



PRESENCIA DE LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS DEL ESTADO EN LA WEB SOCIAL

Alumna: M^a Isabel Hortal Muñoz

Tutor: Tony Hernández-Pérez

Máster en Bibliotecas y Servicios de Información Digital

Fecha de presentación: Octubre 2012





Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	3
Lista de tablas, figuras o ilustraciones, abreviaturas y símbolos	4
Resumen	6
1. Introducción	7
2. Objetivos y metodología	10
<u>Objetivos</u>	10
<u>Metodología</u>	11
1. Blogs:	12
2. Twitter:.....	14
3. YouTube:.....	15
4. Facebook:	17
Presencia ideal	18
Método de análisis.....	20
3. Influencia de la implantación generalizada de las nuevas tecnologías de la información y el entorno web en el ámbito bibliotecario.....	22
4. Pautas para la creación de un modelo "ideal" de presencia en la web social.....	26
5. Presencia de las bibliotecas públicas en internet: análisis de casos concretos y resultados obtenidos	29
a) Blogs: búsqueda de información en fuentes externas.	30
b) Twitter: difusión de la información entre los usuarios.	36
c) Delicious, Flickr, Youtube, Netvibes, Librarything: organización de la información.	44
d) Facebook: compartir la información mediante un flujo bilateral usuarios-bibliotecarios.52	
6. Estudio comparativo entre el uso que hacen de las redes sociales las distintas bibliotecas. Establecimiento de unas pautas para la creación de un modelo "ideal" de presencia en la web social.....	67
7. Conclusiones y recomendaciones finales: cómo mejorar la presencia en internet	74
Conclusiones.....	74
Recomendaciones finales	75
8. Bibliografía	78
<u>Iniciativas para aprender a usar redes sociales</u>	79
9. Anexo	80
Estadísticas del Ministerio de Cultura	80



Lista de tablas, figuras o ilustraciones, abreviaturas y símbolos

Índice ilustraciones

<i>Ilustración 1: Indicadores de acceso y uso de las TIC en España. Fuente: eEspaña 2011</i>	23
<i>Ilustración 2: Temática de los blogs</i>	33
<i>Ilustración 3: Ejemplo de reacciones a un post</i>	35
<i>Ilustración 4: Ejemplo compartir entradas de un blog</i>	35
<i>Ilustración 5: Ejemplo enlace</i>	35
<i>Ilustración 6: Nº tuiteos por BPE. Datos a fecha 07/09/2012</i>	37
<i>Ilustración 7: Seguidores y seguimientos en Twitter. Datos a fecha 07/09/2012</i>	38
<i>Ilustración 8: Ejemplo de uso incorrecto del lenguaje</i>	41
<i>Ilustración 9: Ejemplo progresión estable-BPE Lugo</i>	42
<i>Ilustración 10: Ejemplo progresión variable-BPE Santiago</i>	42
<i>Ilustración 11: Ejemplo respuestas BPE Santiago</i>	43
<i>Ilustración 12: Ejemplo retuiteos BPE Valladolid</i>	44
<i>Ilustración 13: Comparativa nº suscriptores y vídeos compartidos en Youtube</i>	47
<i>Ilustración 14: Ejemplo canales suscritos-BPE Badajoz</i>	50
<i>Ilustración 15: Ejemplo listas de reproducción-BPE Salamanca</i>	51
<i>Ilustración 16: Valoración interacciones Youtube</i>	51
<i>Ilustración 17: Nº seguidores BPE's en Facebook</i>	59
<i>Ilustración 18: Proporción BPEs por nº de seguidores</i>	60
<i>Ilustración 19: Ejemplo de perfil completo en Facebook</i>	62
<i>Ilustración 20: Ejemplo URL propia en Facebook</i>	65
<i>Ilustración 22: Información sobre talleres-Twitter BPE Tarragona</i>	70
<i>Ilustración 23: La comunidad de usuarios virtuales-Facebook BPE Cantabria</i>	71
<i>Ilustración 22: Ejemplo de interacción con los usuarios-Facebook BPE Salamanca</i>	72

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Presencia ideal en los distintos SNS</i>	20
<i>Tabla 2: Blogs. Datos a fecha 20/08/2012</i>	33
<i>Tabla 3: Datos cuentas BPE's en Twitter</i>	36
<i>Tabla 4: Twitter. Datos a fecha 07/09/2012</i>	40
<i>Tabla 5: Frecuencias y progresión en Twitter</i>	41
<i>Tabla 6: Youtube. Datos a fecha 15/09/2012</i>	46
<i>Tabla 7: Indicadores Youtube. Datos a fecha 15/09/2012</i>	49
<i>Tabla 8: Datos básicos Facebook. Agosto 2012.</i>	54
<i>Tabla 9: Facebook. Datos a fecha 20/08/12</i>	58
<i>Tabla 10: Relación fecha de inicio actividad y nº seguidores en Facebook. Agosto 2012.</i>	61
<i>Tabla 11: Presencia de las BPE's en los distintos SNS</i>	68
<i>Tabla 12: Crecimiento número de visitantes y usuarios activos de las BPE's con mejor presencia en la web social. Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.</i>	80



<i>Tabla 13: Crecimiento de los préstamos en las BPE's con mejor presencia en la web social.</i> <i>Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 14: Crecimiento del préstamo infantil en las BPE's con blogs de contenido infantil.</i> <i>Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.....</i>	<i>80</i>

Abreviaturas y definiciones

- BPE's: abreviatura para referirnos a las Bibliotecas Públicas del Estado.
- SNS: del inglés *Social Networking Service*, se refiere a los servicios de web social como conjunto de redes sociales.
- Web 2.0: término asociado a aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.
- Web social: también denominada web 2.0, designa sitios web construidos por y para los usuarios, que determinan la forma de compartir la información de una manera colaborativa.

Ambos términos (web 2.0 y web social) serán usados indistintamente en este trabajo.



Resumen

La web social ya ha dejado de ser un concepto para convertirse en una realidad, y tener conexión a internet hoy día es sinónimo de tener el mundo a tan sólo una pulsación. Las bibliotecas, que hace años podían ejercer una función similar (a menor escala, claro está), quedan relegadas a un segundo plano, pero éstas aún disponen de un valor añadido que puede marcar la diferencia: el personal cualificado en la búsqueda y gestión de la información. Ese valor añadido es el que hay que promocionar y sacar a la luz, de modo que se mantenga viva la utilidad de estos servicios, y para ello hay que estar donde estén los usuarios (un 91% de internautas tienen por lo menos una cuenta activa en alguna red social), es decir, en la web social.

Las Bibliotecas Públicas del Estado (BPE's) como cabeceras de las distintas Comunidades Autónomas, deben dar ejemplo al resto de bibliotecas manteniendo una presencia activa y de calidad en la web social. Facebook, Wordpress o Twitter, entre otros muchos SNS (Social Networking Service), conforman el nuevo campo de trabajo en el que se encuentran buena parte de los usuarios. De un total de 52 BPE's, 32 tienen algún tipo de presencia en la web social, pero para que esta presencia lo sea de verdad, es necesario que sus perfiles sean identificables, activos, que compartan información relevante para sus usuarios reales y potenciales, y que pueda percibirse que hay alguien detrás de los mismos, un equipo de personas formadas, amantes de la cultura, e interesadas en compartir sus conocimientos con la comunidad virtual.

Sobre su presencia real y la que podría considerarse una presencia ideal versa este trabajo, con el fin de encontrar el mejor modo de estar en la web social y llevar los servicios de las BPE's a donde están sus usuarios.



1. Introducción

En la última década internet se ha desarrollado a gran velocidad, llegando en los últimos años a consolidarse, lo cual ha supuesto además de un acceso casi instantáneo a cualquier información, una democratización de su accesibilidad y uso. Todo ello ha conllevado un cambio social y cultural importante, que afecta a la comunicación y las relaciones interpersonales, y también a su relación con la información (García 2010).

Hoy día el acceso a la información no está tan sólo a un click de ratón, sino que además es ubicuo gracias a los *smartphones* o a las tabletas gráficas. Según la *IV oleada del Observatorio de redes sociales* (de abril de 2012), en España seis de cada diez internautas acceden a internet desde su teléfono móvil. De estos, un 55% entra en alguna red social.

Según este mismo estudio, España se encuentra en plena madurez en cuanto a lo que redes sociales se refiere. Un 91% de internautas tienen por lo menos una cuenta activa en alguna red social, siendo la tasa de abandono bastante baja. Facebook continúa siendo la red social favorita, mientras que Tuenti se mantiene en un segundo lugar (aunque de un modo estancado) y Twitter en el tercero, con la mayor tasa de crecimiento: un 32%.

Atendiendo a otros estudios (Chua y Goh 2010), el uso de las webs de las bibliotecas se ha venido reduciendo desde el año 2005 entre un 30-50%, mientras que el uso de herramientas de búsqueda y redes sociales ha aumentado significativamente durante ese mismo periodo. Como se comentaba en párrafos anteriores, el cambio que se ha producido en la comunicación y la relación con la información ha provocado (o ha sido provocado, puesto que la interrelación parece mutua) que las herramientas más utilizadas en la actualidad sean las redes sociales, mediante las cuales puede compartirse información, dialogar con amigos y/o conocidos, fomentar los intereses de los individuos, etc.

Y las bibliotecas, como centros de información de todos los individuos, no pueden estar fuera de esta nueva realidad. Las redes sociales son plataformas idóneas para mantener una relación más cercana con los usuarios, puesto que son interactivas y fáciles de usar, lo que fomenta la colaboración y participación de sus usuarios. Estar en las redes sociales permite a las bibliotecas informar a sus usuarios sobre todas las actividades de la comunidad o biblioteca, además de compartir noticias de su interés y aumentar la disponibilidad de la institución de cara a satisfacer las necesidades informacionales de sus usuarios.

En cuanto a las oportunidades que ofrecen las redes sociales encontramos (García 2010):

- El tener una lista de contactos a la que informar sobre los servicios, horarios y



actividades del centro (teniendo en cuenta que, además, estos contactos están interesados en esa información, dado que siguen el perfil de la biblioteca en la red social que corresponda).

- Fidelización de usuarios mediante la creación de un espacio común en el que compartir intereses.
- Captación de nuevos usuarios entre el público potencial mediante la red de contactos de la propia institución: a través de estos es posible que llegue a otras personas interesadas la información que publica la biblioteca, y, además, es posible hacerlo de un modo anónimo.
- Creación de una red de contactos profesional: en las distintas redes sociales se encontrarán perfiles de otras muchas bibliotecas a las que puede ser interesante seguir.
- Optimización de recursos: llegar a más usuarios con menos gasto.
- Ampliación de los canales de comunicación con los usuarios
- Refuerzo de los mecanismos de evaluación del servicio a través del feedback de los usuarios y sus comentarios.
- Imagen actual de la biblioteca, que es capaz de adaptarse a las nuevas tecnologías y las posibilidades que estas ofrecen.
- Coste mínimo del servicio: crear un perfil es gratuito.

Por otra parte, no hay que olvidar los riesgos que conlleva, como una falta de tiempo para el mantenimiento del perfil, rechazo o indecisión por parte de las instituciones, desconocimiento de la utilidad y uso de las redes sociales, falta de recursos, falta de formación del personal, etc.

Es por ello que considero de gran interés este estudio que voy a llevar a cabo, puesto que ya han pasado algunos años desde que comenzaron a utilizarse las redes sociales en nuestro país, y es un buen momento para analizar qué han estado haciendo las bibliotecas hasta ahora. Como el ámbito es demasiado amplio, he decidido centrarme en las **Bibliotecas Públicas del Estado**, que, según el Real Decreto 582/1989, de 19 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Bibliotecas Públicas del Estado, han de “*cooperar con las demás Bibliotecas Públicas del Estado y con las de su respectiva Comunidad Autónoma*”, para lo cual también puede ser de gran utilidad la web social (entendida como un conjunto de servicios distintos, una variedad de redes sociales, adoptables por cada BPE atendiendo a sus objetivos y necesidades).

La intención de este trabajo es determinar cuál es la presencia real de las BPE's en la web social, es decir, en qué servicios tienen un perfil, de qué modo lo utilizan, frecuencia de actualización, interacción con los usuarios, etc. Para ello partiremos de una presencia ideal, mediante la cual pueda valorarse el trabajo que están haciendo las BPE's en la actualidad. Por supuesto que el modelo que se presente no será cerrado ni exclusivo, ya que se entiende que hay una serie de factores que determinarán la elección de una o varias redes sociales, pero sí me gustaría poder ofrecer una guía que ayude en ese proceso selectivo y en el mantenimiento de la herramienta seleccionada, una especie de manual en el que



poder basarse.

Un tema que siempre me ha interesado es la comunicación; existen muchísimos modos de comunicarse, lo mismo que herramientas para hacerlo, y son demasiados los códigos, lenguajes, canales, etc. con los que nos encontramos. Por ello no es fácil saber de qué modo comunicar en cada caso. Con la web social se produjo un gran cambio, estableciéndose novedosas herramientas y modos de comunicación; pero el cambio más relevante ha sido para la *persona de a pie*, que pasa de ser un mero oyente (con posibilidad de manifestar su opinión esporádicamente y mediante ciertos canales preestablecidos) a ser un *prosumidor*, creador y consumidor de información.

Este gran salto está siendo asumido, en mayor o menor medida, por los que poseían (antes de la aparición de la web social) el testigo de la comunicación, los que establecían el qué, cómo y cuándo. Es un cambio complicado, al que no es fácil adaptarse, pero que, imperiosamente, hay que saber gestionar.

Por eso me gustan las redes sociales, porque, en buena medida, han supuesto un cambio social (para bien y para mal), pero está en nuestra mano (en la de cada uno, en la de cada institución) el saber movernos en este nuevo ámbito informativo y social. Y siendo las bibliotecas mi ámbito de estudio y trabajo, encuentro especialmente interesante el saber de qué modo están utilizando ellas estas herramientas y qué podría mejorarse en su gestión de la comunicación con los usuarios.



2. Objetivos y metodología

Objetivos

- **Conocer la situación actual de las BPE's en la web 2.0:** saber si están presentes, si esa presencia es real – es decir, si dan uso a los distintos perfiles que tengan creados- y analizar si el uso que hacen de los mismos es el idóneo.

- **Determinar cuáles pueden ser las redes sociales de más utilidad para las Bibliotecas Públicas del Estado,** atendiendo a sus distintas funcionalidades, posibilidades y público objetivo, según sea el trabajo diario desarrollado por las distintas bibliotecas.

- **Tratar la importancia de estar presentes en las redes sociales en la actualidad:** a pesar del *handicap* que puede suponer el cambio de plataforma y espacio de trabajo (que, además, implica un cambio en el modo de comunicar y acercarnos a nuestros usuarios), la llegada del 2.0 es ya una realidad de la que no podemos evadirnos. Cuanto antes se asuma que el futuro de nuestro centro es digital, antes conseguiremos asentarnos y tener presencia en internet, aprovechando sus múltiples ventajas.

No se trata simplemente de estar, sino que hay que llevar a cabo una presencia activa y de interés para nuestros usuarios. El mantenimiento de los distintos perfiles o cuentas en servicios de web social requerirá tiempo y personal, por lo que se ha de tener el beneplácito de la administración.

Creo que es posible aprovechar las habilidades que se presupone poseen los bibliotecarios y auxiliares que trabajan en los centros derivadas de su formación y del desarrollo de su trabajo diario (comprensión de las necesidades de los usuarios, asistencia a consultas, organización, seguimiento de informaciones, etc.), pero es de vital importancia que la administración forme parte del proceso de elección de SNS y su evolución.

- **Desarrollar un modelo de perfil ideal para nuestra biblioteca:** debemos analizar quiénes somos, qué hacemos, cómo lo hacemos y para quién. Mucha de esta información la encontraremos en la normativa por la que se rige nuestro centro, misión, valores y funciones de la biblioteca, etc., es decir, documentación que ya poseemos. A través de internet también podemos acceder a directrices y recomendaciones sobre cómo utilizar las redes sociales e implementarlas en nuestro centro. Con toda esta información deberemos diseñar un modelo de perfil para nuestro centro, que no quiera abarcar más de lo que podemos permitirnos, ni que sea de escaso interés o poco orientado a lo que estamos buscando.

Los distintos SNS atienden a distintos perfiles de usuarios, siendo importante que identifiquemos no sólo qué perfil queremos adoptar nosotros, sino también qué perfil podrán seguir nuestros usuarios (reales y potenciales).



- **Definir algunas pautas acerca del mejor modo de estar en la web social:** Ya no basta con el simple hecho de tener presencia en internet. Son muchas las empresas / instituciones / bibliotecas, etc. que han creado su perfil y lo han mantenido estático, no le han dado un uso; y eso, en la web 2.0, no tiene cabida. Por ello creo que debemos plantearnos una serie de pautas de uso de nuestra plataforma y SNS, que trate temas como los tiempos de publicación, temas sobre los que publicar, modo de hacerlo (adaptación a una línea de perfil único, en el que todas nuestras publicaciones se identifiquen como elaboradas por nuestro centro a nivel general y no una persona (bibliotecario) a nivel individual), cuestiones a evitar (la infoxicación, por ejemplo), etc.

Me interesa especialmente el "cómo hay que comunicar"; creo que es algo que no hay que perder de vista en ningún momento, puesto que es la clave para que nuestros usuarios sigan nuestras publicaciones. No se trata sólo de tener presencia en más redes, dar uso a blogs, foros, Twitter, etc. Se trata de comunicar correctamente, diciendo lo que queremos, poniendo de manifiesto a través de nuestras publicaciones la misión de nuestro centro y cómo pretendemos llevarla a cabo.

Metodología

Durante el primer estadio de investigación de campo de este trabajo, consistente en la búsqueda de aplicaciones 2.0 en las distintas BPEs, se encontraron muchas más dificultades de las esperadas. El primer paso fue acceder a cada una de las páginas webs para buscar enlaces a dichas aplicaciones. A través de la [red de sedes web de las Bibliotecas Públicas españolas](#) se accedió a los sitios de las distintas Bibliotecas Públicas del Estado (cabeceras de provincia), tratando de encontrar enlaces a su presencia en redes sociales (mediante iconos, secciones creadas ex proceso, videos, fotografías, etc.).

El siguiente paso en la investigación fue realizar búsquedas en Google incluyendo el nombre propio de cada una de las bibliotecas (por ejemplo, "Biblioteca Pública Jovellanos Gijón") o el genérico ("Biblioteca Pública Estado Gijón"). En muchos casos ha sido posible encontrar perfiles en distintas aplicaciones (Murcia, Salamanca, Tarragona) y blogs, sobre todo de clubes de lectura de las distintas BPEs, pero los resultados más frecuentes fueron las propias webs de las bibliotecas, información en páginas de organismos oficiales, directorios, ubicación en Foursquare, información básica en "Spain is culture", etc.

Por último, se realizaron búsquedas en algunos de los servicios preestablecidos (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube), pudiendo encontrar de este modo algunos perfiles más que no se habían encontrado en los pasos anteriores. En el caso de Facebook hay que reseñar que no en todos los casos se trata de un perfil



en sí mismo, sino que encontramos una división entre estos y las páginas informativas, que nada más presentan la institución e información sobre la misma.

La tabla completa con los resultados de las búsquedas en Google y los enlaces a los distintos servicios de web social de las 52 BPE's se encuentra en Google Docs, accesible mediante el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0ArFEJqa1bgxcdEQyWjRDMldOeU9xY3hWcXdkS0dfLUE>.

Se ha desestimado su inclusión como Anexo por ser excesivamente grande y contener comentarios que pueden ser de interés.

Para analizar la presencia de las BPE's en las distintas aplicaciones 2.0 debemos presentar dichos servicios; atendiendo al estudio de A.Y.K. Chua y D.H. Goh, "*A study of Web 2.0 applications in library websites*", podemos dividir dichas aplicaciones en cuatro grupos:

1. Búsqueda de información de fuentes externas: blogs, wikis...Facilitan la interacción y el feedback entre bibliotecarios y usuarios. Permiten compartir las novedades del centro y promocionar sus servicios, actividades y catálogo.
2. Difusión de la información entre los usuarios: RSS, Twitter, Slideshare, Issu. Mantienen informados a los usuarios sobre los cambios y novedades de la biblioteca, actuando de un modo similar a la difusión selectiva de la información.
3. Organización de la información: Flickr, Picasa, Youtube, Netvibes, Librarything, Delicious. Aplicaciones de etiquetado social, que usan etiquetas a modo de palabras clave, que luego podrán compartir con los usuarios.
4. Compartir la información mediante un flujo bilateral usuarios-bibliotecarios, ya sea mediante mensajería instantánea o SNS. Aquí se incluyen las redes sociales como Facebook.

Una vez hecha la división de los distintos servicios de web social, se seleccionan una serie de indicadores (distintos para cada red social, puesto que sus funcionalidades son diversas) que nos permitan analizar y comparar los distintos perfiles de las bibliotecas; estos se desarrollan con más detenimiento a partir del párrafo siguiente, englobándolos según los grupos de aplicaciones que les correspondan. Los diferentes valores se organizan y desarrollan en una tabla, utilizándose una escala de preferencia del 1 al 5 atendiendo a la calidad observable (1 – baja calidad; 5 – alta calidad) en los indicadores que puedan ser calificados de este modo.

Por tanto tenemos:

1. Blogs:

Para analizar los blogs de las bibliotecas, se ha desarrollado una tabla en la que se incluyen las bibliotecas en la columna izquierda, y una serie de indicadores a valorar en cada uno de ellos, que son:



- Temática: tema sobre el que trata principalmente el blog (aunque puedan incluirse otros contenidos). Para este indicador no se utilizará la valoración numérica, simplemente se apunta el tipo de blog con el fin de determinar cuáles son los principales temas que llevan a crear un blog, y si los contenidos que se publican siguen la línea de esa temática principal. Los blogs analizados se dividen en las siguientes temáticas: la biblioteca y sus actividades, clubes de lectura o escritura, infantil, juvenil, ámbito cultural y música.

