

# Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la Provincia de Valencia

## *Social networks in public libraries of the Province of Valencia.*

Gloria Vallet Sanmanuel

gloriasanm@gmail.com

Col·legi Oficial de Bibliotecaris i Documentalistes de la Comunitat Valenciana

### Resumen

Estudio y análisis del uso de las redes sociales de las bibliotecas públicas de la provincia de Valencia con más de 10.000 habitantes. Se analizan estudios de casos y se propone cómo hacer una estrategia social media adaptada a las bibliotecas.

### Palabras clave

Redes sociales; Bibliotecas públicas; Social media

### Abstract

Study and analysis of the use of social networks of public libraries in the province of Valencia with more than 10,000 inhabitants. Case studies are analyzed and proposes how to make a social media strategy adapted to libraries

### Keywords

Social networks; Public libraries; Social media

Recibido: 30/11/2017

Aceptado: 14/12/2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.5557/IIMEI8-N15-139167>

Descripción propuesta: Vallet Sanmanuel, Gloria, 2017. Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la Provincia de Valencia. *Métodos de Información*, 8(15), pp. 139-168.

## 1. Introducción

La llegada de los medios sociales ha supuesto toda una “revolución” en la manera de comunicarnos. La rapidez y el dinamismo son ahora los factores muy importantes en nuestras comunicaciones. Las plataformas que nos

ofrecen estos medios sociales nos permiten compartir, relacionarnos y difundir contenidos de una manera rápida y fácil, lo único que necesitamos en un dispositivo con conexión a Internet. Ante esta nueva manera comunicativa las organizaciones han tenido que cambiar sus modelos de comunicación tradicionales con las personas, y adoptar una postura de acercamiento con sus usuarios. Nos encontramos ahora ante nuevas entidades sociales.

Las bibliotecas, antes de la llegada de los medios sociales, disponían únicamente de la web 1.0, en la que no había comunicación bidireccional con los usuarios, este entorno únicamente podía ser explotado para subir contenido informativo (servicios, catálogo, actividades), pero los usuarios no tenían la posibilidad de comunicarse con la biblioteca. Con la llegada de la Web 2.0 este problema desaparece, los usuarios pueden comunicarse con la biblioteca y la biblioteca puede escuchar a sus usuarios y mantener un *feedback* con ellos, de manera que se enriquece la calidad de las comunicaciones y en consecuencia del trato al usuario y de los servicios de la biblioteca, creando de esta manera una comunidad *online*. Por último, la llegada de las redes sociales ha permitido llevar estas comunicaciones a un nuevo nivel dado la inmediatez, la rapidez y la facilidad de comunicarnos en estas plataformas.

Como se expone en el Informe APEI (2013) el mundo de los medios sociales no es ajeno a las bibliotecas y, cada vez, más bibliotecas están viendo la importancia de estas vías de comunicación y difusión, y han decidido unirse a ellas y usarlas para interrelacionarse con sus usuarios con el fin ofrecerles servicios a través de las mismas. Aunque, si es cierto que la carga de trabajo y la formación necesaria que deben obtener los bibliotecarios para el correcto uso de estas plataformas, se convierte en un auténtico reto para muchos de ellos. Como dice Mario-Vega <sup>1</sup>en su web “La biblioteca es community manager cuando está presente en redes sociales y participa en las mismas enviando información, aportando contenidos y empleando los medios sociales como un sistema de relación con su comunidad de usuarios. La biblioteca es gestora de comunidades cuando se convierte en un agente de coordinación de las relaciones que se establecen con su comunidad a través de plataformas sociales”

---

<sup>1</sup> Post de Merlo Vega en el blog Biblioblog <http://biblioblog.org/2014/03/22/biblioteca-comunidadescontenidos/>

Y aunque la voluntad por parte de las bibliotecas, por tener presencia en los medios sociales, es muy positiva, tal vez, muchas de ellas no se han parado a pensar qué objetivos y finalidades pretenden alcanzar con esa presencia en los medios sociales. Comúnmente, se piensa que cuantos más seguidores se tiene, mayor popularidad, pero no siempre es así. Como dice Celaya Barturen (2010) hay factores que pueden medir más la popularidad de una biblioteca en los medios sociales en los que tiene presencia, que el número de seguidores, estos son: el tráfico que generen nuestros seguidores a nuestro sitio web o perfil, la calidad de este tráfico, el interés que generen los temas que tratamos en nuestros seguidores, que nuestros fans sean más activos y cuáles son sus motivaciones, etc.

