- Optimització de la comunicació corporativa a dins els departaments i vers els *stakeholders*.
- Disseny de materials

La presència a les XSD es troba organitzada en dos grans blocs, els **perfils genèrics de l'ens municipal**, amb una gestió centralitzada, i els de les **àrees, equipaments o serveis integrats**, amb una gestió coordinada múltiple. S'observa, a través de l'anàlisi dels perfils, la preeminència de tres plataformes (Facebook, Instagram i Twitter) Els totals de **seguidors/es** sumen **42.885** persones (vegeu anàlisi completa Annex 6). L'obertura de perfils es produeix en el període 2012-2021.

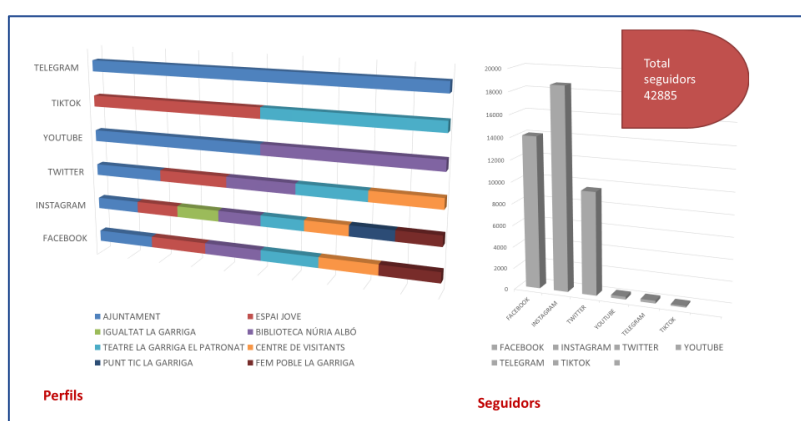


Fig. 1. Perfils i seguidors a les xarxes socials vinculats a l'Ajuntament de la Garriga (elaboració pròpia a partir de l'anàlisi dels perfils a les diferents xarxes socials)

3. EL SISTEMA DE LECTURA PÚBLICA DE CATALUNYA

3.1 Síntesi històrica

Els fonaments del Sistema de Lectura Pública (SLP) es troben en l'obra cultural i educativa de la Mancomunitat de Catalunya (1914-1925), quan Eugeni d'Ors va dissenyar un model de biblioteca basat en l'experiència anglosaxona del segle XIX, que propugnava una biblioteca pública adreçada al conjunt de la ciutadania. Durant la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), les diputacions van assumir el servei bibliotecari al territori, un servei que va florir durant la Segona República (1931-1939) desplegant un model de biblioteca pública modern i dinàmic. L'estructura bibliotecària va subsistir fins a finals dels anys seixanta, en què el reviscolament de les accions reivindicatives van tornar a instaurar entre la ciutadania el sentiment de les biblioteques com a "espais oberts de sensibilitat social i actitud democràtica" (Mayol, 2005) L'inici d'una nova etapa democràtica a finals dels anys setanta, amb l'aprovació de la

Constitució de 1978 i l'Estatut de 1979, va significar la recuperació, per part de la Generalitat, de la gestió de l'estructura bibliotecària, i es va mantenir la Xarxa de la Diputació de Barcelona (XBM). Ambdós sistemes (Xarxa de Biblioteques Públiques de la Generalitat i XBM) conviuen i cooperen dins el Sistema de Lectura Pública actual.

3.2. Corpus ideològic

Centre local, comunitat, servei, informació, alfabetització, educació, inclusivitat o participació cívica són alguns dels elements que defineixen el que som les biblioteques públiques i quin és el camí que volem compartir amb la ciutadania.

L'ideari de la biblioteca pública el podem trobar al **Manifest de la Biblioteca Pública de l'IFLA** (IFLA&UNESCO, 2022)¹⁰, un document essencial que declara la importància de la biblioteca pública com a eina per a l'educació, l'alfabetització, la cultura, la informació, el foment de la lectura, la pau i el benestar de les persones i que fa esment a les tecnologies digitals (IFLA&UNESCO; Diputació de Barcelona; 2022). El Manifest (vegeu Annex 7) és un document que contribueix a impulsar els *Objectius de Desenvolupament Sostenible* i esdevé clau en la “construcció de societats més equitatives, humanes i sostenibles” (IFLA&Unesco, 2022).

A Catalunya, el **Sistema de Lectura Pública** (SLP)¹¹ s'estructura, a banda del Manifest, a partir de la **Llei 4/1993 del Sistema Bibliotecari de Catalunya**¹² i el **Mapa de Lectura Pública de Catalunya** (Generalitat de Catalunya; 1993 i 2014, respectivament). Aquests documents defineixen el sistema bibliotecari i asseguren que, avui en dia (Generalitat de Catalunya; 2023) el servei bibliotecari públic arribi al 95% de la població i compti amb 428 biblioteques públiques físiques i 12 bibliobusos (Generalitat de Catalunya, 2023; pp.3 i 5).

La *Llei 4/1993* unifica les xarxes de biblioteques públiques de les diferents administracions¹³, atribueix competències específiques als ajuntaments i els consells comarcals i garanteix serveis de suport i assistència a les biblioteques que integren el sistema, establint drets i deures de les administracions implicades. Al seu torn, el *Mapa*,

¹⁰ Actualització del text original de 1972.

¹¹ Conjunt integrat de serveis de biblioteques públiques de Catalunya (Generalitat de Catalunya. Llei 4/1993, 1993; Art.21)

¹² Veure selecció d'articles a Annex 8.

¹³ Catalunya compta amb dues grans xarxes de biblioteques públiques. La Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona (XBM) cobreix total la província, mentre que la resta de províncies compten amb biblioteques públiques gestionades per la Generalitat de Catalunya.

recull “les necessitats de la lectura pública i ha d’establir el tipus de servei que correspon a cada població [...] és un instrument de planificació territorial: el seu abast comprèn tot el territori de Catalunya [...] facilita paràmetres i estàndards per dimensionar els equipaments que aquest model de servei públic exigeix per als municipis de més de 5.000 habitants [...] els municipis de la franja entre 3.000 i 5.000 habitants els correspondrà ser atesos per un servei de biblioteca filial. El Mapa determina el tipus de servei que correspon a cada municipi d’acord amb l’estructura del sistema de Lectura Pública que defineix la Llei del sistema bibliotecari de Catalunya” (Generalitat de Catalunya, 2014; pp.9-10)

4. XARXES SOCIALS DIGITALS GENÈRIQUES DE LA XARXA DE BIBLIOTEQUES MUNICIPALS DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA¹⁴

4.1. Model de Biblioteca XBM

El *Model de Biblioteca XBM* (Gerència Serveis de Biblioteques; 2021) es basa en un ecosistema on els nodes –administracions (local, comarcal i provincial) i biblioteques públiques¹⁵ - col·laboren a diferents nivells per garantir el servei bibliotecari. Aquest ha d’esdevenir “agent transformador de l’entorn que conserva l’essència i innova en les metodologies dels serveis d’accés a la lectura i la cultura, creació de coneixement, promoció de l’aprenentatge al llarg de la vida i espai de trobada i participació de les persones i les comunitats. Una biblioteca que es compromet amb l’equitat, el benestar de les persones i una societat més democràtica” (Gerència de Serveis de Biblioteques; 2021).

És un model proactiu i resiliència on les persones i la comunitat són el centre, un model que assumeix múltiples reptes ciutadans i socials del segle XXI (Gerència Serveis de Biblioteques; 2021; pp.7-11) i que porta a terme diferents actuacions per adaptar els serveis a les necessitats i interessos de la ciutadania (op.cit; pp.15-18) Un model que té en compte l’opinió, la visió i les necessitats del personal (Gerència Serveis de Biblioteques, 2017; Martínez, 2022)

¹⁴ Els gràfics (versió JPG i vídeo) publicats a partir d’aquesta secció, així com una còpia del TFM, poden visualitzar-se amb més comoditat a l’enllaç

https://drive.google.com/drive/folders/1UrD9s6FP8xgDrS2i_tQ9iZ32ON4rea_J?usp=drive_link

¹⁵ “Al territori, la Xarxa de Biblioteques Municipals s’estructura en dotze zones (onze d’àmbit supramunicipal i una per la ciutat de Barcelona). Cada zona disposa d’una biblioteca central, el director de la qual és també cap de la zona i actua com a referent i interlocutor de la Gerència de Serveis de Biblioteques al territori” (Gerència de Serveis de Biblioteques; s.d) Conformen un univers de 233 biblioteques físiques i 12 bibliobusos.

4.2 Gerència de Serveis de Biblioteques

L'estructura corporativa de la Diputació de Barcelona (Vegeu Annex 9) situa la Xarxa de Biblioteques Municipals dins l'Àrea de Cultura, xarxa que és gestionada per la Gerència de Serveis de Biblioteques (GSB), que assessora i dona suport als ajuntaments en la prestació del servei bibliotecari als municipis i que defineix un model propi de biblioteca pública (Gerència de Serveis de Biblioteques, 2021)

Entre les diferents seccions que integren la GSB, la **coordinació, gestió i assessorament en matèria de XSD** –que combina elements de comunicació, tecnologies i periodisme- la porta a terme la **Unitat de Continguts a la Xarxa** (Unitat)¹⁶, dirigida per Núria Méndez i que disposa de amb un equip de quatre persones (2 tècnics/ques en bibliologia i 2 periodistes). La Unitat rep també l'assessorament de la **Unitat de Suport Professional** en qüestions relatives a la formació del personal (Martínez, 2022).

El model de gestió de les XSD de la GSB resulta una mica complex. D'una banda, cal tenir en compte que la GSB està adscrita la Diputació de Barcelona, que porta a terme una gestió coordinada dels perfils genèrics. En segon terme, les biblioteques municipals estan subjectes al govern dels ens municipals al respecte. Es pot considerar, però, que la GSB exerceix una lleugera gestió coordinada múltiple sobre el conjunt de biblioteques de la XBM amb XSD.

La dinàmica de treball de la Unitat comprèn no tan sols tasques relacionades amb la gestió dels perfils a les XSD de la GSB, sinó que també assessora i dona suport en la matèria al conjunt de biblioteques de la XBM, elaborant materials de suport a la seva gestió¹⁷.

La Unitat porta a terme reunions setmanals de planificació de la programació de continguts a les XSD i a l'espai web. Pel que fa als documents de referència de la Unitat, segueix les disposicions dels manuals i guies normatives generals de la Diputació de Barcelona en matèria de Comunicació (Diputació de Barcelona; s.d.)

Cal esmentar també que, com en el cas de l'Ajuntament de la Garriga, la GSB també compta amb XSD vinculades, en aquest cas del conjunt de biblioteques que integren la

¹⁶ Inclou també la gestió de continguts a la Biblioteca Virtual, l'espai web de la XB on també hi col·labora el conjunt de biblioteques de la XBM (<https://bibliotecavirtual.diba.cat>)

¹⁷ Documents interns per al personal de la XBM tals com “Etiquetes per a les xarxes socials”, “Consells de redacció per a les xarxes socials” o guies d'obertura de perfils a diferents XSD.

XBM i que tenen presència en aquests espais. La diagnosi que porta a terme aquest TFM analitza el conjunt de Biblioteques del Vallès Oriental¹⁸.

4.3. Xarxes Socials de la GSB

S'observa, a través de l'anàlisi dels perfils, la **preeminència de tres plataformes**, Facebook, Instagram i Twitter, amb un total de **40.082 seguidors/es**, coincidint amb la tendència observada en el cas de l'Ajuntament de la Garriga. L'obertura de perfils es produeix en el període 2012-2016.

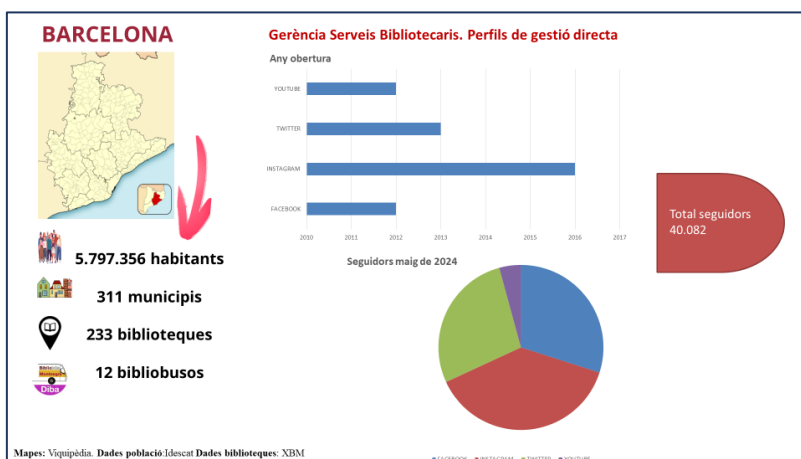


Fig. 2. Perfils i seguidors a les xarxes socials genèriques de la XBM (elaboració pròpia a partir de l'anàlisi dels perfils)

5. LES BIBLIOTEQUES PÚBLIQUES MUNICIPALS DEL VALLÈS ORIENTAL (Biblioteques VO)

La província de Barcelona té en l'actualitat 5.797.356 habitants, un 7.2% dels quals (422.149 persones) són del Vallès Oriental. Com s'explicava anteriorment, la Diputació presta servei de biblioteca pública al territori a través de la Xarxa de Biblioteques Municipals, que gestiona junt amb els municipis i consells comarcals 233 biblioteques físiques i 12 bibliobusos. D'entre aquests totals, el **Vallès Oriental compta amb 27 biblioteques i 1 bibliobús¹⁹**, hi ha **4 municipis no tenen servei**. Les Franqueses i Granollers tenen dues biblioteques cada municipi. La **Biblioteca de Can Pedrals, és la**

¹⁸ Donats el termini de realització del TFM i al gran volum de dades implicades, no ha estat possible incloure-hi el total de les biblioteques que integren la XBM.

¹⁹ La comarca compta amb un bibliobús propi, el Bibliobús Montnegre, però per proximitat amb altres comarques també hi operen de 2 bibliobusos més, Bibliobús Puigdon i Bibliobús La Mola

biblioteca Cap de Comarca. N'exerceix la direcció Laura Padrós, directora de la Biblioteca Can Pedrals de Granollers.

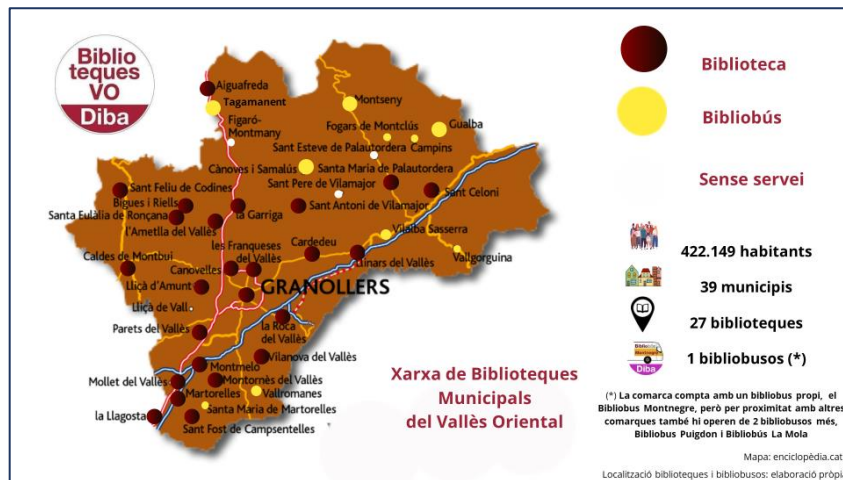


Fig. 3. Biblioteques i serveis mòbils de la XBM al Vallès Oriental.

Font: <https://bibliotecavirtual.diba.cat/>; <https://www.idescat.cat/>; <https://ca.wikipedia.org/>

XARXA DE BIBLIOTEQUES MUNICIPALS DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA, VALLÈS ORIENTAL			
Municipi	Nom biblioteca	Municipi	Nom biblioteca
Aiguafreda	Biblioteca Escoles Velles	Mollet del Vallès	Biblioteca Can Mula-Jordi Solé Lura
L'Ametlla del Vallès	Biblioteca Josep Badia i Moret	Montmeló	Biblioteca La Grua
Bigues i Riells del Fai	Biblioteca Bigues i Riells	Montornès del Vallès	Biblioteca de Montornès
Caldes de Montbui	Biblioteca Caldes de Montbui	Montseny	Bibliobús Montnegre
Campins	Bibliobús Montnegre	Parets del Vallès	Biblioteca Can Rajoler
Canovelles	Biblioteca Frederica Montseny	La Roca del Vallès	Biblioteca de la Roca del Vallès
Cànoves i Samalús	Bibliobús Montnegre	Sant Antoni de Vilamajor	Biblioteca Municipal Joana Raspall i Juanola
Cardedeu	Biblioteca Marc de Vilalba	Sant Celoni	Biblioteca l'Escorxador
Figaró-Montmany	Sense servei	St. Esteve de Palautordera	Sense servei
Fogars de Montclús	Bibliobús Montnegre	St. Feliu de Codines	Biblioteca Joan Petit i Aguilar
Les Franqueses del Vallès	Biblioteca de les Franqueses del Vallès- Bellevisia	St. Fost de Campsentelles	Biblioteca Jordi Ribas
	Biblioteca Corró d'Aval	St. Pere de Vilamajor	Sense servei
La Garriga	Biblioteca Núria Albó	Sta. Enlita de Ronçana	Biblioteca-Casu de Cultura Joan Ruiz i Calonja
Granollers	Biblioteca Can Pedrals (Cap de comarca)	Sta. Maria de Martorelles	Bibliobús La Mola
	Biblioteca Roca Umbert	Sta. Maria de Palautordera	Biblioteca Ferran Soldevila
Gualba	Bibliobús Montnegre	Tagamanent	Bibliobús Puigdon
La Llagosta	Biblioteca de la Llagosta	Vallgorguina	Bibliobús Montnegre
Lliçà d'Amunt	Biblioteca Ca l'Oliveres	Vallromanes	Bibliobús La Mola
Llinars del Vallès	Biblioteca Can Casas	Vilalba Sassera	Bibliobús Montnegre
Martorelles	Biblioteca Lloïta Mola	Vilanova del Vallès	Biblioteca Contravent
		Bibliobús Montnegre	Bibliobús Montnegre

Fig. 4. La XBM al Vallès Oriental. Municipis, biblioteques i bibliobusos (elaboració pròpia)

Font: <https://bibliotecavirtual.diba.cat/busca-una-biblioteca>

5.1. Dades de mostra (miscel·lània)²⁰

Sintetitzar tot el que passa en una biblioteca pública, ni que sigui per un sol dia o moment, és molt complex. Per presentar les BibliotequesVO s'ha fet una selecció de dades d'interès:

²⁰ Vegeu Annex 10 per a més detalls.

- Les BibliotequesVO²¹ ofereixen el servei de biblioteca pública una **mitjana de 254 dies/any** (31.8h/setmana). L'any **2022** van rebre un total d'**1.034.160 visites**, amb una mitjana diària de 137,05 persones. S'observa la concentració de visitants en 7 equipaments.
- L'any 2022 es van deixar un total de **860.000 documents en préstec**, un 92% dels quals es va fer in situ a les biblioteques. Les xifres totals de préstec inclouen també el préstec interbibliotecari, amb un total de 67.321 documents (7,8% del total) Hi ha un total de **163.497 carnets** (personals i entitats).
- El conjunt de BibliotequesVO van sumar un total de **3.988 activitats** el 2022, a les que van assistir 101.523 persones
- Pel que fa a l'accés a **internet i ofimàtica** (Internet i+), l'any 2022 es van fer prop de **84.000 sessions** a les BibliotequesVO, a les que cal sumar-hi l'accés a la xarxa **WiFi**, amb unes **89.000 sessions**.

5.2. Xarxes Socials de les Biblioteques del Vallès Oriental (BibliotequesVO²²)

El conjunt de les BibliotequesVO tenen **84 perfils** als següents espais (Vegeu Annex 11):

- Facebook (28)
- Instagram (26)
- X -Twitter- (14)
- TikTok (1)
- YouTube (6)
- Blog (3)
- Issuu (5)
- Slideshare (1)

El conjunt de perfils (vegeu Annex 8) sumen un total de **80.429 seguidors/es**, amb un clar protagonisme de Facebook, Instagram i X (Twitter), repetint-se el comportament de la XBM i l'Ajuntament de la Garriga, si bé l'**atterratge a les XSD** de les BibliotequesVO és més **matiner** (obertura de perfils, 2008-2023):

²¹ Inclòs el Bibliobús Montnegre.

²² Les Biblioteques Municipals del Vallès Oriental, integrades a la XBM, són un ens sense entitat jurídica. S'adopta, al llarg del TFM, l'expressió BibliotequesVO o #bibliotequesVO, en ser la denominació del perfil digital que difon l'activitat del conjunt de biblioteques de la comarca, independentment que tinguin o no perfils a les XSD.

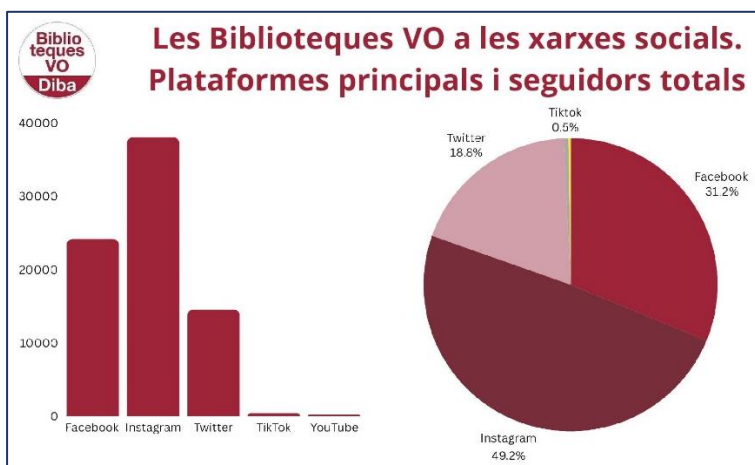


Fig. 5. BibliotequesVO. Principals plataformes i seguidors totals (elaboració pròpia)

6. ENQUESTA ALS GESTORS/ES DE LES XSD DE LES BIBLIOTEQUESVO (abril-maig de 2024)

L'Enquesta als Gestors/es de les XSD de les BibliotequesVO (Vegeu Annex 1) s'ha realitzat l'abril-maig de 2024, obtenint-se 15 participacions amb el 100% de preguntes respostes. S'han adreçat un total de 43 preguntes, dividides en els següents blocs temàtics:

- Biblioteca
- Personal
- Definició del lloc de treball
- Gestió de les xarxes socials a la biblioteca
- Formació del personal gestor de les xarxes socials

Els gestors/es de les XSD de les BibliotequesVO són un col·lectiu feminitzat, majoritàriament de la Generació X (1969-1980) i són Tècnic/a Auxiliar de biblioteca. Són personal funcionari/ària o laboral, amb dependència del lloc a la XBM (53.3%) o l'Ajuntament (46.7%) Com s'apunta en altres seccions d'aquest TFM, l'efecte "McGyver" d'aquest personal queda palès als resultats de l'enquesta (Vegeu Annex 12) relacionats amb la definició del seu lloc de treball i les tasques diàries que, recordem, es porten a terme de forma simultània a l'atenció directa a les persones usuàries (dedicació total del 80% dels enquestats/des)

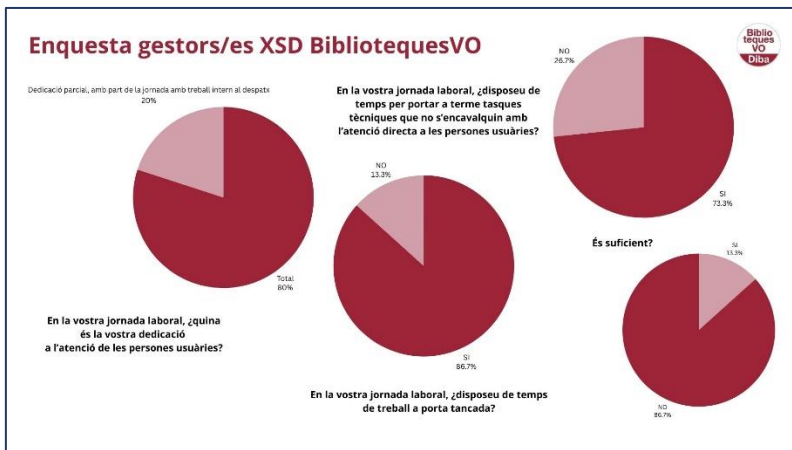
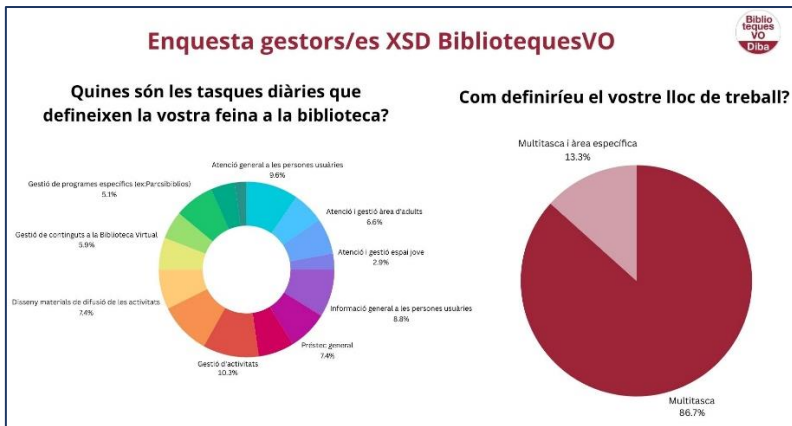
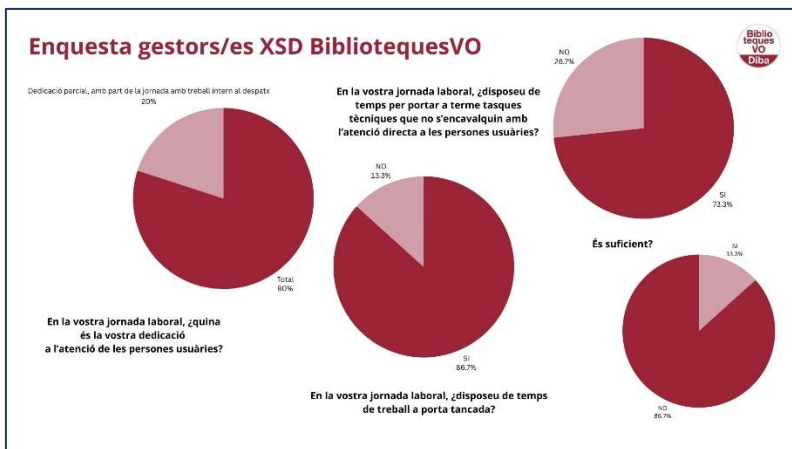


Fig 5. Resultats Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

L'atenció directa a la ciutadania i la poca disponibilitat de temps per treballar a porta tancada o de forma interna tenen efectes directes en el desenvolupament de les tasques pròpies del lloc de treball. Es disposa de temps, però es considera insuficient. Tots aquests elements configuren, junt amb la incapacitat de planificar la feina a causa de la pressió del dia a dia, els punts de dolor identificats per aquest personal.





Figs 6 i 7. Resultats Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

6.1. Gestió de les XSD

La gestió de les XSD a les BibliotequesVO és *unipersonal* en un 80% dels casos i es porta a terme de forma directa des de la biblioteca²³. Aquesta gestió unipersonal es dona també majoritàriament en el disseny, elaboració de peces, escolta activa, etcètera (80% Gestor/a-Community Manager; 20% a càrrec d'un equip)

Per portar a terme aquesta gestió hom es basa en **documents de referència** de l'administració local, de la Unitat de Continguts a la Xarxa de la GSB (Unitat) i també té en compte la visió de la direcció de la biblioteca i del personal gestor de les XSD. La font més gran d'inspiració prové dels materials elaborats per la Unitat.

Pel que fa a la **planificació** de les XSD, es detecta una manca generalitzada d'un Pla Social Media a la biblioteca (només un 13%). Bé sigui a través de la Unitat o de l'ens local, dos terços dels enquestats/des declara disposar d'eines de monitoratge per avaluar el rendiment dels perfils.

En parlar de la **publicació de continguts** (text, imatge i so) emergeix de nou la problemàtica del temps, ja que un 66.7% de persones enquestades declara que es porta a terme segons disponibilitat en relació amb la resta de tasques diàries i que en alguns casos no és suficient.

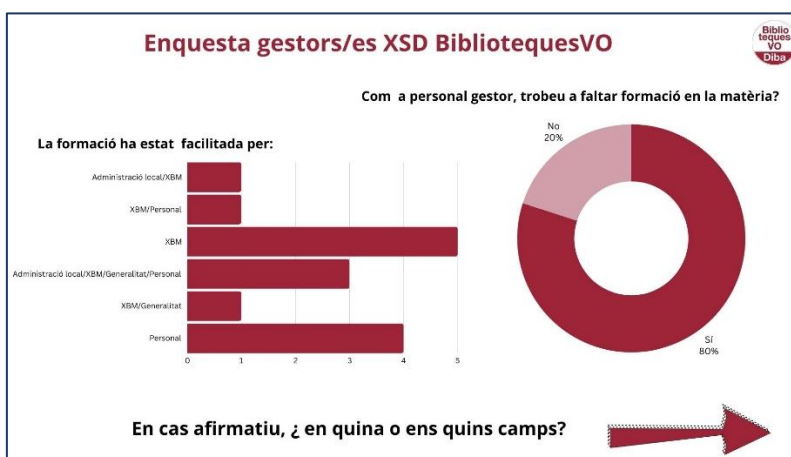
²³ Granollers i les Franqueses del Vallès, amb 2 biblioteques per municipi, fan una gestió unificada dels perfils de cada equipament.