- Calidad de la información: relevancia de los contenidos que se incluyen en el blog, si la información es completa y consistente, si utilizan una correcta gramática y ortografía, interés que pueden tener para los usuarios. Dependiendo de la temática principal del blog, serán de mayor o menor interés determinados contenidos; por ejemplo, en el caso de un blog para el Club de lectura, se consideran de interés publicaciones sobre los libros, avisos sobre las reuniones, presentación de los autores, fotografías de eventos del club, e incluso otras actividades de la biblioteca que puedan ser de su agrado.
Para la valoración numérica se tendrán en cuenta los siguientes factores:
 - Pertinencia de la información compartida con respecto a la temática del blog.
 - Publicación de posts mediante otros servicios de web social (siempre que no se duplique la información).
 - Comentarios de los bibliotecarios: se han valorado con menor puntuación los blogs cuyos contenidos no han sido comentados por los bibliotecarios, sino que se han publicado tal cual de la fuente (mediante un enlace, o copiando y pegando la información).

- Media de actualización: frecuencia con la que se publican contenidos en el blog. Encontramos una frecuencia bastante dispar entre los distintos blogs. Se valora con la máxima puntuación a los blogs que actualizan con una frecuencia media de entre tres posts a la semana y uno al día, y con la mínima a los blogs que parecen haber sido abandonados. También se han calificado con baja puntuación (2 ó 3) los blogs cuya actualización es muy esporádica, de una o dos actualizaciones al mes o cada dos meses (teniendo en cuenta que este análisis se ha realizado en verano, pero se han tenido en cuenta las publicaciones desde principios de año).

- Comentarios / reacciones: se analiza la posibilidad por parte de los usuarios de comentar o valorar los contenidos publicados en el blog. Para este indicador no se usa la valoración numérica, sino simplemente un Sí / No, dependiendo de si permiten esta opción.

- Compartir entradas: se valora la existencia de “*share buttons*” para poder compartir las entradas en otras redes sociales. Para este indicador no se usa



la valoración numérica, sino simplemente un Sí / No, dependiendo de si permiten esta opción.

- Enlace a otros SNS: si se incluyen enlaces en el blog a otras redes sociales de la BPE, con el fin de elaborar una red consistente entre las distintas plataformas utilizadas por la BPE. Para este indicador se usa la valoración numérica, exceptuando en los casos en que no se tiene presencia en otros servicios de web social, para los que se usará el signo "-". Se otorga un 5 a las BPE's que han añadido en sus blogs algún icono de enlace o algún *widget* que incluya la línea de tiempo de alguna red social (muy habitual en el caso de Twitter), o a los casos en que se ha incluido enlace a alguno de sus SNS (aunque falten otros). Se han valorado con puntuaciones inferiores los casos en que no existe ningún tipo de enlace, o tan sólo a alguno de los que disponen o a alguna utilidad de uno de los servicios de web social (por ejemplo, la BPE de Coruña no incluye enlaces a su Facebook o Flickr, pero sí a las fotos que han incluido en su perfil en Google+).

2. Twitter:

Para analizar las cuentas en Twitter de las BPE's primero se han extraído los datos básicos de la cuenta (fecha de creación, número de tuiteos, seguidores y perfiles que siguen) y, a partir de ellos, junto con el análisis de las publicaciones, se ha elaborado una tabla, en la que se incluyen las bibliotecas en la columna izquierda y los indicadores a analizar en las siguientes columnas. Además se han utilizado algunas herramientas para medición, como son:

- Tweetstats: mide la actividad de la cuenta en Twitter, elaborando gráficos con datos como el número de tuiteos al día/mes, número de retuiteos y respuestas, etc. Además elabora una nube de etiquetas con los términos y hashtags más utilizados.
- Tweetgrader: mide el grado de influencia de una cuenta en Twitter, además de permitir ver la fecha de creación de la misma.

Los indicadores a analizar en Twitter son:

- Información de perfil: para este indicador lo primero de todo hay que tener en cuenta es que el espacio disponible es mucho menor del que, por ejemplo, encontramos en Facebook, ya que se dispone de tan sólo 140 caracteres. Es por ello que datos como el horario o la ubicación no son tan relevantes como una correcta presentación de la institución y la página web de la BPE (donde podrá encontrarse el resto de información). Se ha valorado valorado con nota inferior a un 5 las BPE's que incluyen poca o ninguna información en su perfil.
- Calidad de la información: Twitter requiere de un modo de comunicación distinto, que exprese en pocas palabras y de forma clara y concisa lo que quiere decirse. Es un buen medio para compartir avisos, enlaces, y también para encontrar información interesante de otras fuentes y poder compartirla con nuestros contactos; en



definitiva, se trata de publicar contenidos interesantes para tu audiencia.

Es por ello que se ha valorado positivamente el que se compartan enlaces en las actualizaciones, imágenes o videos, y la incorporación de hashtags en las publicaciones que permitan encontrar a los usuarios que busquen en Twitter por un término concreto los contenidos de su interés. Se ha valorado negativamente el no incluir comentarios personales en las actualizaciones, y también el utilizar Twitter tan sólo para publicar los contenidos del blog o de la cuenta de Facebook.

- Frecuencia de actualización: para analizar este indicador hay que tener en cuenta el número de actualizaciones o tuiteos de la cuenta. Gracias a la aplicación web TweetStats es posible analizar la actividad existente en cualquier cuenta de Twitter. Con tan sólo incluir el nombre de usuario (por ejemplo, el de la BPE de Murcia es @brmu), esta herramienta elabora diagramas y gráficos con datos como el número de actualizaciones al mes / día, porcentaje de retuiteos y respuestas o una nube de etiquetas con las palabras y *hashtags* más utilizados.

Analizar la frecuencia de actualización en Twitter no es fácil, puesto que establecer una media idónea de publicaciones diarias o mensuales cuando se trata de un servicio en permanente cambio, donde los mensajes son efímeros, resulta imposible. Por ello se ha decidido considerar un intervalo amplio, basado en la actividad que están llevando a cabo las BPE's, de modo que sea su actividad real la que determine cuál es la frecuencia idónea aproximada, no sin antes remarcar que es un indicador variable, puesto que Twitter puede utilizarse, entre otras muchas cosas, para retransmitir eventos, y, en esos casos, se sobreentiende que aumentarán en buena medida el número de actualizaciones. Por tanto, se procede a calcular la media de tuiteos, teniendo en cuenta el número de actualizaciones mensual de las Bibliotecas Públicas del Estado; para realizar este cálculo se eliminarán los valores atípicos que puedan distorsionar el resultado.

- Interacciones: para el análisis de este indicador se han tenido en cuenta los siguientes factores:

- Respuesta a usuarios
- Retuiteos (hay que retuitear para que te retuiteen)

La escasez o ausencia de estos factores mermará la puntuación de la BPE para este indicador.

- Personalización de la cuenta: en Twitter no existen demasiadas opciones para personalizar la cuenta, pero sí que es posible incluir una foto de perfil y un fondo para la línea de tiempo. Por ello se ha valorado con la máxima puntuación a las BPE's que han incluido imágenes ambas, y con menor puntuación a las BPE's que les faltaba alguna de las dos.

3. YouTube:

Al igual que en Twitter, para llevar a cabo el análisis de los distintos perfiles en Youtube se elaboró una tabla en la que se recogieron los principales datos de la



cuenta (fecha de inicio de la actividad, actividad más reciente, número de suscriptores al perfil, reproducciones de vídeo que se han hecho y número de vídeos compartidos). Mediante estos datos es posible saber qué uso le dan a la cuenta, si tan sólo es una herramienta para subir vídeos que luego compartirán en su web o en otros servicios de web social, o si también lo utilizan como plataforma para contactar con usuarios e interactuar con ellos. También es posible saber si el perfil está abandonado o si continúan dándole uso.

A partir de estos datos se ha elaborado una segunda tabla, en la que se valoran una serie de indicadores, que son:

- Información de perfil y nombre de usuario: mediante este indicador se evalúa si la información de perfil de la cuenta se ha completado correctamente, permitiendo saber a qué institución pertenece esa cuenta sin llevar a equívocos. Esto también incluye el nombre de usuario del perfil, que también identifica de forma unívoca a la BPE.

Por tanto, se han valorado positivamente los perfiles cuya información de perfil es más completa, pudiendo incluir la dirección web de la BPE, y cuyo nombre de usuario es más identificable. Por otra parte, se valoran con menor puntuación los perfiles que incluyen poca o ninguna información, y cuyo nombre de usuario es menos identificable. En estos casos, la puntuación se otorga gradualmente, según sea el nivel de identificación.

- Canales suscritos / listas de reproducción: Youtube ofrece la posibilidad de suscribirse a otros canales que puedan ser de interés para los usuarios, de modo que se reciban todas las actualizaciones en el propio perfil. Además, también es posible crear distintas listas de reproducción, incluyendo vídeos propios o de otros usuarios atendiendo al criterio que se quiera seguir.

En este indicador se ha valorado si la BPE se encuentra suscrita a algún canal o si ha creado alguna lista de reproducción, apuntándose mediante Sí o No.

- Calidad de los vídeos compartidos: en este indicador no se trata de valorar la factura de los vídeos, es decir, si su calidad técnica es peor o mejor. Lo que se ha valorado ha sido su pertinencia (puesto que se trata de bibliotecas, se ha valorado que los vídeos tengan relación con la propia institución, cultura, libros, etc.), descripción de cada vídeo (que se haya incluido una, que especifique de qué trata el vídeo) y etiquetas que se le han incluido (para categorizar los vídeos subidos).

La puntuación otorgada ha variado gradualmente según cuáles de los siguientes puntos a valorar han incluido en sus perfiles; tendrán mayor puntuación las BPE's que hayan incluido vídeos interesantes, con una descripción detallada y una categorización, y una menor puntuación los perfiles cuyos vídeos no tengan descripción o etiquetas, o cuyos vídeos no sean pertinentes.

- Interacciones: al igual que sucedía en otros servicios de web social, para este



indicador se ha valorado la interacción de la BPE con otros usuarios. En Youtube es sencillo hacer la comprobación, puesto que existe una pestaña de "Actividad" en la que queda grabado si se ha comentado alguna publicación, vídeos que se han compartido, publicaciones marcadas como favoritas...

Por tanto, este indicador se ha valorado atendiendo a la cantidad de interacción de los distintos perfiles. Se valora con una mayor puntuación las BPE's que hayan comentado y marcado como favoritas otras publicaciones, e irá disminuyendo la puntuación según sea menor su interacción.

- Personalización: como sucedía con Twitter, en Youtube también es posible cambiar el color del canal de la BPE y la foto de perfil, de modo que pueda ser más identificable y corporativo.

Por tanto, para este indicador se ha dado la máxima puntuación a los perfiles que han incluido una foto de perfil y un color corporativo, una puntuación media (3) a los que sólo han incluido una de las dos cosas, y la mínima puntuación (1) a los perfiles que no tienen ni foto de perfil ni color de fondo distinto al que viene por defecto.

4. Facebook:

Al igual que sucedía en Twitter y Youtube, para analizar los perfiles en Facebook de las BPE's primero se han extraído los datos básicos de la cuenta (fecha inicio actividad, número de fans y etiqueta tipo de organización) y, a partir de ellos, junto con el análisis de las publicaciones, se ha elaborado una tabla, en la que se incluyen las bibliotecas en la columna izquierda y los indicadores a analizar en las siguientes columnas. Estos son:

- Perfil completo: si incluye datos de contacto, localización, horario, misión y objetivos, etc. Se ha valorado negativamente el que no se haya incluido un mapa con la ubicación (que puede encontrarse al acceder al apartado de información, o desde la página principal, en los recuadros de aplicaciones de la cabecera). Otros puntos negativos son que la información no aparezca en portada (tan sólo se puede visualizar cuando se accede al apartado de información), que en la fecha de creación se haya puesto la de la propia biblioteca y no la de la página de Facebook, o que falte algún dato importante, como el horario o la dirección.
- Calidad de la información: las páginas de Facebook no presentan una temática concreta como sucedía con los blogs, por lo que se publican contenidos de interés para los usuarios, de carácter variado y no excesivamente promocional, que traten sobre la localidad y/o comunidad en la que se ubican, aunque también a nivel nacional o internacional, relacionados con libros, asuntos de interés local, contenidos divertidos, etc. Se valora positivamente el uso de otros recursos, como videos, fotografías o



enlaces. Se valora negativamente el utilizar el perfil tan sólo como medio de autopromoción o para enlazar las publicaciones del blog y el no incluir comentarios personales ni fotografías de eventos o relacionadas con actividades de la biblioteca.

- Media actualización: no se pueden publicar demasiadas actualizaciones al día, pero tampoco dejar abandonada la página durante semanas. Ha de haber una presencia permanente, y avisar en caso de que no vaya a ser posible actualizar durante un tiempo. Se da la máxima puntuación a los perfiles que publican con una frecuencia de actualización de hasta tres publicaciones al día, y no menos de una cada dos días. Por tanto, se ha valorado con una menor puntuación a las bibliotecas que actualizan con mayor o menor frecuencia de la indicada, o en los casos en que existe una frecuencia irregular.
- Interacciones: en el análisis de este indicador se han tenido en cuenta los siguientes factores:
 - Comentarios y “me gustas” por parte de los usuarios
 - Respuesta a los comentarios de los usuarios
 - “Me gusta” por parte de la biblioteca a otras páginas en FacebookLa escasez o ausencia de alguno de estos factores merma la puntuación que recibirá la página.
- URL propia: se valoran con Sí / No las páginas de Facebook que han cambiado su URL para personalizarla (es posible a partir de los 30 fans, así que todas podrían hacerlo).
- Enlace a otras redes sociales: si en la información incluida en la página se encuentran enlaces a perfiles de la biblioteca en otras redes sociales. Se valoran con la máxima puntuación los casos en que se han enlazado todos los SNS de que dispone la biblioteca. El resto de puntuaciones se reparten dependiendo del número de redes sociales enlazadas (asignando el 1 para los perfiles que no enlazan ninguno de sus restantes perfiles en redes sociales) y se utiliza "-" en las BPE's que no tienen presencia en ninguna otra, por considerarse irrelevante este indicador.
- Personalización: se valora con la máxima puntuación a las BPE's que disponen de una página customizada, con imagen de perfil y portada (en el modo biografía), junto con distintas aplicaciones que hacen más identificable la página como de la propia biblioteca. Para el resto de BPE's se utilizan las demás valoraciones, según sea mayor o menos el grado de personalización.

Presencia ideal



Para poder llevar a cabo el análisis es necesario partir de un modelo ideal en cada uno de los servicios de web social, que permita contrastar lo que están haciendo las BPE's con la que se considera una actividad idónea. A continuación se presenta una tabla en la que se incluyen algunas pautas básicas para cada uno de los servicios de web social en que se ha encontrado presencia de las BPE's y que se analizarán posteriormente en este trabajo, no sin antes especificar que no se trata de un modelo estricto, puesto que cada BPE ha de adaptar estas ideas a su modelo y posibilidades.

Dicha presencia ideal ha sido establecida partiendo de lo visto en lecturas bibliográficas y atendiendo a una primera observación de la presencia real de las BPE's en la web social. Se trata de una serie de pautas sencillas, al alcance de toda BPE con presencia en algún servicio de web social (el paso más complicado, que es la creación y mantenimiento de sus perfiles, ya lo están llevando a cabo). No se trata de cumplir todas y cada una de estas pautas a rajatabla, pero son unas líneas básicas de actuación que sirven para analizar la presencia de las BPE's en la web social, y también, por qué no, un marco en el que las BPE's puedan basarse para llevar a cabo el mantenimiento de sus perfiles.

	BLOGS	TWITTER	FACEBOOK	YOUTUBE
Temática	-Clubes de lectura -Talleres -La biblioteca -Cultura en general -Libros y literatura -Por grupos de usuarios: infantil, juvenil, adulto...			
Calidad de la información	-Información de interés: avisos, noticias culturales, sobre la localidad, libros, etc. -Contenidos completos y consistentes -Correcta gramática y ortografía -No duplicar contenidos en los distintos SNS -Comentarios personales en las publicaciones -Compartir imágenes, enlaces, videos, etc. -En Twitter, uso de hashtags -En Youtube, uso de etiquetas			
Media actualización	Entre 3 posts a la semana y 1 al día	Entre 20 y 58 tweets al mes	Entre 1 cada dos días y 3 al día	
Comentarios	El blog ha de permitir a los usuarios comentar o expresar su impresión sobre los posts.			Si permite incluir comentarios en los vídeos publicados



Compartir entradas	En la medida de lo posible, se han de incluir botones para compatir en otros SNS los posts.			
Enlace a otros SNS	Facilitar el acceso a otros SNS de la BPE mediante enlaces o iconos.		Facilitar el acceso a otros SNS de la BPE mediante enlaces o iconos.	
Interacciones		<ul style="list-style-type: none"> -Responder a los usuarios -Compartir publicaciones de los usuarios -Marcar como favorito o con "me gusta" publicaciones ajenas 		
Personalización		<ul style="list-style-type: none"> -Foto de perfil -Foto de fondo 	<ul style="list-style-type: none"> -Foto de perfil -Foto de portada -Aplicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> -Foto de perfil -Color de fondo
Info perfil completa		<ul style="list-style-type: none"> -Breve presentación de la BPE -Enlace a la web de la BPE 	<ul style="list-style-type: none"> -Información en portada -Datos de contacto: ubicación, horario, teléfono, etc. -Mapa ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> -Descripción de la cuenta -Nombre de usuario identificable
URL propia			<ul style="list-style-type: none"> Cuando se tengan más de 30 fans se ha de cambiar la URL del perfil 	
Canales suscritos / listas de reproducción				<ul style="list-style-type: none"> Si se han creado distintos canales o listas de reproducción dependiendo de la temática de los vídeos

Tabla 1: Presencia ideal en los distintos SNS

Método de análisis

Para completar las tablas se accedió a los distintos servicios de web social entre los meses de julio, agosto y septiembre de 2012. La comprobación de los distintos indicadores se llevó a cabo de forma manual, accediendo a cada uno de los perfiles de las bibliotecas en los distintos servicios, y retrocediendo temporalmente



en sus publicaciones del año en curso.

El problema de este tipo de análisis es la posibilidad de pasar por alto algún dato o publicación relevante, además de errar en alguno de los cálculos estadísticos, puesto que no se trata de un proceso automático. Sin embargo, la observación manual permite captar información que podría pasar por alto de otro modo, como por ejemplo la semejanza o pautas comunes entre perfiles de distintas BPE's.

Una vez completadas las tablas, se analizan los datos y se desarrollan una serie de conclusiones a raíz de los mismos. El principal objetivo de este trabajo es conocer la situación actual de las Bibliotecas Públicas del Estado en la web 2.0: si están presentes, y en caso de que lo estén, qué herramientas se usan más, de qué modo se utilizan y cómo interactúa la Biblioteca con los usuarios, partiendo de una presencia que se considera ideal, pero teniendo en cuenta que no todas las bibliotecas pueden seguir un modelo estándar, ya que depende de factores como los usuarios, personal implicado o tiempo que puede dedicarse a esta actividad.



3. Influencia de la implantación generalizada de las nuevas tecnologías de la información y el entorno web en el ámbito bibliotecario

Según dice Dídac Margaix Arnal en su artículo *“Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales”*, el **concepto de web 2.0** nace, en primer lugar, *“de la observación y no de un replanteamiento teórico de los servicios de internet. Había servicios web 2.0 antes de formularse el concepto. En segundo lugar, nace en entorno empresarial y tiene, en su origen, una marcada impronta tecnológica y de marketing. La tercera característica es que no hay un elemento clave que sitúe un servicio web en el lado del 2.0, existe una serie de características que se pueden cumplir en mayor o menor medida, pero es difícil encontrarlas todas simultáneamente en un mismo servicio web.”*

Lo mismo sucede con el concepto de **biblioteca 2.0**, para el que no existe una definición única. Su existencia comenzó a plantearse fuera del ámbito académico, en la blogosfera, a raíz de la necesidad de nombrar o enmarcar las nuevas tareas y/o tipos de bibliotecas que estaban surgiendo con el desarrollo de la propia web. Cuando se habla de biblioteca 2.0 se refiere a una nueva idea bibliotecaria, un cambio en el modo en que se da servicio a los usuarios; estos se convierten en el centro de la actividad, siendo fundamentales sus opiniones y sugerencias para el cambio, evaluación y evolución de las bibliotecas. Para ello es necesario el uso de tecnologías y herramientas interactivas y participativas, ofertadas mediante la web 2.0.

En el mismo artículo antes mencionado (Margaix 2007), el autor hace referencia a la definición que hace **Habib** de la biblioteca 2.0 como *“la aplicación de las tecnologías y la filosofía de la web 2.0 a las colecciones y los servicios bibliotecarios, tanto en un entorno virtual como real.”*



Resumen de los principales indicadores de acceso y uso de las TIC por parte de los ciudadanos españoles. 2010, en %

Acceso	Hogares con ordenador	68,7
	Hogares con acceso a Internet	59,1
	Hogares con teléfono móvil	94,6
	Hogares conectados con acceso a banda ancha	97
	Hogares conectados con acceso a través de líneas ADSL	76
	Hogares conectados con acceso a través de redes de cable	17
Uso	Individuos que utilizan el teléfono móvil	92
	Individuos que han utilizado Internet en los últimos tres meses	64
	Internautas que acceden a diario	70
	Internautas que utilizan Internet para leer o descargar periódicos o revistas	62
	Internautas que utilizan banca electrónica	42
	Internautas que buscan información relacionada con la salud	53
	Individuos que han comprado en Internet en los últimos tres meses	17,4
	Internautas que utilizan algún tipo de red social	83

Fuente: eEspaña 2011

Ilustración 1: Indicadores de acceso y uso de las TIC en España. Fuente: eEspaña 2011

Es innegable que Internet es el medio de comunicación más utilizado en la actualidad (según el estudio de la Fundación Telefónica – **eEspaña2011**-, “*internet se consolida como una herramienta de uso habitual entre los españoles, sobre todo si se tiene en cuenta que el 75% de los internautas españoles lleva utilizando la Red desde hace más de ocho años y que aproximadamente el 70% de los internautas españoles acceden a la Red a diario*”), y las bibliotecas, como “*fuera viva de educación, cultura e información y como agente esencial de fomento de la paz y los valores espirituales en la mente del ser humano*” (según el Manifiesto de la UNESCO en favor de las bibliotecas públicas) no pueden negar esta realidad. Internet es la herramienta idónea para cumplir sus objetivos, puesto que permite a las bibliotecas acceder a un mayor número de usuarios, que incluso puedan encontrarse aisladas físicamente o no tengan posibilidad de visitar la sede de la institución. Además, la web 2.0 permite conocer las necesidades reales de nuestros usuarios, a la vez que permite resolver sus dudas en un corto espacio de tiempo.