Tener presencia en los medios digitales carece de sentido si no analizamos las actuaciones que se desarrollan en ellos, para demostrar la rentabilidad de las bibliotecas, éstas tendrán que medir los resultados, tiempo que pueda consumir esta actividad, así como la inversión en formación y aprendizaje González Fernández-Villavencio (2013).

### 1.1. Objetivos.

Los objetivos que se han perseguido en el artículo han sido:

- Conocer la cantidad de bibliotecas estudiadas que tienen presencia en los medios digitales.
- Conocer las redes sociales más utilizadas por las bibliotecas.
- Realizar un análisis de las características principales de la gestión de las redes sociales por parte de las Bibliotecas Públicas.
- Describir la actividad de las bibliotecas en Facebook y la interactividad que tienen con sus usuarios en las plataformas sociales.
- Analizar el grado de interés que generan los contenidos publicados por las bibliotecas en sus usuarios.
- Crear un modelo de buenas prácticas para la gestión de redes sociales en bibliotecas.

### 1.2. Fuentes / Materiales / Metodología

Las fuentes a las que se ha recurrido para realizar el trabajo han sido, principalmente, estudios sobre el uso de redes sociales y su impacto, además de artículos relacionados más estrechamente con redes sociales en bibliotecas, ya que es el tema tratado en el artículo.

Para complementar las fuentes estudiadas y abordar más profundamente en el ámbito geográfico que comprende el trabajo, se ha realizado un análisis de cuántas bibliotecas tienen perfil en redes sociales, en qué redes sociales tienen perfil, cuál es estrategia de comunicación, etc.

## **2. Material y métodos**

La metodología que se ha empleado en el artículo parte de un enfoque cualitativo, aunque muchas veces se utilizan técnicas cuantitativas, para poder abordar con mayor extensión el planteamiento del trabajo. Se intenta, con la combinación de ambas técnicas, beneficiarse de las virtudes de cada una de ellas. En el aspecto cuantitativo, nos basamos en el número total de bibliotecas analizadas, perfiles en redes sociales y otras variables, en el aspecto cualitativo se abordan los matices que nos permiten conocer mejor las prácticas que las bibliotecas llevan a cabo y la razón que les llevan a ellas.

Según Orozco Gómez (1996) el investigador, en el proceso de indagación de un objeto, se ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la manera más completa posible. Por tanto, las técnicas cualitativas de esta tesina nos abocaron hacia el análisis de la gestión de contenidos en redes sociales de las bibliotecas de la provincia de Valencia, para obtener una visión integral del objeto de estudio.

En el presente trabajo, a partir del análisis y exploración cualitativa, se obtienen datos cuantitativos, con ellos se pretenden cuantificar y medir los diferentes aspectos del objeto a estudiar.

### **2.1. Técnicas e instrumentos de la investigación.**

A continuación se realiza una enumeración y descripción de las técnicas de investigación e instrumentos utilizados en el trabajo.

- Estudio documental: Búsqueda, recopilación, clasificación y lectura de bibliografía relacionada con el objeto de estudio, en este caso, redes sociales en bibliotecas, bibliotecas 2.0, bibliotecas en medios digitales, las bibliotecas del siglo XXI. También se han consultado webs que tratan estos temas. Todos los documentos consultados se citan en la bibliografía de la tesina.
- Recolección de datos de las redes sociales de las bibliotecas: Se estudió los diferentes perfiles de las bibliotecas en las redes sociales, en los que se

establecieron indicadores y variables: Año de creación del perfil, número de seguidores, dinamismo/ interactividad e interrelación.