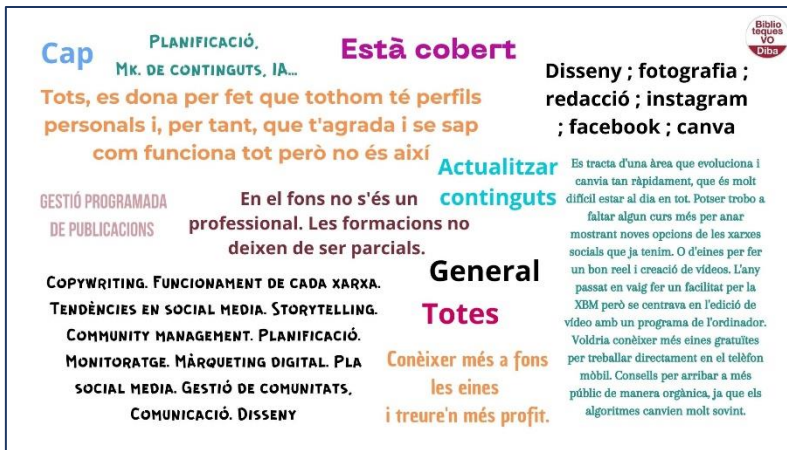
Fig 8. Resultats Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

Tal com s'esmenta en l'apartat 5.2, Facebook, Instagram i Twitter són les plataformes dominants entre les BibliotequesVO, si bé també hi ha biblioteques que tenen perfils en espais com YouTube, Issuu o blogs. Els gestors/es de les XSD revelen l'existència de perfils inactius o amb un manteniment pobre, bé sigui per manca de temps (26.7%), poca rendibilitat (33.3%) o ambdós (40%)

El personal gestor de les XSD considera, majoritàriament que té formació específica²⁴ en XSD i coneix l'oferta formativa existent al respecte, si bé troben a faltar (80%) més formació en aquest camp (alguns exemples: planificació, disseny, interioritats de les xarxes, gestió de comunitats), la **necessitat d'optimitzar la seva professionalització i expertesa** en aquest camp.



²⁴ Han realitzat cursos o màsters a càrrec propi, via propostes de la GSB, el Servei de Biblioteques de la Generalitat o l'ens local.



Figs 9 i 10. Resultats Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

En relació amb la gestió de les XSD en el si de la XBM, cal destacar que un 73.3% dels enquestats/des declara el seu interès en la possibilitat de tenir una plataforma o espai de trobada del personal gestor de les XSD, on compartir experiències, bones pràctiques o projectes comuns. Un espai que pot contribuir a fer visible el conjunt de XSD de les biblioteques XBM i l'activitat d'aquestes, la seva comunitat amb la ciutadania. Un espai que, en definitiva, pot aportar enormes beneficis a la tasca de gestió de les XSD.

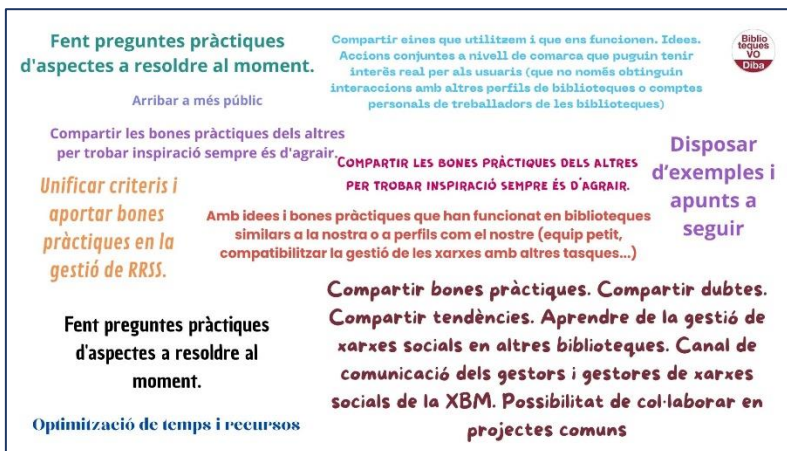


Fig 11. Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

L'enquesta es tanca amb un apartat on les persones participants comparteixen comentaris addicionals, bé sigui d'aspectes formals de l'enquesta o al voltant de la gestió de les XSD.

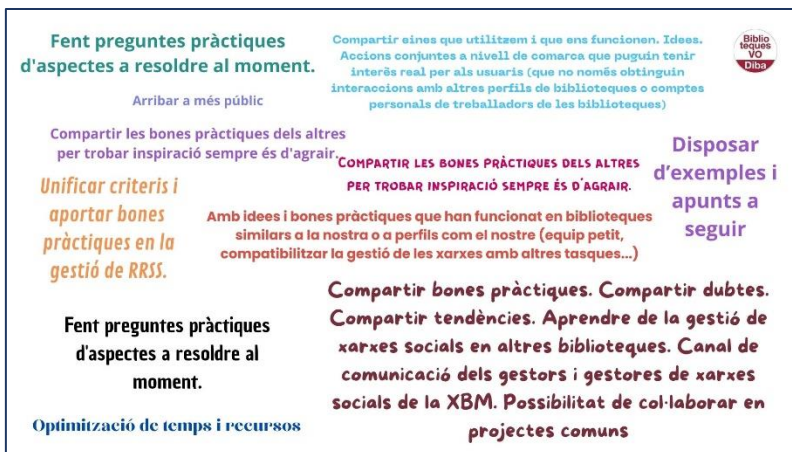


Fig 12. Resultats Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO (elaboració pròpia)

7. ENQUESTA EQUIP DE LA UNITAT DE CONTINGUTS A LA XARXA DE LA GSB (abril-maig de 2024)

L'Enquesta a l'equip de la Unitat de Continguts a la Xarxa de la Gerència dels Serveis de Biblioteques (GSB) (Vegeu Annex 2) s'ha realitzat l'abril-maig de 2024, obtenint-se 3 participacions amb el 100% de preguntes respostes (Vegeu Annex 13). S'han adreçat un total de 40 preguntes, dividides en els següents blocs temàtics, amb una estructura i continguts similars als de l'enquesta adreçada al personal gestor de les biblioteques:

- Posició dins l'organigrama
- Personal
- Definició del lloc de treball
- Gestió de les xarxes socials a la Unitat
- Formació del personal gestor de les xarxes socials

Els gestors/es de la Unitat també són un col·lectiu feminitzat i majoritàriament pertanyen a la Generació X (1969-1980). Són periodistes, bibliotecaris/es o caps d'unitat (funcionaris). El fet de comptar amb tasques específiques dins l'estructura de la GSB i de suport i assessorament cap a les biblioteques fa que l'impacte de la multitasca sigui també considerable.

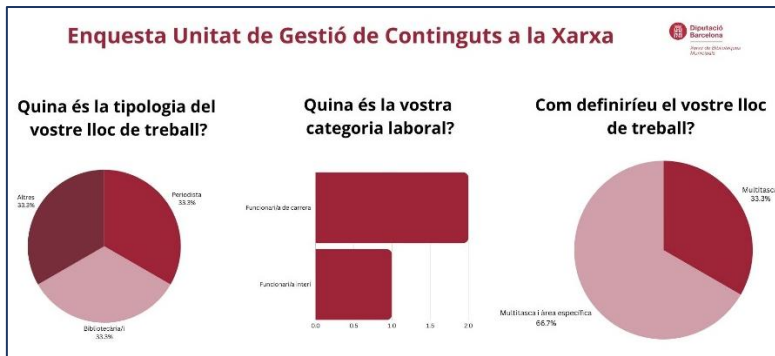


Fig 13. Resultats Enquesta a l'equip de la Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa (elaboració pròpia)

La Unitat assessora, dissenya, difon serveis o elabora materials de referència per al conjunt de biblioteques de la XBM, dibuixant un univers multicolor de tasques, que també inclouen la creació de continguts web, la redacció de notes de butlletins i notes de premsa i altres peces de comunicació.

Els indicadors dels punts de dolor coincideixen amb el personal de les BibliotequesVO pel que fa a l'efecte multitasca i la manca de temps i personal. La Unitat, però, no pateix de forma presencial la pressió de l'atenció directa ni percep la planificació com a punt de dolor, donat que part de l'essència de la Unitat és la gestió i la planificació, aspectes en els quals l'equip té molta expertesa.

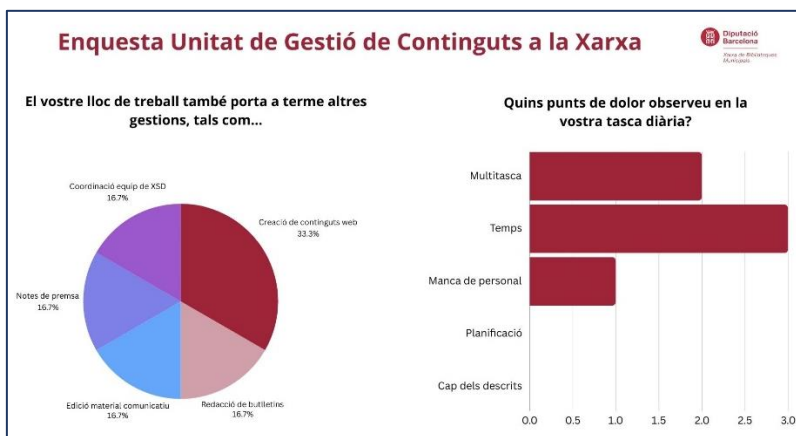


Fig 13. Enquesta a l'equip de la Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa (elaboració pròpia)

La gestió de les XSD a la Unitat s'identifica, en el total de respostes a l'enquesta, com un model mixt que segueix indicacions genèriques de la Diputació de Barcelona, però que té un cert marge d'actuació. D'igual forma que en el cas de les BibliotequesVO, la gestió assimila les opinions de l'equip i el cap de departament, a banda de les recomanacions del Departament de Comunicació de la Diputació de Barcelona i de la mateixa GSB.

La feina de la Unitat es basa en documents de referència –protocols de les XSD, directrius o guies de planificació de continguts- específics de la XBM i aquells més genèrics per al conjunt d'àrees de la DB.

Les respostes a les preguntes adreçades a valorar la gestió de les XSD genèriques del Servei de Biblioteques que fa la Unitat revela una major uniformitat, planificació, monitoratge i calendari de continguts que en el cas de les biblioteques.

Pel que fa a la presència en XSD, la Unitat gestiona perfils de la XBM a YouTube, Instagram, Facebook i Twitter. No es manifesta cap previsió d'ampliar la presència a altres plataformes, bé sigui per excés de feina, manca de personal o no considerar que siguin prou mediàtiques. La totalitat d'enquestats/des destaca la divisió de tasques dins l'equip i la col·laboració de tots els membres en la gestió de la Unitat.

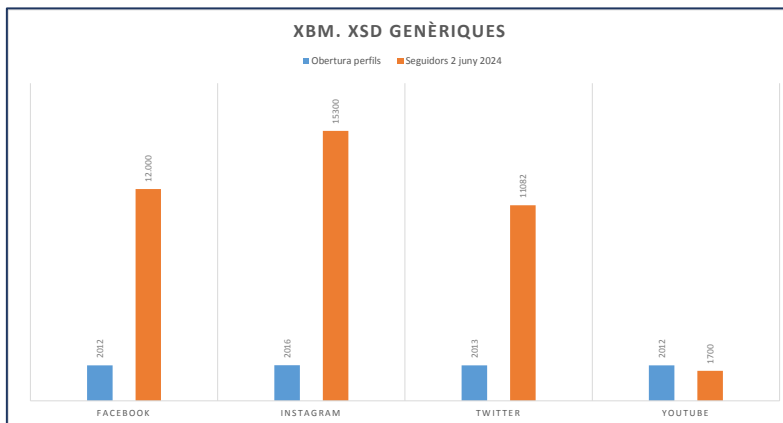
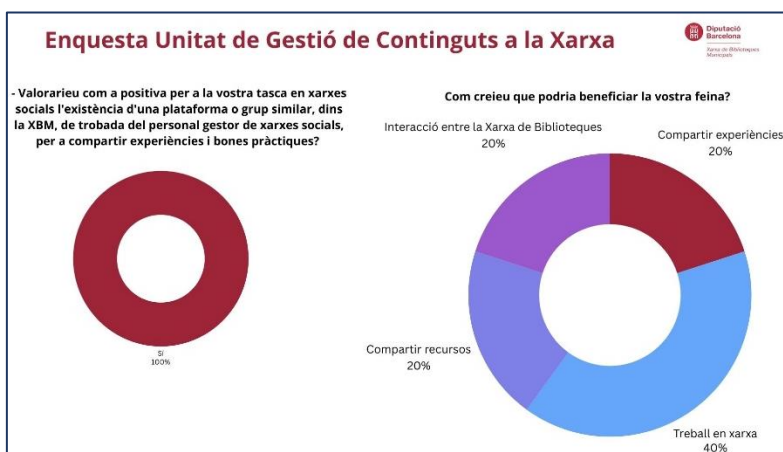
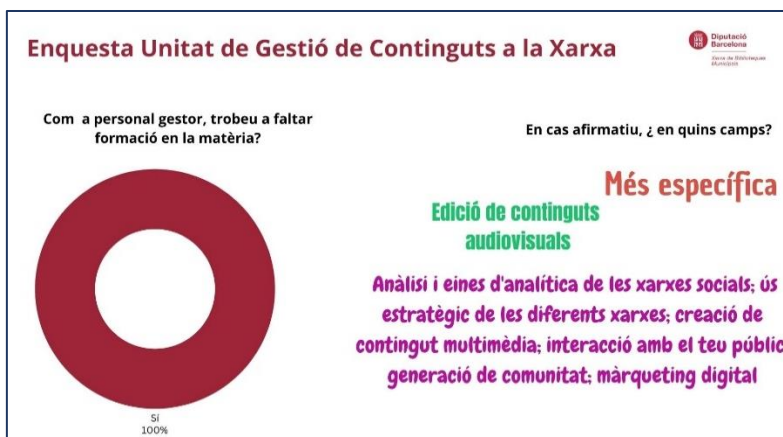


Fig 14. XSD genèriques gestionades per la Unitat (elaboració pròpia)

L'equip de la Unitat té formació específica²⁵ i coneix l'oferta formativa actual en màrqueting digital i xarxes socials. Com a personal gestor de XSD, coincideixen amb els companys/es de les BibliotequesVO en la necessitat d'optimitzar la seva professionalització i expertesa en aquest camp, així com en l'interès a participar en un possible espai o plataforma de trobada amb la resta de gestors/es de la XBM.

²⁵ Realitzada a títol personal o facilitada per la XBM.



Figs 15 i 16. Enquesta a l'equip de la Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa (elaboració pròpia)

8. ENTREVISTA ALS/LES RESPONSABLES INSTITUCIONALS DE LES BIBLIOTEQUESVO (abril-maig 2024)

L'entrevista als responsables institucionals es va fer arribar als regidors/res vinculats (cultura o comunicació) a les biblioteques públiques i també a la direcció d'aquests equipaments. Ha comptat amb la participació de set direccions de biblioteca, 1 tècnica auxiliar i 3 regidors/es. En aquesta ocasió, un 28 % de les participacions tenen preguntes no respostes²⁶ i s'ha observat una certa confusió amb l'expressió "administració que representeu"²⁷, que en alguns casos es confon amb la biblioteca.

Tot i que la participació no és tan elevada com en les enquestes permet, si més no, conèixer la posició de direccions i ens locals amb qüestions relacionades amb la comunicació digital tractades al llarg d'aquest TFM. En aquesta ocasió vaig optar pel format d'entrevista i no el d'enquesta pel convenciment que la diagnosi no podia ser

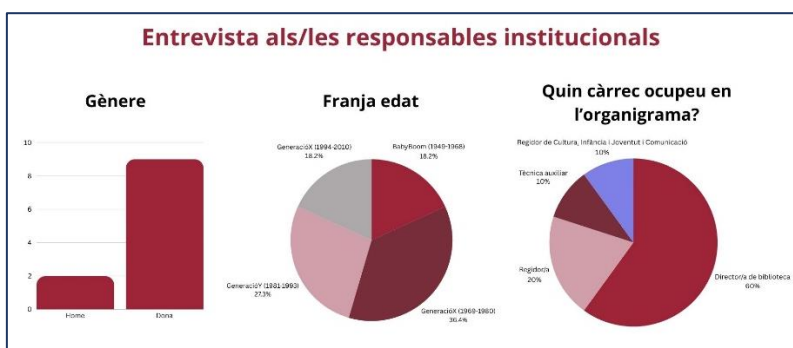
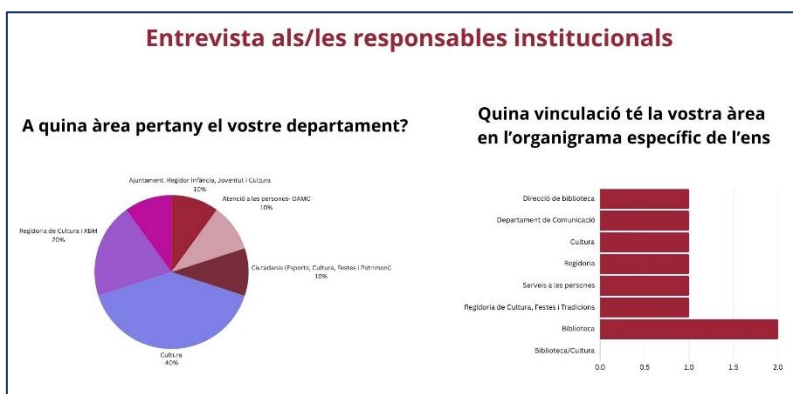
²⁶ Sobre TIC i alfabetització digital, gestió de perfils, Pla Social Media i oferta formativa.

²⁷ Expressió que s'hauria de considerar reformular –per evitar confusions– en el cas que la proposta del TFM tingués un recorregut més enllà de l'àmbit acadèmic.

completa si no es comptava amb l'opinió dels responsables institucionals al voltant de qüestions que afecten la comunicació digital de l'administració pública. També tenia la intenció de fer un primer apropament (a tall de baròmetre) a la percepció que es té, des de l'administració local, de la gestió de les xarxes socials que es fa a les biblioteques públiques i de la seva significació.

Les preguntes adreçades a aquests responsables tracten temes com la comunicació digital de l'administració pública amb la ciutadania, les TIC i l'alfabetització digital, els models de gestió de les XSD dels ens municipals i la formació recomanable per al personal de les biblioteques públiques per portar a terme aquesta tasca.

Les respostes a l'entrevista (Vegeu Annex 14) mostren que els responsables institucionals que han participat en l'entrevista també són un col·lectiu feminitzat, amb una representació generacional més diversa que en les enquestes. Pel que fa a l'organigrama municipal i a la vinculació dels participants en l'enquesta a aquest, l'entrevista reflecteix l'heterogeneïtat dels organigrames municipals, amb regidories que engloben diferents àmbits d'actuació i d'altres que representen un únic àmbit.



Figs 17 i 18. Enquesta als responsables institucionals (elaboració pròpia)

La presència de documents corporatius per a la gestió de la comunicació digital i la gestió de XSD (llibres d'estil, Pla Social Media) no sembla estar generalitzat, tot i les

iniciatives d'alguns ajuntaments i biblioteques (vegeu notes 24 i 25) En alguns casos hom compta amb alguns llibres d'estil d'imatge, s'utilitzen documents de referència de la XBM (biblioteques), s'està en fase de creació de documents de referència i a voltes es manifesta desconèixer la seva existència o no es disposa de temps per elaborar aquests materials.

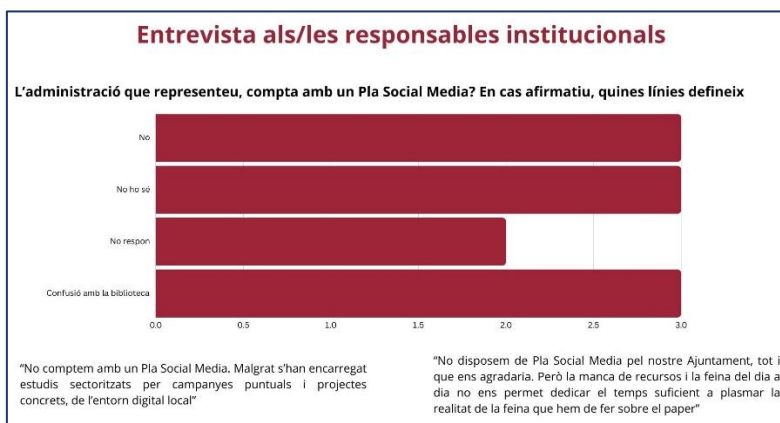


Fig 19. Enquesta als responsables institucionals (elaboració pròpia)

La pràctica totalitat de participants són conscients que l'entorn digital proporciona un canal immillorable a la comunicació (junt amb la comunicació analògica) i interacció amb la ciutadania, i mostren exemples de bones pràctiques i coneixement de les XSD on interaccionen els diferents segments o públics en què podem dividir la ciutadania. En totes les entrevistes es destaca l'alfabetització digital com un element cabdal no tan sols per al conjunt de la població sinó també en l'e-govern (digitalització de tràmits i serveis) i, en conseqüència, per al personal gestor d'aquesta activitat digital.

Les respostes a l'entrevista reflecteixen diferents percepcions i coneixement al voltant de la formació que els ens locals o la Diputació posen a disposició dels treballadors/es de l'administració pública. Es mostra un coneixement més precís pel que fa a la gestió que els ens locals fan dels seus perfils genèrics a les XSD.

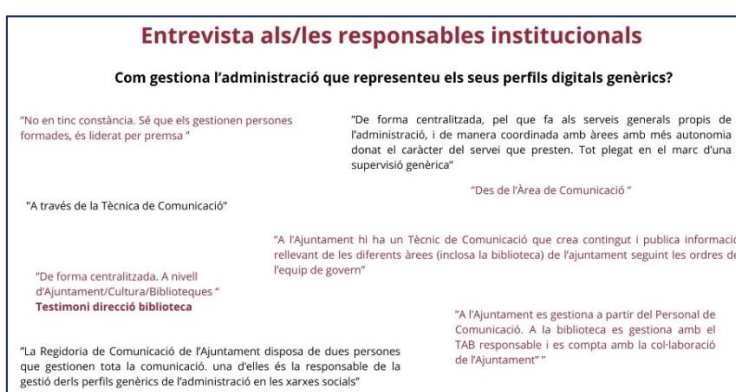


Fig 20. Enquesta als responsables institucionals (elaboració pròpia)

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina oferta formativa desplega l'administració que representeu en relació a les competències digitals del personal, inclosa la gestió de les xarxes socials?

"L'administració local no ens ha format sobre la gestió de les xarxes socials. La formació que hem rebut ha estat donada per altres administracions "

"Formació contínua"

"L'Ajuntament no fa formació. La Diputació fa alguna formació però crec que no és prou efectiva i que se centra molt en la gestió de plans de comunicació en comptes de centrar-se en capacitar a tots els professionals de les biblioteques en competències bàsiques TIC"

"Nosaltres participem al Pla de Formació de la Diputació de Barcelona on el personal de l'Ajuntament disposa d'una àmplia oferta formativa, també en termes de competències digitals i gestió de xarxes socials. D'una banda, realitzem sessions de coordinació periòdiques per posar en comú problemàtiques, consells i línies de treball conjuntes"

"Alguna formació voluntària"

"Molta. Per no queda-se enrere en un món cada vegada més digitalitzat i promoure aquest ús entre la ciutadania"

"Actualment rebem oferta formativa en relació a competències digitals "

"No ho sé"

"Regularment des del departament de comunicació es realitzen formacions específiques per actualitzar els coneixements i recursos disponibles per millorar la comunicació amb la ciutadania"

Fig 21. Enquesta als responsables institucionals (elaboració pròpia)

Com s'explica en el cas de l'Ajuntament de la Garriga, molts municipis compten, a banda dels perfils genèrics, amb perfils vinculats (biblioteca, espai jove en són alguns exemples) que, per la seva singularitat o servei prestat, mantenen, tot i la supervisió i la coordinació amb l'ajuntament, una certa autonomia. Les respostes a l'entrevista també ho reflecteixen.

Entrevista als/les responsables institucionals

Com gestiona l'administració que representeu, en el cas de tenir-los, els perfils digitals d'àrees o equipaments específics (ex: biblioteques, serveis socials, comerç, etc)?

"A la biblioteca tenim una treballadora (tècnic auxiliar de biblioteca) que dedica part de la seva jornada a crear contingut i programar les publicacions a les diferents xarxes socials i a la web "

"De forma centralitzada, pel que fa als serveis generals propis de l'administració, i de manera coordinada amb àrees amb més autonomia donat el caràcter del servei que presten. Tot plegat en el marc d'una supervisió genèrica"

"Cada servei gestiona els seus perfils. En aquest cas, Biblioteca es gestiona desde biblioteca "

"A través de la Tècnica de Comunicació que segueix les indicacions donades pel personal de cada àrea."

"A la biblioteca se'n fa càrrec una tècnica auxiliar amb un perfil professional capacitada per fer aquesta tasca "

"Ho gestionem directament des de la biblioteca"

"Existeix un Pla Estratègic que defineix les comunicacions, format, fórmules, periodicitat, a partir d'aquí s'atorga un grau d'autonomia a aquestes àrees i serveis específics per tal que la comunicació en el dia a dia sigui àgil i eficaç"

"La tècnica auxiliar de biblioteca s'encarrega de gestionar el perfil de biblioteca a les xarxes socials d'Instagram i Facebook i publica sobretot notícies referents a activitats. La majoria d'inscripcions a aquestes també es realitzen a través d'Instagram per part dels usuaris. Un cop al mes, publica la guia de novetats a la xarxa Issuu. D'altra banda, bidireccionalment, compartim anuncis d'activitats d'interès amb l'àrea de comunicació de l'Ajuntament"

"Ens demanen col·laboració"

"Al nostre ajuntament intentem mantenir la centralitat de la comunicació en les xarxes socials genèriques, evitant multiplicar els perfils socials. Per a aquest motiu, són pocs els equipaments i serveis que disposen de xarxes socials pròpies: Espai Obert, Joventut, Biblioteca i Escoles Bressol "

Fig 22. Enquesta als responsables institucionals (elaboració pròpia)

9. ENQUESTES I ENTREVISTA. DAFO

L'anàlisi DAFO ens permet conèixer **D**ebilitats, **A**menaces, **F**ortaleses i **O**portunitats d'una organització o projecte (Rojas&Redondo, 2013; pp.45-47). En aquest TFM s'aplica sobre la informació i les opinions que es desprenen de les aportacions a les entrevistes (personal gestor de les XSD i la Unitat) i l'entrevista als responsables institucionals (direcció de biblioteques i regidors/es). Tot plegat conforma un DAFO una mica singular, on he intentat enllaçar aplicació i gestió.

Pel que fa a les **debilitats**, hi ha una teranyina que enllaça les mancances, la falta de temps i personal amb l'efecte multitasca i l'excés de feina. A més, també cal considerar l'afectació del grau de competències digitals entre el personal o la manca de Pla Social Media d'alguns equipaments.

En contraposició a les debilitats, els documents base de la diagnosi revelen com a **fortaleses** l'existència d'una comunitat diversa i segmentada, de públics molt heterogenis, al voltant de les biblioteques públiques. Uns equipaments de *proximitat* valorats per la població, innovadors, inclusivius i proactius. Unes biblioteques públiques que són *early adopters* en l'acompanyament dels *intersocials* en l'adopció de les XSD com espais d'interacció i comunicació bidireccional. Entre les fortaleses, tot i que optimitzables, hi trobem la planificació i la comunicació pública.

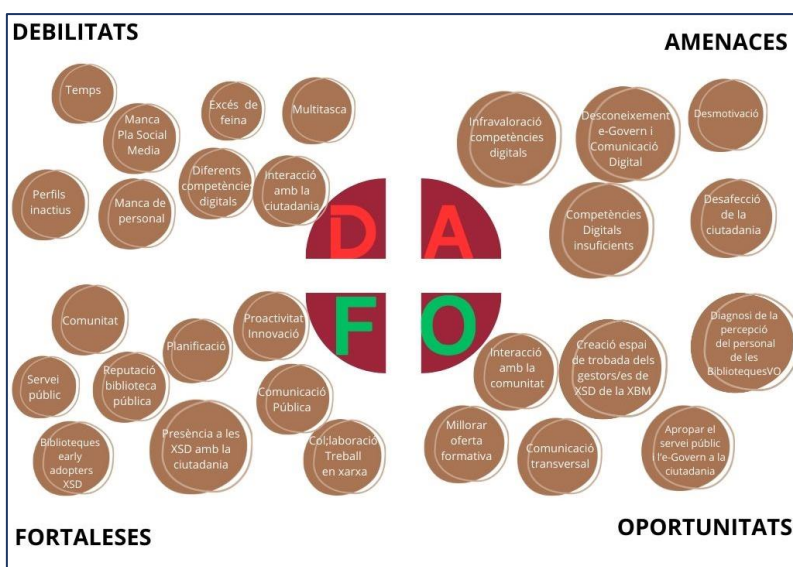


Fig 23. DAFO (elaboració pròpia a partir de la diagnosi)

Pel que fa a les **amenaces**, i considerant l'especificitat d'aquest TFM en l'àmbit digital, cal considerar la significació d'una alfabetització digital coixa, bé sigui entre la ciutadania o en el sector públic, el desconeixement sobre l'e-Govern i la importància de la comunicació digital, la desmotivació del personal (Riyanto, S., Handiman, U. T., Gultom, M., & Budiyanto, H.; 2023) o la desafecció de la ciutadania vers el servei públic.