Cuando en la definición de web 2.0 se hace referencia a “*su marcada impronta tecnológica y de marketing*”, no debe entenderse desde un punto de vista de generar ganancia, sino como un modo de promocionar los servicios de la biblioteca y hacerlos llegar a un mayor número de personas. Se trata del aprovechamiento de la **inteligencia colectiva** mediante el uso de un nuevo sistema



de comunicación con los usuarios, de modo que estos puedan enriquecer con su conocimiento el trabajo y los servicios que prestan las bibliotecas, interactuando con los bibliotecarios para hacerles partícipes de sus opiniones, valoraciones, necesidades informativas, etc.

Por otra parte, el estudio eEspaña2011 apunta que *“el 85% de los usuarios de Internet utilizan la Red para el correo electrónico así como para la búsqueda de información de bienes y servicios”*. Se trata, por tanto, de un cambio y una evolución necesaria en todo servicio, puesto que su no aceptación podría conllevar su desaparición a corto-medio plazo. ¿Quién necesita una biblioteca cuando es posible descargar libros, películas y música de internet? ¿Para qué desplazarse hasta su sede si se puede acceder al conocimiento mediante un sólo click? No son preguntas tan descabelladas ni tan alejadas de la realidad como puede pensarse. El servicio bibliotecario realmente importante (y que hay que hacer valer) es el propio saber hacer de los bibliotecarios, es decir, la asistencia al usuario en su búsqueda de información. La web 2.0 ha provocado un aumento exponencial de la información disponible vía internet, lo que también supone una mayor dificultad a la hora de encontrar información de calidad. Son los bibliotecarios los que conocen las fuentes y pueden averiguar qué requiere exactamente el usuario.

El cambio de modelo de organización y trabajo bibliotecario atiende a los siguientes principios (González 2007):

- La biblioteca está en cualquier parte donde se necesite.
- La biblioteca no tiene barreras entre el usuario y la información.
- La biblioteca invita a la participación y colaboración de sus usuarios mediante sus diversas redes sociales.
- La biblioteca usa sistemas flexibles, ofrece servicios web interoperables y es beta permanente.

En cuanto al uso de las **redes sociales**, según el Estudio de Hábitos de Internet 2010 (elaborado por Ocio Networks), el 83% de los internautas españoles usan algún tipo de red social. Facebook se posiciona como la más usada (con una tasa de penetración del 75%). Este tipo de herramientas de relación social está mucho más extendida entre la población joven, y precisamente es en este estrato de edad donde mayor variedad de redes se utilizan (aproximadamente el 30% de los internautas con edades comprendidas entre los 16 y los 20 años utilizan tres o más redes sociales). A Facebook le siguen Tuenti (uno de cada tres internautas la utilizan) y Twitter, que es la red que más crecimiento experimentó en 2010. Según el II Estudio sobre Redes Sociales en Internet del IAB Spain Research, estas redes se caracterizan por la elevada frecuencia con que se visitan.

Cada vez son menos los internautas que no usan una red social, ya sea como medio de comunicación o por motivos profesionales, argumentando como principales razones para no usarlas la falta de interés, de tiempo, de privacidad o simplemente porque no son de su agrado. En las redes sociales los usuarios pueden expresarse,



compartir sus ideas e interactuar con otros usuarios, de modo que consiguen generar una identidad colectiva. La propia definición de red social (ya sea presencial o virtual) hace hincapié en esa interacción social, en el intercambio entre personas, grupos e instituciones, que pueden identificarse con las mismas necesidades y problemas, de modo que se comparten y organizan los recursos, creando espacios interactivos compartidos (García 2010).

Las redes sociales aportan inmediatez, comodidad e individualidad en las formas de expresión, pero a la vez democratizan la comunicación puesto que fomentan la participación e interactividad entre los individuos. Otra de sus ventajas es la ubicuidad que confieren a los usuarios, que pueden seguir cualquier tipo de evento y comentarlo en tiempo real sin necesidad de desplazamiento geográfico.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta lo que se conoce como “*componente gigante*”: en una red social la mayor parte de los usuarios se encuentran conectados entre sí, empezando por conexiones individuales que van conformando macroestructuras de mayor envergadura, formadas por un conjunto de nodos (las personas) y sus conexiones (relaciones entre ellas); esto es lo que se conoce como componente gigante. Esta estructura explica el mecanismo de contagio social, que favorece la circulación de la información de un modo exponencial en la red (ONTSI 2011).

Todas estas características convierten a las redes sociales en un campo infinito de posibilidades para individuos, empresas e instituciones, dentro de las cuales encontramos a las bibliotecas públicas.



4. Pautas para la creación de un modelo "ideal" de presencia en la web social

A la hora de plantearse comenzar la andadura en las redes sociales, el primer paso consiste en saber qué medios sociales existen y cómo usarlos. El criterio principal por el que ha de guiarse la biblioteca para la elección de una red social concreta es el de las preferencias de los usuarios del centro. Para ello han de hacerse encuestas previas, que determinen cuál es o cuáles son los servicios de web social más relevantes para los usuarios, pero sin dejar de lado los objetivos de la biblioteca en relación a esta nueva herramienta, es decir, qué pretenden conseguir con ella (Dobrecky 2007). Por ejemplo, una meta u objetivo puede ser aumentar el número de personas que acudan a la biblioteca, ó tener el control de la reputación de la biblioteca en internet. Hay que tener en cuenta que la actividad que se lleve a cabo en el servicio de web social elegido ha de ir acorde a dichas metas u objetivos.

Una vez establecidos los objetivos y seleccionado un SNS, existen una serie de pautas que conviene seguir:

- **Completar siempre la información** sobre el perfil del centro en la red seleccionada. Cuanta más información mejor, puesto que es el modo de identificar la institución de que se trata y generar confianza en los usuarios. Además ha de mantenerse actualizada, incluyendo cualquier cambio de horario, ubicación por reformas, etc.
- En la medida de lo posible, las BPE's han de tratar de tener una **URL propia** en las redes sociales que las identifique. En Facebook, por ejemplo, es posible tener una URL directa una vez se tengan 30 fans. Dicha URL debe incluirse en la página web del centro y en folletos o panfletos informativos, para que los usuarios puedan acceder más fácilmente a esos perfiles. También se han de enlazar los perfiles en distintas redes sociales desde las mismas, para que el usuario sepa en qué servicios puede encontrar la biblioteca.
- En la línea del punto anterior se encuentra la **personalización de los perfiles**; mediante la inclusión de fotografías, aplicaciones, etc. la presencia de las BPE's en los servicios de web social será más característica e interactiva. La instalación de aplicaciones no es un proceso complejo; Facebook ofrece un buscador a través del cual encontrar multitud de aplicaciones que puedan ser de interés. No se trata de tener muchas y no utilizarlas, sino de encontrar las que nos vengan mejor según los contenidos que compartamos y darles uso.
- Es necesario mantener una **presencia activa** en el servicio o servicios de web social elegidos. Un perfil inactivo no tiene sentido, por lo que es preferible dedicar toda la atención a una sola red social y, en caso de no poder seguir actualizándola,



avisar a los usuarios del motivo y cerrar el perfil (manteniendo siempre la URL identificativa, con el fin de poder reutilizarla si más adelante cambiara la situación y pudiera volver a utilizarse el perfil, o, simplemente, para que no sea utilizada con otros fines). Un perfil atendido puede traducir la inversión del tiempo empleado en nuevas oportunidades para la institución, dada la posibilidad de transmitir la información de un modo viral y exponencial (Dobrecky 2007).

- Siguiendo el punto anterior, hay que ser cuidadosos en lo que se refiere a los **tiempos de actualización**; dependiendo del SNS que estemos utilizando, existirá un mayor o menor margen. Por ello es importante elaborar una política de comunicación en la que se especifiquen los tiempos convenientes, teniendo en cuenta que habrá momentos que requieran un mayor número de publicaciones (como por ejemplo, el seguimiento de un evento) y otros en que se reduzca el número por no haber ningún acontecimiento relevante. Pero es importante que toda política de comunicación tenga en cuenta la necesidad de avisar a los usuarios ante cualquier cambio en la frecuencia habitual que pueda producirse.

- Ha de generarse un **feedback entre la biblioteca y los usuarios**, no basta con la promoción de la biblioteca. De este modo estaremos generando capital social, o lo que es lo mismo, credibilidad virtual. Se trata de “ganarse” la confianza de los usuarios para poder promocionar el servicio. Explicándolo de forma práctica, si nuestro perfil tan sólo sirve para publicar enlaces a nuestro blog o sólo promociona las actividades de la biblioteca (es decir, se centra en la autopromoción), es posible que los usuarios terminen cansándose.

Por ello es necesario contestar a sus dudas, preguntar su opinión, publicar otros artículos de su interés, compartir publicaciones de los usuarios que sean divertidas o puedan gustar al resto de usuarios, comentar las actualizaciones de nuestros usuarios, etc. De este modo estaremos dando importancia al individuo, que se sentirá parte de la comunidad que estamos creando (Solomon 2011).

- Utilizar una **comunicación directa y transparente**, de tú a tú, que le de un carácter más personal, menos institucional. A los usuarios les gusta saber que hay una persona detrás de ese perfil, que lee sus comentarios y le comprende, y que también tiene sus aficiones y defectos.

- **Actualizar cada perfil** de forma distinta, **atendiendo a los modos de comunicación y posibilidades que ofrece cada uno de los servicios de web social**. Los blogs, por ejemplo, nos ofrecen un mayor espacio para explayarnos si queremos dedicar más atención a un tema, pero para avisos cortos funcionan mejor Facebook o Twitter. Para compartir fotos de un evento resulta más conveniente Flickr, pudiendo insertar álbumes mediante algún *plugin* en Facebook o en el blog. Todo depende de la información o contenido que queramos compartir.

- **Compartir contenidos relevantes**, que sean pertinentes con respecto a la temática en que se ha orientado el SNS, relacionados con la propia biblioteca (avisos, eventos y actividades de la institución), cultura, noticias de interés local, nacional e incluso internacional, efemérides, etc., siempre acompañados de



comentarios del personal bibliotecario que aporten una visión distinta y lo diferencie de la información tal cual. Hay que tener en cuenta que los seguidores de la biblioteca recibirán actualizaciones de otros muchos perfiles, por lo que es conveniente dar un valor añadido a las nuestras que las haga resaltar sobre el resto.

- El **mantenimiento de las redes sociales** debe entenderse como una tarea más del trabajo diario de los bibliotecarios del centro, es decir, debe considerarse dentro del tiempo de trabajo del empleado. Según el tiempo estimado y el personal disponible, podrán elegirse uno o más servicios de web social en los que tener presencia. Como dice Ibáñez-Hernández, *“la presencia en las nuevas redes sociales supone, lógicamente, la asunción de nuevas tareas y procedimientos, pero no necesariamente una nueva carga de trabajo, siempre que se seleccionen las herramientas apropiadas”*.

- **Mejorar el aprovechamiento de los recursos humanos disponibles**, ofreciendo la oportunidad a los empleados de actualizar sobre sus intereses, siempre que tengan relación con los servicios ofertados por la biblioteca. La información compartida ganará en calidad si se permite a los empleados reforzar sus habilidades o ámbitos en que tienen más conocimientos.

- Los administradores deben saber que, en las redes sociales, **son los usuarios quiénes controlan el mensaje**. No hay una voz oficial o moderador, todos participan por igual. Hoy en día las conversaciones se mantienen en buena medida a través de internet. Por ello, y aunque se tenga miedo a recibir comentarios negativos, hay que asumir que es mejor saber qué se está diciendo para poder gestionar dichas opiniones y cambiar aquello que falle (Solomon 2011).



5. Presencia de las bibliotecas públicas en internet: análisis de casos concretos y resultados obtenidos

En los “*Estudios Comparativos de los Servicios Públicos online en las Comunidades Autónomas*” de la Fundación Orange, se analiza el progreso y la disponibilidad de diversos servicios públicos de la eAdministración. Entre ellos se encuentran las bibliotecas públicas, en cuyas páginas web se analiza la existencia de catálogos y herramientas de búsqueda, además del acceso a información pública (estadística, archivos generales y archivos administrativos). Su media de disponibilidad en dichos estudios ya era de un 96% en 2010, y por este motivo se sustituyó este servicio en el estudio de 2011, ya que se considera una disponibilidad más que aceptable.

Según el estudio de 2010, las bibliotecas públicas alcanzan la Etapa 4 en cuanto a disponibilidad en 18 CCAA, quedando tan sólo Melilla en Etapa 1. La Etapa 4 se define como “*El sitio web ofrece la posibilidad de buscar por medio de formularios electrónicos un medio de información específico (libro, CD,...), y hacer una reserva electrónica del mismo o bien obtener una copia digital o bien recibir por correo la información específica (libro, CD,...)*”, mientras que en la Etapa 1 “*La información necesaria sobre cómo realizar el procedimiento de consulta de los catálogos de una biblioteca pública está disponible online. Incluye oficinas, plazos y descripción de requisitos para realizar el procedimiento*”.

De esto puede deducirse que las bibliotecas públicas ya se han subido al carro del 2.0, por lo menos en lo que al acceso a sus catálogos e información pública se refiere. El siguiente paso es convertirse en una biblioteca 2.0, pero para ello cada institución debe analizar su situación en función de sus posibilidades (económicas, tecnológicas y humanas) y contexto, usuarios, objetivos, etc., antes de decidir si está preparada para afrontar este reto (Dobrecky 2007). No todas las redes sociales son apropiadas para todas las BPE's, así que la elección de una en concreto debe tener presente cuál la acercará a un mayor número de usuarios.

En la búsqueda de perfiles de las BPE's en los distintos servicios de web social, se comenzó por visitar las páginas web. Son muy pocas las bibliotecas que disponen de acceso directo desde su página de inicio a las aplicaciones 2.0 (10/53: Teruel, Tarragona, Sevilla, Las Palmas, Navarra, Palencia, Lugo, Huelva, Coruña, Albacete), y tan sólo dos BPEs dedican una pestaña o sección propia a la Biblioteca 2.0 (Cantabria y Murcia). Otras bibliotecas, como la de La Rioja o Pontevedra, a pesar de utilizar aplicaciones de la web social, no las promocionan en su página web.



Por otra parte, sorprende la complejidad de algunas de las webs (como el modelo común elegido para las BPEs andaluzas, que incluye demasiados menús y barras de desplazamiento), lo cual las hace perder su principal función, la informativa. Otras bibliotecas, como la de Melilla o Madrid, ni tan siquiera tienen una web propia, sino tan sólo un apartado muy básico dentro de la web de la Comunidad a la que pertenecen. Sin embargo, sí encontramos algún caso de web informativa y bien gestionada, como la de Ávila o Badajoz.

A continuación pasaremos a desarrollar con detenimiento cada grupo de redes sociales, según se detalló en el apartado de metodología del punto 2.

a) Blogs: búsqueda de información en fuentes externas.

Tras la recopilación de blogs asociados a las BPE's, nos encontramos con un listado de veintitrés, habiendo eliminado previamente el de la BPE de Almería por no haber podido acceder a él (el enlace de la página web no funciona). Como, de los restantes, dos son de la biblioteca de Coruña y otros dos de la biblioteca de Segovia, obtenemos que son veintiuna las bibliotecas con bitácora 2.0.

Se destacan dos casos especiales debido a las circunstancias actuales: en el último post de la BPE de Albacete, el bibliotecario encargado de actualizar el blog informa de que en agosto cesará su trabajo en dicha biblioteca y que, por lo tanto, no sabe si continuará el Club de lectura en el que se fundamenta el blog, y, por tanto, su actualización. El caso de la BPE de Cuenca es parecido, aunque en el último post se dice que el resto de bibliotecarios tratarán de actualizarlo.

BLOGS	Temática	Calidad de la información	Media actualización	Comentarios / reacciones	Compartir entradas	Enlace a otros SNS
BPE Vitoria	La biblioteca y sus actividades	5 (90% agenda de actividades desarrollada; 10% noticias culturales)	3 (media de dos al mes)	Sí	Sí	- (no tiene más)
BPE Albacete	Club de lectura, bibliotecas y cultura en general	5 (lecturas del club, temas bibliotecarios, noticias culturales)	4 (media de uno a la semana)	Sí	No	1 (falta Facebook)
BPE Ávila	Clubes de lectura	4 (lecturas y actividades biblioteca, pero sin comentarios personales)	3 (media de dos al mes)	Sí	Sí	5



BLOGS	Temática	Calidad de la información	Media actualización	Comentarios / reacciones	Compartir entradas	Enlace a otros SNS
<u>BPE Cantabria</u>	La biblioteca y sus actividades	5 (información detallada)	2 (media de uno cada dos meses)	Sí	Sí	5
<u>BPE Castellón</u>	Club de lectura	4 (lecturas del club y citas, sin comentarios personales)	3 (media de dos al mes)	Sí	No	- (no tiene más)
<u>BPE Córdoba</u>	Club de lectura	4 (sinopsis de las lecturas, sin comentarios personales)	1 (abandonado en 2010)	Sí	No	1 (faltan Facebook y Youtube)
<u>BPE Coruña</u>	Club de lectura	4 (enlaces sobre las lecturas, sin comentarios personales)	3 (media de uno al mes)	Sí	No	3 (faltan Facebook y Flickr, aunque sí fotos en Google+)
<u>BPE Coruña 2</u>	Nuevas tecnologías, biblioteca e inglés para niños entre 9 y 12 años	5 (comparten agenda cultural en Issu, enlaces de interés para niños, etc.)	3 (media de dos al mes)	Sí	No	5
<u>BPE Santiago</u>	Club de lectura	5 (información sobre libros, escritores, ...)	1 (media de uno a la semana, pero a partir de marzo nada)	Sí	Sí	1 (falta Facebook, Twitter...)
<u>BPE Cuenca</u>	Blog infantil	5 (relatos, libros, novedades, cultura...)	4 (media de uno a la semana)	Sí	Sí	1 (falta Facebook)
<u>BPE Guadalajara</u>	Taller de escritura	5 (información cultural, videos, frase del mes...)	4 (unos cinco al mes)	Sí	Sí	- (no tiene más)
<u>BPE Huelva</u>	Clubes de lectura	5 (información dividida por clubes, ayuda para blogs, libros, actividades)	5 (tres a la semana)	Sí	Sí	1 (falta Facebook, Twitter, Flickr, Youtube...)



BLOGS	Temática	Calidad de la información	Media actualización	Comentarios / reacciones	Compartir entradas	Enlace a otros SNS
		culturales, etc.)				
BPE León	Blog infantil	5 (recomendaciones, juegos para niños, libros, etc.)	5 (media de tres a la semana)	Sí	Sí	1 (falta Facebook)
BPE Lleida	La biblioteca	5 (libros, revistas, novedades, noticias sobre la biblioteca, etc.)	5 (media de cuatro a la semana)	Sí	Sí	5
BPE Lugo	La biblioteca y clubes de lectura	5 (novedades culturales, libros, información cultural, etc.)	5 (uno al día)	Sí	Sí	5
BPE Murcia	Libros, cultura, nuevas tecnologías ...	5 (bibliotecas, libros, novedades, propuestas, etc.)	5 (media de tres a la semana)	Sí	Sí	3 (falta Facebook)
BPE Las Palmas	La biblioteca y sus actividades	5 (libros, escritores, actualidad, música, etc.)	1 (muy irregular, con media de dos al mes, pero desde junio nada)	Sí	No	1 (falta Facebook)
BPE La Rioja	La biblioteca y sus actividades	5 (actividades, libros, novedades biblioteca, etc.)	5 (media de uno al día)	Sí	Sí	1 (faltan Facebook y Netvibes)
BPE Salamanca	La biblioteca y sus actividades	5 (bibliotecas, clubes de lectura, imágenes...)	4 (media de uno al día, pero desde junio casi nada)	Sí	Sí	1 (faltan Facebook, Twitter...)
BPE Segovia	Juvenil	5 (literatura, cómics, cine, actividades, etc.)	5 (uno al día)	Sí	Sí	5
BPE Segovia 2	Infantil	5 (libros, actividades, autores, etc.)	5 (uno al día)*	Sí	Sí	5
BPE	Música	5	5 (media de	Sí	No	5



BLOGS	Temática	Calidad de la información	Media actualización	Comentarios / reacciones	Compartir entradas	Enlace a otros SNS
Tarragona		(recomendaciones, información musical, concursos, etc.)	tres a la semana)			
BPE Valladolid	Clubés de lectura	5 (libros, videos, eventos, actividades)	5 (media de dos a la semana)	Sí	No	5

Tabla 2: Blogs. Datos a fecha 20/08/2012

* Lleva sin actualizar desde julio, pero han avisado de que se iban de vacaciones.