- Definición de indicadores y variables en Facebook: Para analizar los diferentes indicadores y variables, se elaboraron herramientas para la recolección de datos.

Estos datos han sido obtenidos a partir de la observación de los mismos en los canales de las bibliotecas en las redes sociales, como a partir de la utilización de herramientas en línea que permiten obtener algunos de estos datos de manera automática. Las herramientas usadas han sido Fanpage Karma <sup>2</sup>en el caso de Facebook y Twittonomy<sup>3</sup> en el caso de Twitter. Estas herramientas han sido elegidas ya que permiten obtener información acerca de los indicadores y posibilitan crear un análisis sobre las cuentas a analizar sin necesidad de ser administrador de las mismas.

## 2.2. Definición de una muestra.

La muestra está conformada por las bibliotecas públicas municipales de la Comunidad Valenciana con una población superior a 10.000 habitantes. Dichas bibliotecas son:

<b>Biblioteca</b>	<b>Habitantes</b>
València	786.189
Torrent	80.107
Gandia	75.514
Paterna	67.340
Sagunt	64.944
Alcira	44.554
Mislata	43.320
Burjassot	37.546
Ontinyent	35.621
Aldaia	31.120
Manises	30.807
Alaquàs	29.838
Xàtiva	29.095
Xirivella	28.963
Sueca	28.252
Catarroja	27.688
Algemesí	27.633
Oliva	26.190
Quart de Poblet	24.864

<sup>2</sup> <http://www.fanpagekarma.com/>

<sup>3</sup> <http://www.twittonomy.com>

Païporta	24.810
Alboraya	23.819
La Pobla de Vallbona	22.994
Llíria	22.745
Bétera	22.349
Cullera	22.236
Moncada	21.842
Riba-roja de Túria	21.391
Alfajar	21.125
Requena	20.621
Carcaixent	20.479
Picassent	20.427
Puçol	19.357
Silla	18.570
Tavernes de la Valldigna	17.734
L'Elia	17.436
Albal	16.029
Massamagrell	15.523
Carlet	15.397
Chiva	15.004
Benetússer	14.436
Canals	13.628
Alginet	13.144
Godella	13.071
Utiel	11.915
Benifaió	11.913
L'Alcúdia	11.691
Picanya	11.270
Benaguasil	10.936
Meliana	10.588
Alberic	10.498
Sedaví	10.180

### 2.3. Indicadores y variables en Facebook.

Los indicadores y variables a estudiar en torno a Facebook fueron definidos según dicha plataforma. Así, se establecieron diferentes indicadores y variables:

Datos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Año de creación</li> <li>• Número de seguidores</li> </ul>
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de posts</li> </ul>
Interactividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactividad con los seguidores</li> <li>• Número de Likes en los posts</li> </ul>
Interés generado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacciones</li> </ul>

### 3. Estado de la cuestión

En este apartado se reúne la información en la que apoyaremos nuestro estudio, pondremos en contexto el tema del artículo de una manera general, y más adelante se hablará más detalladamente de la situación de las redes sociales España.

#### 3.1. Presentación del tema

La relevancia que han obtenido las redes sociales en los últimos años es algo de lo que todos nos hemos dado cuenta. Esto ha sido propiciado, entre otras cosas, por la proliferación de los Smartphones, Tablet, y demás dispositivos electrónicos. En la sociedad actual casi todos tenemos un Smartphone en el bolsillo, en el que en cualquier momento podemos conectarnos a Internet y consultar cualquier información, publicar en cualquier red social y comunicarnos con cualquier persona que también tenga conexión a Internet.