Els documents de la diagnosi porten també bones notícies o **oportunitats**, tals com la interacció amb la ciutadania, la utilitat mateixa de la diagnosi i el fet que dona veu a les persones, la bona acollida entre els gestors/es de les XSD a la possibilitat d'un espai de

trobadada, l'interès demostrat en millorar la formació per millorar el servei, apropar el servei públic a la ciutadania o millorar la comunicació transversal.

10. RUTA FORMATIVA

Bé siguem directors/es o gestors/es de les XSD a les BibliotequesVO, membres de l'equip de la GSB (la Unitat) o regidors/es d'un ajuntament, la diagnosi demostra que hi tenim un coneixement general de l'oferta formativa relacionada amb la comunicació, el màrqueting digital o la gestió de XSD.

Com a conseqüència, i també per ètica personal i per fer honor a la veritat:

- L'objectiu d'aquest capítol **no és**:
 - Donar una lliçó magistral a qui desenvolupa projectes de formació dels quals soc consumidora i beneficiària, però no especialista ni molt menys “maker”.
- L'objectiu d'aquest capítol **sí és**:
 - Assenyalar que tots som agents de canvi en l'optimització de les competències del personal que gestiona XSD i comunicació digital amb la ciutadania.
 - Reflectir àmbits en els quals els gestors/es manifesten necessitar més competències.
 - Fer una reflexió al voltant de camps en els que m'he format al llarg dels anys o aquells que potser no hem o no he considerat com a part essencial de les competències bàsiques del personal de les biblioteques públiques, i que l'experiència personal en gestió de XSD a l'administració pública m'ha demostrat que és aconsellable tenir en compte.

10.1 Formació d'inici en TIC

Les persones implicades en la diagnosi som, com a mínim internautes. Possiblement, la majoria som *intersocials*, cadascú en diferent grau. Fins i tot els lectors/es d'aquest TFM. Això vol dir que hem adquirit determinades competències per decisió personal. El fet que representem i proporcionem un servei públic integrat en una cultura corporativa, però, fa necessària la formació contínua al llarg de la nostra vida laboral.

Cal adquirir **nocions bàsiques** en:

- Comunicació (en línia o analògica), amb especial esment a la comunicació institucional
- Cultura corporativa
- Ecosistema digital
- Community Management
- Màrqueting (en línia i analògic)
- Atenció al públic

10.2 Especialització

Un cop assolida la formació d'inici, **aprofundir** en determinats aspectes de la gestió de XSD i les TIC contribueix a optimitzar el rendiment professional i, en conseqüència, el servei i l'atenció a la ciutadania. En aquest aspecte, la proposta formativa inclou àmbits com:

- Planificació i calendari de continguts
- Disseny i edició de vídeos
- Fotografia
- Interioritats i tendències a les XSD
- Copywriting i Storytelling
- Monitoratge
- Pla Social Media
- Gestió de comunitats digitals
- Eines gratuïtes en la gestió de XSD
- Ús de WhatsApp
- Algoritmes
- Com arribar als públics de forma orgànica

11. CONCLUSIONS

Perfil del Personal Gestor de les Xarxes Socials a les Biblioteques Municipals del Vallès Oriental (XBM). **Diagnosi** és la darrera parada d'un gran viatge a l'univers de la gestió i l'estratègia en xarxes socials. La idea del viatge parteix de l'experiència al voltant de la gestió de les XSD en una biblioteca pública i s'origina a partir de la necessitat personal de conèixer més i millor tot el que hi ha darrere d'una publicació o una interacció.

Per parlar de qui som, què sabem, què fem, amb quines eines, què patim o què gaudim els gestors/es de la XSD a les biblioteques públiques s'ha d'anar als orígens i parlar d'àmbits com la comunicació, el màrqueting, les xarxes socials o el **servei públic** i assimilar-los a la **cultura corporativa** dels diferents **àmbits de l'administració pública** (Generalitat, Diputació de Barcelona, Ajuntaments). Una cultura corporativa

que esdevé pròpia, defineix el que som, fem, comuniquem i com interaccionem professionalment.

Dins aquesta cultura corporativa, les **biblioteques públiques** i els seus serveis apleguen aquests àmbits en un equipament de **proximitat** que respon a les necessitats i interessos de multitud de públics. Les biblioteques públiques actuals van més enllà de la **importantíssima promoció de la lectura** i dibuixen un **mapa multicolor d'interaccions** tant per als usuaris i usuàries com per les treballadores.

L'aprenentatge assolit durant el màster ha confirmat la suposició inicial de necessitar una major especialització en Social Media. M'ha demostrat que aquesta és molt més diversa del que jo pensava i m'ha fet superar reptes personals i professionals. Ha donat nom a coses que ja feia, ha millorat les meves competències, m'ha demostrat el camí que encara em queda per fer i ha augmentat el meu camp de visió.

Aquest aprenentatge també m'ha portat a ser conscient que la gestió de XSD compta amb una amplíssima literatura acadèmica al respecte i que, en el fons, el que jo volia era de “fer sortir a sala les persones que hi ha a la cuina, entre fogons”, saber si tots/es tenien les mateixes eines i ingredients i com senten el món de, si se'm permet el símil, “gastronomia digital” a les biblioteques públiques, si es sentien isolats. I donat que m'era impossible posar-me a analitzar “la cuina de tot arreu”, la cuina de proximitat – les BibliotequesVO- em va semblar un terreny immillorable on desplegar el TFM que es tanca amb aquestes conclusions.

Vaig arribar a la biblioteca pública l'any 1998 sense formació acadèmica en la matèria i m'he anat formant amb els anys. No soc bibliotecària o documentalista ni tinc una gran experiència en comunicació ni tècniques d'investigació en l'àmbit acadèmic. Els objectius d'aquest projecte neixen, doncs, d'aquestes reflexions, de la ferma convicció en el servei públic i de treballar on treballa, per a qui treballa i amb qui treballa. I tot això ho manifesto perquè tinc plena consciència que aquesta investigació, els objectius que em plantejava inicialment i els resultats, els encerts o errors són millorables i obra meva.

Els objectius inicials eren els següents: “**objectiu principal** (OP) de recerca l'anàlisi de la formació del personal en màrqueting digital, més concretament en gestió de xarxes socials. Un OP al qual es vinculen quatre **objectius secundaris** (OS), a través dels quals es radiografia la percepció del personal de la gestió de les xarxes socials a la biblioteca

(OS1), constatant possibles diferències en la gestió (OS2), detectant punts de dolor formatius o d'activitat (OS3) i fent una proposta per optimitzar la formació a partir dels resultats de les enquestes i l'entrevista (OS4)”

Revisant el text hi trobo reflectits aquests objectius i veig que s'han pogut verificar, m'agradaria pensar que poden tenir una major projecció. Soc conscient que si la investigació hagués tingut un major marc geogràfic els resultats podrien ser uns altres.

Els companys i companyes que han participat en les enquestes i els responsables institucionals que han respost l'entrevista han fet una aportació essencial a la diagnosi. Avaluant els resultats de les seves respostes m'he adonat que hi havia més consciència de l'oferta formativa de la qual jo pensava. També he vist com el temps i la multitasca són punts de dolors comuns a l'àmbit laboral; hem d'aplicar la intel·ligència emocional en les interaccions transversals. M'han ajudat a valorar el complex ecosistema de nodes que som i com ens retroalimentem.

Pel que fa als documents de la diagnosi, a través de les respostes en blanc, confusions entre preguntes o comentaris addicionals he vist que potser alguns conceptes no eren prou clars i que, en el cas d'ampliar la diagnosi s'haurien de reformular. També és possible que, per falta d'experiència en investigació o manca de coneixements, hagi omès qüestions que puguin ser rellevants per a la diagnosi.

Aquest TFM no elabora un Pla Social Media, no dissenya una campanya per a *influencers*, no analitza mètriques, etcètera, i s'escapa de la dinàmica d'altres TFM precedents del màster. És un risc, però també una aposta.

Després de tot el que he après amb els anys, fent aquest màster i també de les persones amb qui comparteixo la passió per la biblioteca pública i que m'han nodrit amb consells, correccions i vivències personals i professionals impagables, posicionar la biblioteca pública i les persones que n'implementen l'estratègia i la gestió dins l'univers social media era el mínim que podia fer.

Sílvia Vilarrasa, la Garriga (Vallès Oriental), 9 de juny de 2004

BIBLIOGRAFIA

- **Campillo Alhama, C. (2010, January 1).** Comunicación pública y administración municipal: Una propuesta de modelo estructural. *Pensar La Publicidad: Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 45–62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3439834>
- **Castells, M. (1997).** *La era de la información, 1. La sociedad en red*. Madrid: Alianza.
- **Celaya Barturen, J. (2010).** Las bibliotecas en las redes sociales_ más allá de los <<amiguitos>>. *V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas (Gijón)*. <https://travesia.mcu.es/server/api/core/bitstreams/2180be5c-54ac-4bd1-91ea-cf4e6789d768/content>
- **Choi, N., & Joo, S. (2018).** Understanding public libraries’: challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*, 39(2), 352–367. <https://doi.org/10.1108/lht-11-2017-0237>
- **Coelho Neves, B. (2018).** Strategist librarian on social media: Conceptual approach and possibilities of digital marketing in public libraries. *Informação & Sociedade: Estudos*, 28(3), 323–337. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2018v28n3.39203>
- **Criado, J. I., & Rojas Martín, F. (2015).** El impacto de las redes sociales digitales en las administraciones locales. mitos y realidades en el caso español. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 20 (junio 2015), 25–42.
- **Diputació de Barcelona.**
 - (2022). *La missió de la Biblioteca Pública avui. Novetats al Manifest de la Biblioteca Pública*. https://www.diba.cat/documents/16060163/303284652/2022_Novetats+al+manifest.pdf/6775cbcc-6f0b-ce55-f873-b6265aaad5b9?t=1668668761717
 - (s.d.- a). *Ús professional de les xarxes socials: Pla de comunicació 2.0 i guia d’usos*. CRAF ENS. Retrieved June 9, 2024, from <https://recursos-formatius-ens.diba.cat/ca/recursos-accions-formatives/recurso/us-professional-de-les-xarxes-socials-pla-de-comunicacio-20-i>
 - (s.d. - b). *4. Guia d’usos i estils de xarxes socials a les Administracions públiques*. Retrieved June 9, 2024, from https://repositori-dsf.diba.cat/public_resources/wiki_prod/manuals_basics/081UPXS/006.html
 - (s.d. - c). *Imatge corporativa - Diba.cat*. Imatge Corporativa. Retrieved June 9, 2024, from <https://imatgecorporativa.diba.cat/>

- **Flores Torres, J. L.** (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. *Sintaxis*, 1(5), 85–102.
<https://doi.org/10.36105/stx.2020n5.05>
- **Generalitat de Catalunya.**
 - (n.d.). Cercador d'estadístiques de Biblioteques Públiques de Catalunya. Retrieved June 6, 2024, from <https://estadistiquesbiblioteques.gencat.cat/Cercastat/>
 - (1993, March 29). *LLEI 4/1993, de 18 de març, del sistema bibliotecari de Catalunya*. Diari Oficial de La Generalitat de Catalunya.
<https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=86277>
 - (2014). *Mapa de la Lectura Pública de Catalunya*. Biblioteques Públiques de Catalunya.
<https://biblioteques.gencat.cat/ca/el-servei-de-biblioteques/linies-dactivitat/planificacio-bibliotecaria/mapa-de-la-lectura-publica-de-catalunya/index.html>
 - (2023). *Sistema de Lectura Pública de Catalunya. Balanç 2022*.
https://biblioteques.gencat.cat/web/.content/tematic/biblioteques/dades-al-dia/estadistiques/balancos/documents/Balanc_2022.pdf
- **Generalitat de Catalunya. Direcció General d'Atenció Ciutadana.** (2019). *Guia de xarxes socials de la Generalitat de Catalunya*. Generalitat de Catalunya.
https://atenciociutadana.gencat.cat/web/.content/manuals/xarxes/guia_usos_xarxa_cat.pdf
- **Gerència de Serveis de Biblioteques.**
 - (n.d.). *Qui som? Organigrama*. Diputació de Barcelona. Retrieved June 3, 2024, from <https://www.diba.cat/web/biblioteques/organigrama>
 - (2017). *Informe projecte RUTLLA*. Diputació de Barcelona. Àrea de Cultura.
<https://www.diba.cat/documents/16060163/185513509/InformeRutlla2017/cd9ed40c-a381-4e79-adf7-1898c975d117>
 - (2021, May). *Model de Biblioteca XBM*. Diputació de Barcelona. Àrea de Cultura.
<https://www.diba.cat/documents/16060163/303284652/Model+Biblioteca+XBM.pdf/04550ba5-72f6-bc5e-4ebf-9abb737e9e87?t=1620994711038>
- **GESOP.** (2023). Ús i valoració de les biblioteques públiques. Informe de resultats. In *Biblioteques Públiques de Catalunya*.
https://biblioteques.gencat.cat/web/.content/tematic/biblioteques/dades-al-dia/estadistiques/Informes_economicos_anuals/documents/OMNGESOP_Estiu_2023.pdf
- **Gohel, N. B.** (2021, June). Marketing of library in the age of social media and the digital world. *Towards Excellence*, 13(2), 664–674.
<https://hrdc.gujaratuniversity.ac.in/Uploads/EJournalDetail/30/1046/52.pdf>

- **González Fernández-Villavicencio, N.** (2009, December). Bibliotecas y marketing en red. *BiD Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 23. <https://bid.ub.edu/23/gonzalez2.htm>
- **Han, B.C** (2014) *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder
- **IAB Spain, Elogia, Acebes, B., & Montanera, R.** (2023). *Estudio Anual de Redes Sociales 2023*.
- **Ibañez, Z.** (1995). El autogobierno local. In A. Alaminos (Ed.), *Gestión de la vida local* (pp. 107–127). Diputación Provincial de Alicante.
- **IFLA& UNESCO.** (2022). *Manifest de la Biblioteca Pública de l'IFLA-UNESCO 2022*.
- **Jain, P.** (2013). Application of social media in marketing library&information services: a global perspective. *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, 1(1), 1–13.
- **Jenkins, H.** (2008): *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- **Joo, S., Choi, N., & Baek, T. H.** (2018). Library marketing via social media. *Online Information Review*, 42(6), 940–955. <https://doi.org/10.1108/oir-10-2017-0288>
- **Lardin, X., & Serrano, X.** (s.d.). *Les possibilitats publicitàries i creatives dels social media*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- **Llorca Abad, G.** (2005). “Comunicación interpersonal y comunicación de masas en internet. Emisor y receptor en el entorno virtual.” In G. López García (Ed.), *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 21–29).
- **Mabillard, V., Zumofen, R., & Pasquier, M.** (2022). Local governments' communication on social media platforms: Refining and assessing patterns of adoption in Belgium. *International Review of Administrative Sciences*, 90(1), 65–81. <https://doi.org/10.1177/00208523221133229>
- **Malik, A., & Bashir, F.** (2023). Using of Social Media for Marketing Public Libraries' Collection and Services in Pakistan: Current Practices, Challenges and Future Prospects. *JIMP*, 3(1), 28–38.
- **Marcos, E** (s-d). Equip Social Media: perfils professionals. Dins *Social Media Strategy: execució i gestió* (UOC)
- **Marquina, J.** (2022, November 8). *La comunicación digital en las bibliotecas: Principales objetivos y beneficios*. Julián Marquina | Bibliotecas, Libros y Tecnología.

<https://www.julianmarquina.es/la-comunicacion-digital-en-las-bibliotecas-principales-objetivos-y-beneficios/>

- **Martínez, P.** (2022). La formació a la xarxa de biblioteques municipals de Barcelona. *Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació*, 72, 38–54.
- **Mayol, C.** (2005, June). Les biblioteques per a pacients poden existir al marge de la biblioteca pública? : Una panoràmica internacional. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, Núm. 14 (Juny). <https://bid.ub.edu/14mayol.htm>
- **Membiela-Pollán, M., & Pedreira-Fernández, N.** (2019). Herramientas de marketing digital y competencia: Una aproximación al estado de la cuestión. [Digital Marketing tools and competition: an approach to the state of the art]. *Atlantic Review of Economics - AROEC*, 3(3), 1–22.
- **Owyang, J.** (2010, April 15). Framework and matrix: The five ways companies organize for social business. *Web-Strategist*. <https://web-strategist.com/blog/2010/04/15/framework-and-matrix-the-five-ways-companies-organize-for-social-business/>
- **Rodríguez García, A.** (n.d.). *Comunicación en las redes sociales*. Recuperado de <http://ceur-ws.org/Vol-562/paper4.pdf>
- **Roig, H. I.** (2016). La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales (Ressenya). *Virtualidad, Educación y Ciencia*, Año 7 (13), 200–202. <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/vesc>
- **Rojas, P; Redondo, M** (2013). Como preparar un Plan Social Media Marketing. *Gestión 2000*.
- **Riyanto, S., Handiman, U. T., Gultom, M., & Budiyanto, H.** (2023). Increasing Job Satisfaction, Organizational Commitment and the Requirement for... *Emerging Science Journal*, 7(2).
- **UNESCO.** (s.d.). *Guidelines for the Governance of Digital Platforms*. UNESCO. Retrieved April 6, 2024, from <https://www.unesco.org/en/internet-trust/guidelines>
- **Van Dijck, J.** (2019). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores.

Annex 1. Enquesta als Gestors/es de les XSD de les BibliotequesVO

Enquesta Personal Gestor de les Xarxes Socials a les BibliotequesVO (XBM)

Benvolgut/da,

Com a gestoria de les xarxes socials a la vostra biblioteca, et demano la teua participació en l' "Enquesta personal BibliotequesVO gestors/es de Xarxes Socials".

Aquesta enquesta forma part del Treball Final del Màster "Social Media: Gestió i Estratègia" (Universitat Oberta de Catalunya) de Silvia Vilarrasa Andreu, tècnica auxiliar de la Biblioteca Núria Abó de la Garriga (Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona - XBM).

El projecte té per objectiu realitzar una diagnosi del perfil professional del personal gestor de les xarxes socials a les BibliotequesVO, i és per aquest motiu que l'enquesta té en compte els següents blocs temàtics:

- Biblioteca
- Informació personal
- Definició del lloc de treball
- Gestió de les xarxes socials. General
- Gestió de les xarxes socials a la biblioteca
- Formació del personal

Moltes gràcies pel vostre temps i per les vostres aportacions. Trobareu en l'enquesta un apartat final on podeu portar a terme qualsevol comentari al respecte, que serà molt benvingut.

Silvia Vilarrasa Andreu (silvilarasa@uoc.edu), la Garriga abril de 2024

* Indicates required question

1. Email *

BIBLIOTECA

2. - A quin municipi/ens pertany la vostra biblioteca? *

Mark only one oval.

- Aiguafreda
- L'Ametlla del Vallès
- Bigues i Riells
- Caldes de Montbui
- Canovelles
- Cardedeu
- Les Franqueses del Vallès
- La Garriga
- Granollers
- La Llagosta
- Lliçà d'Amunt
- Llinars del Vallès
- Martorelles
- Mollet del Vallès
- Montmeló
- Montornès del Vallès
- Parets del Vallès
- La Roca del Vallès
- Sant Antoni de Vilamajor
- Sant Celoni
- Sant Feliu de Codines
- Sant Fost de Campaenelles
- Santa Eulàlia de Ronçana
- Santa Maria de Palautordera
- Vianova del Vallès
- Bibliobús Montnegre
- BibliotequesVO

3. - En quina biblioteca porteu a terme la gestió de les xarxes socials? *

Mark only one oval.

- Aiguafreda - Ecoles Valls
- L'Ametlla del Vallès Josep Badia i Moret
- Bigues i Riells
- Caldes de Montbui
- Canovelles - Frederica Montseny
- Cardedeu - Marc de Vilalba
- Les Franqueses del Vallès - Bellavista
- Les Franqueses del Vallès - Corró d'Avall
- La Garriga - Núria Abó
- Granollers - Can Pedralà
- Granollers - Roca Umbert
- La Llagosta
- Lliçà d'Amunt - Ca l'Olivares
- Llinars del Vallès - Can Casas
- Martorelles - Lolita Milà
- Mollet del Vallès - Can Mula Jordi Solà Tura
- Montmeló - La Gua
- Montornès del Vallès
- Parets del Vallès - Can Rajoler
- La Roca del Vallès
- Sant Antoni de Vilamajor - Joana Raspall i Juanola
- Sant Celoni - L'Escorçador
- Sant Feliu de Codines Joan Petit i Aguilà
- Sant Fost de Campaenelles - Jordi Ribas
- Santa Eulàlia de Ronçana - Casa de Cultura Joan Ruiz i Calorja
- Santa Maria de Palautordera - Ferran Soldevila
- Vianova del Vallès - Contravent

4. - Quantes biblioteques té el vostre municipi? *

Mark only one oval.

- 1
- 2

PERSONAL

5. - Com definiu el vostre gènere? *

6. - En quina franja temporal se situa la vostra data de naixement? *

Mark only one oval.

- 1949-1968
- 1969-1980
- 1981-1993
- 1994-2010

7. - Quina és la vostra categoria laboral? *

Mark only one oval.

Funcionari/a de carrera

Funcionari/a interí

Personal laboral indefinit

Personal laboral indefinit no fix

Personal eventual

Altres

8. - Quina és la tipologia del vostre lloc de treball? *

Mark only one oval.

Bibliotecari/a director/a

Bibliotecari/a

Tècnica auxiliar de biblioteca

9. - Quina és la dependència del vostre lloc de treball? *

Mark only one oval.

Ajuntament

Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona

Pla d'Ocupació

Altres

10. - Com definiríeu el vostre lloc de treball? *

Mark only one oval:

Multitasca

Centrat en una àrea específica

Ambdues opcions anteriors

11. - Quines són les tasques diàries que defineixen la vostra feina a la biblioteca? *

Check all that apply:

Atenció general a les persones usuàries

Atenció i gestió de l'àrea infantil

Atenció i gestió de l'àrea d'adults

Atenció i gestió de l'espai jove

Informació general a les persones usuàries

Préstec general

Préstec interbibliotecari

Gestió d'activitats

Gestió de les xarxes socials

Disseny materials de difusió de les activitats de la biblioteca

Gestió dels continguts de la Biblioteca Virtual

Gestió programes específics de la biblioteca (ex: Parcs i Biblioteques)

Tasques de suport la direcció del centre

Tasques de suport en el manteniment de l'equipament (ex: seguretat reparacions)

Altres

DEFINICIÓ DEL LLOC DE TREBALL

12. - En la vostra jornada laboral, ¿quina és la dedicació a l'atenció de les persones usuàries? *

Mark only one oval.

Dedicació total

Dedicació parcial, amb part de la jornada amb treball intern al despatx

13. - En la vostra jornada laboral, ¿disposeu de dies/temps de treball a porta tancada? *

Mark only one oval.

Sí

No

14. - En la vostra jornada laboral, ¿disposeu de temps per a portar a terme tasques internes tècniques que no s'encavaliqui amb l'atenció directa a les persones usuàries? *

Mark only one oval.

Sí

No

15. - En cas de disposar de temps, ¿creieu que és suficient? *

Mark only one oval.

Sí

No

16. - Com definiríeu el temps que dediqueu a la gestió de les xarxes socials de la biblioteca? *

Mark only one oval.

Planificat

Segons disponibilitat de temps amb relació a la resta de tasques diàries

17. - Quins punts de dolor observeu en la vostra tasca diària? *

Check all that apply:

Multitasca

Temps

Manca de personal

Planificació

Pressió de l'atenció a les persones usuàries sobre la resta de tasques pròpies del lloc de treball

18. En el cas de municipi amb més d'una biblioteca ¿quin tipus de gestió es porta a terme de les xarxes socials? *

Mark only one oval.

Unificada

Independent

19. - La gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca la porta a terme: *

Mark only one oval.

El personal de l'equipament

De forma externalitzada

20. - La gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca es basa en: *

Check all that apply:

Indicacions o recomanacions de l'administració local

Indicacions o recomanacions de la XBM

Indicacions o recomanacions de la direcció de la biblioteca

Indicacions o recomanacions de l'administració de l'administració local, la XBM i la direcció de la biblioteca

Indicacions o recomanacions del personal responsable de la gestió de les xarxes socials de la vostra biblioteca

Indicacions o recomanacions de l'administració local, la XBM, la direcció de la biblioteca i el personal responsable de les xarxes socials

21. - La biblioteca compta amb documents de referència per a la gestió de les xarxes socials? *

Mark only one oval.

Sí

No

22. - De quina administració són els documents de referència utilitzats? *

Check all that apply:

Administració local

Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona

Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya

23. - La vostra biblioteca compta amb un Pla Social Media? *

Mark only one oval.

Sí

No

24. La vostra biblioteca disposa d'eines de monitoratge per avaluar el rendiment dels perfils a les xarxes socials? *

Mark only one oval.

Sí

No

25. - Quins són els principals formats utilitzats en les publicacions? *

Check all that apply:

Text

So

Imatge

Vídeo

26. - Pel que fa a la publicació de continguts, ¿es porta a terme de forma planificada o segons disponibilitat de temps en relació a la resta de tasques diàries? *

Check all that apply:

Planificada

Segons disponibilitat

GESTIÓ DE XARXES SOCIALS A LA BIBLIOTECA

27. - En quines plataformes la vostra biblioteca hi té perfils actius? *

Check all that apply.

Facebook
 Instagram
 X (Twitter)
 TikTok
 YouTube
 Twitch
 Issuu
 Blog

28. - La biblioteca té perfils inactius? *

Mark only one oval.

Sí
 No

29. - En cas d'haver respost afirmativament en la pregunta anterior, ¿per què estan inactius?

Check all that apply.

Manca de temps per gestionar-los
 Poca rendibilitat del perfil

30. - La biblioteca té previst ampliar la seva presència en noves plataformes?

Mark only one oval.

Sí
 No

31. - En cas d'haver respost afirmativament en l'anterior pregunta, en quines plataformes?

32. - En el cas que no hi hagi previst d'ampliar aquesta presència, quin seria el motiu?

33. La gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca la porta a terme:

Mark only one oval.

Una sola persona
 Un equip

34. - En la gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca, ¿hi ha divisió de tasques o col·laboració (disseny, elaboració de peces, escolta activa, etc) o és unipersonal?

Mark only one oval.

Divisió de tasques/col·laboració
 Unipersonal

FORMACIÓ DEL PERSONAL GESTOR DE LES XARXES SOCIALS

35. - El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials? *

Mark only one oval.

Sí
 No

36. - La persona/es gestores de les xarxes socials a la vostra biblioteca té formació específica en la matèria? *

Mark only one oval.

Sí
 No

37. - En cas de resposta afirmativa en l'anterior pregunta, ¿quin tipus de formació s'ha portat a terme?

Check all that apply.

Cursos
 Grau
 Màster

38. - La formació rebuda ha estat facilitada per: *

Check all that apply.

Administració local
 Xarxa de Biblioteques de la Diputació de Barcelona
 Servei de Biblioteques Generalitat de Catalunya
 Per iniciativa personal
 La suma de les anteriors opcions

39. - Com a personal gestor de les xarxes socials, ¿trobeu a faltar formació en la matèria? *

Mark only one oval.

Sí
 No

40. - En cas afirmatiu en la resposta a l'anterior pregunta, ¿quina o en quins camps

41. - Valorariu com a positiva per a la vostra tasca en xarxes socials l'existència d'una plataforma o grup similar, dins la XBM, de trobada del personal gestor de xarxes socials, per a compartir experiències i bones pràctiques? *

Mark only one oval.

Sí
 No

42. - En cas afirmatiu en la resposta a la darrera pregunta, ¿com creieu que podria beneficiar la vostra feina?

43. - Comentaris addicionals a l'enquesta

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Annex 2. Enquesta Unitat de Continguts a la Xarxa de la GSB

Enquesta al Personal Gestor de les Xarxes Socials del Servei de Biblioteques XBM

Benvolgut/da,

Com a gestor/a de les xarxes socials del Servei de Biblioteques XBM, et demano la seva participació en l'.

Enquesta al Personal Gestor de les Xarxes Socials del Servei de Biblioteques XBM:

Aquesta enquesta forma part del Treball Final del Màster "Social Media: Gestió i Estratègia" (Universitat Oberta de Catalunya) de Silvia Villarrasa Andreu, tècnica auxiliar de la Biblioteca Núria Albió de la Garriga (Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona - XBM).

El projecte té per objectiu realitzar una diagnosi del perfil professional del personal gestor de les xarxes socials a les Biblioteques i C, connectades amb la gestió del vostre departament. La vostra aportació, per tant, és indispensable per embolcallar la investigació i posicionar la gestió de les xarxes socials a les Biblioteques XBM.

L'enquesta té en compte els següents blocs temàtics:

- Organigrama
- Informació personal
- Definició del lloc de treball
- Gestió de les xarxes socials
- Formació del personal

Moltes gràcies pel vostre temps i per les vostres aportacions. Trobareu en l'enquesta un apartat final on podreu portar a terme qualssevol comentari al respecte, que serà molt benvingut.

Silvia Villarrasa Andreu (svillarrasa@uoc.edu), la Garriga abril de 2024

* Indicates required question

1. Email *

ORGANIGRAMA

2. - Com s'anomena el vostre departament? *

3. - Quina vinculació té el vostre departament en l'organigrama general de la Diputació de Barcelona?