La primera cifra a analizar con respecto al uso de los blogs en las BPE's llama la atención: tan sólo 21 de las 52 Bibliotecas Públicas del Estado utilizan los blogs como plataforma (un 40,385%). Resulta curioso porque las bitácoras virtuales fueron uno de los primeros SNS en aparecer y convertirse en una plataforma de uso frecuente por parte de las bibliotecas. Cabe pensar que su uso ha podido descender con el tiempo al aparecer otras redes sociales a las que las bibliotecas saquen más partido, o debido a que en otros espacios encuentran más seguidores (a pesar del interés de los contenidos que se incluyen en los blogs, las interacciones con usuarios no son abundantes).

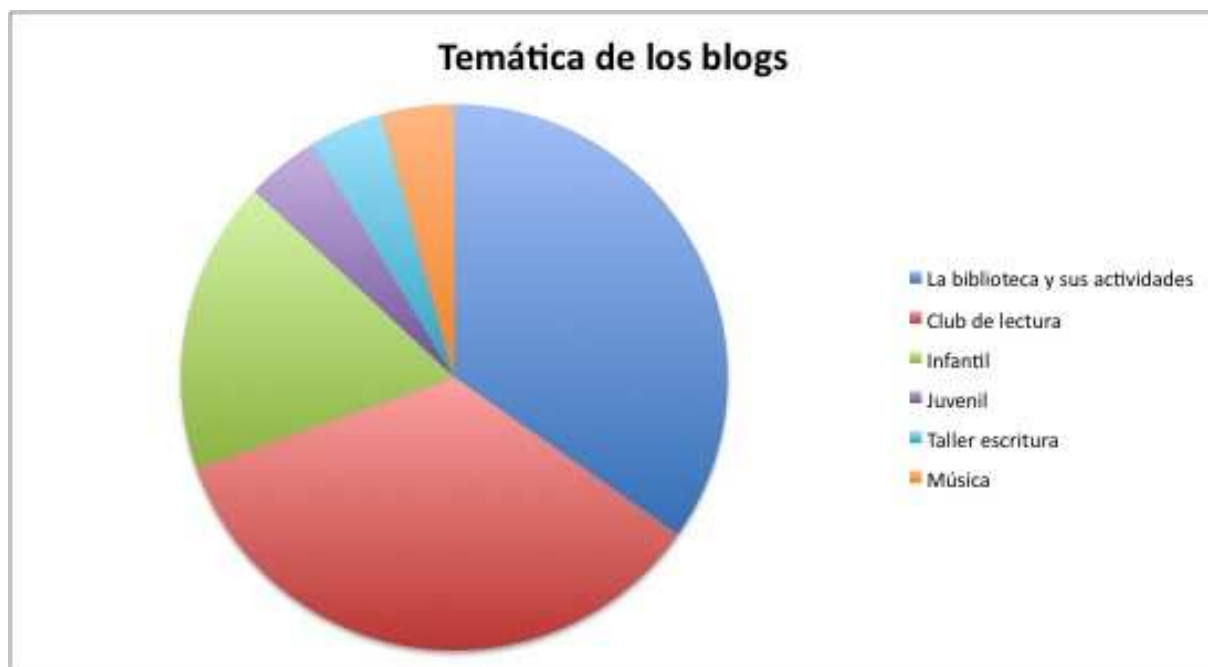


Ilustración 2: Temática de los blogs



El primer indicador analizado es la temática; ocho de los blogs que encontramos tienen como finalidad servir de plataforma para los Clubes de Lectura de las bibliotecas, así que en ellos encontraremos sinopsis de libros, citas del club, encuestas a los usuarios sobre los libros que más les han gustado, etc.

Otros ocho de los blogs restantes se centran en la biblioteca y las actividades que en ella se desarrollan, contenidos que también se tratarán en otras redes sociales.

Cabe destacar especialmente las bitácoras dedicadas al público infantil y juvenil, con contenidos bien orientados e interesantes para ellos. Encontramos cinco blogs enfocados a estos dos grupos de usuarios, que en realidad son los que más utilizan las redes sociales, por lo que es un buen modo de llamar su atención sobre la biblioteca y conseguir que se conviertan en usuarios habituales de la misma (o, por lo menos, **usuarios virtuales** de la misma, un concepto que también hay que tener en cuenta).

Sobre la calidad de la información, diecinueve de los veintitrés blogs (un 82,61%) se han calificado con la máxima puntuación, puesto que los contenidos publicados se consideran pertinentes, bien elaborados e interesantes de cara a los posibles seguidores del blog, siempre y cuando no se repitan los mismos contenidos que se publican en otras redes sociales de las distintas BPE's (y viceversa).

En cuanto a los blogs valorados con menor puntuación, se debe a la escasez de comentarios añadidos por parte de la biblioteca, ya que estos contenidos le dan un carácter más personal al blog y, por tanto, más ameno de cara a los usuarios.

Las publicaciones que suelen hacerse en los distintos blogs dependen de la temática de los mismos, pero suelen incluirse posts sobre la agenda de actividades de la biblioteca o club de lectura, noticias culturales, temas bibliotecarios, sinopsis de libros, novedades de la biblioteca, información sobre escritores, relatos, etc.

En cuanto a la media de actualización, tres de los veintitrés blogs parecen haber sido abandonados: los de las BPE's de Córdoba, Santiago y Las Palmas); en estos casos, lo mejor es cerrar el blog al público, para que no de una sensación de dejadez, o, si los contenidos se consideran de interés aún con el paso de los años, debe incluirse un último post o algún tipo de aviso del cese de actualización.

Con una puntuación media-baja (2 y 3) encontramos a seis de los blogs. En estos casos las actualizaciones no son regulares, incluyendo tan sólo una o dos al mes, o incluso con menor frecuencia.

Se ha valorado con un 4 una actualización media de un post a la semana, o, el caso de la BPE de Salamanca, porque aunque su frecuencia normal es de un post al día, desde junio no ha publicado prácticamente nada, y no se ha incluido ningún aviso en la página.

Por último, se han valorado con la máxima puntuación diez de los veintitrés blogs (un 43,48%), pues su frecuencia de actualización se encuentra entre los tres posts a la semana y uno al día.

El siguiente indicador analiza la posibilidad de dejar comentarios o reacciones por parte del seguidor del blog. Esto es posible en todos los blogs analizados, ya sea mediante la inclusión de comentarios o mediante un medidor de reacciones (con la



posibilidad de indicar si la publicación es considerada divertida, interesante, aburrida, etc.). Es de vital importancia que los usuarios puedan interactuar con la



Ilustración 3: Ejemplo de reacciones a un post

biblioteca, y en el caso de los blogs, esta interacción se realiza mediante este indicador.

La posibilidad de compartir las entradas también es de gran interés, puesto



Ilustración 4: Ejemplo compartir entradas de un blog

que, de este modo, se podrán difundir los contenidos publicados por la biblioteca, llegando a un mayor número de personas. Un 65,22% de los blogs (quince de veintitrés) permite compartir las entradas mediante los “*share buttons*”, que incluyen iconos a distintas redes sociales (Facebook, Twitter, Delicious, etc.). También es posible incluir un icono para mandar las entradas por mail (incluso es posible encontrarlo en algunos de los blogs restantes), pero este icono está en desuso desde que se multiplicó el uso de las redes sociales.



Ilustración 5: Ejemplo enlace a otros SNS

Por último encontramos el indicador de enlace a otro SNS, que se considera relevante porque se trata de un modo de facilitar a los seguidores del blog el conocer la existencia de otras redes sociales utilizadas por la biblioteca, y les ofrece la posibilidad de seguirla en otro ámbito (a los lectores y a la propia biblioteca); así, además, se crea una red consistente entre las distintas plataformas utilizadas por la BPE.

Pero esta práctica de incluir el enlace a otras redes sociales (ya sea mediante un apartado de enlaces, mediante un icono o mediante un *widget* o *plugin*) no es demasiado frecuente en los blogs analizados. Tan sólo diez (un 43,48%) de ellos lo incluyen, aunque en tres de los blogs restantes (pertenecientes a tres BPE's distintas), no se han encontrado más redes sociales, por lo que tampoco tiene sentido el análisis de este indicador en esos casos.



b) Twitter: difusión de la información entre los usuarios.

"Twitter es la plaza del pueblo en el siglo XX" (Pavan, Velasco et al. 2012)

Twitter es un servicio de mensajería corta, que permite enviar mensajes de 140 caracteres como máximo, y que posibilita estar en contacto permanente con los usuarios, a través de cualquier dispositivo fijo o móvil. Para las BPE's puede tratarse de un servicio interesante, mediante el que compartir avisos, nuevos servicios, actividades culturales, etc.

Tan sólo son 13 las BPE's con perfil en el servicio de web social Twitter, lo cual supone un 25% sobre el total de las Bibliotecas Públicas del Estado. Los datos básicos de sus cuentas, que servirán para analizar los distintos indicadores planteados para este servicio de web social, se presentan a continuación:

TWITTER	Inicio actividad	Nº tuiteos	Nº perfiles que siguen	Nº seguidores
BPE Albacete	09/02/12	240	426	242
BPE Oviedo	28/01/11	17727	550	1408
BPE Ávila	06/10/10	233	50	176
BPE Coruña	08/09/11	126	28	59
BPE Santiago	01/06/10	351	116	346
BPE Huelva	11/01/09	3066	432	2630
BPE Lleida	10/01/12	109	183	87
BPE Lugo	07/06/11	372	245	177
BPE Murcia	18/03/09	371	39	2136
BPE Salamanca	03/06/11	1076	218	532
BPE Tarragona	31/03/11	831	335	396
BPE Teruel	30/03/12	214	46	34
BPE Valladolid	03/04/12	723	92	190

Tabla 3: Datos cuentas BPE's en Twitter



Con los datos de inicio de la actividad comprobamos que un 15,37% de las BPE's (2/13) tienen cuenta desde el año 2009, otro 15,37% desde el año 2010, un 38,45% (5/13) desde 2011 y, por último, un 30,77% fueron creadas en el presente año.

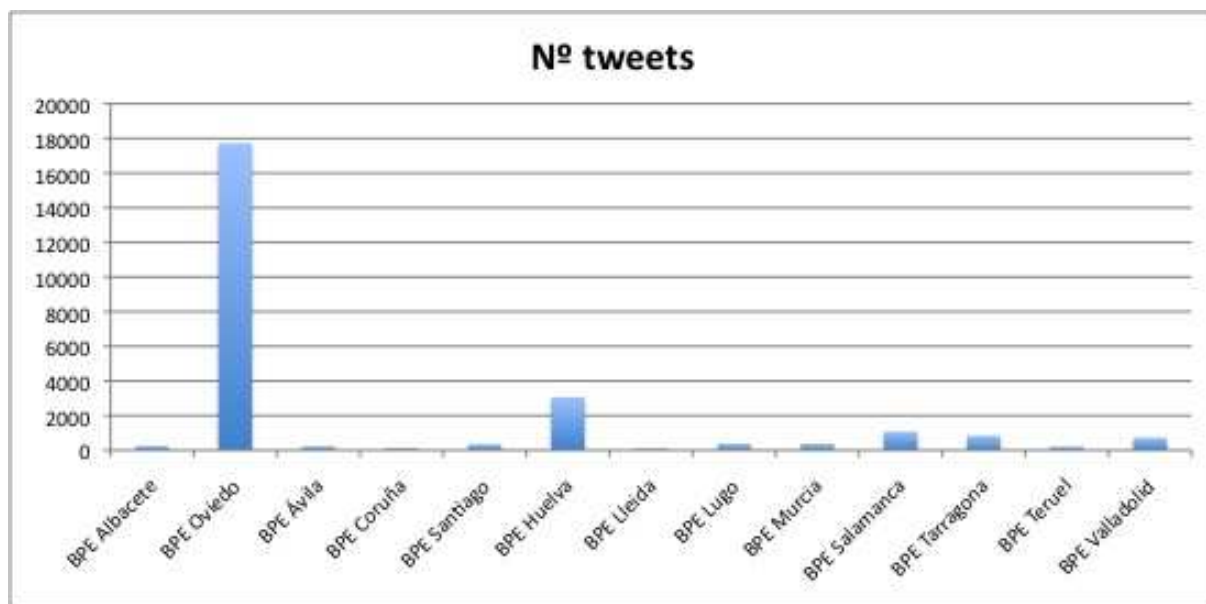


Ilustración 6: Nº tuiteos por BPE. Datos a fecha 07/09/2012

Como puede observarse en el gráfico anterior, destaca muy especialmente por el número de tuiteos publicados la BPE de Oviedo, que comenzó su andadura en enero de 2011; pero esa no es justificación de su altísimo rendimiento, que se encuentra muy por encima de lo habitual con una media de 19,5 actualizaciones diarias. Si bien Twitter es un servicio que funciona a gran velocidad, este número de actualizaciones es exagerado, pudiendo llegar a provocar cansancio en sus seguidores. De hecho, su número de seguidores no es el más alto (a pesar de la diferencia en el número de tuiteos), sino que por encima de esta biblioteca se encuentran las de Huelva y Murcia. Ambas BPE's comenzaron su actividad en Twitter en el año 2009, por lo que podrían tener un mayor número de actualizaciones en su haber. Sin embargo, su media de tuiteos diarios es de 4,7 y 1,2 respectivamente.

Exceptuando las BPE's de Oviedo y Huelva, el resto se encuentran por debajo de los 1100 tuiteos; es decir, un 84,61% de las BPE's.

En cuanto al número de seguimientos y seguidores, Twitter se alimenta de las relaciones que se establecen entre los usuarios, que se convierten en fuentes de información, más o menos interesantes. En cualquier guía de uso de Twitter se especifica que no es necesario seguir a todo aquel que te sigue, sino que lo mejor es centrarse en perfiles que puedan interesar a cada usuario concreto (en el caso de



las BPE's, puede interesarles seguir, por ejemplo, a otras bibliotecas, instituciones culturales, información local o usuarios de la biblioteca).

De las BPE's con cuenta en Twitter, un 30,77% (4 de 13) siguen a un mayor número de perfiles que los que siguen su cuenta; son los casos de las BPE's de Albacete, Lleida, Lugo y Teruel.

Por lo que parece, el número de seguidores no se encuentra relacionado con la frecuencia de tuitos diarios / mensuales (no se tienen más seguidores cuanto mayor es la frecuencia de actualización). La BPE de Oviedo tiene 1408 seguidores, siendo su frecuencia la más elevada de todas (463 tweets / mes); sin embargo, la BPE de Murcia tiene 2136 seguidores y su media de actualización es de 9 actualizaciones al mes, lo cual puede estar motivado por la antigüedad de su cuenta, creada en marzo de 2009. Por último, la BPE de Huelva tiene el mayor número de seguidores (2630) y su frecuencia de actualización es intermedia, de 76 tuitos al mes.

Sin embargo, el número de seguidores sí puede ir en consonancia con la antigüedad de la cuenta, puesto que las BPE's con mayor número de usuarios se crearon en el año 2009; la excepción, de nuevo, la marca la BPE de Oviedo, que se creó en enero del 2011. En cuanto al resto de BPE's, se encuentran por debajo de los 600 seguidores, y su antigüedad puede haber influido en su número, aunque se observan casos, como la BPE de Coruña, en que los seguidores del perfil son menos que los de perfiles posteriores. Esto puede deberse a una mala campaña publicitaria del perfil, o a una política de comunicación pobre para este medio.

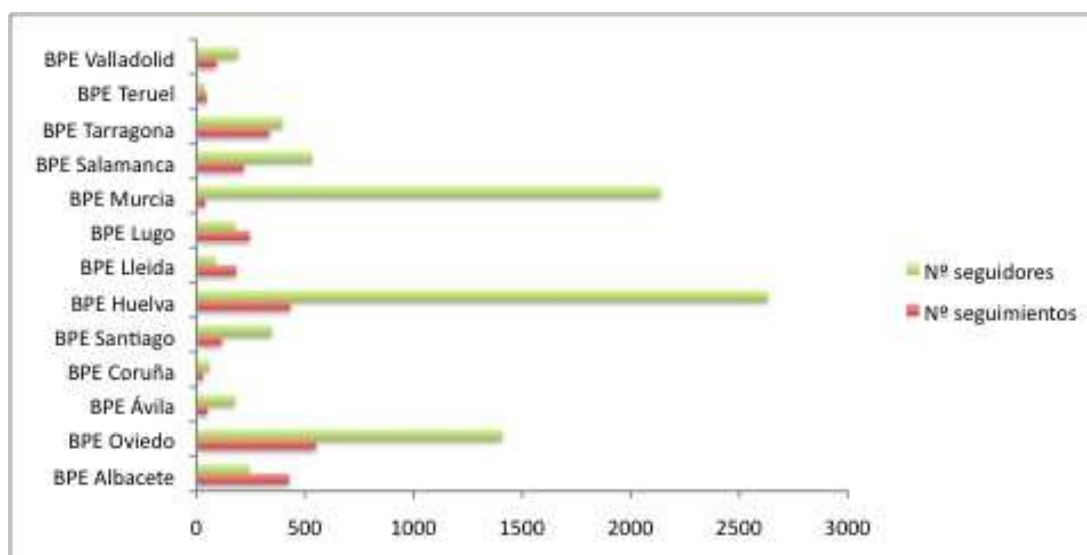


Ilustración 7: Seguidores y seguimientos en Twitter. Datos a fecha 07/09/2012

Una vez obtenidos estos datos, se desarrolla la tabla de indicadores, incluyendo las BPE's en la columna izquierda, y su valoración para los distintos



puntos a analizar en las siguientes columnas:

TWITTER	Info. perfil	Calidad información	Frecuencia actualización	Interacciones	Personalización
BPE Albacete	5	4 (incluyen enlaces, imágenes y hashtags sobre avisos, eventos, libros..., pero tienen que cuidar el lenguaje)	5 (30 tuiteos/mes)	5 (retuitean y responden a los usuarios)	4 (sí foto perfil, no fondo)
BPE Oviedo	5	4 (contenidos interesantes, con enlaces e imágenes, pero pocos comentarios personales y hashtags)	2 (463 tuiteos/mes)	4 (responden a los usuarios pero retuitean demasiado, información duplicada)	5
BPE Ávila	4 (información escasa, aunque sí incluye enlace)	3 (aunque la información es interesante e incluye comentarios personales, no incluyen imágenes ni hashtags, y muy pocos enlaces)	3 (10 tuiteos/mes)	1 (no responden ni retuitean)	5 (aunque la foto de fondo es muy pequeña)
BPE Coruña	5	4 (info interesante, con comentarios personales e imágenes, pero pocos hashtags)	3 (9 tuiteos/mes)	4 (retuitean pero no conversan con usuarios)	5
BPE Santiago	5	5 (contenidos interesantes, incluyen imágenes y hashtags)	3 (12 tuiteos/mes)	5 (retuitean y responden a los usuarios)	5
BPE Huelva	5	5 (info interesante, con imágenes y hashtags)	4 (76 tuiteos/mes)	5 (retuitean y responden a sus usuarios)	5
BPE Lleida	5	5 (info de interés, con enlaces y videos)	5 (27 tuiteos/mes)	4 (retuitean y responden, pero en poca cantidad)	5



TWITTER	Info. perfil	Calidad información	Frecuencia actualización	Interacciones	Personalización
BPE Lugo	5	3 (sólo enlazan sus entradas en el blog)	5 (23 tuiteos/mes)	5 (responden y retuitean)	5
BPE Murcia	5	3 (sólo enlazan sus entradas en el blog)	3 (9 tuiteos/mes)	1 (no responden ni retuitean)	4 (sólo han cambiado la imagen de perfil)
BPE Salamanca	5	5 (info interesante, enlaces, imágenes, videos...)	4 (70 tuiteos/mes)	5 (responden y retuitean)	4 (sólo han cambiado la imagen de perfil)
BPE Tarragona	5	3 (sólo las publicaciones del Facebook)	5 (43 tuiteos/mes)	2 (no responden, sólo 1 retuiteo)	5
BPE Teruel	5	3 (sólo enlaces a artículos, ni comentarios ni hashtags)	5 (31 tuiteos/mes)	4 (responden y algunos retuiteos)	5
BPE Valladolid	5	5 (info interesante, enlaces, imágenes...)	3 (125 tuiteos/mes)	5 (responden y retuitean)	4 (falta imagen de fondo)

Tabla 4: Twitter. Datos a fecha 07/09/2012

Para el indicador información de perfil, de las BPE's con cuenta en Twitter, tan sólo se ha valorado con un 4 a la de Ávila, porque es la única que tan sólo incluye la dirección de la institución y la página web (el resto además incorporan una breve descripción).

Por otra parte, para el indicador calidad de la información se encuentra un 38,45% (5 de 13) de BPE's valoradas con un 5, por ser sus publicaciones de interés, además de incluir enlaces a los artículos que comparten, comentarios personales de los bibliotecarios (comentar u opinar el enlace que se comparte, aumenta su valor (Pavan, Velasco et al. 2012)), imágenes y hashtags que permitan encontrar más fácilmente la información.

Un 23,08% (3 de 13) de las BPE's han recibido un 4 por incluir pocos hashtags o comentarios personales, y, en el caso de la BPE de Albacete, porque debería cuidar un poco más el lenguaje que utiliza. Si Twitter permite tan sólo 140 caracteres es porque hay que tratar de ser preciso, no para que los usuarios acorten las palabras de modo inadecuado.



Ilustración 8: Ejemplo de uso incorrecto del lenguaje

Por último, otro 38,45% de BPE's a obtenido una puntuación de 3 por no incluir enlaces o hashtags en sus publicaciones (BPE's de Teruel y Ávila), o por utilizar Twitter tan sólo como plataforma para compartir las publicaciones del blog o el Facebook de la biblioteca.

Para el indicador frecuencia de actualización se ha elaborado una tabla con los datos obtenidos mediante TweetStats, obteniendo las medias mensuales y la progresión de la frecuencia.