Si es cierto, que entre los países desarrollados y los subdesarrollados el uso de estas tecnologías es diferente, y esto lo vemos en la siguiente infografía elaborada por We Are Social<sup>4</sup>. Como vemos América del Norte tiene un mayor porcentaje de penetración, siendo éste el 59%, seguido de Europa Occidental y Asia Oriental ambas con un 48% de penetración. Entre los lugares con menos tasa de penetración encontramos Asia Central con un 6%, mientras que África y Asia del sur se quedan con un 11%.



Ilustración 1. Mapa de uso de redes sociales. Fuente: We are social, <https://wearesocial.com/>

<sup>4</sup> We are Social: Porcentaje de uso de redes sociales en el mundo

<http://www.trecebits.com/2017/01/01/porcentaje-de-uso-de-las-redes-sociales-en-el-mundo/>

En cuanto a España, los datos proporcionados por un estudio realizado por IAB España<sup>5</sup>, nos dicen que el 81% de la población usan las redes sociales, los rangos de edad están entre los 15 a los 55 años.

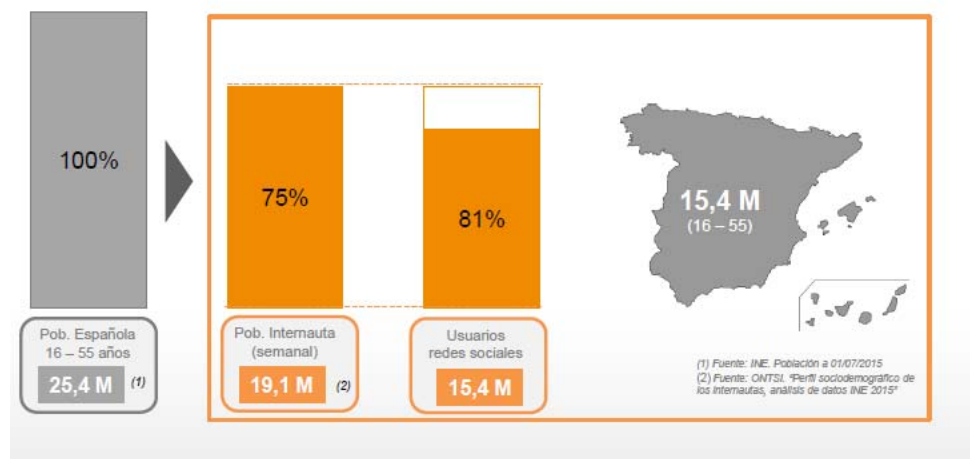


Ilustración 2: Uso de redes sociales. Fuente: IAB España, <http://iabspain.es/>

Como expone AMAT (2011) los cambios tecnológicos y la creciente facilidad para conectarse a Internet hace que las preferencias y necesidades de los usuarios sean cada vez más exigentes, la biblioteca debe estar a la altura de sus usuarios y convertir la satisfacción de los usuarios en un objetivo prioritario para fidelizarlos a la biblioteca.

Esta situación ha sido analizada principalmente por las empresas, las cuales han hecho de los medios sociales un lugar donde promocionarse, visibilizarse y, los han utilizado de escaparate para sus productos y servicios. Las instituciones, incluidas las bibliotecas también han apostado por ellas y se han abierto perfiles en distintos medios sociales, pero tal y como menciona Celaya (2011) esta actitud positiva puede volverse perjudicial si las bibliotecas no hacen una reflexión previa sobre los objetivos que persiguen en redes sociales al abrirse un perfil. Pues como refleja Fernández (2009) la presencia en redes tiene ventajas y desventajas:

#### Ventajas:

- Las plataformas social media son normalmente gratuitas.
- Es fácil registrarse y empezar a usar una red social.

<sup>5</sup> <https://elogia.net/estudios/estudio-anual-de-redes-sociales-2016/>



- Las bibliotecas pueden comunicarse con sus usuarios en el menor tiempo posible y de la manera más eficiente.
- Los usuarios pueden contribuir con sus propias ideas sobre los servicios y recursos que ofrece la biblioteca.
- Los administradores de la cuenta en la red social tienen cierto control sobre el contenido que se publica en su perfil.