4. - Quina vinculació té el vostre departament en l'organigrama específic del Servei de Biblioteques de la XBM? *

PERSONAL

5. - Com definiu el vostre gènere? *

6. - En quina franja temporal se situa la vostra data de naixement? *

Check all that apply.

1949-1968

1969-1980

1981-1993

1994-2010

7. - Quina és la vostra categoria laboral? *

Check all that apply.

Funcionari/a de carrera

Funcionari/a interí

Personal laboral indefinit

Personal laboral indefinit no fix

Personal eventual

Altres

8. - Quina és la tipologia del vostre lloc de treball? *

Check all that apply.

Periodista

Bibliotecari/a

Tècnica auxiliar

Altres

DEFINICIÓ DEL LLOC DE TREBALL

9. - Com definiu el vostre lloc de treball? *

Check all that apply.

Multitasca

Centrat en una àrea específica

Ambdues opcions anteriors

10. - Les tasques pròpies del vostre lloc de treball inclouen (pel que fa a les xarxes socials): *

Check all that apply:

- Assessorament al conjunt de les biblioteques que formen part de la XBM
- Escollir activar publicacions dels perfils del conjunt de les Biblioteques XBM
- Repubicació continguts d'interès dels perfils del conjunt de les biblioteques de la XBM
- Selecció de temàtiques per al calendari editorial dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques de la XBM
- Recomanació de temàtiques per al calendari editorial al conjunt de les biblioteques de la XBM
- Disseny de continguts dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques de la XBM
- Monitoratge dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques de la XBM
- Monitoratge dels perfils del conjunt de biblioteques integrants de la XBM
- Elaboració d'informes de rendiment dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques de la XBM
- Elaboració d'informes de rendiment dels perfils del conjunt de biblioteques de la XBM
- Seguiment i detecció de tendències
- Implementació de continguts o formats innovadors
- Detecció de bones pràctiques
- Curació de continguts
- Difusió serveis de la XBM
- Difusió activitats o programes de la XBM
- Difusió activitats del conjunt de biblioteques de la XBM
- Copywriting
- Storytelling
- Màrqueting digital
- Comunicació
- Community Management

11. - El vostre lloc de treball també porta a terme altres gestions, tals com:

12. - Quins dels següents punts de dolor observeu en la vostra tasca diària?

Check all that apply:

- Multitaska
- Temps
- Manca de personal
- Planificació
- Cap dels descrits

GESTIÓ DE XARXES SOCIALS

13. Quin tipus de gestió es porta a terme dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques de la XBM a les xarxes socials?

Mark only one oval:

- Unificada respecte al conjunt de perfils de la Diputació de Barcelona
- Independent
- Model mixt, amb indicacions genèriques però marge d'actuació del vostre departament

14. - La vostra feina segueix indicacions/recomanacions: *

Check all that apply:

- Del Departament de Comunicació de la Diputació de Barcelona
- Del Servei de Biblioteques de la XBM
- Del vostre Cap de Departament
- Del total de membres de l'equip
- Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya
- La suma del conjunt d'opcions anteriors

15. - El vostre departament elabora documents de referència en matèria de xarxes socials per al conjunt de biblioteques de la XBM?

Mark only one oval:

- Sí
- No

16. - En cas de resposta afirmativa a l'anterior pregunta, quin tipus de documents?

17. - Disposeu de documents de referència per a la gestió dels perfils genèrics de les xarxes socials del Servei de Biblioteques de la XBM?

Mark only one oval:

- Sí
- No

18. - De quina administració són els documents de referència utilitzats?

Check all that apply:

- Diputació de Barcelona (genèrics per al conjunt d'àrees)
- Específics de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona
- Altres

19. - La gestió de les xarxes socials del Servei de Biblioteques compta amb un Pla Social Media?

Mark only one oval:

- Sí
- No

20. El vostre departament disposa d'eines de monitoratge per avaluar el rendiment dels perfils a les xarxes socials, tant del Servei com de les biblioteques?

Mark only one oval:

- Sí
- No

21. - Quins són els principals formats utilitzats en les publicacions dels perfils genèrics del Servei?

Check all that apply:

- Text
- So
- Imatge
- Vídeo

22. - Pel que fa a la publicació de continguts, ¿es porta a terme de forma planificada o segons disponibilitat de temps en relació a la resta de tasques diàries?

Check all that apply:

- Planificada
- Segons disponibilitat

23. - En quines plataformes hi té perfils actius el Servei de Biblioteques de la XBM?

24. - Hi ha perfils inactius? *

Mark only one oval:

- Sí
- No

25. - En cas d'haver respost afirmativament en la pregunta anterior, ¿per què estan inactius?

Check all that apply:

- Manca de temps per gestionar-los
- Poca rendibilitat del perfil

26. - El Servei té previst ampliar la seva presència en noves plataformes?

Mark only one oval:

- Sí
- No

27. - En cas d'haver respost afirmativament en l'anterior pregunta, en quines plataformes?

28. - En el cas que no hi hagi previsió d'ampliar aquesta presència, quin seria el motiu?

29. La gestió dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques XBM a les xarxes socials la porta a terme:

Mark only one oval:

- Una sola persona
- Un equip

30. - En el cas de gestió a càrrec d'un equip, quantes persones el formen? *

Check all that apply:

2
 3
 4
 5
 6
 Altres

31. - En la gestió de les xarxes socials que depenen directament del vostre departament, ¿hi ha divisió de tasques o col·laboració (disseny, elaboració de peces, escolta activa, etc) o es unipersonal? *

Mark only one oval:

Divisió de tasques/col·laboració
 Unipersonal

FORMACIÓ DEL PERSONAL GESTOR DE LES XARXES SOCIALS

32. - El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials? *

Mark only one oval:

Sí
 No

33. - La persona/es gestores de les xarxes socials, té formació específica en la matèria? *

Mark only one oval:

Sí
 No

34. - En cas de resposta afirmativa en l'anterior pregunta, ¿quins tipus de formació s'ha portat a terme? *

Check all that apply:

Cursos
 Grau
 Màster

35. - La formació rebuda ha estat facilitada per: *

Check all that apply:

Xarxa de Biblioteques de la Diputació de Barcelona
 Servei de Biblioteques Generalitat de Catalunya
 Per iniciativa personal
 La suma de les anteriors opcions

36. - Com a personal gestor de les xarxes socials, ¿trobeu a faltar formació en la matèria? *

Mark only one oval:

Sí
 No

37. - En cas afirmatiu en la resposta a l'anterior pregunta, ¿quina o en quins camps

38. - Valorariem com a positiva per a la vostra tasca en xarxes socials l'existència d'una plataforma o grup similar, dins la XBM, de trobada del personal gestor de xarxes socials, per a compartir experiències i bones pràctiques? *

Mark only one oval:

Sí
 No

39. - En cas afirmatiu en la resposta a la darrera pregunta, ¿com creieu que podria beneficiar la vostra feina?

40. - Comentaris addicionals a l'enquesta

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Annex 3. Entrevista Responsables Institucionals

<p>Entrevista als/les responsables institucionals de les Biblioteques del Vallès Oriental (XBM)</p> <p>Benvolguts/des,</p> <p>Com a responsables institucionals dels ens locals de les Biblioteques del Vallès Oriental (XBM), us demano la vostra participació en l'Entrevista als/les responsables institucionals de les Biblioteques del Vallès Oriental (XBM)*</p> <p>Aquesta entrevista forma part del Treball Final del Màster "Social Media: Gestió i Estratègia" (Universitat Oberta de Catalunya) de Sílvia Vilarrasa Andreu, Mònica auxiliar de la Biblioteca Ninus Abbó de la Garriga (Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona - XBM).</p> <p>El projecte té per objectiu realitzar una diagnosi del perfil professional del personal gestor de les xarxes socials a les Biblioteques VO, de les que forma part la biblioteca del vostre municipi. La vostra aportació, per tant, és indispensable per embolcallar la investigació i posicionar la gestió de les xarxes socials d'aquests equipaments.</p> <p>Conscient de la multitud de tasques que implica el vostre càrrec, i la disponibilitat de temps associada al mateix, he cregut oportú i pràctic fer-vos arribar l'entrevista en aquest format, perquè, si ho considereu oportú, la pogueu respondre.</p> <p>Trobeu un apartat final on podreu portar a terme qualsevol comentari al respecte, que serà molt benvingut.</p> <p>Moltes gràcies pel vostre temps i per les vostres aportacions.</p> <p>Sílvia Vilarrasa Andreu (svilarrasa@uoc.edu), la Garriga abril de 2024</p> <p>* Indicates required question</p>	<p>2. - A quina àrea pertany el vostre departament? *</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>3. - Quina vinculació té la vostra àrea en l'organigrama específic * de l'ens?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>4. - Quin càrrec ocupa en l'organigrama? *</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>5. - Com definiu el vostre gènere ?</p> <p>_____</p>
<p>1. Email *</p> <p>_____</p>	

6. - En quina franja temporal se situa la vostra data de naixement? *

Check all that apply:

1949-1968

1969-1980

1981-1993

1994-2010

7. - Quina importància té, per a l'administració pública, la comunicació amb la ciutadania en l'entorn digital?

8. - Quina importància té en les TIC i l'alfabetització Digital en la tasca del personal gestor de l'activitat digital dels ajuntaments?

9. - Quina oferta formativa desplega l'administració que representeu en relació a les competències digitals del personal, inclosa la gestió de les xarxes socials?

10. - Com gestiona l'administració que representeu els seus perfils digitals genèrics?

11. - Com gestiona l'administració que representeu, en el cas de tenir-los, els perfils digitals d'àrees o equipaments específics (ex: biblioteques, serveis socials, comerç, etc)?

12. - L'administració que representeu, compta amb un llibre d'estil de creació i gestió de perfils a les xarxes socials? En cas afirmatiu, quines línies defineix?

13. - L'administració que representeu, compta amb un Pla Social Media? En cas afirmatiu, quines línies defineix?

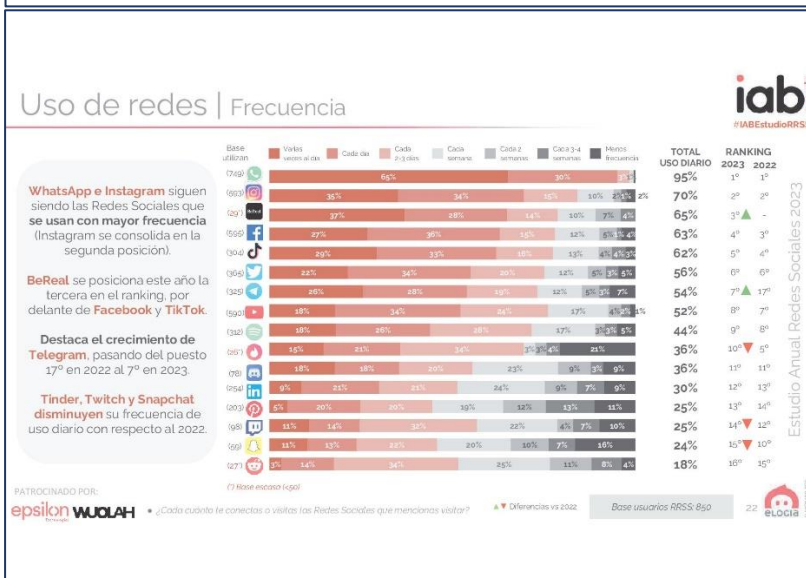
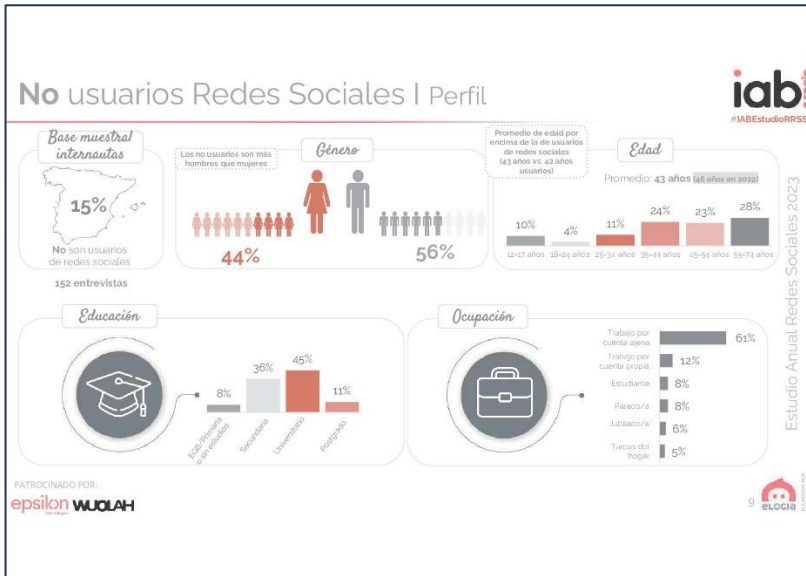
14. - Quina formació creieu que és recomanable per al personal gestor de les xarxes socials a les biblioteques públiques?

15. - Comentaris addicionals a l'enquesta

This content is neither created nor endorsed by Google

Google Forms

Annex 4. IAB Estudio Redes sociales 2023 (mostra)



Uso de redes | Variación frecuencia (incremento-reducción)

BeReal, TikTok, Reddit y WhatsApp destacan por ser las redes que más han aumentado su frecuencia de visita. Snapchat, Facebook, Pinterest, LinkedIn, Twitter y Tinder son las redes que disminuyen su frecuencia de visita.



PATROCINADO POR:
epsilon WUOLAH

• En comparación al año pasado y para cada una de las Redes que actualmente utilizas dirías que...

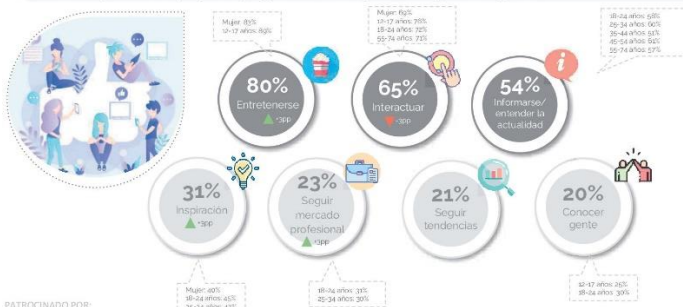
Base usuarios RRSS: 850
Base pequeña

Uso de redes | Actividades realizadas (I)

Entretenerse, interactuar e informarse son los tres motivos principales para usar las redes sociales.

Las mujeres usan más las redes para entretenerse, interactuar e inspirarse.

Por tramos de edad, los usuarios de 18 a 24 años destacan en la mayoría de usos, especialmente por el uso de redes para interactuar, informarse, inspirarse, seguir el mercado profesional y conocer gente.



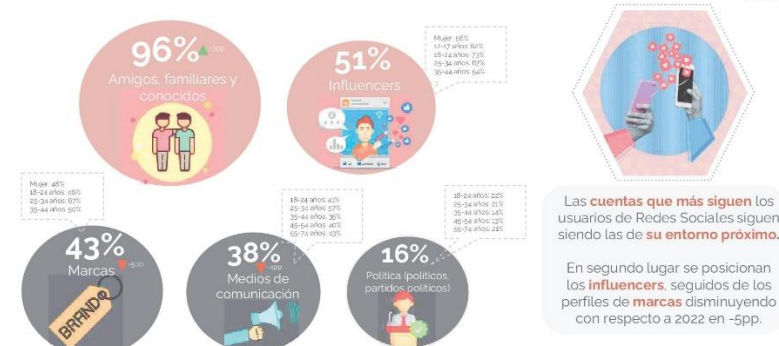
PATROCINADO POR:
epsilon WUOLAH

• Por cuáles de los siguientes motivos usas las redes sociales?

▲ ▼ Diferencias vs 2022

Base usuarios RRSS: 850

Contenido | Cuentas seguidas



Las cuentas que más siguen los usuarios de Redes Sociales siguen siendo las de su entorno próximo. En segundo lugar se posicionan los influencers, seguidos de los perfiles de marcas disminuyendo con respecto a 2022 en -5pp.

PATROCINADO POR:
epsilon WUOLAH

• Nos has comentado que sigues diferentes cuentas, ¿Qué tipo de perfiles sigues en las redes sociales?

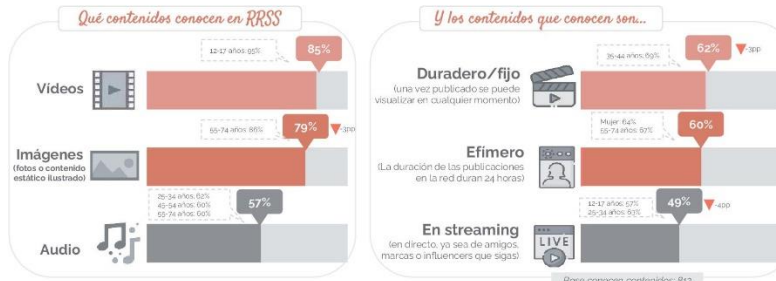
▲ ▼ Diferencias con 2022

Base siguen cuentas: 549

Contenido | Contenido conoce

iab es spania
#IABEstudioRRSS

Los contenidos más recordados por los usuarios son los **videos e imágenes**, tanto si son **duraderos** (fijos) como **efimeros**.



PATROCINADO POR:

epsilon WUOLAH

- ¿Cuál/es de las siguientes contenidos en redes sociales conoces?
- Y los contenidos que conoces son...

Diferencias con 2022 ▲▼

Base usuarios RRSS: 850

32

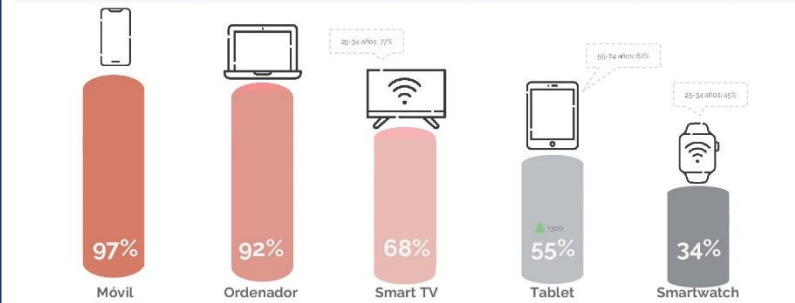


Estudio Anual Redes Sociales 2023

Dispositivos de conexión

iab es spania
#IABEstudioRRSS

El móvil sigue siendo el principal dispositivo para conectarse a Redes Sociales (97%), seguido del ordenador (92%) y la Smart TV (68%).



PATROCINADO POR:

epsilon WUOLAH

- ¿Accedes a Redes Sociales a través de...?

▲▼ Diferencias vs 2022

Base usuarios RRSS: 850

38



Estudio Anual Redes Sociales 2023

Publicidad en redes sociales | Personalización

iab es spania
#IABEstudioRRSS

Se reduce el número de usuarios a los que les gusta ver publicidad según sus intereses (-6pp vs 2022) y aumentan los detractores (+11pp vs 2022). El 40% afirma que la publicidad que ha visto en RRSS cumple sus expectativas.



PATROCINADO POR:

epsilon WUOLAH

- ¿Te gusta que salga publicidad según tus intereses?
- ¿Cumple tus expectativas información, características, usabilidad...? la publicidad que has visto?

▲▼ Diferencias vs 2022

Base usuarios RRSS: 850

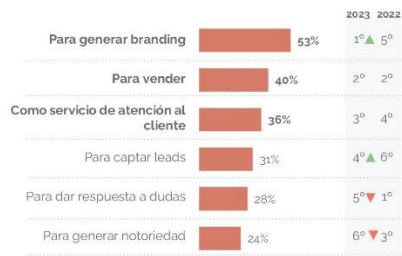
49



Estudio Anual Redes Sociales 2023

Objetivos de las redes sociales

iab
#IABEstudioRRSS



Los principales usos que hacen los profesionales con las Redes Sociales son **generar branding, vender y como servicio de atención al cliente**. Dar respuestas a dudas y generar notoriedad disminuyen considerablemente con respecto al año pasado.

Estudio Anual Redes Sociales 2023

PATROCINADO POR:
epsilon WUOLAH

• ¿Para que utiliza las Redes Sociales tu organización?

▲ ▼ Diferencias vs 2022

Base profesionales RRSS: 200

66
ELOGIA

iab
spain

Belén Acebes
Chief Operating Officer - IAB Spain
belen.acebes@iabspain.es



Ramon Montanera
Data Strategy Director - Elogia
ramon.montanera@elogia.net

PATROCINADO POR:
epsilon WUOLAH

iab
#IABEstudioRRSS

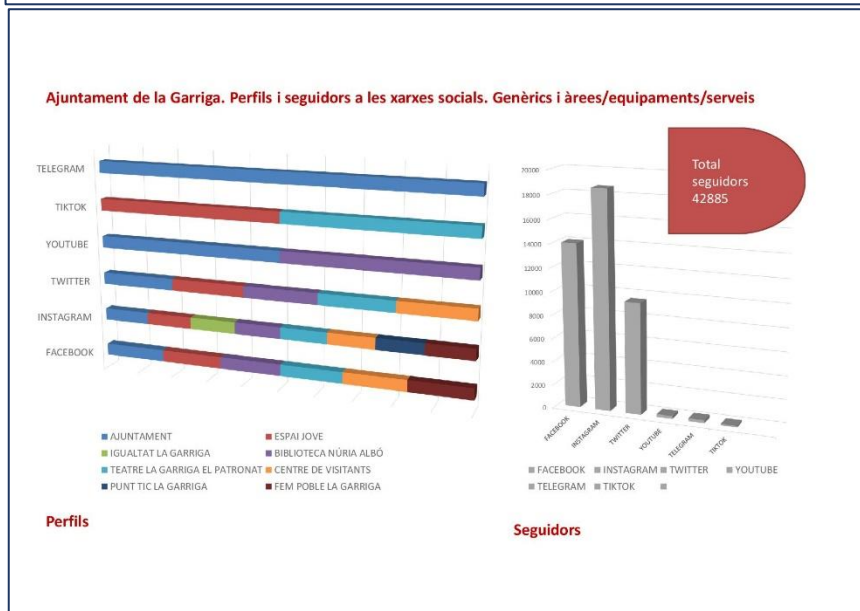
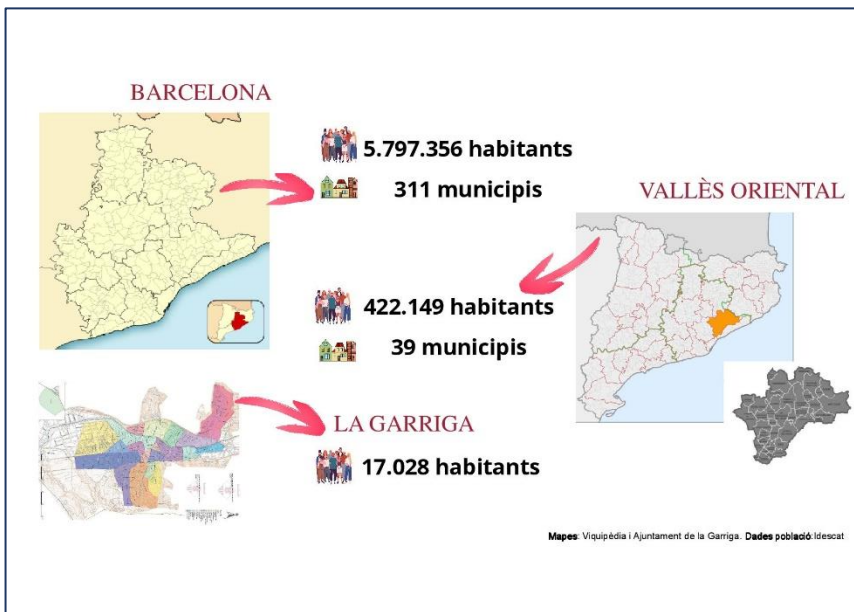
Estudio Anual Redes Sociales 2023

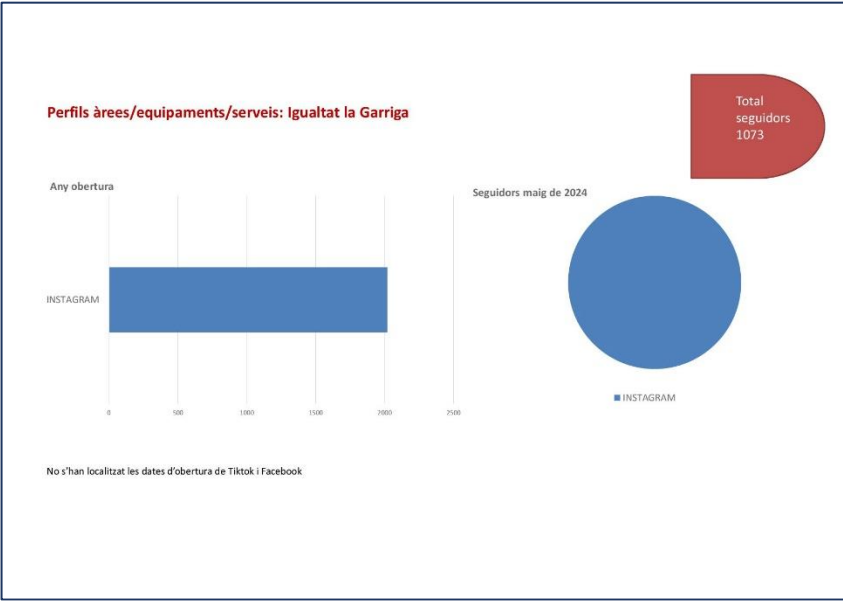
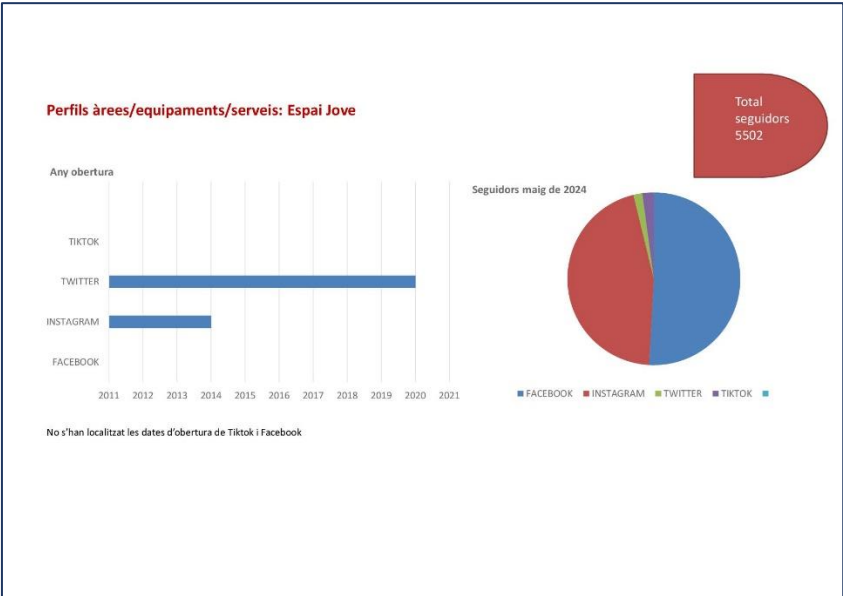
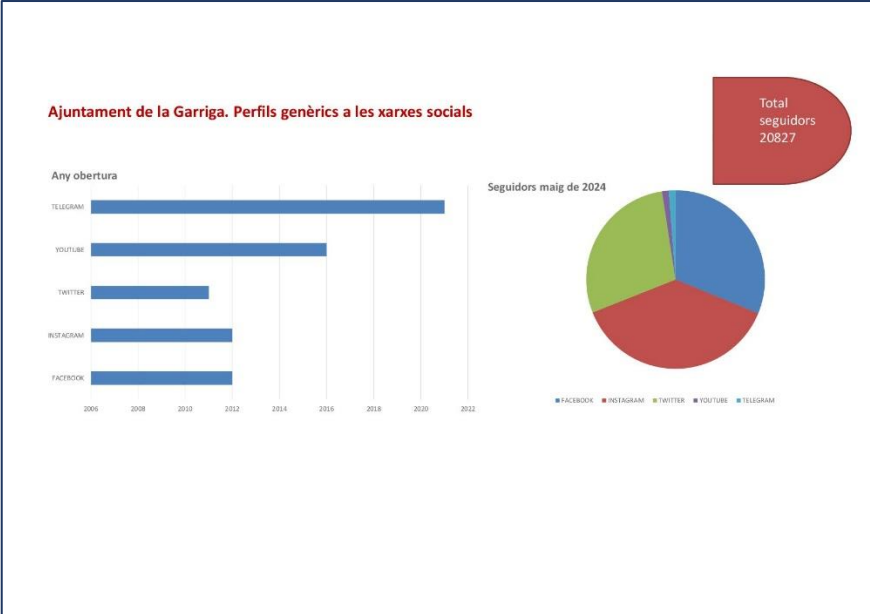
79
ELOGIA

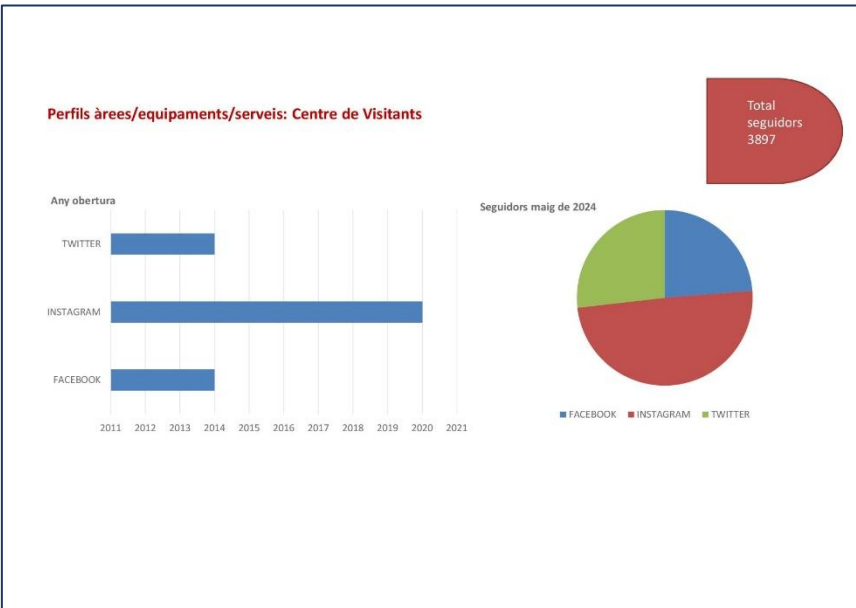
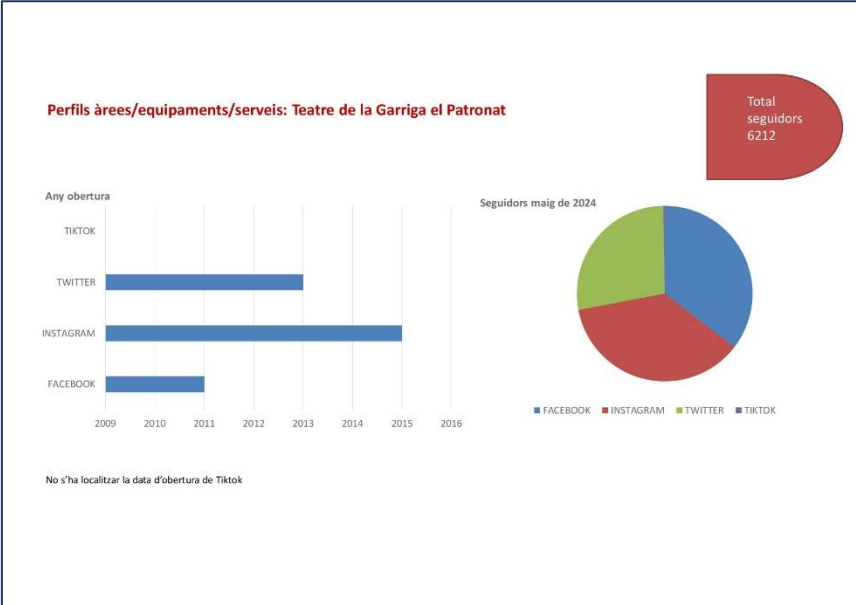
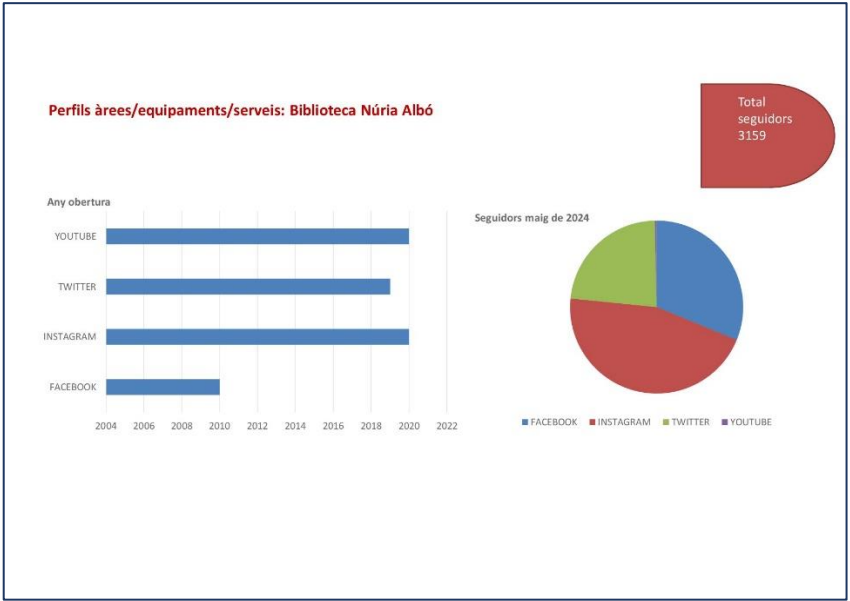
Annex 5. Ajuntament de la Garriga. Organigrama Municipal.