BPE's	Media tuiteos / mensual	Progresión de la frecuencia
BPE Albacete	30	Estable
BPE Oviedo	463	Decreciente
BPE Ávila	10	Estable
BPE Coruña	9	Estable
BPE Huelva	76	Estable
BPE Lugo	23	Estable
BPE Lleida	27	Variable
BPE Murcia	9	Estable
BPE Salamanca	70	Creciente
BPE Santiago	12	Variable
BPE Tarragona	43	Estable
BPE Teruel	31	Estable
BPE Valladolid	125	Estable

Tabla 5: Frecuencias y progresión en Twitter

**No se han considerado relevantes los meses de julio y agosto, pues que la tendencia ha sido de disminución en casi todos los casos, ni tampoco septiembre, puesto que este análisis se elaboró a día 12, y por tanto falta más de la mitad del mes. Por tanto, los datos que se han utilizado para este análisis se corresponden a meses anteriores del presente 2012 y del año 2011.*

Con estos datos se procede a calcular la media de tuiteos; como el dato de la BPE de Oviedo supera con creces al resto, pudiendo alterar el total, se ha decidido eliminar, quedando el cálculo del siguiente modo: $465/12 = 38,75$, es decir, 39. Como se explicó en la metodología, se ha decidido establecer un intervalo que haga menos rígida la frecuencia de actualización ideal, encontrándose dicho indicador entre los 20 y los 58 tuiteos al mes.

Basándonos en este intervalo ideal, encontramos un 38,46% (5 de 13) de bibliotecas que lo cumplen. Como se dijo con anterioridad, no se puede considerar este indicador de forma estricta, por lo que otras bibliotecas que se aproximan (como



las BPE's de Huelva o Salamanca) también pueden estar llevando a cabo una buena frecuencia de actualización. Pero aquí entra a formar parte otra variable, que es la progresión de la frecuencia a lo largo de los distintos meses del año. En buena parte de las BPE's (9 de 13) la frecuencia de actualización es más o menos estable, lo cual es preferible a progresiones muy irregulares, con meses de producción excesiva y otros muy escasa, como son los casos de las BPE's de Lleida o Santiago (sin contar, como dice la leyenda de la tabla, los meses de verano, que no pueden considerarse como normales).

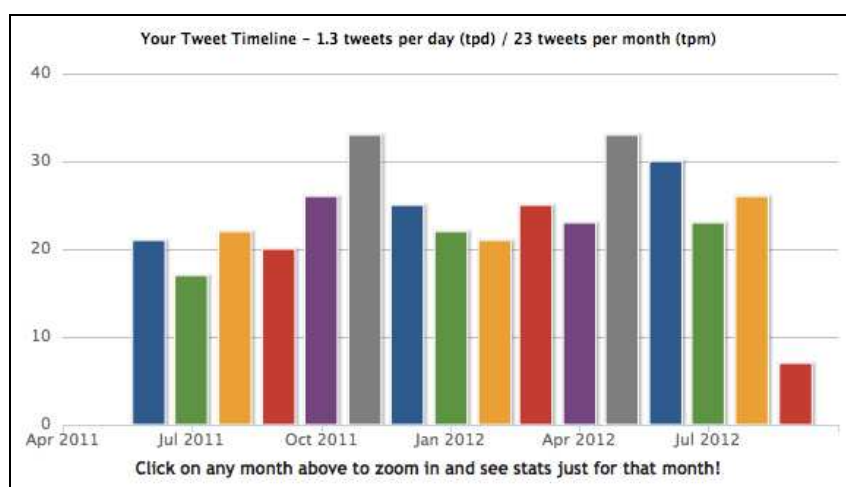


Ilustración 9: Ejemplo progresión estable-BPE Lugo

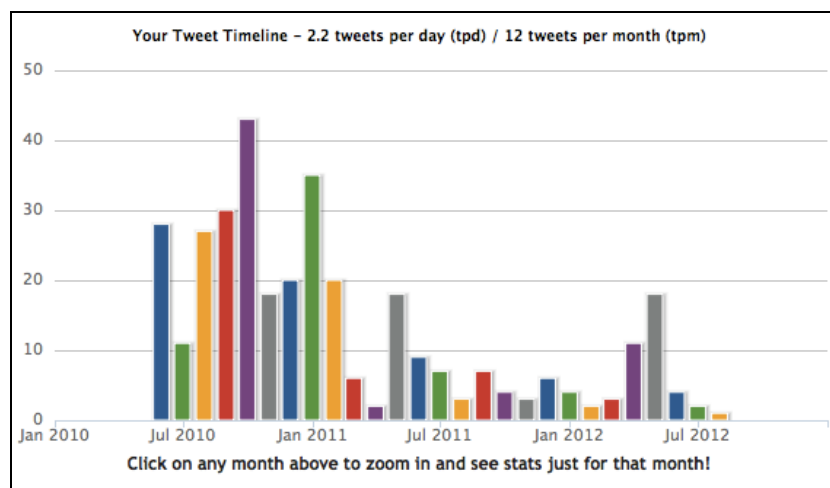


Ilustración 10: Ejemplo progresión variable-BPE Santiago

El caso de la BPE de Oviedo es bastante anómalo, puesto que su frecuencia de actualización es de 463 tuiteos al mes, lo que hace unos 20 diarios. Ésta frecuencia es, sin lugar a dudas, excesiva, pudiendo llegar a infocar a los seguidores del perfil, pero es muy posible que la propia institución se haya dado cuenta de ello, porque desde mayo del 2012 no ha cesado de disminuir.



Por otra parte nos encontramos con cuentas cuya frecuencia de actualización es bastante baja, como son los casos de las BPE's de Coruña, Murcia, Ávila o Santiago. Si aumentasen dicha frecuencia, es posible que también aumentasen el número de seguidores, puesto que, cuantas más cosas se publiquen, más activa será la cuenta, y más posibilidades habrá de que se retuiteen los comentarios o interesen a un mayor número de personas.

En cuanto al indicador interacciones, un 46,14% de BPE's (6 de 13) ha recibido un 5 por interaccionar con otras cuentas, respondiendo o realizando preguntas de/a otros usuarios y retuiteando contenidos ajenos. Las interacciones con usuarios son primordiales si queremos que el usuario piense que se trata de un servicio activo, que pueda utilizarse para preguntar dudas, compartir gustos y opiniones, etc. En Twitter, para tener éxito, hay que participar en la conversación, buscar si se habla de ti y participar en la charla (Pavan, Velasco et al. 2012).

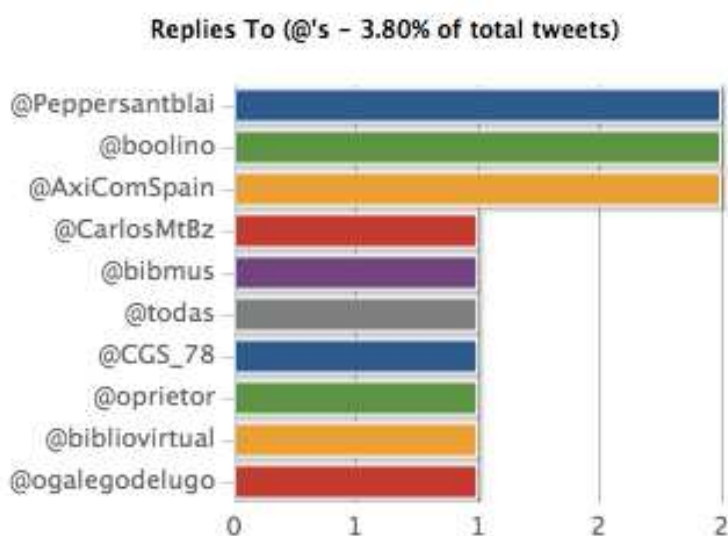


Ilustración 11: Ejemplo respuestas BPE Santiago

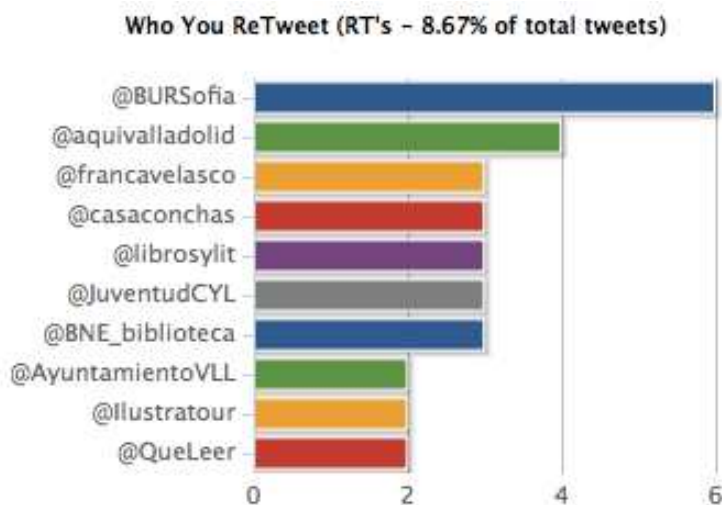


Ilustración 12: Ejemplo retuiteos BPE Valladolid

Las BPE's que han recibido una puntuación de 4 (un 30,77%) ha sido motivado por duplicar información mediante los retuiteos, o no interactuar demasiado con los usuarios. Las BPE's de Ávila, Murcia y Tarragona han recibido una baja puntuación debido a que no interactúan nada con los usuarios, ni mediante comentarios ni vía retuiteos.

Por último se analiza el indicador de personalización. En este caso la mayoría de BPE's (un 69,22%) ha recibido una puntuación de 5 por incluir en su línea de tiempo una imagen de fondo y una foto de perfil. Tan sólo cuatro BPE's han obtenido un 4 por faltarles incluir una foto de fondo para su perfil. No se trata de algo obligatorio, pero sí es interesante, porque de este modo la línea de tiempo de la BPE será más identificable por los usuarios, y también da una apariencia más profesional.

c) Delicious, Flickr, Youtube, Netvibes, Librarything: organización de la información.

En este apartado se encuentran englobados multitud de servicios de web social dedicados a compartir recursos específicos como videos, fotografías, enlaces, diversos contenidos sobre aficiones concretas, etc. En la búsqueda de los distintos SNS en que tenían presencia las BPE's nos encontramos con:

1. Delicious: herramienta para la gestión de marcadores sociales en red. Disponen de cuenta las BPE's de Badajoz, León y Teruel.
2. Flickr: SNS para compartir fotografías. Puede utilizarse para compartir las novedades, el boletín de la biblioteca, etc., y además permite que los usuarios compartan fotos en el muro de la biblioteca. Se encuentran presentes las



BPE's de Cantabria, Santiago, Coruña y Huelva.

3. Picasa: SNS similar a Flickr, mediante el cual se comparten álbumes de fotos. Las BPE's de Murcia y Tarragona se encuentran en este SNS.
4. Youtube: SNS similar a Picasa o Flickr, pero enfocado al formato video. Cuenta con la gran ventaja de que es uno de los SNS más utilizados por los usuarios, aunque con la pega de que no es necesario estar inscrito para reproducir videos. Las BPE's de Albacete, Badajoz, Cáceres, Cantabria, Córdoba, Coruña, Huelva, Jaén, Murcia, Salamanca, Tarragon, Teruel y Toledo disponen de una cuenta en Youtube.
5. Librarything: herramienta virtual para la creación de una biblioteca en red. Tienen cuenta las BPE's de Vitoria, Melilla y Tarragona.
6. Issu: servicio virtual que permite la visualización de material digitalizado. Poseen cuenta las BPE's de Albacete, Gijón, Ciudad Real, Islas Baleares y Tarragona.
7. Netvibes: escritorio virtual personalizable. Las BPE's de La Rioja y Teruel tienen uno.

Con el fin de limitar un análisis que, de otro modo, podría ser inabarcable, se ha decidido analizar tan sólo Youtube, puesto que son diversas las BPE's con cuenta en el mismo, y porque se trata de uno de los servicios de mayor presencia en la red.

Las BPE's con canal en Youtube son 13, lo mismo que sucedía con Twitter. A continuación se presenta una tabla con los datos básicos extraídos de sus distintos perfiles:

YOUTUBE	Fecha inicio actividad	Actividad más reciente	Nº suscriptores	Reproducciones de video	Videos compartidos
BPE Albacete	14/04/2011	15/05/2012	2	1237	34
BPE Badajoz	28/09/2010	18/04/2012	10	658	5
BPE Cáceres	16/02/2010	05/04/2010	4	46	1
BPE Cantabria	19/04/2010	20/07/2012	13	3954	21
BPE Córdoba	23/11/2010	23/11/2010	1	114	1
BPE Coruña	09/03/2011	28/06/2011	2	1087	7



YOUTUBE	Fecha inicio actividad	Actividad más reciente	Nº suscriptores	Reproducciones de video	Videos compartidos
BPE Huelva	23/06/2009	02/08/2012	21	21295	11
BPE Jaén	03/11/2011	04/11/2011	0	771	2
BPE Murcia	29/12/2008	30/06/2011	43	13809	98
BPE Salamanca	29/11/2011	19/07/2012	13	4463	68
BPE Tarragona	27/05/2010	15/12/2011	5	438	5
BPE Teruel	28/02/2011	31/05/2012	2	311	3
BPE Toledo	07/02/2011	23/07/2012	2	772	3

Tabla 6: Youtube. Datos a fecha 15/09/2012

Como se puede observar, la BPE con más antigüedad en este servicio de web social es la de Murcia, que lleva desde diciembre del 2008. En el año 2009 se creó un canal la BPE de Huelva, y en el año 2010 ya fueron 5 las BPE's en unirse. El conjunto lo completan las seis bibliotecas restantes, que se unieron en 2011.

Youtube también nos muestra cuál ha sido la fecha de último uso del canal; este dato nos muestra que 4 de las 13 BPE's (un 30,77%) dejaron de utilizar su perfil el mismo año de su creación. Además, un total de 6 bibliotecas (un 46,14%) no han accedido a su canal en el presente año 2012.

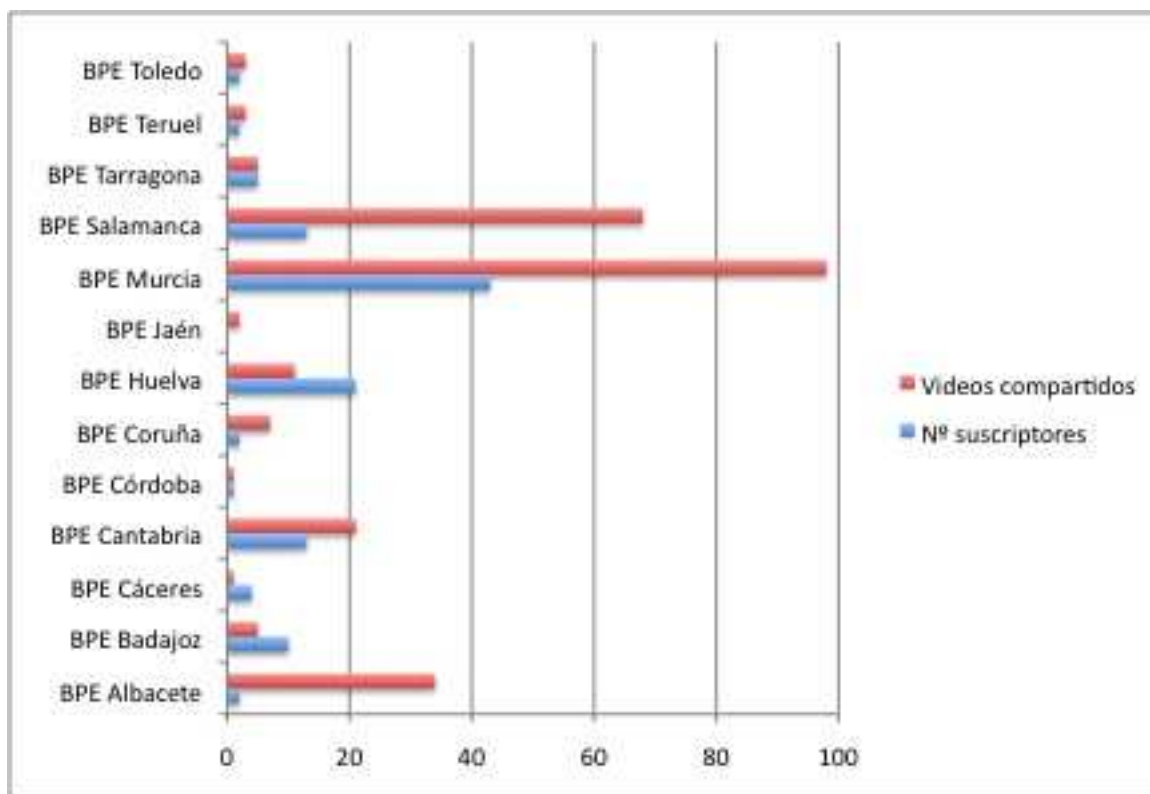


Ilustración 13: Comparativa nº suscriptores y vídeos compartidos en Youtube

Por otra parte, el número de suscriptores a los perfiles es variable, destacando especialmente el canal de la BPE de Murcia, que cuenta con 43. Como se vio antes, fue la primera BPE en estar en Youtube, además de ser una de las cuentas más activas (lo cual se puede ver por su número de reproducciones y vídeos subidos), aunque parece estar en desuso desde junio del 2011. En número de seguidores la sigue la BPE de Huelva con 21, siendo su perfil el más activo en cuanto al número de reproducciones (21295) y su fecha de última actividad la más próxima (en agosto de 2012). En el punto contrario encontramos la BPE de Jaén, con 0 suscriptores, que lleva sin acceder a su canal desde el día siguiente a su creación. En este tipo de casos, parece que el canal fue creado para subir puntualmente unos vídeos, que posiblemente compartieran a través de su página web u otro servicio de web social.

En cuanto al número de vídeos compartidos, después de la BPE de Murcia se encuentran la BPE de Salamanca, con 68 vídeos, y la BPE de Albacete, con 34; ambas BPE's accedieron a su perfil este año 2012.



YOUTUBE	Info perfil + nombre usuario	Canales suscritos / listas de reproducción	Calidad videos subidos	Interacciones	Personalización
BPE Albacete	3 (sin info perfil, pero nombre identificable)	No	3 (vídeos sobre la biblioteca, sin comentarios ni etiquetas)	3 (sí dan a me gusta, pero no comentarios)	1 (ni foto de perfil ni color)
BPE Badajoz	5	Sí (canales de la BNE, biblioteca de Cáceres, Secretaría de Estado...) y listas	4 (vídeos sobre la biblioteca, con comentarios y etiquetas, pero no en todos)	2 (sí dan a me gusta, pero no comentarios y los deshabilitan para su vídeos)	5
BPE Cáceres	3 (sin información)	No	5 (vídeo sobre la lectura, con etiquetas e info)	1 (no hay interacción de ningún tipo)	5
BPE Cantabria	4 (info escasa y nombre acortado por espacio)	Sí (canal sobre la biblioteca)	5 (vídeos sobre la biblioteca y hechos en sus talleres; con descripción y etiquetas)	3 (no comentan ni dan a me gusta, pero permiten comentarios en sus vídeos)	5
BPE Córdoba	1 (sin información, nombre usuario irreconocible)	No	5 (video interesante, con etiquetas e info)	1 (no hay interacción de ningún tipo)	1 (ni foto de perfil ni color de fondo)
BPE Coruña	2 (sin información de perfil, nombre propio de la biblioteca, poco identificable)	No	4 (vídeos sobre la biblioteca, con etiquetas e info, pero no en todos)	1 (no hay interacción de ningún tipo)	3 (foto de perfil, pero no color de fondo)
BPE Huelva	3 (nombre identificable, pero sin info)	Sí (lista otros vídeos sobre la biblioteca)	5 (vídeos sobre la biblioteca, talleres..., con etiquetas e info)	5 (me gustas y comentarios en vídeos)	5



YOUTUBE	Info perfil + nombre usuario	Canales suscritos / listas de reproducción	Calidad videos subidos	Interacciones	Personalización
BPE Jaén	1 (está hecha a título personal - encarnabiblio)	Sí (lista favoritos)	5 (vídeos sobre la biblioteca, con info y etiquetas)	5 (favoritos, me gusta y comentarios)	1 (ni foto de perfil ni color de fondo)
BPE Murcia	5	Sí (listas de favoritos y música)	5 (vídeos sobre jornadas, biblioteca... con etiquetas e info)	4 (favoritos, me gusta, y un comentario)	3 (foto de perfil, pero no color de fondo)
BPE Salamanca	5	Sí (listas del club de lectura, amo a las bibliotecas, semana del libro, etc.)	5 (vídeos sobre actividades, bibliotecas..., con etiquetas e info)	4 (sí comentarios, no me gustas ni favoritos)	5
BPE Tarragona	5	No	5 (vídeos sobre actividades, con info y etiquetas)	3 (poca interacción, sólo un me gusta)	3 (foto de perfil, pero no color de fondo)
BPE Teruel	3 (nombre identificable, pero sin info)	Sí (listas de tutoriales y de Javier Sierra)	5 (vídeo sobre uso de la web, con info y etiquetas)	3 (poca interacción, sólo dos me gusta)	1 (ni foto de perfil ni color de fondo)
BPE Toledo	5	Sí (vídeos favoritos)	5 (vídeos sobre actividades y biblioteca, con info y etiquetas)	3 (poca interacción, sólo un favorito)	3 (foto de perfil, pero no color de fondo)

Tabla 7: Indicadores Youtube. Datos a fecha 15/09/2012

Exceptuando el caso de la BPE de Badajoz, cuyo canal parece ser común para todas las Bibliotecas de Extremadura (aunque la de Cáceres cuenta con su propio perfil), el resto cuentan con un canal a nivel individual. En el caso de la BPE de Jaén, el perfil parece personal, de encarnabiblio, no habiéndose modificado para una mejor identificación de la BPE.

