

GUÍA DE USO DE LOS MEDIOS SOCIALES EN LA BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA. PINTEREST

ELABORADO POR EL GRUPO DE TRABAJO BUH 2.0

Elaborado por:
GT BUH 2.0

Fecha: 2015

Revisado por:
Isabel Lara

Fecha: 04-04-16

Aprobado por:

Fecha:



<https://es.pinterest.com/biblioBUH/>

NUESTRO PERFIL

Tenemos una cuenta institucional y verificada con nuestro sitio web. Esto permite saber a los pineadores que la cuenta es realmente nuestra.

Nuestra imagen de perfil es el logotipo de la Biblioteca (resolución de 160 x 165 píxeles).



Biblioteca Universidad de Hu...

© Campus de «El Carmen» Av. F... · www.uhu.es

La Biblioteca Universitaria de Huelva en Pinterest

POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDO

La comunidad universitaria en particular y la sociedad en general.

RESPONSABLES

El grupo BUH 2.0 es el responsable de su mantenimiento. Todos los miembros participan alimentando los diferentes tableros, y un subgrupo se encarga de las interacciones y las estadísticas.

OBJETIVOS

- Difundir el fondo documental de la BUH.
- Difundir actividades, recursos y servicios de la Biblioteca Universitaria de Huelva.
- Informar de las novedades de la Biblioteca.
- Establecer una vía de comunicación más directa, atractiva y visual entre la Biblioteca y el usuario.
- Atraer seguidores con contenido interesante y atractivo

PAUTAS INTERNAS

Contenidos

- Creación de contenidos propios mayoritariamente, aunque en esta red es muy usual el repineo de imágenes.
- Intentamos mezclar contenidos académicos con otros de carácter lúdico.
- Pinterest es un medio social muy visual, por lo que son muy apreciados los pines con imágenes vistosas. Utilizamos imágenes de alta calidad. Bien definidas y centradas. El diseñador Rob Russo aconseja pinear imágenes de 736 píxeles de ancho y 1.128 de ancho.
- Optamos por Pines alargados. Los Pines en posición vertical se ven mejor en las pantallas móviles.
- Reduciremos al mínimo el texto de la imagen. Asegurándonos de que se puede leer fácilmente en las pantallas de móviles
- Utilizar hashtags (#) básicamente para enviar a nuestros sitios, eventos, etc. teniendo en cuenta que en los hashtags en Pinterest se puede dar el clic solo en las descripciones de los pines.

Tableros

- Intentamos crear tableros que reflejen la personalidad y el estilo de la biblioteca. Cada tablero tiene suficientes Pines como para que se aprecie su importancia.
- Denominamos claramente los tableros para que los usuarios puedan saber lo que incluyen. Intentando no pasar de los veinte caracteres para que el título no aparezca cortado.
- Para cada tablero, utilizamos un Pin de portada llamativo que ilustra a simple vista el contenido del tablero. Dependiendo del tablero este Pin puede ir cambiando para hacerlo más dinámico.
- Tratamos de poner los tableros más importantes en la parte superior. Por ejemplo, los tableros de la exposición del mes, los primeros, a continuación los tableros “fijos temáticos” y al final los de las exposiciones que ya han pasado.
- Los tableros de las diferentes exposiciones mensuales se refundirán anualmente en un único tablero, que irá conformando el histórico.
- Queremos tener tableros de grupo e invitaremos a las personas a que colaboren.

Pines

- Añadimos Pines semanalmente para que nuestros seguidores obtengan contenido nuevo en sus feeds de inicio.
- Los Pines están vinculados con un sitio web útil y así conseguir más tráfico de referencia a nuestros recursos electrónicos, catálogo de la Biblioteca...
- Actuamos como Pineadores activos. Seguimos los tableros de otras bibliotecas y añadimos sus Pines, pulsamos en “me gusta” en los Pines que estén relacionados con el mundo bibliotecario. Y como pauta general, seguimos a quien nos sigue, y repineamos contenido de otros sitios que nos parezca interesante, dando visibilidad así a nuestro Pinterest.

Organización

Seguiremos un cronograma previsto ajustándonos al mismo en la medida de lo posible, pero siendo también flexible.

Indicadores

- N° de seguidores (dato acumulativo)
- N° de pines y repines (dato acumulativo)
- N° de repineadores
- N° de impresiones
- N° de Reach (Alcance)
- N° de clicks
- N° de likes
- Audiencia
- N° de vistas (visitas)

HISTÓRICO DE CAMBIOS

Nº de Edición	Fecha	Modificaciones realizadas
1	2015	
2	04/2016	Revisión completa del documento y normalización formato