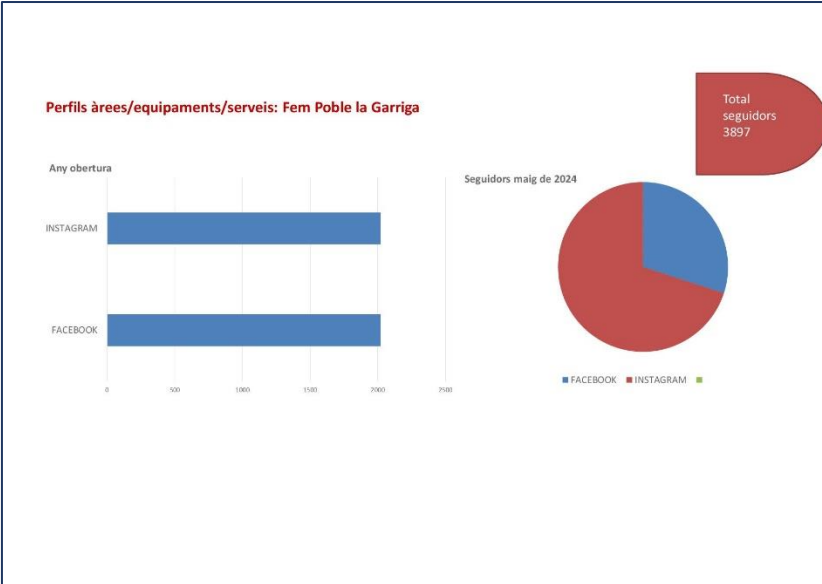
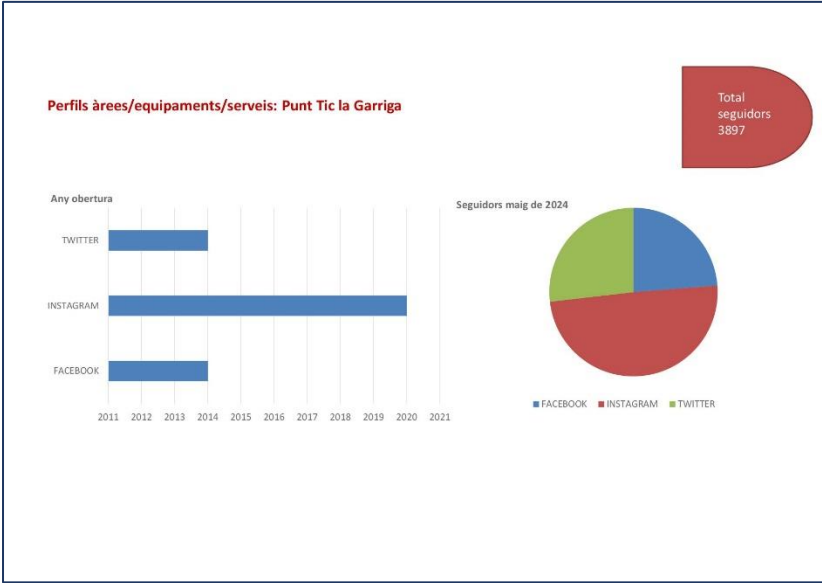


Annex 6. Ajuntament de la Garriga. Perfils digitals











Manifest de la Biblioteca Pública de l'IFLA-UNESCO 2022

La llibertat, la prosperitat i el desenvolupament de la societat i dels seus membres són valors humans fonamentals, que només s'assoliran mitjançant una ciutadania ben informada, capaç d'exercir els seus drets democràtics i de jugar un rol actiu en la societat. La participació constructiva i el desenvolupament de la democràcia depenen d'una educació satisfactòria, així com de l'accés lliure i sense restriccions al coneixement, el pensament, la cultura i la informació.

La biblioteca pública, porta local d'accés al coneixement, és un pilar bàsic per a la formació permanent, la presa de decisions autònoma i el desenvolupament cultural dels individus i dels grups socials. Reforça la salut de les societats del coneixement en facilitar l'accés, la creació i l'intercanvi de tota mena de coneixements, incloent-hi els científics i els locals, sense barreres comercials, tecnològiques o legals.

A totes les nacions, però sobretot a les que són en vies de desenvolupament, les biblioteques ajuden a garantir que els drets a l'educació i la participació en les societats del coneixement i en la vida cultural de la comunitat siguin accessibles per a la major quantitat de gent possible.

Amb aquest manifest, la UNESCO proclama la seva certesa que les biblioteques públiques són una força viva per a l'educació, la cultura, la inclusió i la informació, així com un agent essencial per al desenvolupament sostenible, i per a l'assoliment propi de la pau i el benestar espiritual dins de la comunitat.

Per tant, la UNESCO encoratja els governs nacionals i locals a donar suport a les biblioteques públiques i a comprometre's activament en el seu desenvolupament.

La biblioteca pública

La biblioteca pública és el centre local d'informació que posa a l'abast de les persones usuàries tota mena d'informació i coneixements. És un component essencial de les societats de coneixement, que contínuament s'adapta als nous mitjans de comunicació per a complir amb el seu mandat d'oferir accés universal a la informació a tothom i impulsar-ne un ús valuós. Proporciona un espai públic accessible per a produir coneixement, compartir i intercanviar informació i cultura, i promoure la participació cívica.

Les biblioteques creen comunitat, cerquen nous públics de manera proactiva i utilitzen l'escolta activa per a impulsar el disseny de serveis que satisfacin les necessitats locals i contribueixin a millorar la qualitat de vida. El públic confia en la seva biblioteca i, a canvi, la biblioteca pública té com a objectiu mantenir la comunitat informada i assabentada.

La biblioteca pública ofereix els seus serveis d'acord amb el principi d'igualtat d'accés per a tothom, sense tenir en compte l'edat, l'ètnia, el gènere, la religió, la nacionalitat, la llengua, l'estatus social, o qualsevol altra característica. Cal oferir serveis i materials especials a aquells usuaris que no puguin, per qualsevol motiu, fer-ne ús dels habituals; per exemple, minories lingüístiques, persones amb discapacitats, escasses competències digitals o informàtiques, o poca competència lectora, o bé persones a l'hospital o a la presó.

Tots els grups d'edat han de poder trobar-hi materials d'acord amb les seves necessitats. Els fons i els serveis han d'incloure tota mena de suports i mitjans moderns, així com materials en suports tradicionals. És fonamental que siguin d'alta qualitat, adequats a les necessitats i circumstàncies locals, i que reflecteixin la llengua i la diversitat cultural de la comunitat. Els materials han de recollir les tendències actuals i l'evolució de la societat, així com la memòria dels esforços i de la imaginació de la humanitat.

Els fons i els serveis no han d'estar subjectes a cap forma de censura ideològica, política o religiosa, ni a pressions comercials.

Missió de la biblioteca pública

Els serveis de la biblioteca pública han d'establir-se d'acord amb una sèrie d'objectius clau, que es detallen a continuació, relacionats amb la informació, l'alfabetització, l'educació, la inclusivitat i la participació cívica. Mitjançant el compliment d'aquestes funcions, les biblioteques públiques contribueixen a assolir els Objectius de Desenvolupament Sostenible i a la construcció de societats més equitatives, humanes i sostenibles.

- Donar accés a un ampli rang d'informació i idees lliures de censura, i reforçar així l'educació formal i informal en tots els nivells, així com la formació permanent, per tal de possibilitar la cerca contínua, voluntària i autodidacta de coneixement en totes les etapes de la vida;
- proveir d'oportunitats per al desenvolupament creatiu personal, i estimular la imaginació, la creativitat, la curiositat i l'empatia;
- crear i enfortir els hàbits lectors dels nens i nenes, des de la infància fins a l'adulthood;
- impulsar activitats d'alfabetització i programes per a desenvolupar habilitats de lectura i escriptura, així com competències mediàtiques, informacionals i digitals, per a persones de totes les edats, per tal de bastir una societat informada i democràtica;
- prestar serveis a les comunitats tant en persona com a distància mitjançant tecnologies digitals que permetin l'accés a la informació, els fons i els programes sempre que sigui possible;
- assegurar que tothom tingui accés a tota mena d'informació i d'oportunitats per a l'organització de la comunitat, d'acord amb el paper essencial de la biblioteca dins del teixit social;
- proporcionar a les comunitats l'accés al coneixement científic –com ara resultats de recerca o informació sobre salut– que pugui impactar en la vida dels usuaris, així com fer possible la participació d'aquests en el progrés científic;
- oferir serveis d'informació adequats a empreses locals, associacions i grups d'interès;
- conservar la informació, el coneixement i el patrimoni local i indígena (incloent-hi la tradició oral) i donar-hi accés, i proporcionar un entorn en què la comunitat local pugui prendre un rol actiu a l'hora d'identificar materials a recuperar, conservar i compartir, d'acord amb els seus desitjos;
- fomentar el diàleg intercultural i afavorir la diversitat cultural;
- promoure la conservació i l'accés fàcil al patrimoni i les expressions culturals, l'apreciació de les arts, i l'accés obert al coneixement científic, la recerca i les innovacions, tant mitjançant els materials tradicionals, com a través dels recursos digitalitzats o ja creats digitalment.

Finançament, legislació i xarxes

L'accés a l'edifici i als serveis de la biblioteca pública serà, en principi, gratuït. Les autoritats locals i nacionals en són les responsables. Ha de comptar amb una legislació específica i actualitzada, alineada amb els tractats i acords internacionals, i ha de ser finançada pels governs nacionals i locals. Ha de ser un component essencial de qualsevol estratègia a llarg termini per a promoure la cultura, la informació, l'alfabetització i l'educació.

En l'era digital, la legislació en matèria de drets d'autor i propietat intel·lectual ha de garantir a les biblioteques públiques la mateixa capacitat per a obtenir continguts digitals i donar-hi accés en condicions raonables que en el cas dels recursos físics.

Per a garantir la coordinació i cooperació nacional entre biblioteques, la legislació i els plans estratègics han de definir i promoure una xarxa nacional de biblioteques basada en uns estàndards de servei acordats.

La xarxa de biblioteques públiques ha de dissenyar-se tenint en compte les biblioteques nacionals, regionals, de recerca i especialitzades, així com les biblioteques d'escoles i universitats.

Funcionament i gestió

Cal que es formulï una política clara, que defineixi els objectius, les prioritats i els serveis de la biblioteca pública d'acord amb les necessitats de la comunitat local. En aquest procés són molt importants el coneixement local i la participació de la comunitat, i, per tant, els grups locals han de participar en la presa de decisions.

La biblioteca pública ha d'estar organitzada amb eficàcia i cal mantenir-hi uns estàndards professionals de funcionament.

Tots els membres de la comunitat han de poder accedir als serveis de forma física i digital. Es requereixen, doncs, edificis ben situats i equipats, bones instal·lacions per a la lectura i l'estudi, tecnologies adequades i uns horaris d'atenció al públic suficients i adients a aquest. També són necessaris els serveis d'extensió per aquelles persones que no poden acudir a la biblioteca.

Els serveis bibliotecaris han d'adaptar-se a les diferents necessitats de les comunitats en àrees rurals i urbanes, així com a les de grups marginalitzats, usuaris amb necessitats especials, multilingües, i persones indígenes que formen part de la comunitat.

El personal bibliotecari és un intermediari actiu entre les persones usuàries i els recursos, tant els digitals com els tradicionals. Per tal de garantir uns serveis adequats, resulten indispensables uns recursos humans i materials suficients, així com la formació professional permanent dels bibliotecaris, per tal de fer front als reptes presents i futurs. La direcció ha de consultar amb els professionals de les biblioteques com definir els recursos suficients en termes quantitius i qualitius.

Per tal d'ajudar als usuaris a beneficiar-se de tots els recursos, les biblioteques han de proveir serveis d'extensió i programes de formació.

La recerca en curs hauria de centrar-se a avaluar l'impacte de la biblioteca i recollir dades que demostrin els beneficis socials de les biblioteques als legisladors. Aquestes dades estadístiques haurien de recollir-se a llarg termini, ja que els beneficis de les biblioteques per a la societat solen aflorar en les generacions subsegüents.

Col·laboracions

Establir col·laboracions és essencial perquè les biblioteques puguin arribar a un públic més ampli i divers. Cal, per tant, garantir la cooperació amb grups afins rellevants –per exemple, grups de persones usuàries, escoles, organitzacions no governamentals, associacions de biblioteques, empreses i altres professionals dels àmbits local, regional, nacional i internacional.

Aplicació del manifest

S'insta als responsables polítics de l'àmbit local i nacional, i a la comunitat bibliotecària global, a aplicar els principis expressats en aquest manifest.

Aprovat per la Junta Directiva de l'IFLA
18 de juliol de 2022

La traducció del Manifest al català ha estat a càrrec del Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya

Font: https://cobdc.org/wp-content/uploads/Manifest_IFLA_2022_catala.pdf

Annex 8. Generalitat de Catalunya. LLEI 4/1993, de 18 de març, del sistema bibliotecari de Catalunya. Selecció d'articles

Article 28

Mapa de la Lectura Pública de Catalunya

- 1 El Departament de Cultura elabora i manté actualitzat el Mapa de la Lectura Pública de Catalunya, en el qual s'han de recollir les necessitats de la lectura pública i establir el tipus de servei que correspon a cada població. El Mapa de la Lectura Pública i les modificacions que s'hi fan són aprovats pel Govern de la Generalitat, un cop escoltat el Consell de Biblioteques i les associacions representatives de l'Administració local de Catalunya. - 2 Les inversions que duguin a terme les diferents administracions públiques en equipaments bibliotecaris s'han d'ajustar a les previsions i els criteris establerts en el Mapa de la Lectura Pública.

Article 29

Personal de les biblioteques del Sistema de Lectura Pública

- 1 Les biblioteques del Sistema de Lectura Pública han de tenir el personal suficient, amb la qualificació i el nivell tècnic que exigeixin les funcions que tingui assignades, d'acord amb el que estableix el Mapa de la Lectura Pública. - 2 Les condicions professionals del personal tècnic de les biblioteques del Sistema de Lectura Pública s'han de determinar per reglament. En tot cas, excepte en les biblioteques filials, ha d'ésser bibliotecari titulat el director de la biblioteca, almenys.

Article 31

Estructura del Sistema de Lectura Pública

- 1 El Sistema de Lectura Pública defineix els següents tipus de biblioteca i de serveis bibliotecaris, Segons llur funció: a) Biblioteques centrals comarcals. b) Biblioteques centrals urbanes. c) Biblioteques locals. d) Biblioteques filials. e) Serveis bibliotecaris mòbils. - 2 Completen l'estructura del Sistema de Lectura Pública: a) Els serveis de suport a la lectura pública. b) Les comissions de lectura pública.

Article 32

Biblioteques centrals comarcals

- 1 Les biblioteques centrals comarcals coordinen la resta de biblioteques de la comarca, a excepció de les biblioteques centrals urbanes i de les biblioteques que hi estan vinculades, d'acord amb el que estableix el Mapa de la Lectura Pública, i els donen assessorament i suport. Si ho aconsellen raons de caràcter demogràfic o territorial, el Mapa de la Lectura Pública pot determinar l'existència dins una mateixa comarca de

més d'una biblioteca amb funcions de biblioteca central comarcal. - 2 Les biblioteques centrals comarcals presten, a més, a la ciutat on tenen la seu, els serveis propis de la biblioteca central urbana o de la biblioteca local. - 3 La gestió de les biblioteques centrals comarcals correspon al consell comarcal i a l'ajuntament del municipi on té la seu la biblioteca, els quals, a aquest efecte, han d'acordar els criteris de col·laboració en els termes bàsics que siguin fixats per reglament.

Article 34

Biblioteques locals

- 1 Les biblioteques locals, que són les que compleixen les condicions necessàries per a prestar el servei de lectura pública en una àrea determinada, coordinen llur activitat amb la biblioteca central comarcal o amb la biblioteca central urbana corresponent i poden donar suport a biblioteques filials. - 2 En els municipis de més de cinc mil habitants hi ha d'haver una biblioteca local.

Article 39

Competències dels municipis

- 1 Corresponen als municipis les competències següents: a) Crear, regular, organitzar i gestionar les biblioteques de titularitat municipal, d'acord amb les normes establertes per llei o per reglament i d'acord amb el Mapa de la Lectura Pública. b) Coordinar i promoure la lectura pública en el municipi. - 2 Els municipis de cinc mil habitants o més han de prestar el servei de biblioteca local i els municipis de menys de cinc mil habitants han de rebre el suport de la comarca respectiva en la prestació del servei de lectura pública. Els municipis de més de trenta mil habitants han de prestar el servei de lectura pública de manera descentralitzada, d'acord amb el Mapa de la Lectura Pública. - 3 En el cas de les biblioteques centrals comarcals, els municipis on aquestes tenen la seu s'han de fer càrrec del finançament de la part de les despeses d'instal·lació, manteniment i personal que correspon a la funció local d'aquestes biblioteques. - 4 Les obligacions que estableix l'apartat 2 poden ésser prestades per biblioteques de titularitat municipal o bé per altres biblioteques del Sistema de Lectura Pública amb les quals el municipi hagi establert un conveni de col·laboració.

Article 40

Competències de les comarques

- 1 Corresponen a les comarques les competències següents:

a) Prestar el servei de lectura pública d'abast supramunicipal, regulat a l'article 32, i prestar-lo també, subsidiàriament, en els municipis de menys de cinc mil habitants.

b) Donar suport als municipis per a la prestació dels serveis bibliotecaris, d'acord amb els ajuntaments.

c) Coordinar i promoure la lectura pública a la comarca.

- 2 En tot cas, les comarques han de:

a) Fer-se càrrec del finançament de la part de les despeses d'instal·lació, manteniment i personal que correspon a la funció comarcal de les biblioteques centrals comarcals i participar en llur gestió.

b) Organitzar els serveis bibliotecaris mòbils que siguin necessaris.

Article 41

Competències de l'Administració de la Generalitat

Corresponen a l'Administració de la Generalitat les competències següents:

a) Dictar els reglaments que regeixen els diferents aspectes de la lectura pública i, especialment, regular les matèries següents: 1^a. Personal. 2^a. Condicions tècniques de les infraestructures. 3^a. Bases generals i funcionament de la gestió bibliotecària. 4^a. Catalogació i classificació dels fons. 5^a. Coordinació de les biblioteques integrades en el Sistema de Lectura Pública. 6^a. Manteniment del Catàleg Col·lectiu de la Lectura Pública.

b) Inspeccionar el compliment d'aquesta Llei i de la normativa que la desplega.

c) Reconèixer la integració d'una biblioteca en el Sistema de Lectura Pública, i mantenir-ne la classificació.

d) Elaborar i mantenir el Mapa de la Lectura Pública.

e) Establir els criteris per a l'elaboració, i el tractament posterior, d'estadístiques relatives a la lectura pública.

f) Prestar serveis de suport a la lectura pública.

g) Fomentar la lectura pública.

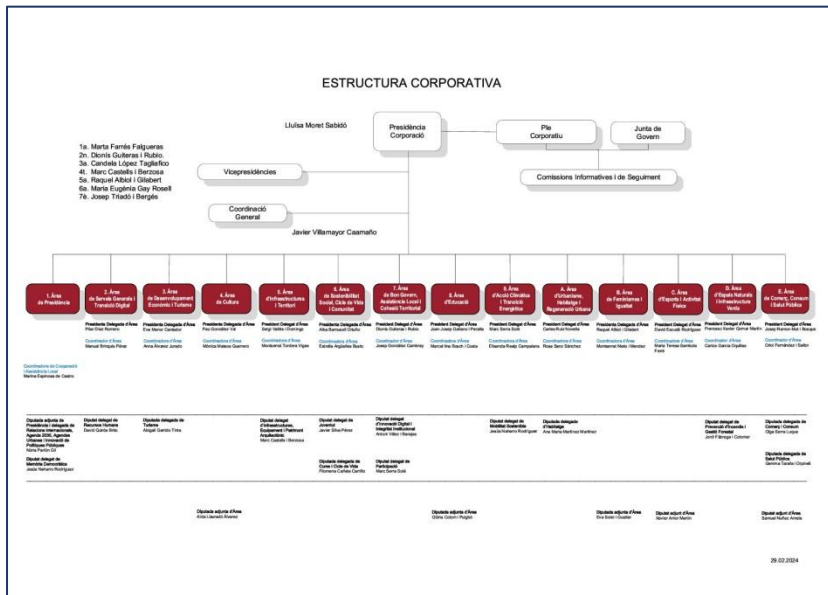
Article 42

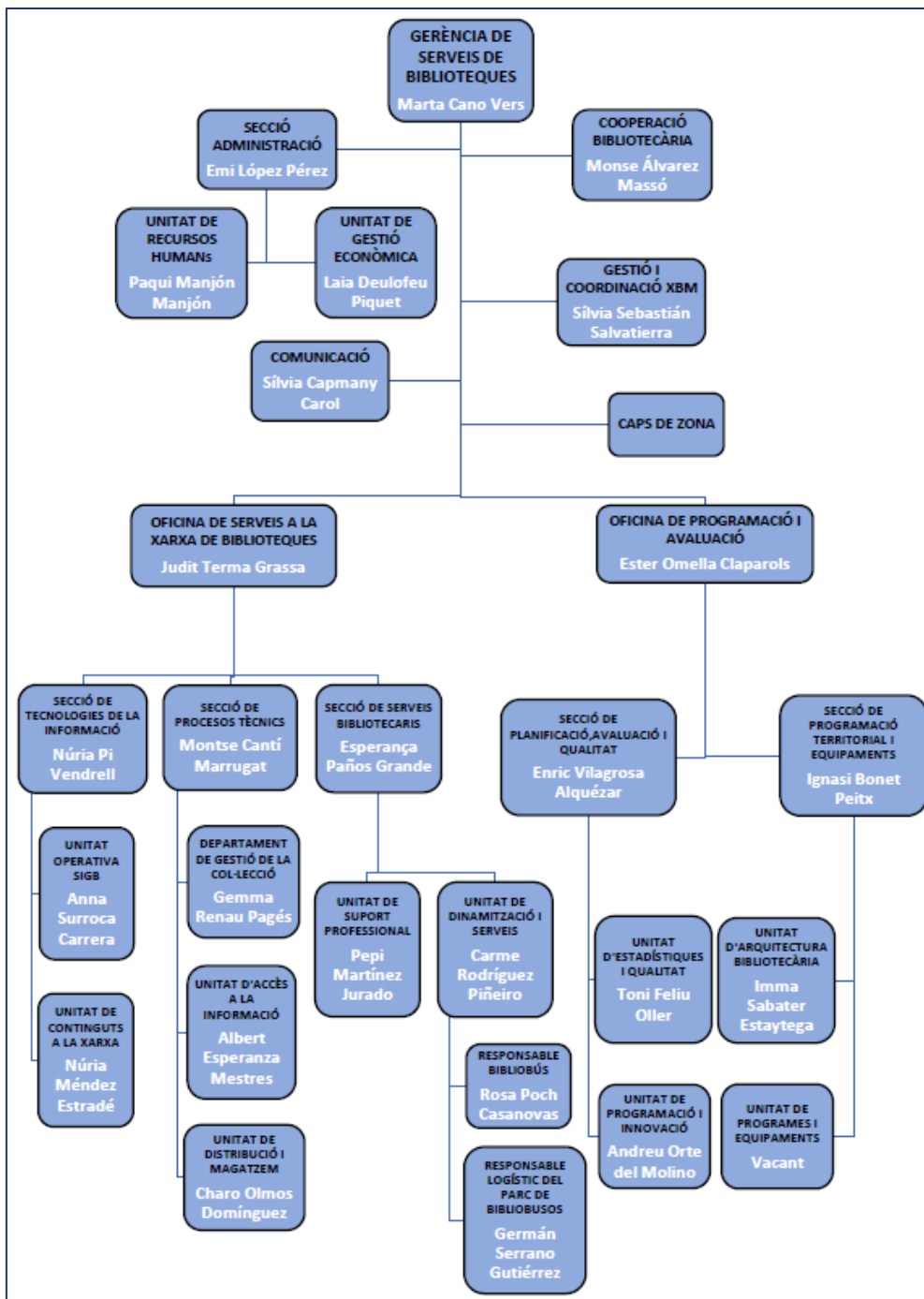
Acció de foment

El Departament de Cultura ha d'establir anualment un programa d'ajuts a les biblioteques, especialment per a dotar-les d'infraestructura, construir-ne de noves i renovar i ampliar les existents. Aquest programa, que ha de tenir en compte les determinacions del Mapa de la Lectura Pública, s'integra en el Pla únic d'obres i serveis de Catalunya, d'acord amb el que estableix la disposició addicional quarta.