Comparando la información extraída del análisis de los distintos indicadores con los datos básicos de las cuentas, comprobamos que las BPE's más activas o que han dado un mayor uso a este servicio de web social (como son las de Murcia, Salamanca o Huelva) también tienen unos canales bastante completos, con puntuaciones altas en los distintos apartados; las BPE's de Cantabria, Badajoz y Tarragona les siguen en cuanto a valoración.



Comenzando por la información de perfil, podemos ver que tan sólo un 38,45% (5 de 13) tienen la mayor puntuación por utilizar un nombre de usuario identificable y haber rellenado el apartado de información con una descripción básica de a quién pertenece la cuenta, pudiendo incluir la web de la BPE. Seis de las bibliotecas restantes (un 46,14%) no ha incluido información en su canal, dos han utilizado un nombre irreconocible (bibliotecabpm para la BPE de Córdoba y encarnabiblio para la de Jaén) y, en el caso de la BPE de Coruña, se ha utilizado el nombre propio de la BPE (GonzalezGarces), no siendo tan identificable como si se identificara la provincia.

En cuanto a la suscripción a canales o listas de reproducción en los distintos perfiles, tan sólo dos de las BPE's se han suscrito a algún canal (las de Badajoz -que también ha creado listas- y Cantabria), mientras que siete han creado alguna lista de reproducción; algunos de los temas que se han observado en las listas son sobre la biblioteca, favoritos, música, Club de Lectura, tutoriales, etc. Cinco bibliotecas no se han suscrito a ningún canal ni han creado listas de reproducción.



Ilustración 14: Ejemplo canales suscritos-BPE Badajoz



Ilustración 15: Ejemplo listas de reproducción-BPE Salamanca

Para el indicador calidad de los vídeos subidos, se ha valorado con la máxima puntuación a diez de las BPE's (un 76,91%) por compartir vídeos de temática relacionada con las bibliotecas (de promoción de la institución o la lectura, actividades que se realizan, jornadas, tutorial para uso de la web, etc.), incluyendo información sobre el vídeo en su descripción y utilizando etiquetas para catalogar los vídeos en el canal. Las BPE's de Badajoz y Coruña se han valorado con un 4 por no incluir etiquetas e información en todos los vídeos que han compartido, y la BPE de Albacete se ha valorado con un 3 por no incluir ni etiquetas ni información.



Ilustración 16: Valoración interacciones Youtube



Los resultados obtenidos para el indicador interacciones son más desalentadores; tan sólo se han valorado dos BPE's (la de Huelva y la de Jaén) con un 5 por llevar a cabo una actividad interactiva con otros perfiles, marcando como favoritos vídeos, haciendo clic en me gusta y comentando publicaciones. Otras dos BPE's (Murcia y Salamanca) han obtenido un 4 por interactuar en menor medida, cinco BPE's se han puntuado con 3 por interactuar tan sólo de un modo y en poca cantidad, y una se ha valorado con un 2 por no permitir comentarios en sus vídeos e interactuar poco. Por último, las BPE's de Cáceres, Córdoba y Coruña han obtenido la menor puntuación, debido a que no se han observado interacciones de ningún tipo.

Por último se analiza el indicador personalización, que valora la inclusión de una foto de perfil y el cambio de color de fondo del canal, puesto que ambos cambios facilitan la identificación y fomentan el corporativismo de la BPE. De las 13 BPE's, cinco presentan ambos cambios, cuatro tan sólo han cambiado su imagen de perfil (y, por ello, han sido valoradas con un 3), y otras cuatro no han subido ninguna foto a su perfil ni han cambiado el color de fondo (por ello han recibido un 1).

d) Facebook: compartir la información mediante un flujo bilateral usuarios-bibliotecarios.

Al analizar la presencia de las BPE's en la red social Facebook, encontramos 30 bibliotecas con algún tipo de presencia, listado del que hay que excluir la BPE de Almería, porque, aunque se supone que tiene presencia en Facebook, el enlace que aparece en la página web no permite acceder (lo mismo que sucedía con el blog), y el buscador de la red social no ofrece resultados.

En cuanto a las 29 bibliotecas restantes, es posible distinguir su presencia en Facebook entre las páginas (perfiles de una organización, institución, marca o personalidad que tienen seguidores y lleva un nombre reconocible) y los lugares, que simplemente hacen constar algunos datos de interés sobre un “negocio”, y que es posible editar por cualquier usuario; los lugares no tienen porqué estar creados por la propia institución, y pueden ser editados por cualquier usuario (con lo que ello conlleva, aunque Facebook permite avisar a los “negocios” de que se ha creado un perfil en la red social, para que puedan reclamarlo).

Las BPE's de [Valencia](#), [Soria](#), [Málaga](#) y [Alicante](#) se encuentran en Facebook como lugar, por lo que prescindiremos de ellas para analizar la presencia del resto de bibliotecas que encontramos en esta red social. El perfil más adecuado para una institución (como son las bibliotecas) es el de la página de fans, puesto que es un perfil creado expresamente para tal fin. Aunque podría crearse un perfil personal con el nombre de la biblioteca, la política de Facebook no lo permite, por lo que podría llegar a cerrar el perfil de la biblioteca; este es el caso de la [BPE de Pontevedra](#), que



mantiene un perfil personal.

En cuanto a los grupos, tienen el inconveniente de permitir un número límite de seguidores (hasta cinco mil). Además, las páginas de fans disponen de una serie de aplicaciones y herramientas programadas por Facebook que están pensadas justamente para la promoción de empresas e instituciones, y las actualizaciones suelen ser públicas (por lo que pueden leerla todos los usuarios de Facebook, no solo los seguidores).

Los datos básicos de sus perfiles, que servirán para analizar los distintos indicadores planteados para este servicio de web social, se presentan a continuación:

FACEBOOK	Inicio actividad	Nº seguidores	Etiqueta tipo organización
<u>BPE Albacete</u>	18/04/11	285	Biblioteca
<u>BPE Badajoz</u>	30/12/10	228	Biblioteca
<u>BPE Mérida</u>	13/05/11	184	Biblioteca
<u>BPE Cáceres</u>	13/05/11	436	Biblioteca
<u>BPE Cantabria</u>	16/12/09	2825	Comunidad y gobierno
<u>BPE Córdoba</u>	22/03/10	621	Biblioteca
<u>BPE Coruña</u>	03/06/11	204	Biblioteca
<u>BPE Santiago</u>	09/02/10	2712	Biblioteca
<u>BPE Cuenca</u>	30/03/11	206	Biblioteca
<u>BPE Huelva</u>	21/09/09	1029	Biblioteca
<u>BPE León</u>	14/03/12	148	Organización
<u>BPE Lleida</u>	18/01/11	522	Biblioteca
<u>BPE Lugo</u>	03/03/10	499	Biblioteca
<u>BPE Murcia</u>	27/12/10	994	Negocio local
<u>BPE Navarra</u>	05/08/10	158	Organización gubernamental
<u>BPE Las Palmas</u>	10/05/11	392	Organización gubernamental
<u>BPE Pontevedra</u>	28/02/11	587 / 46 suscriptores	- (perfil de persona, no de entidad)
<u>BPE La Rioja</u>	30/11/10	37	Organización gubernamental



FACEBOOK	Inicio actividad	Nº seguidores	Etiqueta tipo organización
<u>BPE Salamanca</u>	02/01/12 (fecha primera publicación)	1542	Biblioteca
<u>BPE Sevilla</u>	18/05/09	1507	Negocio local
<u>BPE Tarragona</u>	03/05/12	1145	Biblioteca
<u>BPE Teruel</u>	19/09/11	125	Biblioteca
<u>BPE Toledo</u>	23/03/12	355	Biblioteca
<u>BPE Zamora</u>	02/12/11	271	Biblioteca

Tabla 8: Datos básicos Facebook. Agosto 2012.



FACEBOOK	Perfil completo	Calidad de la información	Media actualización	Interacciones	URL propia	Enlace a otros SNS	Personalización
<u>BPE Albacete</u>	5	5	5 (una media de dos al día)	4	Sí	3 (falta el blog, Youtube, Issu)	5 (OPAC, imagen perfil y portada)
<u>BPE Badajoz</u>	5	4 (faltaría incluir fotos de eventos)	3 (una actualización cada 6 días)	3 (sí dan a me gusta, pero no siguen ninguna página y no contestan comentarios negativos)	Sí	1 (falta Delicious)	3 (imagen perfil y portada, no apps)
<u>BPE Mérida</u>	4 (falta mapa)	5	5 (una media de tres al día)	3 (sí dan a me gusta, pero no siguen ninguna página y no contestan a comentarios)	Sí	- (no tiene más)	4 (sin imagen de portada, pero con una app de encuesta)
<u>BPE Cáceres</u>	4 (falta mapa)	4 (faltaría incluir fotos de eventos)	3 (dos a la semana)	4 (tiene algunos me gusta, contesta a comentarios y sigue otras págs)	No (a pesar del nº de seguidores)	- (utiliza otras cuentas de la Red de Bibio. De Extremadura)	5 (imagen de perfil y portada, app de videos y eventos)
<u>BPE Cantabria</u>	5	5	5 (uno al día)	5	Sí	5	5 (imagen perfil y portada+apps)
<u>BPE Córdoba</u>	5	5	5 (media de dos al día)	5 (bastantes comentarios y me gusta, y contestan a casi todo)	No (a pesar del nº de seguidores)	1 (faltan blog y Youtube)	5 (imagen perfil y portada+notas y app video)
<u>BPE Coruña</u>	4 (falta mapa)	5	4 (media de cuatro a la semana)	5 (contestan comentarios y tienen me gustas)	No (a pesar del nº de seguidores)	3 (falta Twitter, blog y Flickr)	5 (imagen perfil y portada+notas y app video)
<u>BPE Santiago</u>	5	4 (sólo hace autopromoción)	4 (media de uno al día, pero en agosto nada)	4 (muchos me gusta, falta contestar algún comentario)	Sí	4 (falta blog y Flickr, sí Twitter)	5 (imagen perfil y portada+notas y app Twitter)



FACEBOOK	Perfil completo	Calidad de la información	Media actualización	Interacciones	URL propia	Enlace a otros SNS	Personalización
BPE Cuenca	5	5	5 (tres al día cada dos días)	4 (muchos me gusta, pero poca respuesta a comentarios)	Sí	1 (falta enlace al blog)	2 (con foto de perfil, pero sin portada ni apps)
BPE Huelva	4 (en fecha creación han puesto la de fundación de la biblio.)	5	5 (media de dos al día)	5 (me gustas y respuesta a comentarios)	Sí	5	5 (foto perfil, portada y apps)
BPE León	3 (falta mapa, la info. no aparece en portada)	5	5 (uno al día)	3 (me gusta y comentarios de usuarios, pero no responden)	No (a pesar del nº de seguidores)	3 (no hay apps, pero publican posts del blog)	3 (foto de perfil y portada, no apps)
BPE Lleida	4 (falta mapa)	5	5 (tres al día)	4 (me gustas y respuesta a algunos comentarios-faltarían más)	Sí	3 (falta enlace a Twitter y blog, pero comparten las entradas)	4 (foto perfil y portada, app eventos y notas)
BPE Lugo	5	4 (sólo hace autopromoción)	5 (uno al día)	4 (tienen me gusta, pero interactúan poco con los usuarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	5	4 (foto perfil, portada y app eventos)
BPE Murcia	5	3 (sólo comparten los enlaces de su blog)	5 (uno al día)	4 (me gusta y comentarios, pero falta gestionar comentarios negativos)	No (a pesar del nº de seguidores)	3 (falta enlace a Twitter, blog, Flickr...)	4 (foto perfil, portada y app notas)
BPE Navarra	3 (falta mapa, la info. no aparece en portada)	5	5 (uno cada dos días)	3 (algunos me gusta, pero no hay interacción con usuarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	- (no tiene más)	3 (foto de portada y de perfil, pero no apps)
BPE Las Palmas	4 (falta mapa; en portada falta info horario)	4 (de todo tipo, pero un 90% autopromoción)	3 (muy irregular, hay días que hasta tres, y luego una)	4 (me gusta y comentarios, pero falta interactuar más con los usuarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	1 (falta enlace al blog)	4 (foto perfil, portada y app eventos)



FACEBOOK	Perfil completo	Calidad de la información	Media actualización	Interacciones	URL propia	Enlace a otros SNS	Personalización
			semana después)				
BPE Pontevedra	5	4 (no acompañan sus publicaciones de comentarios personales)	3 (irregular, hay días que hasta tres, y luego una semana después)	5 (me gusta, respuesta a comentarios y suscripciones a otros perfiles)	Sí	1 (falta enlace al perfil en Tuenti)	4 (foto de perfil, no de portada, y tiene apps)
BPE La Rioja	5	4 (sólo hace autopromoción)	3 (muy irregular, varios días seguidos y luego nada)	1 (no tiene me gustas ni comentarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	5 (a Netvibes y app RSS del blog)	4 (foto de perfil, no de portada; tiene apps, alguna mal)
BPE Salamanca	5	5	4 (media de 6 al día)	5 (bastantes me gusta, contestar los comentarios)	Sí	3 (falta blog y Youtube, sí Twitter)	5 (foto de perfil, portada y apps)
BPE Sevilla	4 (falta mapa)	4 (información de calidad, pero lo publican todo en notas)	5 (uno al día)	5 (me gusta y respuesta a comentarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	1 (falta blog)	5 (foto de perfil, portada y apps notas y videos)
BPE Tarragona	5	5	5 (uno al día)	4 (me gustas pero sin casi comentarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	3 (sí a Twitter, pero falta el blog, Picasa y Youtube)	5 (foto perfil, portada y apps)
BPE Teruel	5	4 (faltan comentarios personales a sus aportaciones)	4 (una media de tres al día, aunque desde el 10/08 nada)	4 (bastantes me gusta, pero sin comentarios)	No (a pesar del nº de seguidores)	3 (falta enlace a Twitter, Delicious, Youtube y Netvibes)	4 (foto de perfil y portada, pero tiene apps vacías)
BPE Toledo	5	5	5 (una media de dos al día)	5 (me gusta y respuesta a	Sí	5 (a Youtube)	5 (foto perfil, portada y apps)



FACEBOOK	Perfil completo	Calidad de la información	Media actualización	Interacciones	URL propia	Enlace a otros SNS	Personalización
				comentarios)			
BPE Zamora	4 (falta mapa)	5	5 (una media de tres al día)	4 (muchos me gusta y comentarios, pero interactúan poco)	Sí	- (no tiene más perfiles en redes sociales)	5 (foto, perfil, portada y apps)

Tabla 9: Facebook. Datos a fecha 20/08/12



Se comenzará con el análisis partiendo de la cifra total de bibliotecas con presencia en Facebook; de las 52 BPE's existentes, tan sólo 29 tienen algún tipo de presencia, considerándose relevante tan sólo la de 24, que son las que tienen creada una página o perfil. Por tanto, un 46,154 % de las BPE's tienen una presencia real en Facebook.

Lo primero que llama la atención es la diferencia existente entre el número de seguidores; la mitad de las bibliotecas (doce de ellas) tiene un número inferior a 400, seis bibliotecas tienen entre 400-1000 seguidores, 4 bibliotecas tienen entre 1000-2000 y otras dos bibliotecas tienen más de 2000 seguidores.

Por tanto, un 50% de bibliotecas están por debajo de los 400 seguidores, un 25% entre 400 y 1000, un 16,67% entre 1000 y 2000, y un 8,33% por encima de los 2000 seguidores.

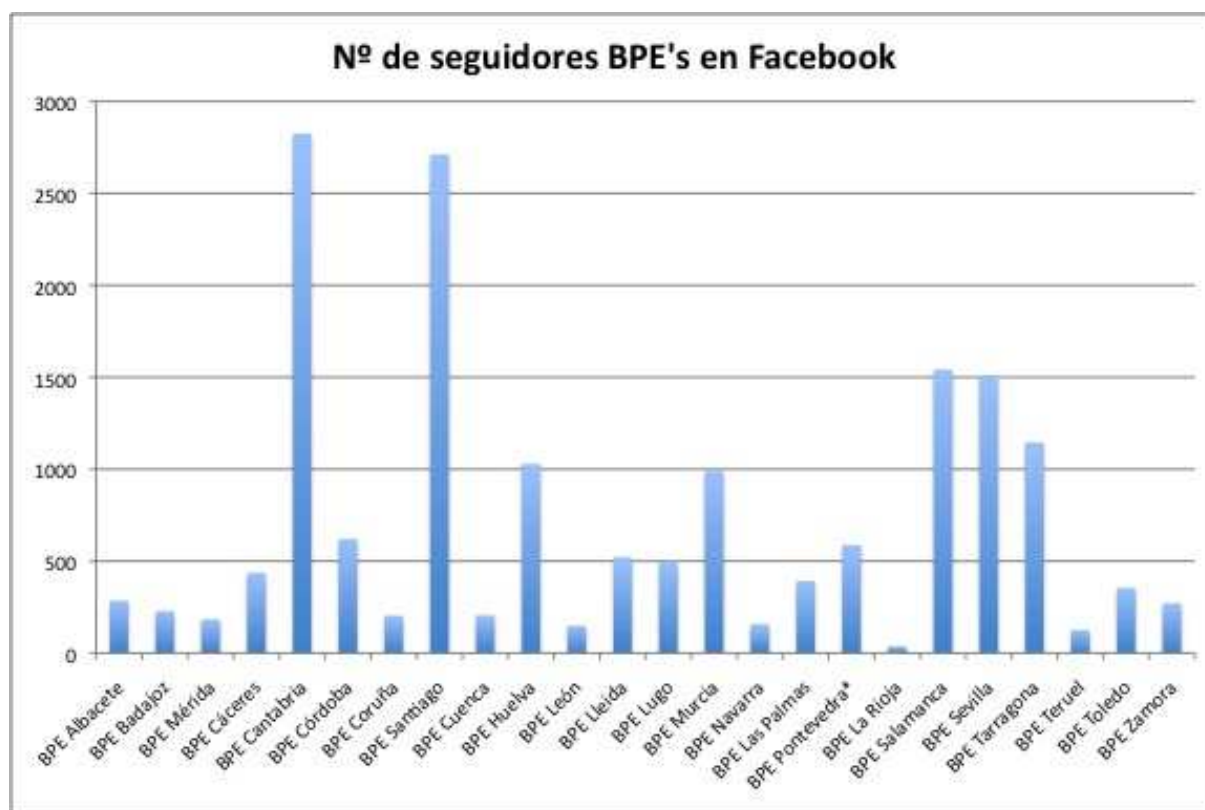


Ilustración 17: Nº seguidores BPE's en Facebook



Ilustración 18: Proporción BPEs por nº de seguidores

Lo más habitual, por tanto, es tener un número de seguidores menor a 400, pero, ¿cómo existe una diferencia tan grande entre las que más seguidores tienen y las que menos? Se podría pensar que es por la fecha de creación de la página; las dos bibliotecas con más de 2000 seguidores (Cantabria y Santiago) se crearon con menos de dos meses de diferencia entre ellos, en diciembre del año 2009 (la de Cantabria) y en febrero del año 2010 (Santiago). Pero otras páginas de bibliotecas también fueron creadas en fechas similares: la de Córdoba en marzo de 2010, la de Huelva en septiembre de 2009, la de Lugo en marzo de 2010, o la de Sevilla en mayo del 2009.

	Fecha inicio actividad	Nº seguidores
BPE Sevilla	18/05/09	1524
BPE Huelva	21/09/09	1029
BPE Cantabria	16/12/09	2825
BPE Santiago	09/02/10	2712
BPE Lugo	03/03/10	499
BPE Córdoba	22/03/10	621
BPE Navarra	05/08/10	158
BPE La Rioja	30/11/10	37
BPE Murcia	27/12/10	994
BPE Badajoz	30/12/10	228
BPE Lleida	18/01/11	522
BPE Pontevedra	28/02/11	587 / 46 suscriptores
BPE Cuenca	30/03/11	206



BPE Albacete	18/04/11	285
BPE Las Palmas	10/05/11	392
BPE Mérida	13/05/11	184
BPE Cáceres	13/05/11	436
BPE Coruña	03/06/11	204
BPE Teruel	19/09/11	125
BPE Zamora	02/12/11	271
BPE Salamanca	02/01/12 (fecha primera publicación)	1542
BPE León	14/03/12	148
BPE Toledo	23/03/12	355
BPE Tarragona	03/05/12	1145

Tabla 10: Relación fecha de inicio actividad y nº seguidores en Facebook. Agosto 2012.

Ordenando las BPE's según fecha de creación, se puede observar que los cuatro primeros perfiles creados (Sevilla, Huelva, Cantabria y Santiago) superan los mil seguidores, pero a partir de ahí el número de seguidores baja mucho, y sorprende que dos perfiles creados este mismo año ya superen también los mil seguidores (los casos de Salamanca y Tarragona). Por tanto, debemos entender que no se trata tanto de la fecha de creación como de una buena gestión y promoción de su página. También son dignos de mención los casos de las BPE's de Cantabria y Santiago de Compostela, cuyas páginas superan con creces los 2000 usuarios. En ambos casos, los resultados obtenidos en el análisis de los indicadores son bastante buenos, como veremos a continuación.

Analizando el indicador perfil completo, se observa que, por regla general, todas las páginas han incluido la información necesaria para identificar la institución, incluyendo datos como la dirección, horario de apertura, teléfono, etc., visibles además en la portada de página, lo cual tiene un gran valor puesto que dicha información es lo primero que verá el usuario al entrar en las páginas de las BPE's. Un 58'33% (14 de las 24 BPE's con presencia en Facebook) han recibido la máxima puntuación para este indicador.



Ilustración 19: Ejemplo de perfil completo en Facebook

En este ejemplo de la Biblioteca Provincial de Huelva podemos observar que incluso se ha establecido un calendario con el horario, de modo que, según el día en el que se acceda, se podrá ver si el centro está cerrado o abierto (hoy, domingo, se encuentra cerrado, y no abrirá hasta mañana a las 9).

