

Beyond broadcasting : Customer service, community and information experience in the Twittersphere

Lyndelle Gunton; Kate Davis

Reference Services Review, Vol. 40, n. 2, 2012

El artículo nos habla del potencial que representan algunas de las herramientas de la web social como es el caso de Twitter. Cada vez es mayor el número de usuarios que están conectados a los medios de comunicación social y el tiempo que dedican a ellos, creando un flujo continuo de información que las bibliotecas deberían aprovechar. Actualmente las bibliotecas utilizan Twitter principalmente como canal de marketing, promocionando servicios y productos, pero aquí se nos muestran otros campos que pueden resultar beneficiosos para las bibliotecas. 1) Twitter como servicio al cliente: escuchando y atendiendo las preocupaciones que los usuarios le escriben directamente a la biblioteca o que plantean en otros espacios públicos de este tipo. 2) Twitter como creador de comunidades, en este caso virtuales, que permiten que personas de cualquier lugar del mundo puedan conectar, comunicarse, colaborar; generalmente a estas comunidades las une un tema en común. 3) Twitter como un lugar que genera experiencias de información a través de la comunicación que se establece, de las acciones que cada usuario puede realizar con la información que manejan, etc. Las bibliotecas deberían comprender los modos en los que las personas utilizan estos medios de comunicación y la naturaleza de sus experiencias de manera que puedan integrarse e implicarse en este flujo de información.

Resumen elaborado por : Isabel M^a Domingo Montesinos