Font: <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=86277>

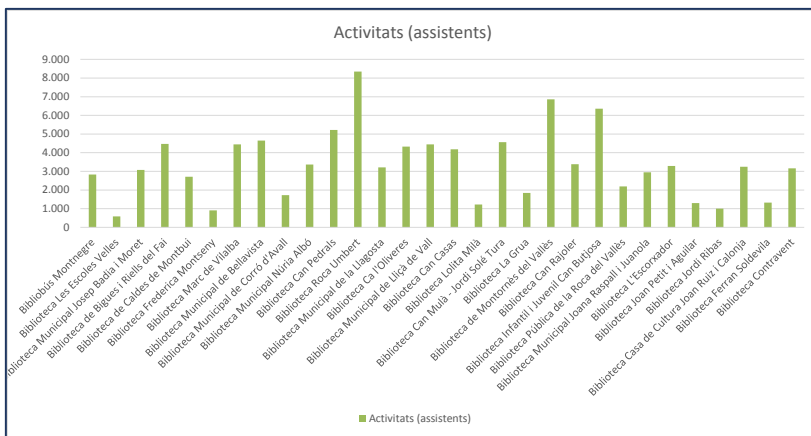
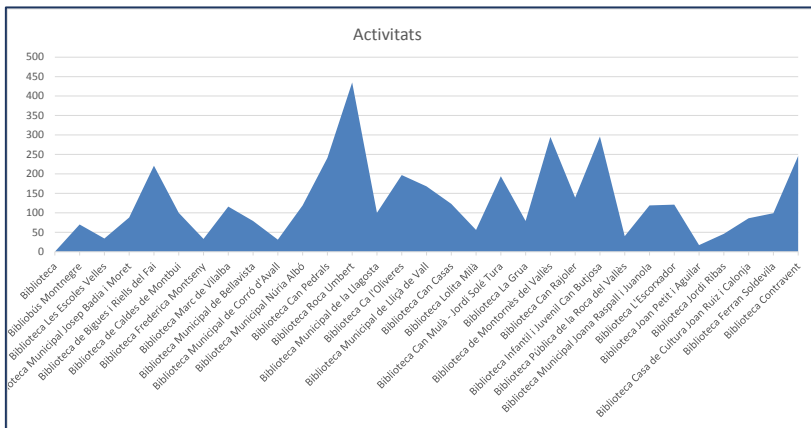
Annex 9. Estructura organitzativa de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona



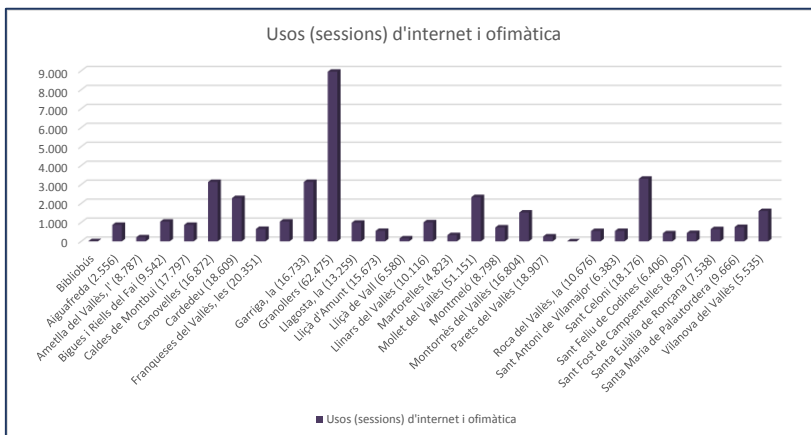


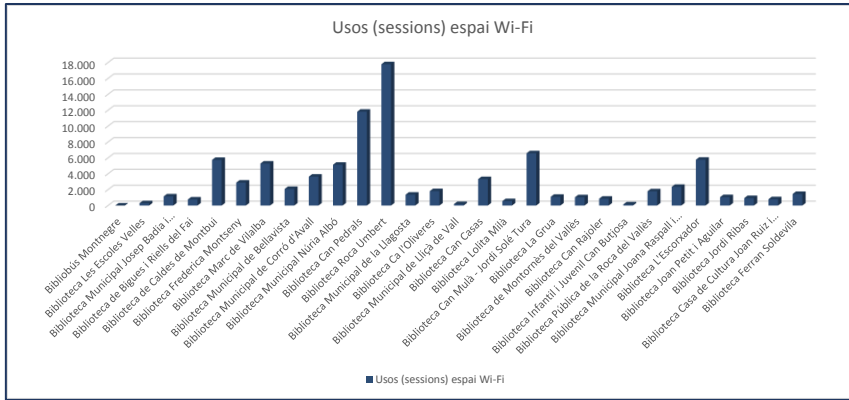
Font: www.diba.cat

Activitats



Accés internet, ofimàtica i connexió a la xarxa WiFi





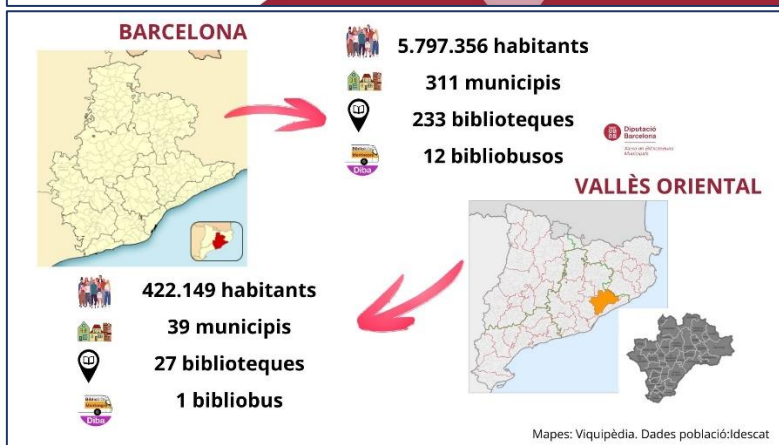
Annex 11. Perfils digitals BibliotequesVO



Diputació Barcelona
Xarxa de Biblioteques Municipals

Biblioteques Municipals del Vallès Oriental. Perfils digitals

Biblioteques VO
Diba



BARCELONA	VALLÈS ORIENTAL
5.797.356 habitants	422.149 habitants
311 municipis	39 municipis
233 biblioteques	27 biblioteques
12 bibliobusos	1 bibliobus



Mapes: Viquipèdia. Dades població: Idescat

LLEI 4/1993 DEL SISTEMA BIBLIOTECARI DE CATALUNYA

ARTICLE 28

Mapa de la Lectura Pública de Catalunya



- 1 El Departament de Cultura elabora i manté actualitzat el *Mapa de la Lectura Pública de Catalunya*, en el qual s'han de recollir les necessitats de la lectura pública i establir el tipus de servei que correspon a cada població. El *Mapa de la Lectura Pública* i les modificacions que s'hi fan són aprovats pel Govern de la Generalitat, un cop escoltat el **Consell de Biblioteques** i les associacions representatives de l'**Administració local de Catalunya**.

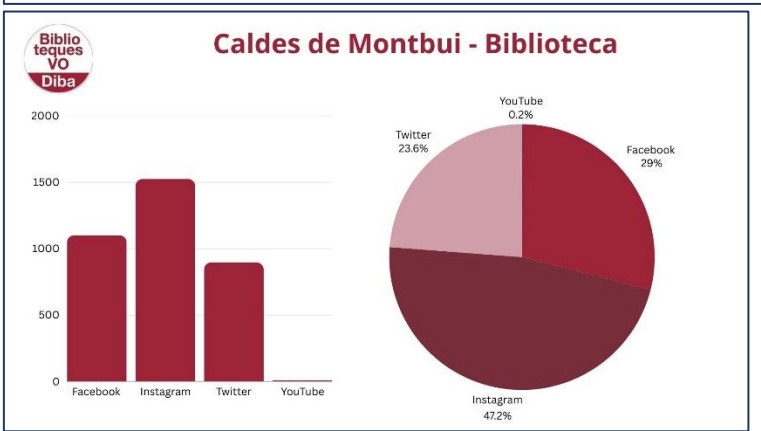
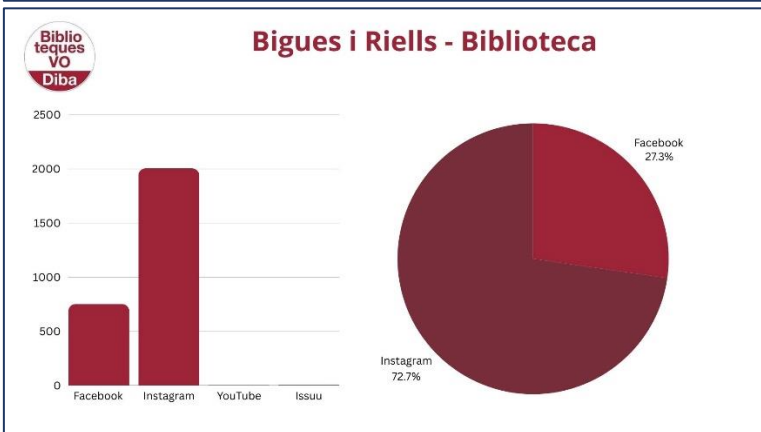
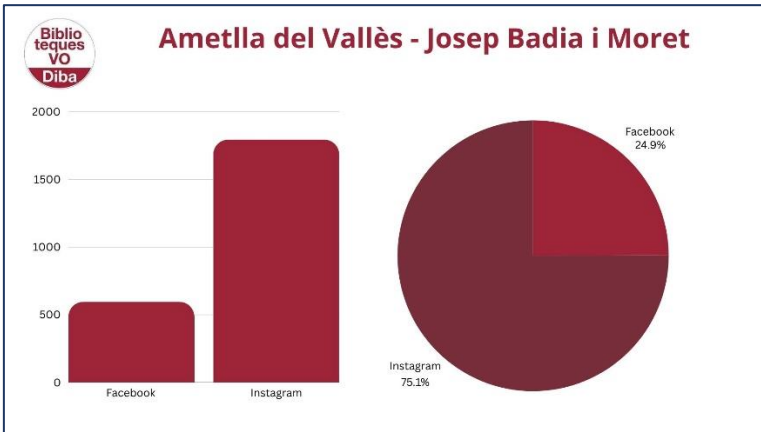
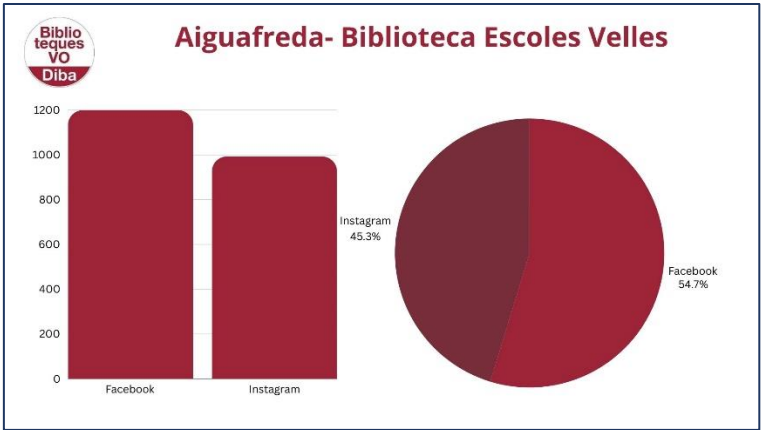



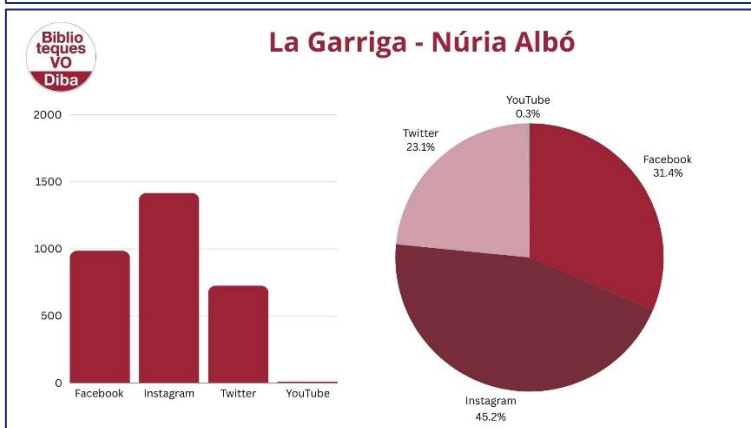
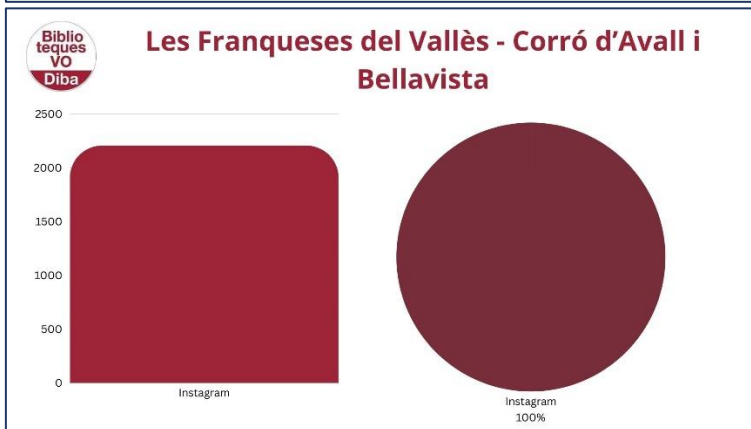
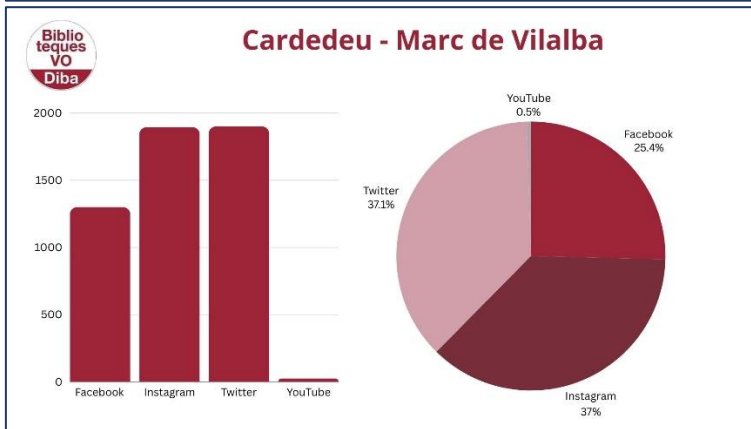
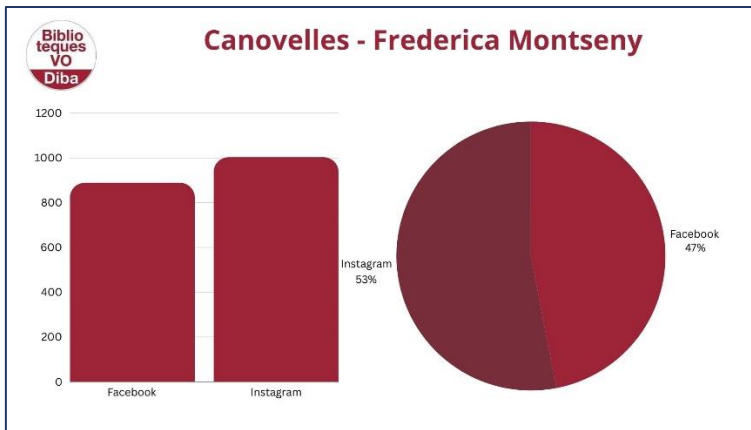
MAPA DE LECTURA PÚBLICA DE CATALUNYA

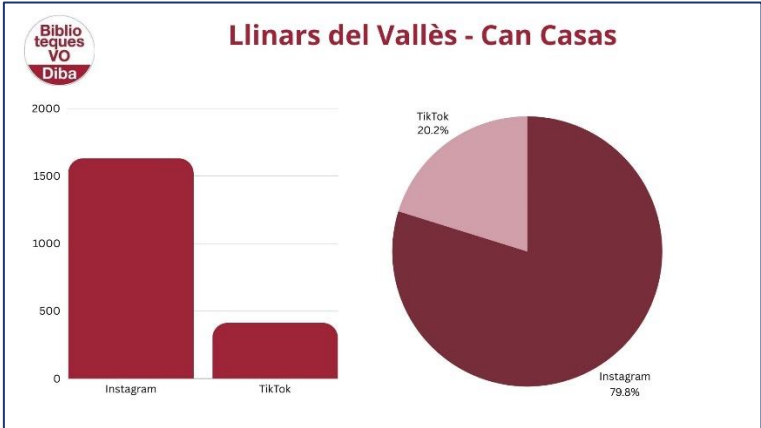
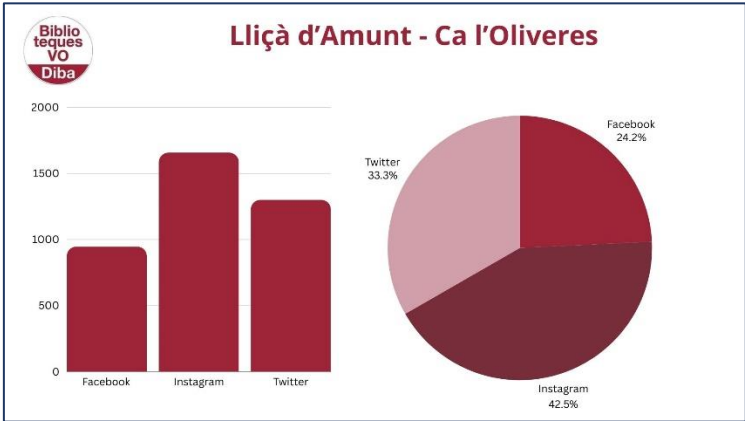
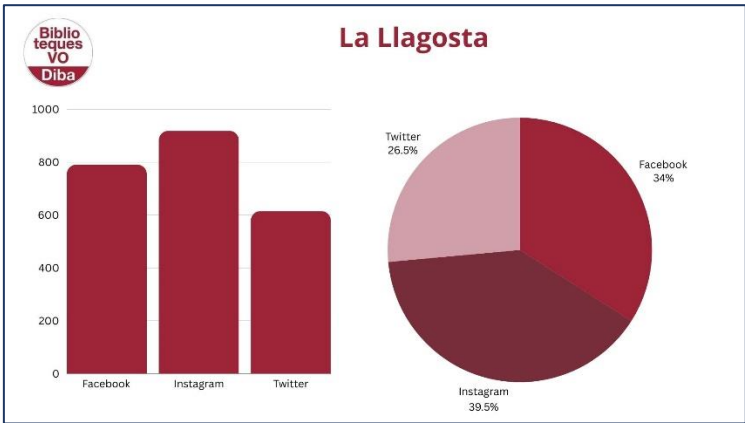
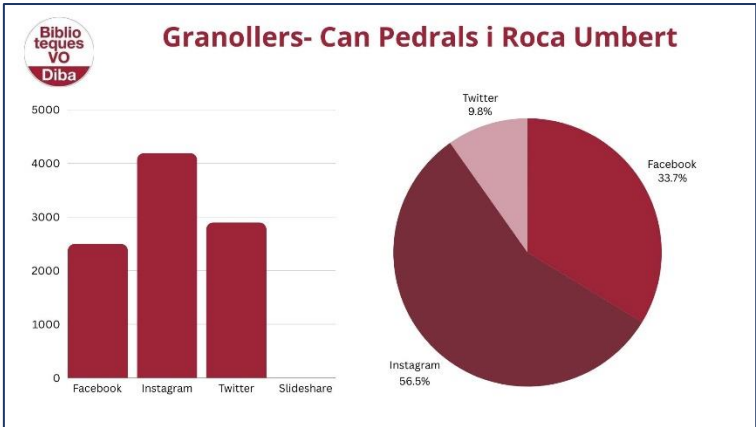
La tipologia de biblioteca –biblioteca filial, local o central urbana– que correspon a cada municipi ve determinada pel seu nombre d'habitants, llevat del cas de les biblioteques centrals comarcals:

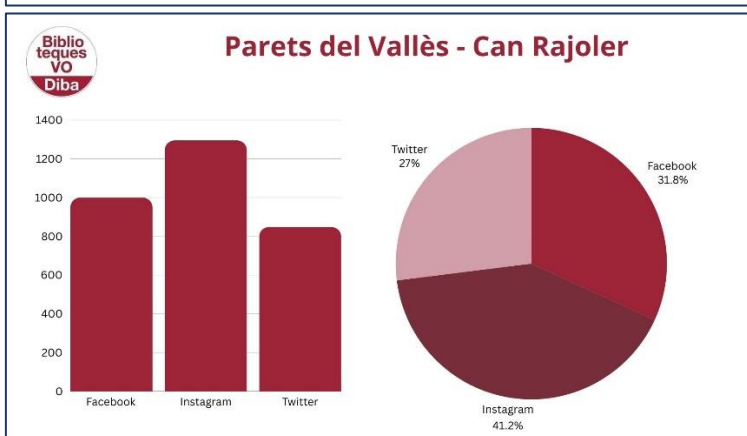
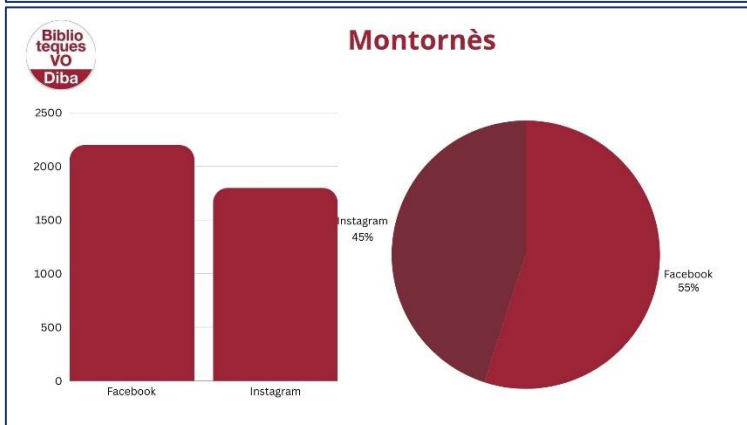
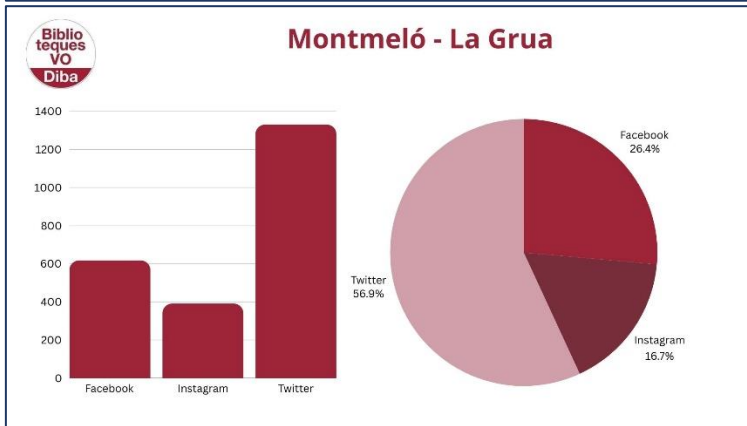
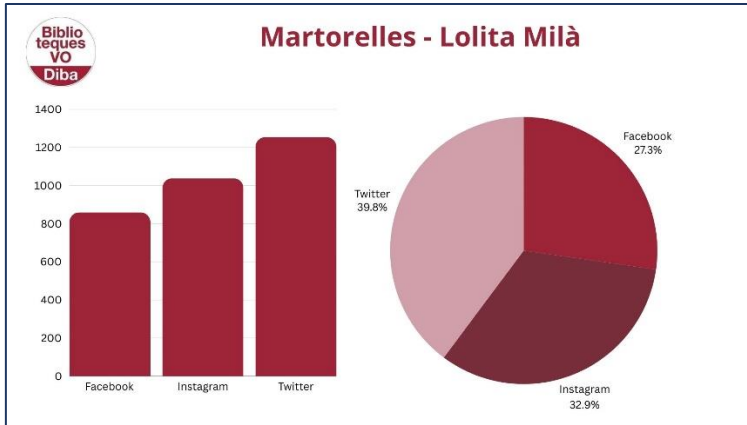
- **Biblioteca filial:** municipis de 3.000 a 5.000 habitants.
- **Biblioteca local:** municipis de més de 5.000 habitants.
- **Biblioteca central urbana:** municipis de més de 30.000 habitants.
- **Biblioteca central comarcal** Per a la ubicació d'aquestes biblioteques es va analitzar si hi havia coincidència a cadascuna de les comarques entre la capital administrativa i el municipi amb major grau de centralitat en aquella àrea concreta. Efectuada aquesta anàlisi, es va concloure que en realitat eren excepcionals, tot i que prou significatius, els casos en que es veia la conveniència d'ubicar la biblioteca central comarcal en un municipi que no fos el cap de comarca, o bé la necessitat que hi hagués a la comarca més d'una biblioteca central comarcal.

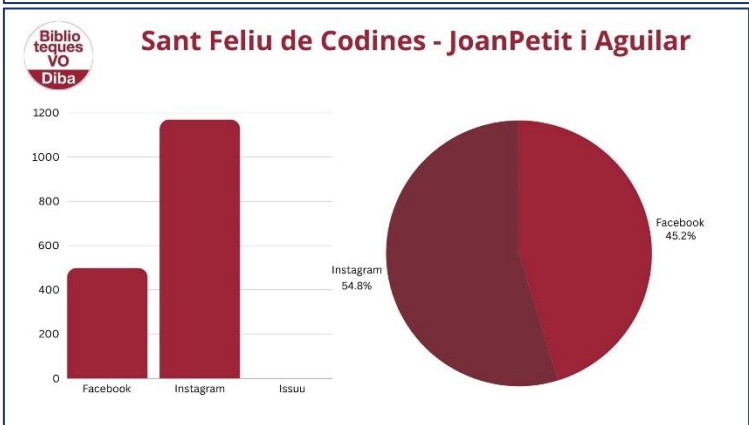
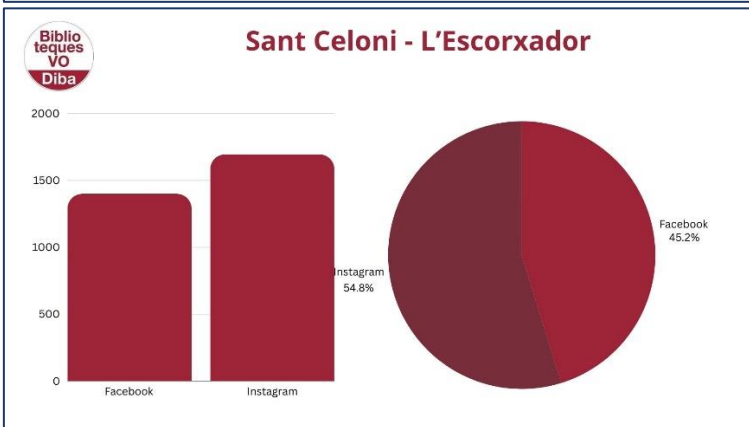
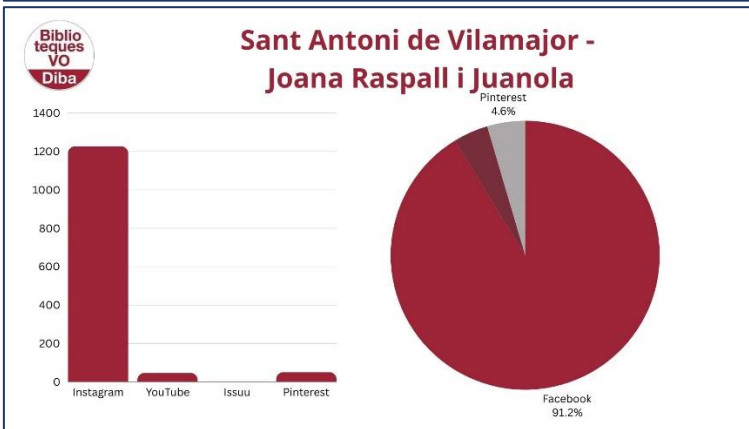
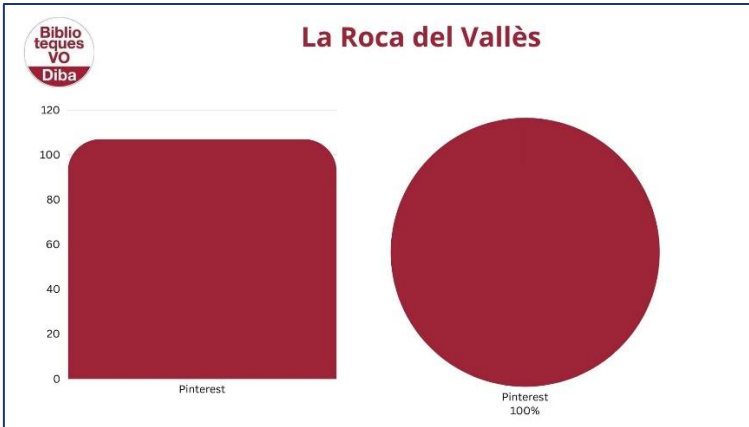