Un 37'5% (nueve de las bibliotecas) no han incluido el mapa en su página, y por ello han sido valoradas con una puntuación más baja; si tan sólo les faltaba el mapa han recibido un 4, pero si presentaban alguna carencia informativa más, la puntuación ha sido de 3, como en los casos de las BPE's de León, Navarra y Las Palmas (en cuyas portadas no se visualiza la información). En el caso de la BPE de Huelva se le ha dado un 4 por haber puesto en la fecha de creación de su página la de la fundación de la biblioteca.

En el apartado de Información de la página de portada también se incluye la etiqueta que categoriza la página en la que nos encontramos; la gran mayoría han etiquetado su perfil como Biblioteca, la mejor elección. En el caso de la Biblioteca de Cantabria se ha ubicado como "Comunidad y gobierno", no del todo desacertado, aunque resultará más difícil acceder al perfil en caso de buscar por la etiqueta de Biblioteca. En el caso de la BPE de León se ha utilizado tan sólo "Organización", mientras que las BPE's de Navarra, Las Palmas y La Rioja han preferido "Organización gubernamental"; sucede lo mismo que en el caso de la biblioteca cántabra, que no es conceptualmente desacertado, pero no deja de complicar la búsqueda del perfil por parte de los usuarios.

El concepto más desacertado -y que debería ser modificado sin lugar a dudas- es el de "negocio local" (BPE's de Murcia y Sevilla), puesto que no se trata de un negocio, y etiquetado de este modo se asemeja a una tienda, cuyos fines son lucrativos (nada que ver con el concepto de Biblioteca). Por último, en el caso de la BPE de Pontevedra, al haber creado un perfil de persona y una página para entidad



u organización, no es posible etiquetarse de ningún modo.

En cuanto al indicador calidad de la información, entre el tipo de información que se comparte en las páginas de las bibliotecas encontramos sobre todo fotografías de eventos, artículos relacionados con la provincia, imágenes divertidas y sobre lectura, videos, boletines de novedades, actualizaciones sobre el estado de la biblioteca, avisos, publicaciones conmemorativas, efemérides, etc. En general, los contenidos compartidos son de calidad e interés para los usuarios, alternando información sobre la propia biblioteca (novedades, cambios de horario, actividades) con información sobre el municipio, noticias de actualidad cultural, imágenes y videos sobre libros y/o bibliotecas, etc.

Entre los fallos que se han encontrado destacan:

- Incluir tan sólo información de “autopromoción” de la biblioteca (sobre sus actividades o novedades). Es el caso de las BPE's de Santiago de Compostela, La Rioja, Lugo y Las Palmas. Esto no es del todo malo, puesto que se trata de información sobre la institución, pero para lograr generar interés en los usuarios también hay que compartir otro tipo de contenidos, que tengan que ver con el ámbito cultural, efemérides, concursos, talleres, etc. La biblioteca es una fuente de saber, y eso ha de demostrarse también con la información que comparte.
- Compartir tan sólo los enlaces del blog: una de las funcionalidades de la página de Facebook puede ser el compartir los contenidos creados en el blog de la biblioteca, pero no puede ser la única (por lo mismo que se comenta en el punto anterior). Este es el caso de la BPE de Murcia.
- No acompañar los enlaces que se comparten de comentarios personales: no siempre hay que decir algo del contenido que se comparte, pero una entradilla ayudaría al usuario a saber en qué consiste el enlace que se comparte, de modo que puede saber de antemano si le interesa entrar para conocer más en detalle el contenido. Es el caso de las BPE's de Murcia, Teruel y Pontevedra.
- Utilizar una sólo aplicación para publicar los contenidos: de un modo parecido a lo que se comentaba sobre publicar sólo las entradas del blog, no es conveniente utilizar siempre las “notas” de Facebook para añadir contenidos (como hace la BPE de Sevilla). En ocasiones puede ser conveniente enlazar directamente un video o una carpeta de fotografías, y las notas hacen menos accesible ese tipo de contenido.

Por último, también se ha valorado con menor puntuación a las BPE's de Cáceres y Badajoz por no incluir en sus perfiles fotografías de los eventos relacionados con la actividad de la biblioteca, que le dan un toque más personal y sirven para interactuar con los usuarios.



Para el indicador media de actualización, son 13 de 24 bibliotecas (un 54,167%) las que consiguen la mayor puntuación por encontrarse dentro de la frecuencia de actualización establecida como preferible. En los casos de BPE's con una frecuencia de actualización mayor a la establecida como preferible (como es el caso de la BPE de Salamanca, que publica una media de seis contenidos al día), se le ha valorado con un 4, porque una excesiva publicación puede llegar a considerarse SPAM por parte de los usuarios, que vean inundados sus muros a diario con publicaciones de la BPE.

También se han valorado con una puntuación inferior una frecuencia de actualización menor que la indicada, como es el caso de las bibliotecas de Badajoz, Cáceres, Coruña o Cuenca entre otras, o en las páginas en que existe una frecuencia irregular, como las de las BPE's de Teruel y Santiago, que en agosto no han compartido nada (y no han avisado de que se produciría un parón en la actividad). En el caso de la biblioteca de Santiago de Compostela, es bastante claro que la empleada encargada de la página es la Bibliotecaria Luisa, y es posible que se haya ido de vacaciones durante el mes de agosto, de ahí que las publicaciones hayan cesado; el problema reside en no haber avisado de ello a los usuarios.

El apartado de interacciones es, quizás, uno de los más flojos por parte de las bibliotecas, cosa a tener muy en cuenta, puesto que también es de los factores más importantes. Si bien en algunos casos se interacciona bastante con los usuarios, en otros se olvida por completo, dejando sin respuesta preguntas o comentarios de los usuarios en la página, con un bajo número de "me gustas", etc. El fin de tener una página en Facebook es crear un nuevo canal de comunicación para interactuar con nuestros usuarios, estar donde ellos están para poder serles de ayuda o interés en esos ámbitos en los que más se mueven. Si la página de la BPE es tan sólo un muro en el que se dejan noticias o artículos, nuestro perfil no tendrá interés alguno, puesto que para ese tipo de información existen otros canales (la web de la biblioteca, páginas de información cultural).

Tan sólo un 33,33% (8/24) de las bibliotecas (8/24) ha obtenido una puntuación de 5; son casos en los que han recibido y otorgado un buen número de "Me gustas" (el modo de decir en Facebook que te agrada una publicación o página), y se observa un diálogo con los usuarios, respondiendo a los comentarios recibidos.

Un 45,83% (11/24) de las bibliotecas ha recibido un 4 como puntuación porque, aunque se observa el uso del "Me gusta" y son seguidores de otras páginas, no se responde a todos los comentarios recibidos, aún tratándose de preguntas.

Por último, se ha otorgado un 3 (la puntuación más baja para este indicador) a las páginas que sí utilizan el "Me gusta" pero no siguen ninguna otra página, como es el caso de las BPE's de Badajoz, Mérida, León, Navarra y La Rioja.

El siguiente indicador, URL propia, determina si la página de la biblioteca es accesible de forma directa, como puede verse en el siguiente ejemplo:



Ilustración 20: Ejemplo URL propia en Facebook

Como se expuso en la explicación de los indicadores, cualquier página puede personalizar su URL cuando supera los 25 seguidores, con lo que todas las BPE's presentes en Facebook pueden tener su URL personalizada, accediendo a modificarla de forma sencilla a través de las opciones personales de su página. Sin embargo, tan sólo la mitad de bibliotecas (12 de ellas) ha modificado su URL. Con este cambio se pretende conseguir una página aún más completa y diferenciable, otorgándole un cariz más profesional.

Los dos últimos indicadores a analizar también tienen que ver con la personalización de la página. Por un lado tenemos la existencia o no de enlaces a otros SNS de las propias BPE's, ya sea a través de aplicaciones instaladas en la página, o incluyendo los enlaces en el apartado de Información. Se observa que tan sólo 5 BPE's (un 20,83%) incluye enlaces a todos sus SNS, ya sea mediante acceso directo desde alguna aplicación incluida en la página o mediante la inclusión de enlaces en la información del perfil.

Un 37,5% de las BPE's (9/24) recibe una puntuación de 3 o 4, atendiendo al número de SNS que enlazan desde su perfil, y un 25% (6/24) recibe tan sólo un 1, debido a que no enlazan ninguno de sus servicios de web social. En los casos en que la BPE no tiene presencia en más redes sociales (Mérida, Cáceres, Navarra y Zamora) no tiene sentido el análisis de este indicador.

Sorprende el bajo porcentaje de BPE's que enlazan todos sus SNS, puesto que no es algo excesivamente complejo (no en cuanto a la instalación de aplicaciones en el perfil, que puede ser algo más complejo, sino en cuanto a añadir los enlaces en la información de perfil) la finalidad de esto es darles más publicidad, de modo que los usuarios puedan acceder con facilidad a otros de sus perfiles. Es una carencia importante, que se observa por regla general en todos los ámbitos (páginas web, blogs, etc.). Si no se dice que la biblioteca está en una u otra red social, el usuario no accederá a dichos perfiles, perdiendo, por tanto, la oportunidad de interactuar con ellos.

Por último se analiza la personalización de la página. Por regla general, las páginas sí se han personalizado en cuanto a la imagen de perfil y cabecera, ya sea con un escudo identificativo o una imagen del edificio que alberga la biblioteca; en caso de tener que elegir, siempre es preferible un logotipo, puesto que identifica mejor la institución (la foto de un edificio no es tan clarificadora).

La mitad de las páginas han recibido la máxima puntuación para este indicador, y un 33,33% ha sido calificada con un 4. Por tanto, el nivel de personalización de las páginas de Facebook es bastante alto, pero aún podrían mejorar algunas, como las de las BPE's de Badajoz, Cuenca, León o Navarra.



En cuanto a las aplicaciones instaladas en las distintas páginas, nos encontramos con una amplia gama, destacando especialmente la inclusión del OPAC (en el caso de la BPE de Albacete), aplicaciones para compartir fotos o vídeos (como las de Cáceres, Córdoba y Coruña), rss para las entradas del blog (página de la BPE de Cantabria), e incluso una para acceder a Twitter (la BPE de Santiago la incluye en su página). Con más frecuencia se utilizan las notas (para compartir información más extensa), como por ejemplo en las BPE's de Coruña, Lleida o Murcia, y los eventos (que pueden compartirse con los seguidores, de modo que les aparezca como un evento pendiente en su apartado personal), que pueden verse en las páginas de las BPE's de Lleida, Lugo o Las Palmas.

La mayor parte de BPE's incluyen aplicaciones en sus páginas, pero se observa que, en algunos casos, se trata de apps "vacías", que no llevan a ninguna parte (como en los casos de La Rioja y Teruel). En estos casos es preferible no tener ninguna a tenerla mal instalada o incompleta, puesto que da sensación de dejadez.



6. Estudio comparativo entre el uso que hacen de las redes sociales las distintas bibliotecas. Establecimiento de unas pautas para la creación de un modelo "ideal" de presencia en la web social

Analizando las cifras de uso de los distintos servicios de web social vemos que un total de 32 BPE's tienen presencia (un 61,54%), pero en ninguno de los servicios por separado se encuentran la mitad de BPE's (que serían 16): 21 tienen blog, 13 tienen cuenta en Twitter, otras 13 un canal en Youtube y 24 con perfil en Facebook. Aunque el porcentaje total de BPE's con presencia en la web social es superior a la mitad, no puede considerarse como algo generalizado, puesto que el uso según la BPE y el servicio de web social de que se trate es muy dispar.

Los datos nos indican que el servicio de web social más utilizado es Facebook, seguido por los blogs y, por último, con igual número de cuentas, Twitter y Youtube.

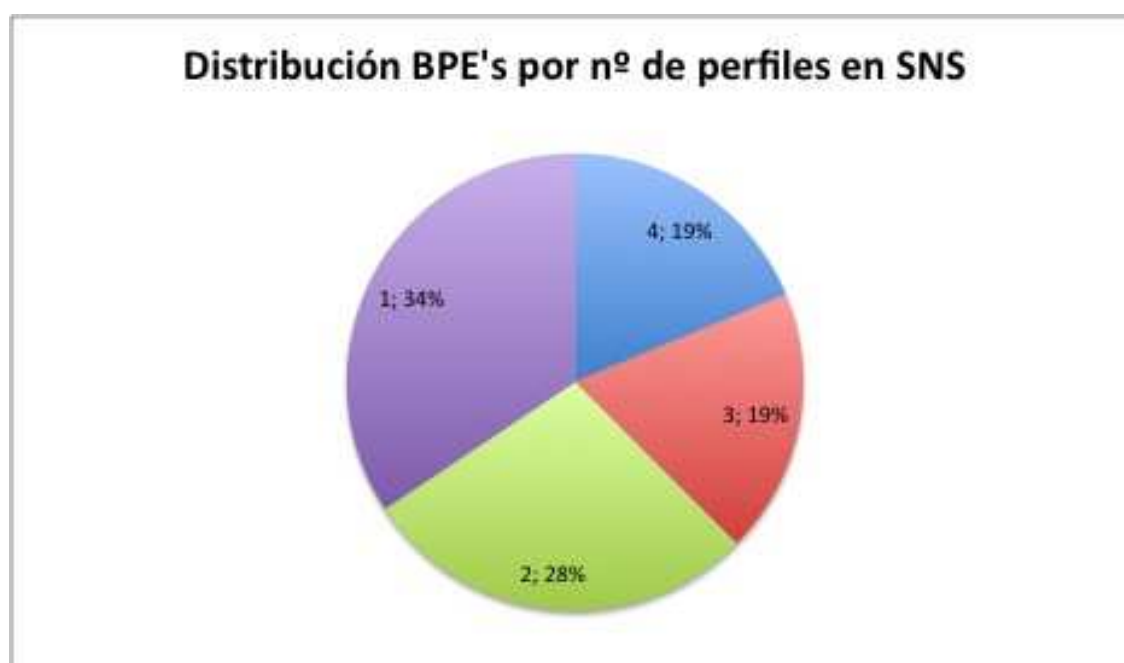
	BLOGS	TWITTER	YOUTUBE	FACEBOOK
BPE Albacete	x	x	x	x
BPE Ávila	x	x		
BPE Badajoz			x	x
BPE Cáceres			x	x
BPE Cantabria	x		x	x
BPE Castellón	x			
BPE Córdoba	x		x	x
BPE Coruña	x	x	x	x
BPE Cuenca	x			x
BPE Guadalajara	x			
BPE Huelva	x	x	x	x
BPE Jaén			x	
BPE León	x			x
BPE Lleida	x	x		x
BPE Lugo	x	x		x
BPE Mérida				x
BPE Murcia	x	x	x	x
BPE Navarra				x
BPE Oviedo		x		
BPE Las Palmas	x			x
BPE Pontevedra				x
BPE La Rioja	x			x
BPE Salamanca	x	x	x	x
BPE Santiago	x	x		x
BPE Segovia	x			
BPE Sevilla				x
BPE Tarragona	x	x	x	x
BPE Teruel		x	x	x
BPE Toledo			x	x



BPE Valladolid	x	x		
BPE Vitoria	x			
BPE Zamora				x

Tabla 11: Presencia de las BPE's en los distintos SNS

Un 18,75% de BPE's (6 de 32) tiene presencia en los cuatro SNS analizados. Se trata de las BPE's de Albacete, Coruña, Huelva, Murcia, Salamanca y Tarragona. Con presencia en tres SNS tenemos también un 18'75% (6/32), que son las BPE's de Cantabria, Córdoba, Santiago, Lleida, Lugo y Teruel. Con perfil en dos SNS se encuentra un 28,13% (9/32), y, por último, con perfil en un solo SNS, un 34,36% (11/32).



Una de las características más llamativas es que, en varios casos, los perfiles son actualizados por tan sólo una persona, dependiendo por tanto su mantenimiento del cese o no del empleado, sus periodos vacacionales, etc. Es el caso del blog de Albacete o el perfil en Youtube de Jaén.

En los cuatro SNS analizados, por regla general, se observa que las mayores dificultades se encuentran en los indicadores de interacción con los usuarios y de enlace a perfiles de la BPE en otros SNS. Quizás sean los puntos más complejos, pero también son los que encierran en mayor medida la filosofía de la web social, el poder compartir e interactuar con el resto de usuarios en un tú a tú, mantener un diálogo con ellos y permitir que la información que se publica pueda distribuirse libremente.

En el lado contrario, el indicador con más fuerza en los cuatro SNS analizados es la calidad de la información que se comparte. Las publicaciones son de gran interés para los usuarios reales y potenciales de la biblioteca, y suelen ser contenidos completos y bien documentados, que incluyen valoraciones personales



por parte de los bibliotecarios.

En cuanto a las mejores y peores actuaciones, atendiendo a cada servicio de web social, encontramos:

- **Blogs**: las BPE's de Lleida, Lugo, Murcia y Segovia han obtenido las puntuaciones más altas, presentando bitácoras muy completas, con una buena media de actualización, compartiendo contenidos de calidad, permitiendo los comentarios en sus posts y el compartirlos en otras redes sociales, además de incluir enlaces a sus perfiles en otros SNS.

Cabe destacar como actuaciones interesantes las de las BPE's de Coruña, Cuenca, León y Segovia, que enfocan sus blogs al público infantil, siendo de gran relevancia puesto que se trata de usuarios del presente que pueden mantenerse en el futuro. Analizando las estadísticas del Ministerio de Cultura del año 2011, atendiendo al indicador de préstamo infantil (ya que podría haberse visto influenciado por estas actuaciones de las BPE's), observamos que el número de préstamos al público infantil ha aumentado con respecto al año 2010 en las BPE's de Cuenca (un 6,21%) y Segovia (un 1,98%). Sin embargo, en Coruña y León han disminuido, un 3,52% y 11,14% en el primer y segundo caso respectivamente. Estos datos tienen una importancia relativa, puesto que es posible que aún no se estén viendo resultados a la estrategia, o que dicha estrategia no se adecúe a los objetivos que perseguían.

No quedan lejos en cuanto a calidad las BPE's de Valladolid, Tarragona, Salamanca, La Rioja, León y Huelva, pero presentan alguna carencia en relación a los indicadores analizados.

En cuanto a las peores actuaciones, lo cierto es que ninguna de las BPE's lleva a cabo una actividad del todo deseable; puede mejorarse la media de actualización, que es muy baja en los casos de Santiago y Las Palmas (el blog de la BPE de Córdoba no contaría por estar abandonado desde 2010), o tratar de incluir los botones que permiten compartir las entradas en otras redes sociales, pero las publicaciones, por regla general, son de interés.

- **Twitter**: las BPE's con puntuaciones más altas son las de Huelva y Lleida; en ambos casos se ha completado la información de perfil y se ha personalizado el mismo, tuiteando con pertinencia. La frecuencia de actualización en el caso de la BPE de Huelva es un poco alta (pero aceptable), y en el caso de la BPE de Lleida falla un poco el indicador de interacciones (aunque se interacciona con otros usuarios, faltaría hacerlo con mayor frecuencia). La BPE de Huelva, además, tiene el mayor número de seguidores, teniendo en cuenta que comenzó su actividad hace ya casi cuatro años. En cuanto a la BPE de Lleida, no hace ni un año que está en Twitter, pero lleva una progresión aceptable.



Biblioteca Tarragona @BPT_Tarragona

17h

Els tallers de la BPT, nova programació de tardor 2012! Es venen fent des de l'any 2004 amb l' objectiu de... fb.me/1kdEybcNL

Abrir

Ilustración 21: Información sobre talleres-Twitter BPE Tarragona

Las BPE's de Albacete, Lugo y Salamanca también llevan a cabo una actividad bastante completa en este SNS, debiendo mejorar tan sólo un poco en dos de sus indicadores.

Un caso paradigmático es el de la BPE de Oviedo, que tiene un buen número de seguidores, pero cuya actuación podría mejorar reduciendo el número de tuitos y no duplicando la información que comparten. Se trata del único SNS en que está presente esta BPE, quizás por ello tiene un perfil tan activo.

En cuanto a las peores actuaciones, son las de las BPE's de Ávila, Murcia o Tarragona, cuyo mayor defecto es no interactuar con otros usuarios. Además deben mejorar en cuanto a los contenidos que comparten (la BPE de Murcia, por ejemplo, usa este canal exclusivamente para compartir sus publicaciones del blog).

- Youtube: las mejores actuaciones son las de las BPE's de Salamanca y Huelva. A la primera tan sólo la haría falta aumentar sus interacciones con otros usuarios mediante el "me gusta" o favoritos, mientras que la segunda tan sólo requeriría mejorar la información de perfil para poder identificar mejor la institución.

También destacan los canales de las BPE's de Cantabria, Murcia y Toledo. En la mayoría de canales falla el indicador de interacciones, lo cual puede deberse a que consideren esa plataforma más como una intermediaria que sirva para hacer llegar los vídeos a sus usuarios mediante otros SNS.

En cuanto a las peores actuaciones, podrían ser los canales de Albacete, Córdoba y Coruña, lo cual sorprende en el primer y tercer caso, puesto que se trata de BPE's con bastante actividad en la web social, pero sus perfiles se encuentran poco personalizados y prácticamente no les dan uso.

- Facebook: las mejores puntuaciones son las de las BPE's de Cantabria y Toledo. En el primer caso, además, acompañan el número de seguidores, que es el mayor de todos los perfiles de BPE's en esta red social. Ambas BPE's han completado y personalizado su perfil, enlazando a otros SNS, interactuando con los usuarios y comparten información interesante con una periodicidad correcta.



Biblioteca Central de Cantabria
19 de Julio



Hoy más que nunca: "Las bibliotecas no son un gasto, son una inversión"

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 163 💬 10 📄 30

A 163 personas les gusta esto.