Desventajas:

- No todos son aspectos positivos, el análisis de nuestra presencia en una red social puede incluir amenazas potenciales.
- Los medios sociales pueden estar abiertos a elementos desagradables que pueden sabotear los sitios web sociales de muchas maneras.
- Estos sitios suelen estar fuera del control de los bibliotecarios que los manejan.
- Los usuarios de redes sociales pueden darse de baja fácilmente al clicar un botón.

Como se ha mencionado anteriormente, tener presencia en los medios sociales pasa a ser una exigencia por parte de los usuarios de las bibliotecas, ya que están acostumbrados a encontrar la información en ellas, y por tanto, si se quiere tener relevancia en sus vidas hay que acudir a los medios sociales en las que ellos se encuentran, cada vez más bibliotecas se dan cuenta de la importancia de tener presencia en los medios sociales, en las que pueden hacer difusión de sus actividades, servicios y noticias. Esta presencia, además, puede ser una oportunidad para interactuar con los usuarios, ver qué intereses tienen, conocer sus gustos y no solo para lanzar información sin crear un *feedback* con el usuario.

Como anuncia Buigues (2010) en su trabajo final de Máster, las bibliotecas que tienen presencia en web y medios sociales, están ofreciendo su información y servicios a cualquier usuario que se encuentre en cualquier sitio del mundo que cuente con conexión a Internet.

Además, según González (2014) cuando una biblioteca tiene presencia en medios digitales, debe medir los resultados obtenidos en sus actuaciones y/o plan de marketing para así demostrar su rentabilidad, un factor muy importante a la hora de remarcar la importancia de las bibliotecas en su entorno. Para demostrar esta rentabilidad, se deben establecer unas métricas

sobre las que realizar un seguimiento y evaluación general de las cuentas que se mantienen en la biblioteca y los resultados que se están obteniendo a lo largo del tiempo. Sirven también como métricas de comparación con las demás bibliotecas y organizaciones similares

Pero, no todas las bibliotecas tienen porqué tener presencia en redes sociales, no es algo obligatorio. Cada biblioteca tiene que conocer sus posibilidades y sus intereses, y puede que no le sea beneficioso tener perfiles en los medios sociales. Esto puede darse debido a falta de tiempo, falta de recursos o interés en comparación con otras actuaciones más importantes para ellos.

### 3.2. Tipos de redes sociales.

El mundo de las redes sociales es extenso y en constante cambio, y no se podría saber con exactitud cuántas plataformas existen. En el Congreso Iberoamericano de Redes Sociales IRedes, a partir del mapa de redes elaborado por este congreso posemos clasificar las redes sociales en generales o generalistas; redes sociales temáticas; de vídeo y fotografía; de radio y música; y de citas.

En Internet podemos encontrar una gran variedad de clasificaciones según la tipología de las redes sociales. No hay una unanimidad entre los autores en establecer una tipología concreta, pero son muchos los blogs especializados <sup>6</sup>que coinciden en distinguir entre redes sociales horizontales y verticales, las cuales presentan las siguientes características:

**Redes sociales horizontales o generalistas:** No tienen una temática definida y se dirigen al público general. Ejemplos: Facebook y Twitter.

**Redes sociales verticales:** Son las plataformas especializadas en una temática. Ejemplos: LinkedIn, 21 Buttons.

Pablo F. Urgueño propone una clasificación similar en su blog <sup>7</sup> en el que distingue un mayor número de tipologías:

#### **Tipos de redes sociales según la finalidad de la red social en cuestión:**

**Profesionales:** su función es conectar a profesionales de diversos sectores o de un sector en concreto. El objetivo de estas redes sociales es tanto el

---

<sup>6</sup> <http://www.marketalia.com/tipos-redes-sociales/>

<http://www.tiposde.org/internet/87-tipos-de-redes-sociales/>

<https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

<sup>7</sup> <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

intercambio de información entre profesionales como originar relaciones laborales entre ellos. Ejemplo: LinkedIn.