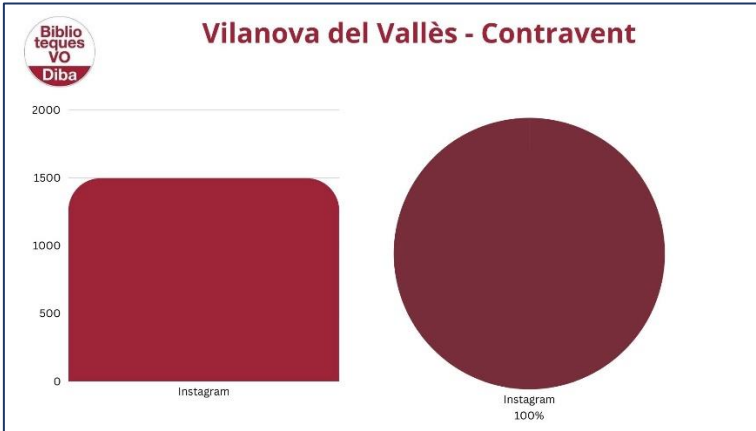
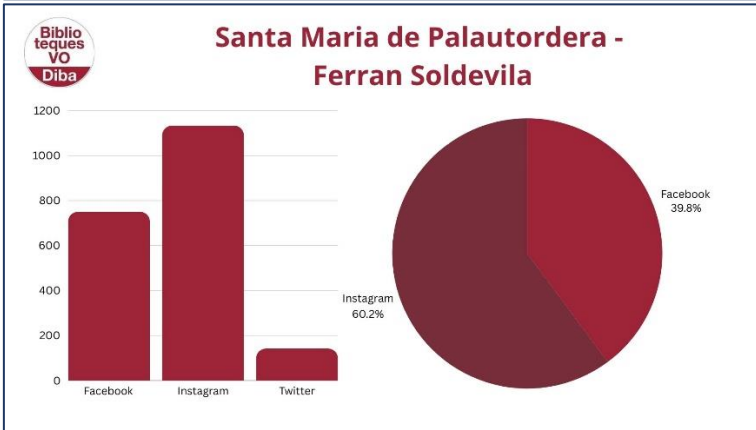
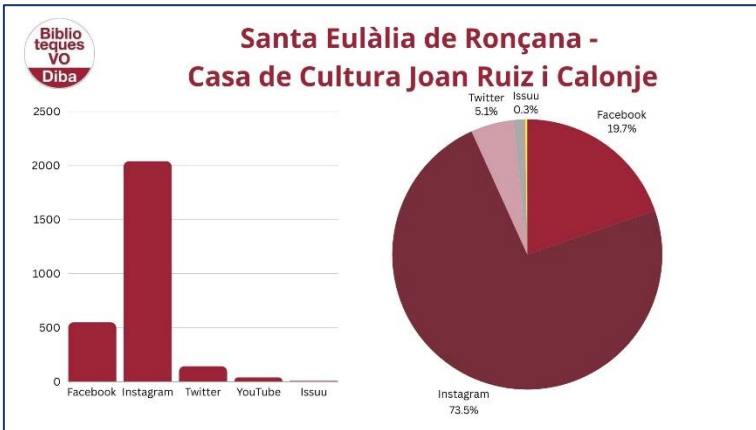
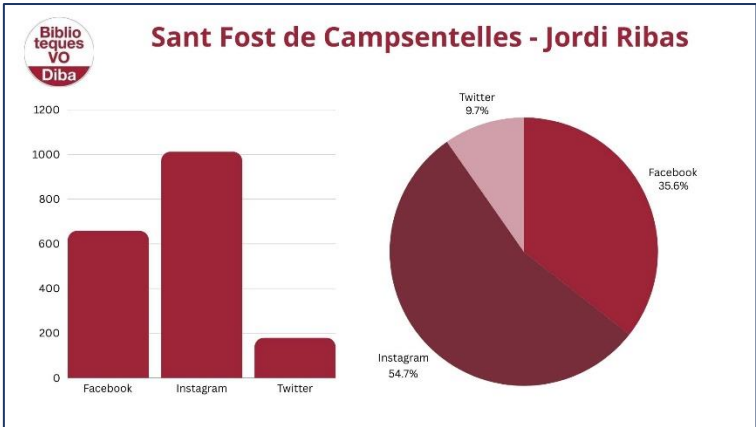


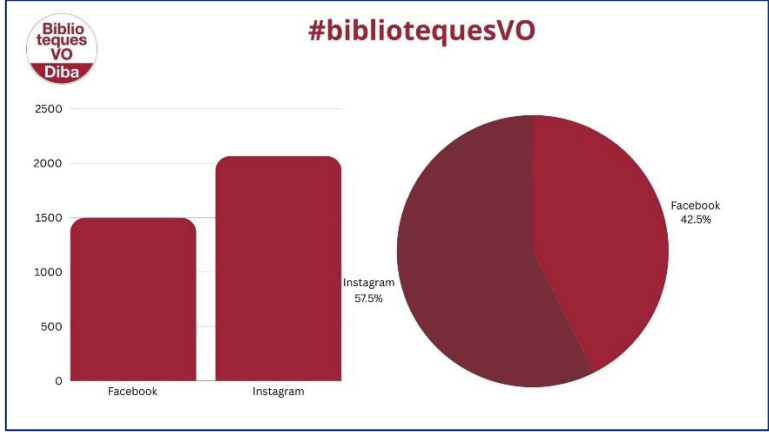
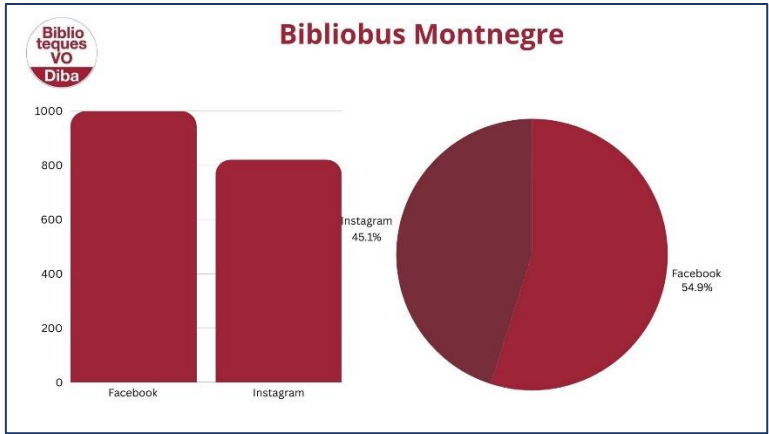










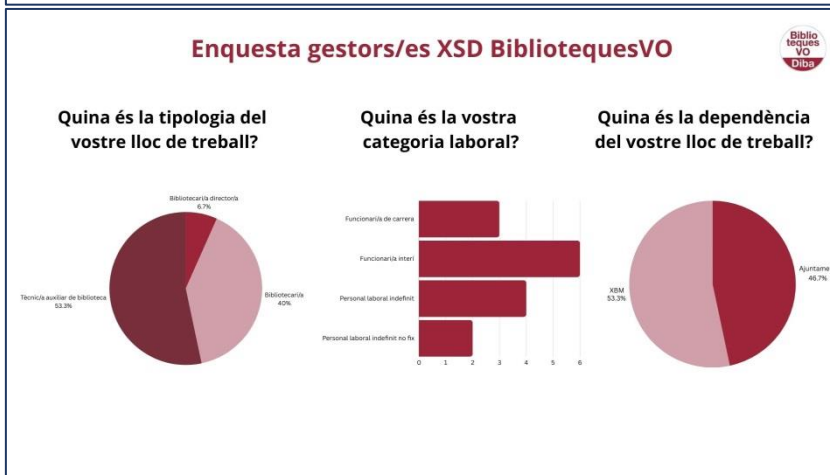
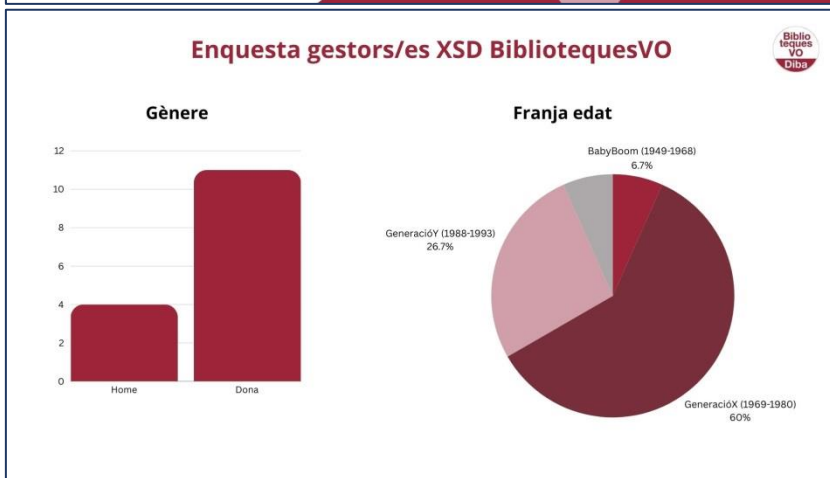


Annex 12. Resultats enquesta als Gestors/es de les XSD de les BibliotequesVO

Diputació Barcelona
Xarxa de Biblioteques Municipals

**Biblioteques Municipals del Vallès Oriental.
Resultats Enquesta Gestors/es XSD**

Biblioteques VO
Diba

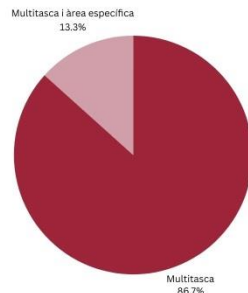
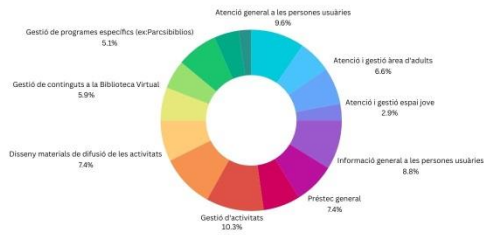


Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



Quines són les tasques diàries que defineixen la vostra feina a la biblioteca?

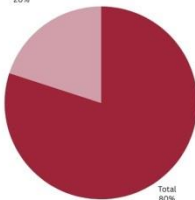
Com definiríeu el vostre lloc de treball?



Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO

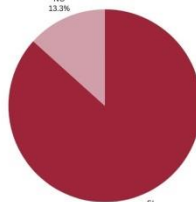


Dedicació parcial, amb part de la jornada amb treball intern al despatx

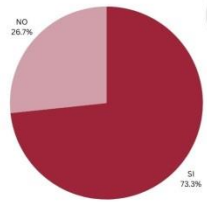


En la vostra jornada laboral, ¿quina és la vostra dedicació a l'atenció de les persones usuàries?

En la vostra jornada laboral, ¿disposeu de temps per portar a terme tasques tècniques que no s'encavalquin amb l'atenció directa a les persones usuàries?



En la vostra jornada laboral, ¿disposeu de temps de treball a porta tancada?



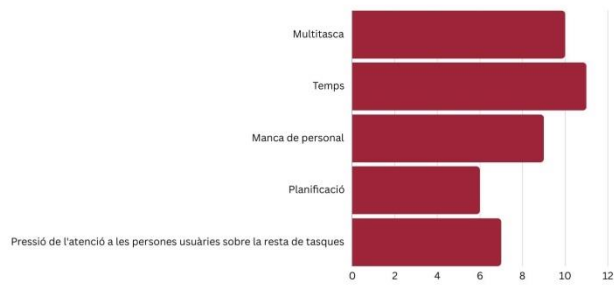
És suficient?



Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



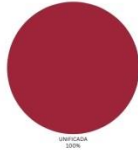
Quins punts de dolor observeu en la vostra tasca diària?



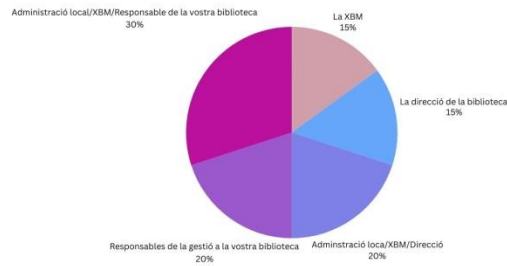
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



En el cas de municipis amb més d'una biblioteca ¿quin tipus de gestió es porta a terme de les xarxes socials?



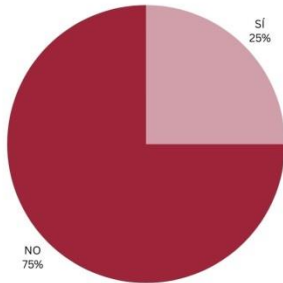
La gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca es basa en indicacions/recomanacions de:



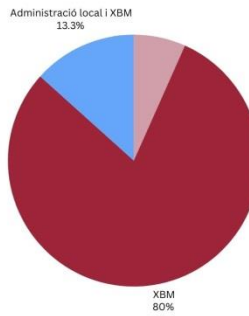
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



La biblioteca compta amb documents de referència per a la gestió de les XSD?



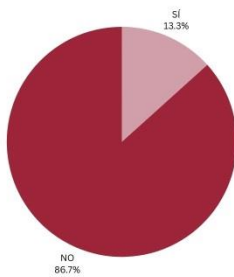
De quina administració són els documents de referència utilitzats?



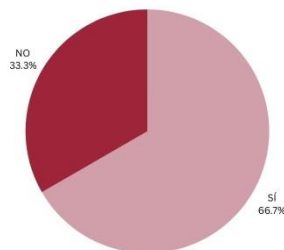
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



La vostra biblioteca disposa d'un Pla Social Media?



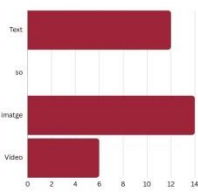
La vostra biblioteca disposa d'eines de monitoratge per avaluar el rendiment dels perfils a les xarxes socials?



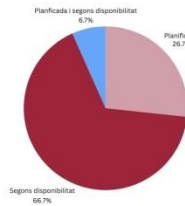
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



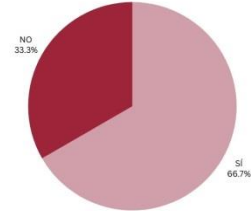
Quins són els principals formats emprats en les publicacions?



Pel que fa a la publicació de continguts, ¿es porta a terme de forma planificada o segons disponibilitat de temps en relació a la resta de tasques diàries?



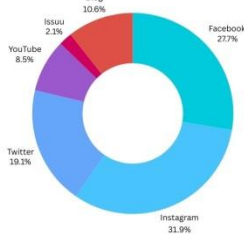
En cas de disposar de temps, ¿creieu que és suficient?



Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



En quines plataformes la vostra biblioteca hi té perfils actius?



En el cas de perfils inactius, per quin motiu?



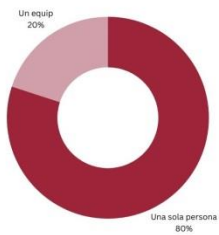
La biblioteca té perfils inactius?



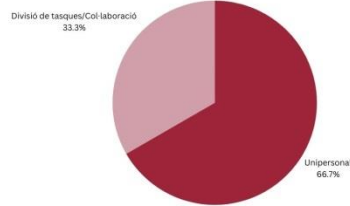
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



La gestió de les XSD a la vostra biblioteca la porta a terme:



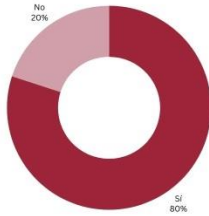
En la gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca, ¿hi ha divisió de tasques o col·laboració (disseny, elaboració de peces, escolta activa, etc) o és unipersonal?



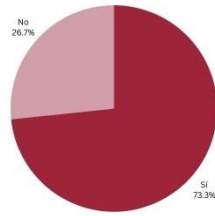
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



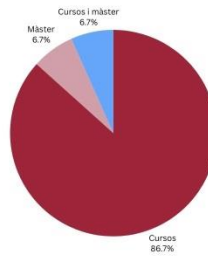
El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials?



La persona/es gestores de les XSD té formació específica en la matèria?



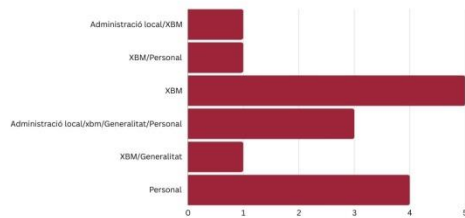
Quins tipus de formació s'ha portat a terme?



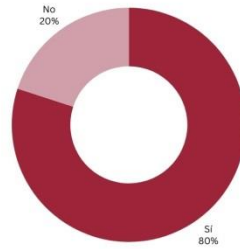
Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



La formació ha estat facilitada per:



El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials?

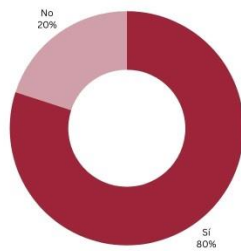
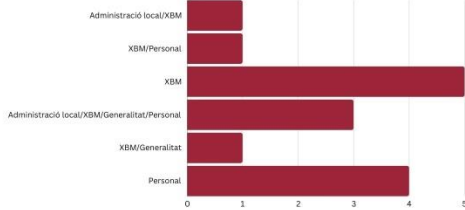


Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO



Com a personal gestor, trobeu a faltar formació en la matèria?

La formació ha estat facilitada per:



En cas afirmatiu, ¿ en quina o ens quins camps? →



Cap **PLANIFICACIÓ.** **Està cobert** **Biblioteques VO Diba**
Mk. DE CONTINGUTS, IA...

Tots, es dona per fet que tothom té perfils personals i, per tant, que t'agrada i se sap com funciona tot però no és així

Disseny ; fotografia ; redacció ; instagram ; facebook ; canva

Actualitzar continguts **Es tracta d'una àrea que evoluciona i canvia tan ràpidament, que és molt difícil estar al dia en tot. Potser trobo a faltar algun curs més per anar mostrant noves opcions de les xarxes socials que ja tenim. O d'eines per fer un bon reel i creació de vídeos. L'any passat en vaig fer un facilitat per la XBM però se centrava en l'edició de vídeo amb un programa de l'ordinador. Voldria conèixer més eines gratuïtes per treballar directament en el telèfon mòbil. Consells per arribar a més públic de manera orgànica, ja que els algorismes canvien molt sovint.**

GESTIÓ PROGRAMADA DE PUBLICACIONS **En el fons no s'és un professional. Les formacions no deixen de ser parcials.**

COPYWRITING. FUNCIONAMENT DE CADA XARXA.

TENDÈNCIES EN SOCIAL MEDIA. STORYTELLING.

COMMUNITY MANAGEMENT. PLANIFICACIÓ.

MONITORATGE. MÀRQUETING DIGITAL. PLA SOCIAL MEDIA. GESTIÓ DE COMUNITATS. COMUNICACIÓ. DISSENY

General

Totes

Conèixer més a fons les eines i treure'n més profit.

Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO **Biblioteques VO Diba**

- Valorariu com a positiva per a la vostra tasca en xarxes socials l'existència d'una plataforma o grup similar, dins la XBM, de trobada del personal gestor de xarxes socials, per a compartir experiències i bones pràctiques?

Resposta	Porcentatge
Sí	73.3%
No	26.7%

Com creieu que podria beneficiar la vostra feina?

Fent preguntes pràctiques d'aspectes a resoldre al moment.

Arribar a més públic

Compartir les bones pràctiques dels altres per trobar inspiració sempre és d'agrair.

Unificar criteris i aportar bones pràctiques en la gestió de RRSS.

Fent preguntes pràctiques d'aspectes a resoldre al moment.

Optimització de temps i recursos

Compartir eines que utilitzem i que ens funcionen. Idees. Accions conjuntes a nivell de comarca que puguin tenir interès real per als usuaris (que no només obtinguin interaccions amb altres perfils de biblioteques o comptes personals de treballadors de les biblioteques)

COMPARTIR LES BONES PRÀCTIQUES DELS ALTRES PER TROBAR INSPIRACIÓ SEMPRE ÉS D'AGRAIR.

Amb idees i bones pràctiques que han funcionat en biblioteques similars a la nostra o a perfils com el nostre (equip petit, compatibilitzar la gestió de les xarxes amb altres tasques...)

Compartir bones pràctiques. Compartir dubtes. Compartir tendències. Aprendre de la gestió de xarxes socials en altres biblioteques. Canal de comunicació dels gestors i gestores de xarxes socials de la XBM. Possibilitat de col·laborar en projectes comuns

Disposar d'exemples i apunts a seguir



Enquesta gestors/es XSD BibliotequesVO

COMENTARIS ADDICIONALS

Únic perfil a XS >

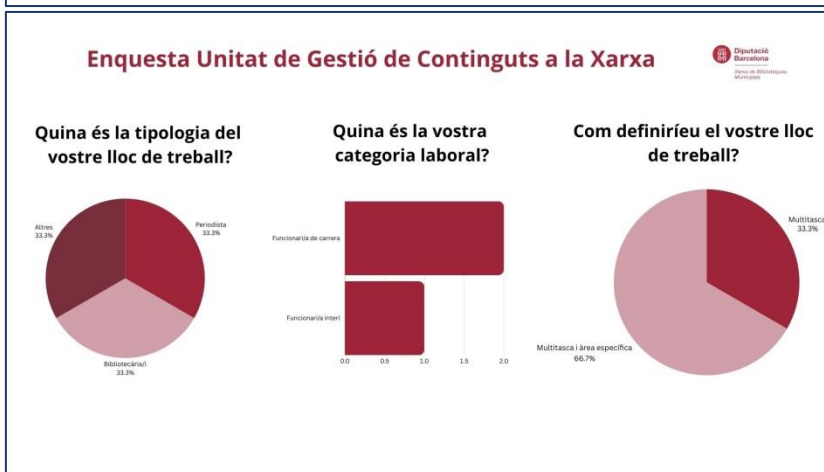
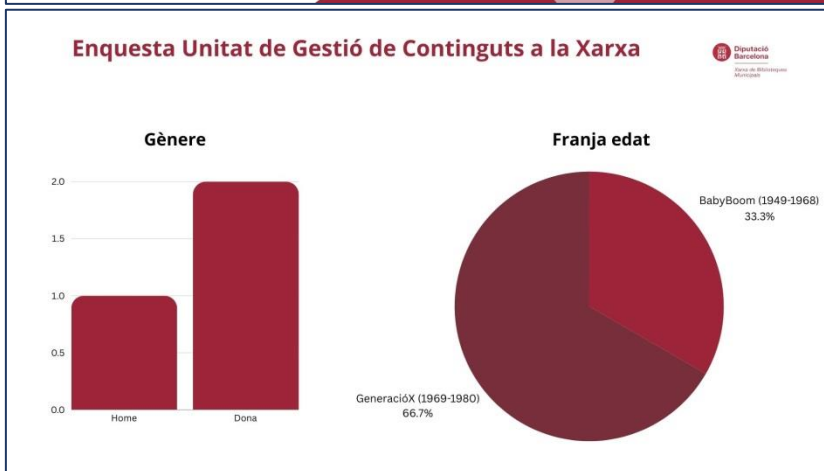
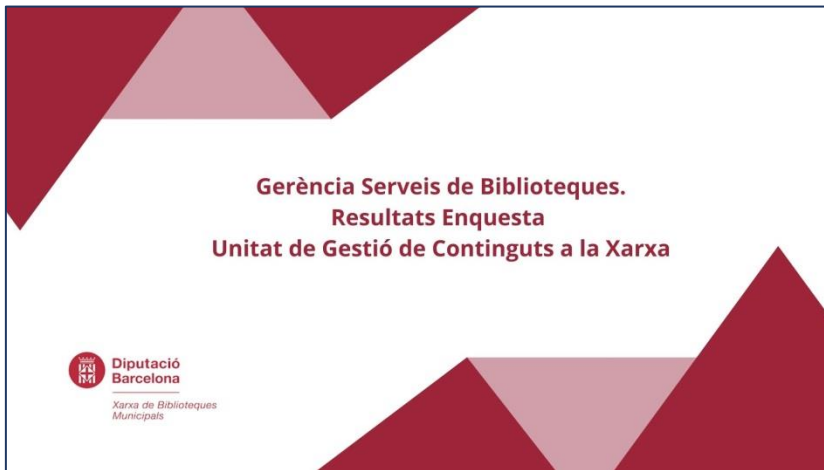
Algunes respostes no s'ajusten a les tasques del meu perfil.

La tasca del gestor de XXSS a les biblioteques és molt complicada. És una feina molt important, que té molta visibilitat i pot arribar a molta gent i aconseguir bons resultats si es fa bé, però la figura del Community Manager comporta moltes hores de treball i sovint una mateixa persona ha de fer de gestor de xarxes, dissenyador gràfic, prescriptor, auxiliar administratiu (gestió de comandes, tràmits amb l'ajuntament...) atenció al públic i moltes coses més que comporta el dia a dia de les treballadores de les biblioteques, especialment en biblioteques petites on hi ha poc personal. Fet que provoca que sigui més difícil especialitzar-te i donar un bon servei. Fet que ens provoca constantment estar realitzant moltes tasques a l'hora. En general, com a treballadora de la biblioteca (no només pel que fa a les XXSS) trobo que ens falten estones per pensar, projectar, planificar... ja que hem d'anar al ritme del dia a dia i fent cada jornada les tasques més prioritàries deixant de banda d'altres també importants.

El personal del bibliobús som dues persones. El gestor de la xarxa sempre ha estat el conductor-tècnic auxiliar de bib. Però fa 3 setmanes que és un nou treballador i en realitat he emplenat l'enquesta la directora (dona - 1969/80), ja que des del canvi de personal tenim el tema xxss pràcticament abandonat. Tenim hores dedicades a conducció/copilot que no permeten (en realitat) fer el que entenem per feina interna (ull a les preguntes 11-13). Gràcies [redacted] i disculpa el retard en contestar.

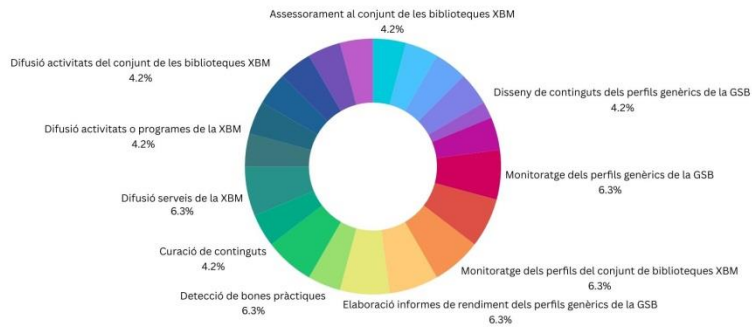


Annex 13. Resultats enquesta Unitat de Continguts a la Xarxa de la GSB



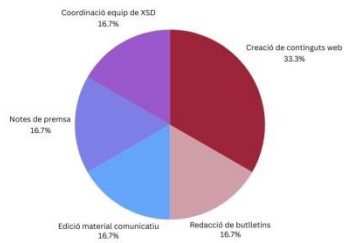
Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa

Quines són les tasques diàries que defineixen la vostra feina?

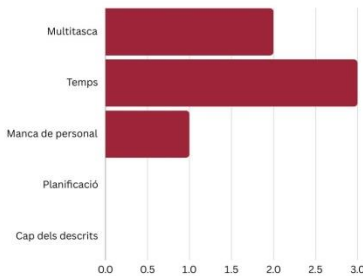


Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa

El vostre lloc de treball també porta a terme altres gestions, tals com...

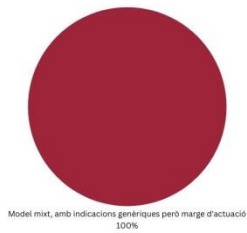


Quins punts de dolor observeu en la vostra tasca diària?



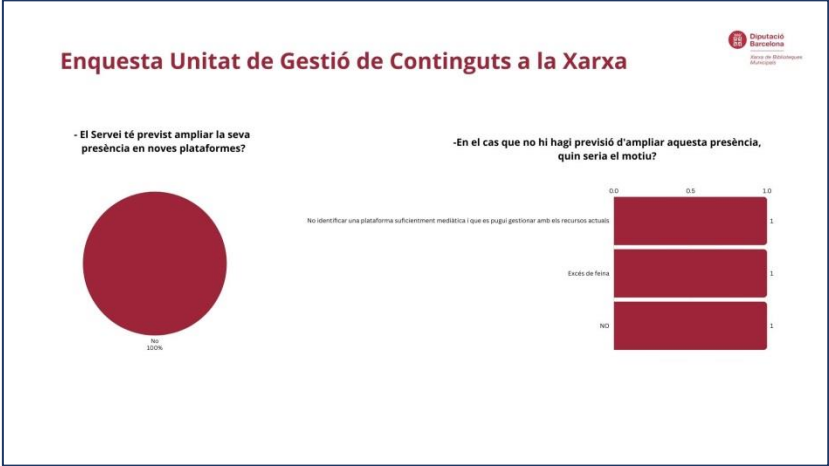
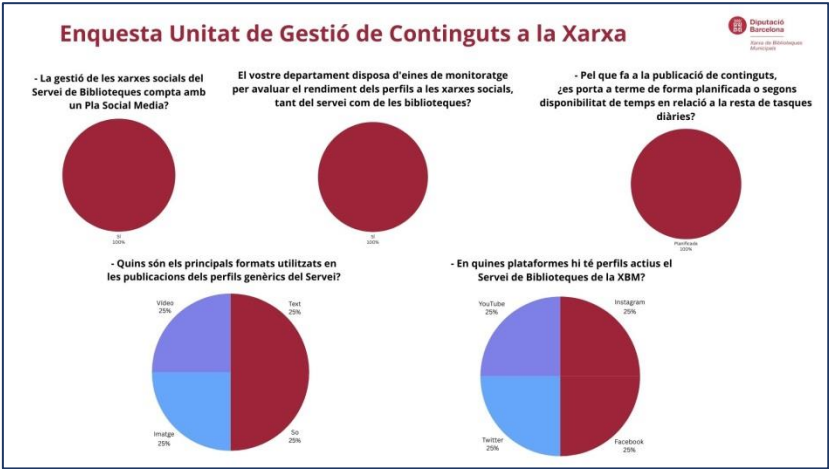
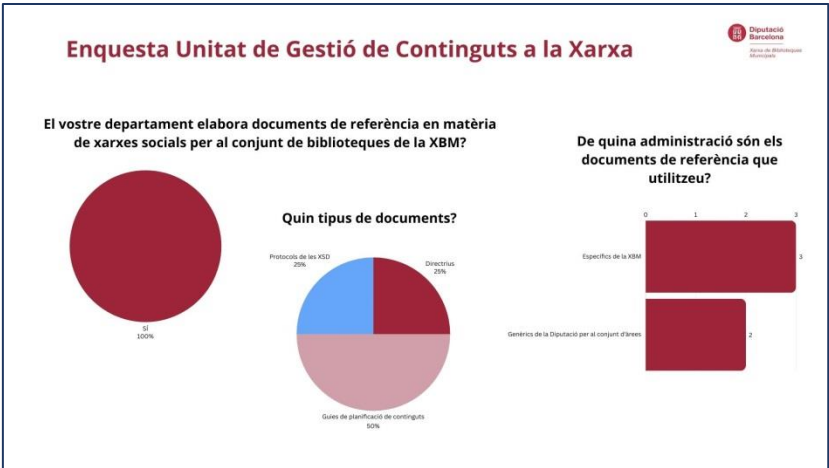
Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa

Quin tipus de gestió es porta a terme dels perfils genèrics de la GSB a les xarxes socials?