Angela Benito No interesa invertir en cultura. Un pueblo que no lee es un pueblo muerto.

El 19 de Julio a la(s) 19:02 · Me gusta · 🔄 3



Christian Mangano Sisniega Yo hoy cuando he ido, he firmado.

El 19 de Julio a la(s) 19:13 · Me gusta · 🔄 1



Mónica Penagos Una de las actividades culturales más utilizadas por todos nosotros... los fines de semana veo a familias enteras acudir...

El 19 de Julio a la(s) 19:44 · Me gusta · 🔄 1



Sergio Martínez lo q nos une, lo q nos gusta, lo q nos culturiza, lo q nos hace mejores no les interesa.

El 19 de Julio a la(s) 22:54 · Me gusta · 🔄 2



Patricia Agüeros Una auténtica vergüenza, ánimo y fuerza para todos vosotros !!!

El 19 de Julio a la(s) 23:12 · Me gusta



Miguel Torrado Vinagrero Animo y a luchar!!

El 20 de Julio a la(s) 1:03 · Me gusta



Agrupación Deportiva Barrio Pesquero Nuestro más sincero apoyo, antes que cerrar bibliotecas, olvidar el deporte base, ... etc etc hay otros sitios donde ahorrar. Mucho ánimo y siempre para adelante.

El 20 de Julio a la(s) 9:08 · Me gusta



Honorio Penadés Firmado <http://www.change.org/es/peticiones/gobierno-de-cantabria-no-al-ere-en-la-biblioteca-central-y-archivo-de-cantabria>



Gobierno de Cantabria: No al ERE en la Biblioteca Central y Archivo de Cantabria.

www.change.org

Porque con la reducción de puestos de trabajo en la biblioteca y el archivo se p... Ver más

El 20 de Julio a la(s) 9:55 · Me gusta



Biblioteca Central de Cantabria Muchísimas gracias a todos. Estamos emocionados por el apoyo virtual y presencial que estamos recibiendo.

Estos días os necesitamos más que nunca. Un abrazo para todos de parte de toda la plantilla de la biblioteca, que lucharemos porque el servicio no se vea afectado. La biblioteca es vuestra, os pertenece.

El 20 de Julio a la(s) 9:59 · Me gusta · 🔄 8



Jose Zuccoli Estoy completamente en desacuerdo con la medida. Es la principal biblioteca de cantabria, la que aglutina mas movimiento, el resto de bibliotecas ni se comparan, los horarios eran muy útiles para muchos cantabros, no solo de santander. Creo que por ahorrar estan propiciando que en un futuro cercano se gasta mas dinero intentando suplir a un centro de cultura y de ocio cultural tan imporante y que tantas inversiones recibio y tan interesante como la biblioteca central de cantabria. Recortes a corto plazo = Gastos a largo plazo

El 20 de Julio a la(s) 19:14 · Me gusta

Ilustración 22: La comunidad de usuarios virtuales-Facebook BPE Cantabria

Otras BPE's que llevan a cabo un buen mantenimiento de sus perfiles son las de Albacete, Santiago, Huelva, Salamanca y Tarragona. En muchos de los casos, el número de seguidores parece acompañar a la calidad del perfil, aunque, por ejemplo, la BPE de Albacete no es de las que más tiene, y, sin embargo, la BPE de Sevilla sí, pero su actuación a nivel general es algo peor que la de la BPE de Albacete.

En cuanto a las peores actuaciones, aunque su actividad no sea de mala calidad, destacaría a la BPE de Pontevedra por utilizar un perfil personal en lugar de una página. Por otra parte, los perfiles con un peor mantenimiento son los de las BPE's de Cuenca o Navarra, que deberían mejorar su media de actualización, personalización de la página e interacciones con otros usuarios.




 Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas ha compartido un enlace.
24 de Septiembre · 🌐

¿Sabéis de dónde viene el pseudónimo "Pablo Neruda" de Ricardo Eliecer Neftalí Reyes Basoalto, que falleció un día como ayer de 1973?. Y porque hemos quedado en que el humor es lo último que se puede perder, ¿no?, os dejamos con uno de sus ...Ver más



Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A 10 personas les gusta esto.

 Vega Escribano Sí, lo tomó del poeta checo Jan Neruda, que tiene dedicada una de las calles más importantes del barrio de Malostranka, en Praga.
El 24 de Septiembre a la(s) 9:53 · Me gusta · 🌐 1

 Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas Muy bien Vega Escribano!!!
El 24 de Septiembre a la(s) 10:01 · Me gusta

 Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas Por cierto, del poema "Tu risa", también hay una versión cantada por Olga Manzano y Manuel Picon. ¿os gusta?
<http://www.youtube.com/watch?v=PrE-d3yNcx4>
El 24 de Septiembre a la(s) 10:03 · Me gusta · 🌐 1

 Carlos Peña Caballero una versión del poema musicada por olga manzano y manuel picón: <http://www.youtube.com/watch?v=PrE-d3yNcx4&feature=related>
El 24 de Septiembre a la(s) 10:05 · Me gusta · 🌐 2

 Biblioteca Pública de Salamanca, Casa de las Conchas Hemos coincidido Carlos Peña Caballero!
El 24 de Septiembre a la(s) 10:09 · Me gusta

Ilustración 23: Ejemplo de interacción con los usuarios-Facebook BPE Salamanca

Por tanto, y a nivel general, podemos decir que la BPE con mejor presencia en la web social es la de Huelva, con perfiles destacados en Twitter y Youtube, y aportaciones interesantes también en los blogs y Facebook. Es un ejemplo de cómo es posible estar en diversos servicios de web social sin decaer la actividad o dejar de lado ninguno de ellos; aunque, eso sí, para poder llevar a cabo este mantenimiento, hace falta tiempo, esfuerzo y, sobre todo, participación del equipo de la biblioteca.

Analizando las estadísticas del Ministerio de Cultura del año 2011, vemos que el número de visitantes de la BPE de Huelva aumentó en un 4,48% en este periodo, siendo la única de las BPE's andaluzas que mejoró con respecto a los datos del 2010; sin embargo, el número de usuarios activos disminuyó un 27,81%. En cuanto al total de préstamos, tampoco se ha visto que influya su buena presencia en la web social, puesto que han disminuido un 14,18%.

También tienen una buena presencia a nivel general las BPE's de Lleida, Salamanca, Cantabria, Toledo y Lugo. En los casos de Lleida, Lugo, Salamanca y



Santander sí es posible ver una mejoría en las estadísticas del Ministerio de Cultura comparando el año 2011 con el 2010. La BPE de Lleida, por ejemplo, presenta un aumento de un 7,416% en el número de visitantes, y un 48,34% en cuanto a usuarios activos (tiene un 0,81% más de préstamos); la BPE de Santander aumentó sus visitantes en un 81,75%, y el número de usuarios activos en un 5,62%. En el caso de Toledo no se observa esa mejoría, puesto que el número de visitantes disminuyó un 10,16%, el número de usuarios activos un 9,38% y tuvo un número de préstamos inferior en un 2%.

En las BPE's de Murcia, Tarragona y Albacete la presencia es algo irregular, de calidad en algunos SNS, pero bastante pobre en otros. En estos casos podría ser interesante centrarse tan sólo en los perfiles con mejor mantenimiento y cesar la actividad en los otros, porque es posible que no sea el medio adecuado para la BPE en cuestión.

Cabe destacar otras actuaciones interesantes, aunque con presencia tan sólo en un SNS, como es el caso de la BPE de Segovia en el ámbito de los blogs, o el caso de la BPE de León, con buena presencia en blogs y aceptable en Facebook.



7. Conclusiones y recomendaciones finales: cómo mejorar la presencia en internet

Conclusiones

- En cuanto a la situación actual de las BPE's en la web 2.0 se concluye que, aunque el porcentaje total de BPE's con presencia en la web social es de un 61,54% (32 del total de 52 BPE's), su uso no puede considerarse como algo generalizado, puesto que según la BPE y el servicio de web social de que se trate la presencia es muy dispar. Los datos obtenidos nos indican que el servicio de web social más utilizado es Facebook, seguido por los blogs y, por último, con igual número de cuentas, Twitter y Youtube.

- Sobre las redes sociales de mayor utilidad, teniendo en cuenta que la elección dependerá de las necesidades y características de cada centro, para las BPE's, destacaría especialmente Facebook y/o Twitter, los blogs y, como servicio más especializado, Youtube.

- Los **blogs** permiten compartir información de un modo más extenso y exhaustivo, facilitando la creación de canales temáticos (para el público infantil, clubes de lectura, talleres, etc.). Se trata de una buena herramienta para sectorizar los usuarios y ofrecerles un servicio de difusión de información más personalizado, que sirva para fidelizarlos.
- **Facebook** es la herramienta idónea para interactuar e involucrar a los usuarios, dadas sus opciones de compartición de contenidos de un modo bidireccional (al contrario que sucedía con los blogs). En la actualidad, muchas páginas incluyen iconos en sus publicaciones para compartir los contenidos en diversas redes sociales, de modo que no es necesario tener conocimientos añadidos para llevar a cabo esta acción.
- **Twitter** permite publicar contenido propio, enlazar artículos de interés, novedades de la biblioteca, retuitear otros contenidos que tengan que ver con el perfil de la institución, etc., de modo que es una herramienta interesante para captar la atención de nuevos usuarios sobre la biblioteca y sus servicios.
- **Youtube** también puede ser una herramienta útil para mostrar la biblioteca, sus servicios y actividades al público en general, además de poder crear canales específicos con recursos de interés para los usuarios, que posteriormente puedan enlazarse desde otras redes sociales o desde la web de la biblioteca.



- Las estadísticas de uso de las redes sociales hablan por sí solas: un 91% de internautas tienen por lo menos una cuenta activa, mientras que el uso de las páginas web de las bibliotecas se ha reducido entre un 30% y un 50% desde el año 2005. Los usuarios, cada vez más, utilizan la web social para la búsqueda de información, recomendaciones o contacto con personas y empresas, entre otros muchos usos posibles. Por todo ello es importante que las bibliotecas tengan un lugar en ese nuevo espacio virtual, en esa comunidad, que sirva como referente informativo para sus usuarios, ya sea sobre el propio centro, la comunidad, o cultura en general, que también permita fidelizar los usuarios ya existentes y captar algunos nuevos.

- El modelo de perfil ideal para nuestra biblioteca ha de adaptarse a las necesidades y características de cada centro. Partiendo de este punto se ha determinado una línea de trabajo ideal, que establece unos márgenes de actuación que pueden servir de referente a las BPE's. Se establece una media de actualización para cada uno de los SNS (entre 3 posts a la semana y 1 al día para los blogs, entre 20 y 58 tuits al mes en Twitter, y entre 1 publicación cada dos días y 3 al día en el caso de Facebook), modo de compartir contenidos de calidad (que se trate de información de interés, completa y contrastada, con un uso correcto de la gramática y ortografía, evitando duplicar contenidos, tratando de incluir una valoración personal), cómo interactuar con los usuarios (responder a sus comentarios, marcarlos como favoritos, compartir sus publicaciones) y cómo personalizar y completar los perfiles (añadiendo una foto de perfil o de fondo, incluyendo aplicaciones, añadiendo un mapa con la ubicación).

- Por último, en el establecimiento de unas pautas para el mejor modo de estar en la web social, destacan las siguientes:

- Completar la información sobre la institución encargada del perfil de modo claro y conciso.
- Mantener una media de actualización constante.
- Publicar información relacionada con el ámbito de la biblioteca, su comunidad o sobre cultura y sociedad, teniendo siempre en mente al usuario y lo que pueda ser de mayor interés para él.
- Personalizar los más posible los distintos perfiles con las opciones disponibles en cada uno de los servicios de web social.
- Y, sobre todo, interactuar con los usuarios, ya sea compartiendo o comentando sus publicaciones, respondiendo a comentarios o animándoles a participar mediante preguntas, encuestas, etc.

Recomendaciones finales

- Las redes sociales son herramientas *para* conseguir algo, no un fin en sí mismo; por tanto, no se trata simplemente de *estar*, sino que hay que intentar establecer



conexiones a través de ellas, generar una **comunidad**.

- Por otra parte, y dentro de lo posible, debe tratarse de **un trabajo en equipo**, no individual, puesto que la institución la conforman un grupo de personas. Esto ofrecerá pluralidad a los perfiles, además de poder verse representados un mayor número de perfiles según las publicaciones de los distintos miembros de la biblioteca. Como comentábamos en epígrafes anteriores, hay casos en que los SNS son llevados por tan sólo una persona (sucedió en la BPE de Albacete o la de Jaén), por lo que el mantenimiento de estos servicios depende de sus periodos vacacionales, salud...en definitiva, de su estado personal. No está mal que el empleado con interés en esta materia sea el encargado, pero siempre tiene que haber alguien que pueda suplir a esa persona en caso de que ésta tuviera que faltar, porque los usuarios deben seguir siendo informados.

- Se ha de facilitar, en la medida de lo posible, el **acceso a la información por parte de los usuarios**; por ello, si los usuarios están en distintos SNS, se ha de estar en los mismos. El concepto de centralizar los avisos o informaciones de la BPE en su web implica un esfuerzo por parte de los usuarios, que han de acceder a la página para revisar las actualizaciones. Por tanto, el uso de distintos canales, en función del ámbito en el que se encuentren nuestros usuarios, es del todo recomendable, no siendo necesario estar en todos los servicios disponibles, sino tan sólo los que vayan a ser posible mantener.

- Se ha de tener **presencia en los servicios de web social** teniendo en cuenta también los **contenidos que se quieran compartir**. Dependiendo del tipo de información que requiera compartir la institución, serán preferibles unos u otros medios. Si se quieren compartir muchos enlaces a contenidos externos, puede usarse Twitter. Para publicar fotos se puede tener un perfil en Flickr o Picasa, y luego generar álbumes para compartir a través del blog o Facebook. Lo mismo sucede con los vídeos, que pueden subirse a Youtube y compartirse los enlaces a través de otros servicios de web social.

- **El usuario virtual**: como hemos visto a lo largo de este estudio, las distintas innovaciones tecnológicas han provocado que se hayan producido diversos cambios sociales a nivel de hábitos de consumo de información, comunicación entre personas, etc., y todo parece indicar que dichos cambios no son de carácter temporal. Por ello sería bueno el empezar a considerar al usuario virtual como un tipo más de usuario de nuestro centro, que pueda utilizar o no físicamente los servicios de la biblioteca, pero que se interesa por las actividades que ofrece e interactúa con los distintos perfiles de la biblioteca en las redes sociales. Hay que tener en cuenta, como se mencionó en el punto 4, que las redes sociales facilitan la ubicuidad de los individuos, pudiendo formar parte de eventos y/o actividades del centro sin estar presente en los mismos, pero pudiendo generar debate virtual al respecto, lo cual aumentará la visibilidad de la biblioteca, y puede que también el número de usuarios interesados en el perfil de la biblioteca.



- A un nivel más de **análisis de los servicios**, con el fin de constatar si se está llevando a cabo o no una buena actividad o si se tiene una buena presencia en la web social, es necesario establecer unos **indicadores** para la valoración. Para la elaboración de este trabajo se han estudiado los puntos tratados en artículos de investigación en relación a cada uno de los medios y se han tenido en cuenta las funcionalidades de los distintos servicios y el uso que le dan las BPE's, pero es posible que estos indicadores varíen si se considera la propia actividad interna y diaria de cada una de las BPE's.

Por tanto, y con el fin de poder demostrar la utilidad de los servicios de web social en las BPE's de cara a la administración, deberán establecerse unos indicadores de análisis concretos. Para indicadores cuantitativos, por ejemplo, es posible utilizar herramientas estadísticas específicas (como se vio en el análisis de Twitter) que permitan una actualización automática e inmediata.

Además, sería conveniente que se elaboraran estadísticas sobre la valoración personal de los usuarios sobre las BPE's (ya sea a nivel general, por parte del Ministerio de Cultura, o a nivel particular de la propia institución), puesto que podría ser un indicador más representativo de la repercusión de la presencia de las instituciones en la web social que los datos de uso estadísticos de tipo cuantitativo del servicio.



8. Bibliografía

BEHRENS, J.L., 2008. About Facebook: change at the social-networking juggernaut creates new opportunities for law library outreach. *AALL Spectrum*, **12**(6), pp. 14-17.

CHUA, A.Y.K. and GOH, D.H., 2010. A study of Web 2.0 applications in library websites. *Library & Information Science Research*, **32**, pp. 203-211.

DOBRECKY, P., 2007. Hacia la library 2.0: blogs, rss y wikis. *El profesional de la información*, **16**(2), pp. 203-211.

FUNDACIÓN ORANGE, Abril de 2011. *Estudio comparativo 2011 de los Servicios Públicos online en las Comunidades Autónomas. Resultados 5ª medición*. 5.

FUNDACIÓN ORANGE, Abril de 2010. *Estudio comparativo 2010 de los Servicios Públicos online en las Comunidades Autónomas. Resultados 4ª medición*. 4.

GARCÍA GIMÉNEZ, D., 2010. Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, **24**(Juny),.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, N., 2007. Bibliotecas de Nueva Generación (Bibliotecas 2.0). *Educación y biblioteca*, **161**, pp. 75-84.

IBÁÑEZ-HERNÁNDEZ, R., 2010. Economía de esfuerzos para la presencia de las bibliotecas en las redes sociales. *Primeras Jornadas Virtuales Iberoamericanas de Bibliotecología*.

IFLA, 2002. *Manifiesto sobre internet de la IFLA*.

IFLA and UNESCO, 1994. *Manifiesto de la IFLA / UNESCO sobre la biblioteca pública*.

INE, 2010. *Estadísticas de Bibliotecas*. Disponible en: <http://www.ine.es/>

MARGAIX ARNAL, D., 2007. Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, **16**(marzo-abril), pp. 95-106.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2011. *Panorámica de las 52 Bibliotecas Públicas del Estado*. Disponible en: <http://www.mcu.es/bibliotecas/MC/EBPE/index.html>

ONTSI, 2011. *Estudio sobre el conocimiento y uso de las redes sociales en España*. Disponible en: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/>

Reglamento de Bibliotecas Públicas del Estado y del Sistema Español de Bibliotecas. 1989. Real Decreto 582 edn.



PAVAN, B., VELASCO, J.J., JIMÉNEZ, F., GONZALO, M. and ACEVEDO, I., 2012. *Las mejores prácticas en redes sociales para empresas: guías y casos de éxito*. Hipertextual S.L. y Movistar.

PAVAN, B., NOTARIO, E., VELASCO, J.J., ACEVEDO, I., JORGE, M., REBATO, C., ARCOS, E., and GONZALO, M., 2011. *Twitter: 5 años*. Hipertextual S.L. y Movistar.

SOLOMON, L., 2011. *Doing social media so it matters: a librarian's guide*. Chicago: ALA Editions special report.

THE NIELSEN COMPANY, Junio de 2010. "Social Networks / Blogs Now Account for One in Every Four and a Half Minutes Online".

VICENTE, A., GOZZER, S., 2009. *Primer informe sobre el uso de Twitter en el sector editorial*. Disponible en: <http://www.anatomiadelaedicion.com>

Iniciativas para aprender a usar redes sociales

ABOUT.COM, 2012- última actualización, Redes sociales. Disponible en: <http://redessociales.about.com/> [Agosto 2012].

Learning about Library 2.0 in 15 minutes a day, 2007 - última actualización. Disponible en: <http://ucsclearning2.blogspot.com.es/> [Junio 2012].

BLOWERS, H., 2007 - última actualización, Learning 2.0. Disponible en: <http://plcmclearning.blogspot.com.es/> [Junio 2012].

CORULLÓN PAREDES, S., 2009 - última actualización, Redes sociales y bibliotecas. Disponible en: <http://www.slideshare.net/bibliotecacps/redes-sociales-y-bibliotecas-presentation-943545> [Junio 2012].

LÓPEZ HERNÁNDEZ, F. and PENADÉS DE LA CRUZ, HONORIO, 2007. 365 días de libros: blog para la promoción de la lectura. *El profesional de la información*, **16**(2), pp. 131-133.



9. Anexo

Estadísticas del Ministerio de Cultura

Fuente: <http://www.mcu.es/bibliotecas/CE/BibliotecasEspCifras/index.html>

	Visitantes			Usuarios activos				Incremento %
	Año 2010	Año 2011	Incremento	Incremento %	Año 2010	Año 2011	Incremento	
Huelva	240.715	251.497	10.782	4,48	10.004	7.222	-2.782	-27,81
Lleida	342.976	350.392	7.416	2,16	10.320	15.309	4.989	48,34
Lugo	273.169	269.421	-3.748	-1,37	4.580	8.483	3.903	85,22
Salamanca	314.707	327.450	12.743	4,05	10.356	15.113	4.757	45,93
Santander	204.885	372.369	167.484	81,75	12.296	12.987	691	5,62
Toledo	310.955	279.348	-31.607	-10,16	14.149	12.822	-1.327	-9,38

Tabla 12: Crecimiento número de visitantes y usuarios activos de las BPE's con mejor presencia en la web social. Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.

Total préstamo			
	Año 2010	Año 2011	Incremento %
Huelva	70.104	60.163	-14,18
Lleida	124.879	125.887	0,81
Lugo	112.038	123.653	10,37
Salamanca	139.587	132.329	-5,2
Santander	59.497	103.765	74,4
Toledo	144.623	141.727	-2

Tabla 13: Crecimiento de los préstamos en las BPE's con mejor presencia en la web social. Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.

	Préstamo infantil			
	Año 2010	Año 2011	Incremento	Incremento %
Coruña	17.012	16.414	-598	-3,52
Cuenca	19.511	20.723	1.212	6,21
León	50.850	45.186	-5.664	-11,14
Segovia	29.983	30.576	593	1,98

Tabla 14: Crecimiento del préstamo infantil en las BPE's con blogs de contenido infantil. Datos del Ministerio de Cultura. Tabla de elaboración propia.