La gestió de les xarxes socials a la Unitat es basa en indicacions/recomanacions de:





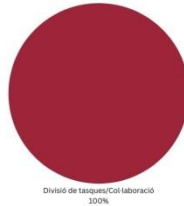
Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa



La gestió dels perfils genèrics del Servei de Biblioteques XBM a les xarxes socials la porta a terme:



En la gestió de les xarxes socials a la vostra biblioteca, ¿hi ha divisió de tasques o col·laboració (disseny, elaboració de peces, escolta activa, etc) o és unipersonal?



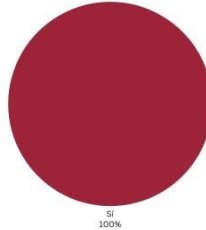
Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa



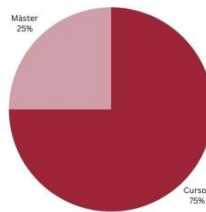
El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials?



La persona/es gestores de les XSD té formació específica en la matèria?



Quins tipus de formació s'ha portat a terme?

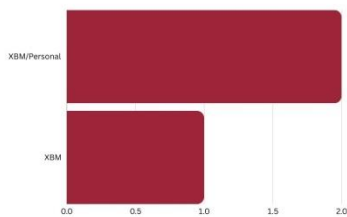


Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa



El personal gestor de xarxes, ¿té coneixement a l'oferta formativa en matèria de màrqueting digital o xarxes socials?

La formació ha estat facilitada per:



Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa



Com a personal gestor, trobeu a faltar formació en la matèria?

En cas afirmatiu, ¿en quins camps?



Sí
100%

Més específica
Edició de continguts
audiovisuals

Anàlisi i eines d'analítica de les xarxes socials; ús estratègic de les diferents xarxes; creació de contingut multimèdia; interacció amb el teu públic; generació de comunitat; màrqueting digital

Enquesta Unitat de Gestió de Continguts a la Xarxa



- Valorariu com a positiva per a la vostra tasca en xarxes socials l'existència d'una plataforma o grup similar, dins la XBM, de trobada del personal gestor de xarxes socials, per a compartir experiències i bones pràctiques?

Com creieu que podria beneficiar la vostra feina?



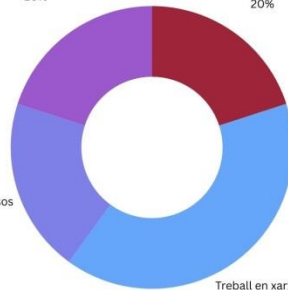
Sí
100%

Interacció entre la Xarxa de Biblioteques
20%

Compartir experiències
20%

Compartir recursos
20%

Treball en xarxa
40%



Annex 14. Resultats entrevista responsables institucionals.

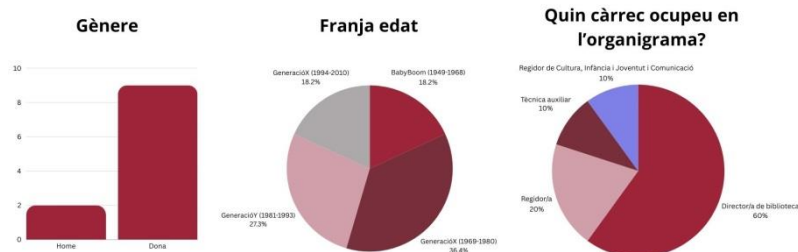


Diputació Barcelona
Xarxa de Biblioteques Municipals

**Biblioteques Municipals del Vallès Oriental.
Resultats entrevista als responsables institucionals**

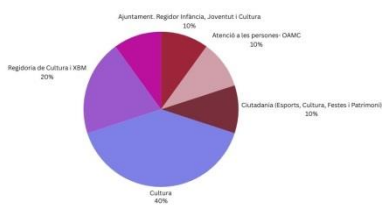
Biblioteques VO
Diba

Entrevista als/les responsables institucionals

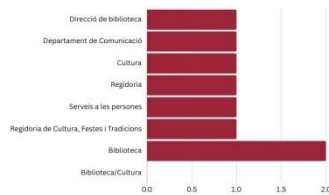


Entrevista als/les responsables institucionals

A quina àrea pertany el vostre departament?



Quina vinculació té la vostra àrea en l'organigrama específic de l'ens?



Entrevista als/les responsables institucionals



"Efectivament compta amb un llibre d'estil. Estableix unes línies mestres referents a l'estètica oficial i corporativa de l'Ajuntament, de manera que a la ciutadania li resulti fàcilment reconeixible l'ens públic al que s'adreça. Fonamentalment, el llibre d'estil busca vestir l'administració d'una imatge pròpia amb la que tot ciutadà o empresa hi reconegui l'ens "

"A nivell de biblioteques hi ha llibre d'estil Diputació. A nivell Ajuntament també des de Comunicació Ajuntament"

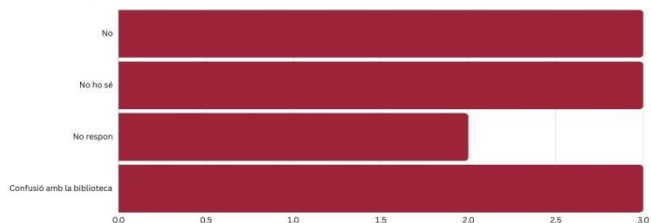
"No ho sé. a la biblioteca no tenim cap llibre d'estil "

"Disposem d'un llibre d'estil d'imatge, també de comunicació local que inclou les xarxes socials. Actualment ha quedat desactualitzat i tenim pendent renovar-lo. Aquest llibre d'estil explica quins són els continguts que s'han de publicar, les xarxes socials existents, com s'ha de gestionar el contacte amb la ciutadania, etc "

"Sí, tipografia, versions monocromàtiques de logotips, tamany, volum, proporcions gràfiques, colors, tipografia, versions per a departaments, logos, metodologia, etc "

Entrevista als/les responsables institucionals

L'administració que representeu, compta amb un Pla Social Media? En cas afirmatiu, quines línies defineix



"No comptem amb un Pla Social Media. Malgrat s'han encarregat estudis sectoritzats per campanyes puntuals i projectes concrets, de l'entorn digital local"

"No disposem de Pla Social Media pel nostre Ajuntament, tot i que ens agradaria. Però la manca de recursos i la feina del dia a dia no ens permet dedicar el temps suficient a plasmar la realitat de la feina que hem de fer sobre el paper"

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina formació creieu que és recomanable per al personal gestor de les xarxes socials a les biblioteques públiques?

"Com a mínim haurien de fer un curs de gestió de xarxes socials "

"Formació sobre estil, gestió de conflictes o com combatre haters, gestió general de la xarxa social específica amb la que es vol treballar"

"Les formacions específiques de les xarxes socials (sobretot més recents: Instagram, TikTok) i en l'entorn del disseny digital amb programes com Canva"

"Ara mateix, la formació més interessant per promocionar el servei de biblioteques és conèixer bé el sistema de Meta Ads"

"Ús personal de xarxes socials"

"Formació sobre estil, gestió de conflictes o com combatre haters, gestió general de la xarxa social específica amb la que es vol treballar"

"Cursos sobre gestió de les xarxes socials, fotografia, vídeo... Creació de plans de comunicació i gestió de pàgines web"

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina formació creieu que és recomanable per al personal gestor de les xarxes socials a les biblioteques públiques?

"Formació en gestió de serveis digitals i xarxes socials"

"Formació per estar al dia de les xarxes"

"Crec que és necessari que es capaciti amb recursos TIC a tot el personal de biblioteques. Es tenen persones molt preparades i altres gens"

"Formació bàsica sobre els tràmits per si poden donar un cop de mà a usuaris que es dirigeixen a l'Ajuntament per fer tràmits, formació per poder fer els tràmits necessaris relacionats amb l'administració en quant a personal de la biblioteca"

"Disposem d'un llibre d'estil d'imatge, també de comunicació local que inclou les xarxes socials. Actualment ha quedat desactualitzat i tenim pendent renovar-lo. Aquest llibre d'estil explica quins són els continguts que s'han de publicar, les xarxes socials existents, com s'ha de gestionar el contacte amb la ciutadania, etc."

"Formació sobre estil, gestió de conflictes o com combatre haters, gestió general de la xarxa social específica amb la que es vol treballar"

"Unes nocions de màrqueting i enginy"

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina importància té, per a l'administració pública, la comunicació amb la ciutadania en l'entorn digital?

"Des del nostre Ajuntament (que és relativament petit) dediquem molts esforços a mantenir viva la comunicació vers la ciutadania i, des de fa anys, prioritant la comunicació digital. Tot i que disposem de pocs recursos per a aquestes tasques, intentem treballar de manera coordinada, innovar, estar present al màxim de xarxes socials possibles, etc"

"Molta importància, per estar present a tots els canals"

"Molta [...] fem servir la web de la biblioteca, el WhatsApp amb llistes de difusió i comunicació directa amb el ciutadà, Instagram, Twitter, Facebook i YouTube. També utilitzem canals de l'ajuntament per informar sobre serveis i activitats"

"Molta si és de l'Ajuntament. Poca si és de la Biblioteca"

"La comunicació en l'entorn digital és fonamental per arribar a bona part de la població. Pràcticament la majoria de gent jove i adulta disposa de dispositiu mòbil i el fa servir a diari per consultar el correu, les xarxes socials, etc. La biblioteca ha de ser present en aquests canals de comunicació"

"Molta. Si tot el que s'organitza o es vol comunicar no arriba a la població, és com si no s'hagués organitzat. Partint que l'administració pública té molt a comunicar i tot i els esforços té poca capacitat de planificació, l'entorn digital és indispensable per comunicar. No obstant, tot això ha d'anar acompanyat de formació per la ciutadania en l'àmbit digital"

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina importància té, per a l'administració pública, la comunicació amb la ciutadania en l'entorn digital?

Actualment, molta importància: tot i que hauria de combinar-se amb la comunicació analògica, doncs hi ha una gran part de la població que encara necessita a informació per mitjans tradicionals"

"Molta"

"Força important"

"Cabdal. Avui en dia, en ple segle XXI, no es pot entendre la vida pública i els serveis públics sense la comunicació. Tant des d'un punt de vista de transparència i bon govern. Com des d'un punt de vista del servei públic, en tant que el marc d'una administració local és imprescindible mantenir-se comunicat amb la comunitat per tal de resoldre situacions i aplicar polítiques de la manera més eficient i ètica"

"Forma part del Pla d'Acció com a àrea de millora per ser rellevant"

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina importància téne les TIC i l'alfabetització Digital en la tasca del personal gestor de l'activitat digital dels ajuntaments?

"Cada cop més rellevant. A l'era digital, les administracions locals avancen cap a la digitalització total dels tràmits i serveis administratius que es presenten desde l'Ajuntament. Tant per facilitar l'accés als serveis a la ciutadania com per millorar les eines de gestió interna"

"Gran"	"Crec que és molt important que totes les persones de la biblioteca i sobretot la persona que és gestora de l'activitat digital, han d'estar actualitzades en les últimes tendències digitals i com la ciutadania consumeix la informació digital"	"Molta"
"No ho sé. A la biblioteca li donem molta importància"	"Crec que la màxima importància"	Fonamental per fer la feina de gestors de les xarxes de la institució"
"És evident que és cabdal"	"Té molta importància. Les TIC i la comunicació"	

Entrevista als/les responsables institucionals

Quina oferta formativa desplega l'administració que representeu en relació a les competències digitals del personal, inclosa la gestió de les xarxes socials?

"L'administració local no ens ha format sobre la gestió de les xarxes socials. La formació que hem rebut ha estat donada per altres administracions"

"Formació contínua"

"Nosaltres participem al Pla de Formació de la Diputació de Barcelona on el personal de l'Ajuntament disposa d'una àmplia oferta formativa, també en temes de competències digitals i gestió de xarxes socials. D'una banda, realitzem sessions de coordinació periòdiques per posar en comú problemàtiques, consells i línies de treball conjuntes"

"Alguna formació voluntària"

"L'Ajuntament no fa formació. La Diputació fa alguna formació però crec que no és prou efectiva i que se centra molt en la gestió de plans de comunicació en comptes de centrar-se en capacitar a tots els professionals de les biblioteques en competències bàsiques TIC"

"Molta. Per no queda-se enrere en un món cada vegada més digitalitzat i promoure aquest ús entre la ciutadania"

"Actualment rebem oferta formativa en relació a competències digitals"

"No ho sé"

"Regularment des del departament de comunicació es realitzen formacions específiques per actualitzar els coneixements i recursos disponibles per millorar la comunicació amb la ciutadania"

Entrevista als/les responsables institucionals

Com gestiona l'administració que representeu els seus perfils digitals genèrics?

"No en tinc constància. Sé que els gestionen persones formades, és liderat per premsa "

"De forma centralitzada, pel que fa als serveis generals propis de l'administració, i de manera coordinada amb àrees amb més autonomia donat el caràcter del servei que presten. Tot plegat en el marc d'una supervisió genèrica"

"Des de l'Àrea de Comunicació "

"A través de la Tècnica de Comunicació"

"A l'Ajuntament hi ha un Tècnic de Comunicació que crea contingut i publica informació rellevant de les diferents àrees (inclosa la biblioteca) de l'ajuntament seguint les ordres de l'equip de govern"

"De forma centralitzada. A nivell d'Ajuntament/Cultura/Biblioteques "

Testimoni direcció biblioteca

"A l'Ajuntament es gestiona a partir del Personal de Comunicació. A la biblioteca es gestiona amb el TAB responsable i es compta amb la col·laboració de l'Ajuntament"

"La Regidoria de Comunicació de l'Ajuntament disposa de dues persones que gestionen tota la comunicació, una d'elles és la responsable de la gestió dels perfils genèrics de l'administració en les xarxes socials"

Entrevista als/les responsables institucionals

Com gestiona l'administració que representeu, en el cas de tenir-los, els perfils digitals d'àrees o equipaments específics (ex: biblioteques, serveis socials, comerç, etc)?

"A la biblioteca tenim una treballadora (tècnic auxiliar de biblioteca) que dedica part de la seva jornada a crear contingut i programar les publicacions a les diferents xarxes socials i a la web "

"De forma centralitzada, pel que fa als serveis generals propis de l'administració, i de manera coordinada amb àrees amb més autonomia donat el caràcter del servei que presten. Tot plegat en el marc d'una supervisió genèrica"

"A la biblioteca se'n fa càrrec una tècnica auxiliar amb un perfil professional capacitat per fer aquesta tasca "

"Cada servei gestiona els seus perfils. En aquest cas, Biblioteca es gestiona desde biblioteca "

"A través de la Tècnica de Comunicació que segueix les indicacions donades pel personal de cada àrea."

"Ho gestionem directament des de la biblioteca"

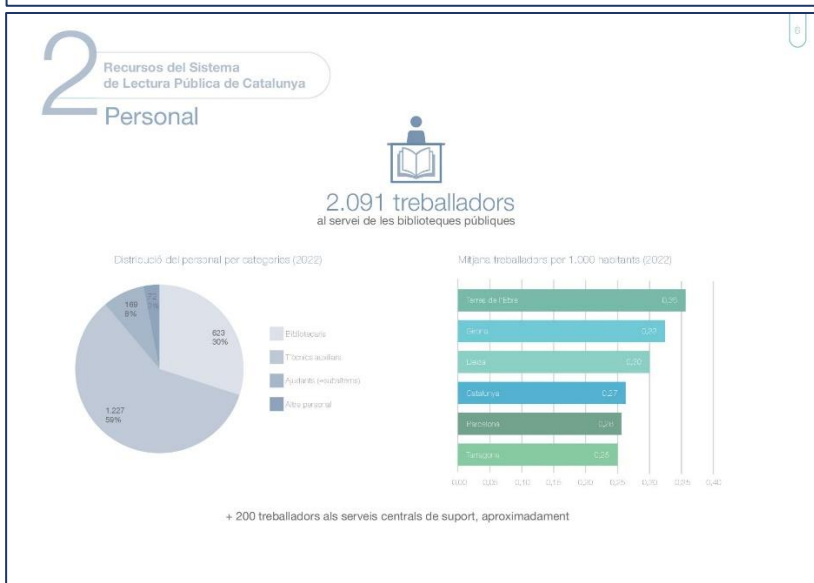
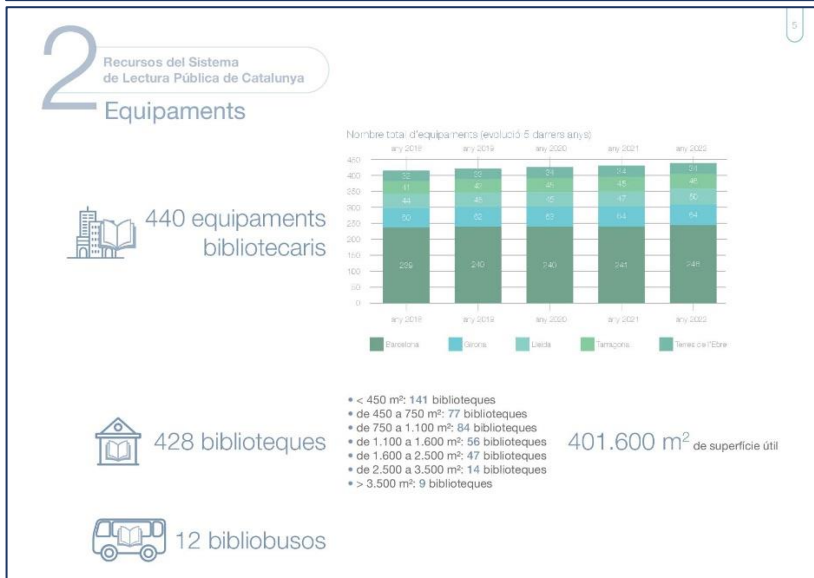
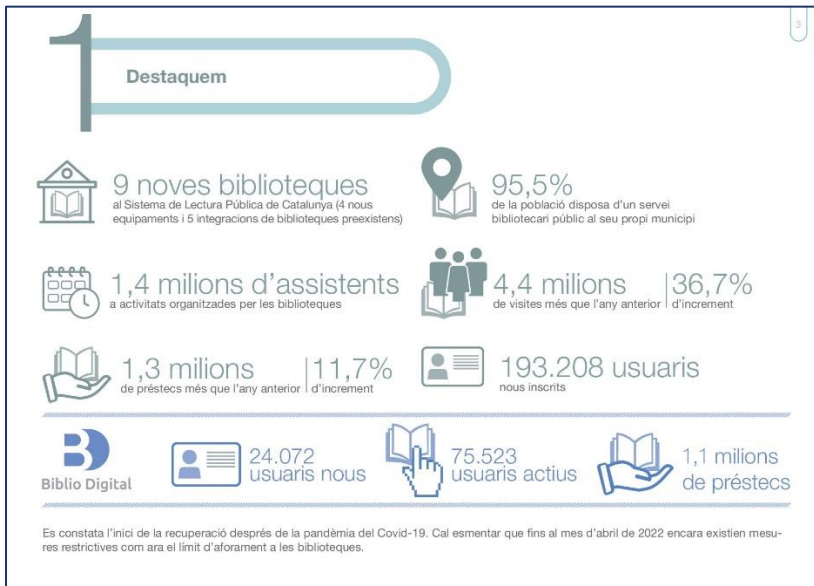
"Existeix un Pla Estratègic que defineix les comunicacions, format, fórmules, periodicitat, a partir d'aquí s'atorga un grau d'autonomia a aquestes àrees i serveis específics per tal que la comunicació en el dia a dia sigui àgil i eficaç"

"La tècnica auxiliar de biblioteca s'encarrega de gestionar el perfil de biblioteca a les xarxes socials d'Instagram i Facebook i publica sobretot notícies referents a activitats. La majoria d'inscripcions a aquestes també es realitzen a través d'Instagram per part dels usuaris. Un cop al mes, publica la guia de novetats a la xarxa Issuu. D'altra banda, bidireccionalment, compartim anuncis d'activitats d'interès amb l'àrea de comunicació de l'Ajuntament"

"Ens demanen col·laboració"

"Al nostre ajuntament intentem mantenir la centralitat de la comunicació en les xarxes socials genèriques, evitant multiplicar els perfils socials. Per a aquest motiu, són pocs els equipaments i serveis que disposen de xarxes socials pròpies: Espai Obert, Joventut, Biblioteca i Escoles Bressol "

Annex 15. Generalitat de Catalunya. Biblioteques Públiques de Catalunya. (2023). Sistema de Lectura Pública de Catalunya. Balanç 2022. Selecció de continguts

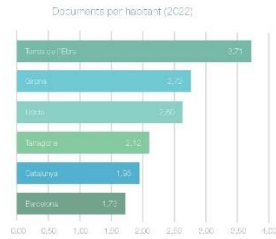
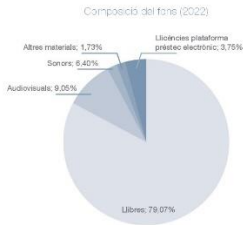


2 Recursos del Sistema de Lectura Pública de Catalunya

Fons



La col·lecció conjunta de totes les biblioteques està formada per **15.272.077** exemplars (1,96 exemplars per habitant), accessibles també mitjançant un sistema nacional de préstec interbibliotecari



+ 356.515 exemplars a la Central de Préstec i Servei Especials (CePSE)
+ 603.800 llicències d'ús a la plataforma de préstec electrònic Biblio Digital¹

¹ S'inclouen les llicències d'EPH, que s'han integrat a Biblio Digital l'any 2022

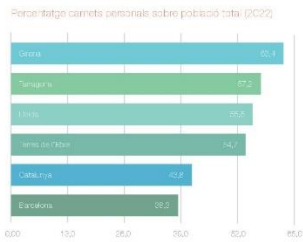
3 Usos i usuaris

Usuaris inscrits (carnets)

193.208 nous carnets han estat expedits durant l'any 2022*



3.411.906 carnets personals (99,32% del total)
23.345 carnets d'entitats (0,68% del total)



* El nombre total de carnets (3.435.261) s'ha reduït en 481.408 degut als carnets donats de baixa a la província de Barcelona.

3 Usos i usuaris

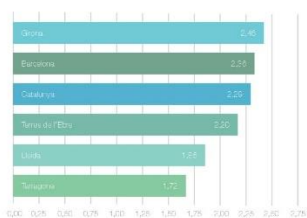
Visites

17,8 milions de visites l'any 2022

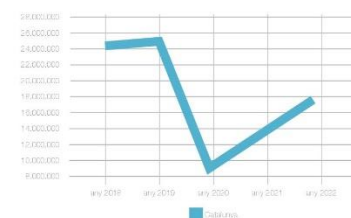


4,5 milions de visites més que l'any anterior

Mitjana de visites per habitant (2022)



Evolució de les visites a les biblioteques els darrers 5 anys a Catalunya



3 Usos i usuaris

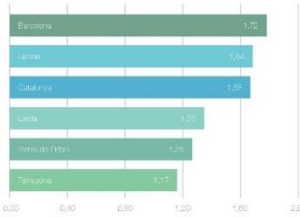
Préstecs

+ 12,7 milions de préstecs durant l'any 2022

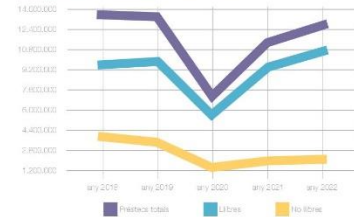


10.676.838
llibres prestats (83,9% del total)
2.054.999
préstecs d'altres materials (16,1% del total)

Mijana de préstecs per habitant (2022)



Préstecs llibres i no llibres (evolució 5 darrers anys)



Del total de préstecs, 3,3 milions (25,8%) han estat realitzats mitjançant màquines d'autoprèstec.
+ 1.118.881 préstecs mitjançant la plataforma de préstec digital Biblio Digital!

1 S'inclouen els préstecs d'RFM, que s'han integrat a Biblio Digital l'any 2022

3 Usos i usuaris

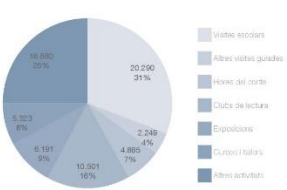
Activitats

66.128 sessions d'activitats de foment de la lectura celebrades a les biblioteques

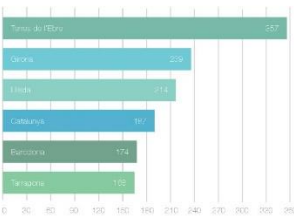


1.454.014 assistents en total

Desglossament activitats (2022)



Mijana d'assistents a activitats per 1.000 habitants (2022)



6 Taules estadístiques del Sistema de Lectura Pública de Catalunya

Població atesa

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022						% variació població atesa 2018-2022	% variació població atesa respecte any anterior
					Municipis atesos per...			Població atesa per...				
					Biblioteques	Bibliobusos	Total	Biblioteques	Bibliobusos	Total		
Barcelona*	5.530.150	5.582.681	5.669.179	5.618.918	150	110	260	5.499.389	166.871	5.666.260	2,46	0,84
Girona**	635.616	649.444	661.047	666.248	57	1	58	670.390	1.103	671.493	5,64	0,79
Lleida	333.541	336.952	345.654	349.822	47	39	86	333.762	24.338	358.100	7,36	2,37
Taragona	542.923	553.528	568.540	571.998	39	0	39	580.118	0	580.118	6,85	1,42
Terrassa de l'Ebre	158.846	158.455	164.789	165.514	30	0	30	166.948	0	166.948	5,10	0,87
Catalunya	7.201.076	7.282.040	7.409.119	7.372.500	323	150	473	7.250.607	192.312	7.442.919	3,38	0,96

* El municipi gironès de Viladrau (1.103 habitants) rep servei del Bibliobús Puigdon (Diputació de Barcelona).
** El municipi de Masquefa té biblioteca i el bibliobús te parada a l'enitiat de La Beguda Alta.

Personal

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022				Total	% variació 2018-2022	% variació respecte any anterior
					Bibliotecaris	Tècnics auxiliars	Ajudants (-subalterns)	Altres personal			
Barcelona	1.446	1.446	1.449	1.439	459	835	134	41	1.469	1,59	2,08
Girona	257	255	255	265	70	167	13	12	262	1,95	-1,13
Lleida	122	126	123	123	40	78	8	5	131	7,38	6,50
Taragona	158	164	164	162	37	104	12	11	164	3,80	1,23
Terrassa de l'Ebre	67	66	64	66	17	43	2	3	65	-2,99	1,52
Catalunya	2.050	2.057	2.055	2.055	623	1.227	169	72	2.081	2,00	1,75

6

Taules estadístiques del Sistema de Lectura Pública de Catalunya

18

Nombre d'equipaments

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022			% variació 2018-2022	% variació respecte any anterior
					Biblioteques	Bibliobusos	Equipaments totals		
Barcelona	239	240	240	241	236	10	246	2,9	2,1
Girona	60	62	63	64	64	0	64	6,7	0,0
Lleida	44	45	45	47	48	2	50	13,6	6,4
Tarragona	41	42	45	45	46	0	46	12,2	2,2
Terres de l'Ebre	32	33	34	34	34	0	34	6,3	0,0
Catalunya	416	422	427	431	428	12	440	5,77	2,09

Superfície (m²) d'equipament de biblioteca pública

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022	% variació 2018-2022	% variació respecte any anterior
Girona	42.866	43.189	43.128	43.788	44.022	2,70	0,53
Lleida	22.023	22.204	22.120	22.298	23.670	7,48	6,15
Tarragona	25.909	27.927	28.985	29.191	29.496	13,84	1,04
Terres de l'Ebre	14.398	14.521	15.048	15.101	15.282	6,14	1,20
Catalunya	383.265	387.475	388.271	391.563	401.600	4,78	2,56

6

Taules estadístiques del Sistema de Lectura Pública de Catalunya

19

Usuaris inscrits (comets)

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022	% variació 2018-2022	% variació respecte any anterior
Girona	451.900	468.444	476.677	489.232	505.438	11,85	3,31
Lleida	222.675	230.350	233.637	238.807	246.641	10,76	3,28
Tarragona	332.901	346.552	352.373	361.752	372.069	11,77	2,85
Terres de l'Ebre	90.233	93.282	94.876	97.139	100.259	11,11	3,02
Catalunya	3.868.160	4.009.834	3.765.169	3.916.659	3.435.251	-11,19	-12,29

Vistes

	any 2018	any 2019	any 2020	any 2021	any 2022	% variació 2018-2022	% variació respecte any anterior
Girona	2.819.994	2.923.958	1.257.138	1.559.588	1.948.815	-30,89	24,96
Lleida	1.103.642	1.132.296	447.762	576.999	815.271	-26,13	41,30
Tarragona	1.545.691	1.578.821	634.207	818.694	1.118.354	-27,65	36,60
Terres de l'Ebre	575.999	585.745	237.333	292.552	399.905	-30,57	36,70
Catalunya	24.477.213	25.148.929	9.382.752	13.347.990	17.820.255	-27,20	33,51

Annex 16. BibliotequesVO. Dades 2023 publicacions a les XSD

Les dades següents han estat facilitades per la Gerència de Serveis de Biblioteques, i manquen dades d'algunes biblioteques perquè s'estan tancant els resultats de 2023. Si més no, son útils per fer-se una idea del rendiment dels perfils.