**De ocio:** une a personas que compartes hobbies o determinados gustos concretos. Deportes, viajes, videojuegos. Ejemplo: Wipley.

**Mixtas:** la unión de las dos anteriores. Toca tanto un sector en concreto como podría ser el financiero, en ella se encuentra tanto expertos y profesionales como usuarios a los que simplemente les interesa el tema en cuestión, aunque no se dediquen a ello. Entre ambos perfiles existe un intercambio de información. Ejemplo: Unience.

#### Tipos de redes sociales según el sujeto:

**Humanas:** busca que los usuarios interactúen según los intereses y gustos de forma general. Ejemplo Dopplr.

**Contenido:** el interés está en el contenido, tu interacción con otros usuarios depende de este. Un claro ejemplo es Instagram o Flickr.

#### 3.3. Redes sociales más usadas:

Según el Estudio de redes sociales 2016 <sup>8</sup>realizado por el IAB España, las redes sociales más usadas en nuestro país son, en primer lugar WhatsApp y Facebook concentrando entre las dos un 76% de preferencia entre la población, YouTube, Twitter e Instagram son las que les siguen en preferencia.

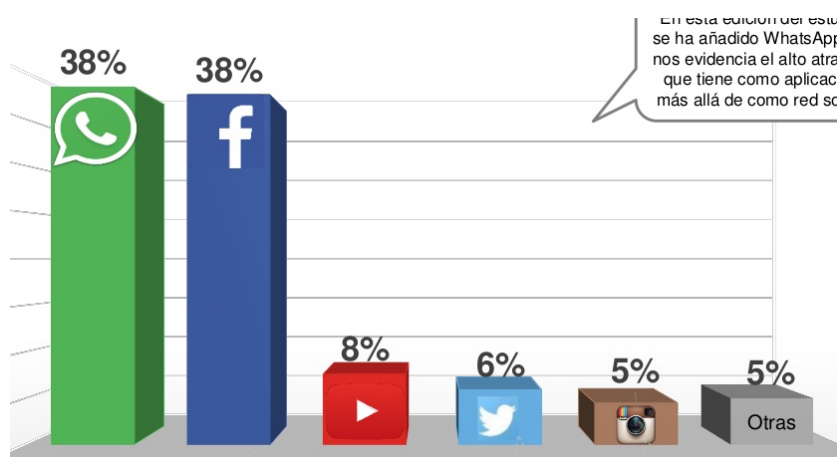


Ilustración 3: Preferencia de redes sociales, Fuente: IAB España

<sup>8</sup> <https://elogia.net/estudios/estudio-anual-de-redes-sociales-2016/>

Ante estas preferencias las bibliotecas deberán valorar en qué redes sociales les conviene tener presencia, y aunque pueden seguir diversos criterios, uno de los más importantes debería ser el de encontrarse allí donde se encuentren sus usuarios.

#### 4. Resultados y discusión

##### 4.1. Las Bibliotecas en los medios digitales.

Las bibliotecas escogidas para nuestro análisis pertenecen a los municipios de la Provincia de Valencia con más de 10.000 habitantes, y suman un total de 51. Todas ellas se muestran en la Tabla I, junto con una comparativa en la que se observan los diferentes medios sociales en los que las bibliotecas se encuentran.

Todas las bibliotecas analizadas disponen de una página web, cuya dirección electrónica, ha sido proporcionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, donde se encuentran las sedes web de las bibliotecas públicas. De este modo, todas las bibliotecas pueden beneficiarse de esta dirección para poder tener presencia en la web y disponer en la misma, toda la información que desee. No obstante, muchas bibliotecas no se han acogido a esta dirección y, en cambio, tienen una página propia dentro de la web de su ayuntamiento. Esto resta visibilidad y hace que, a cualquiera que busque información sobre la biblioteca, le sea más difícil encontrarla.

Tabla 1: Presencia bibliotecas en medios digitales

<b>BIBLIOTECAS CON PRESENCIA EN MEDIOS SOCIALES</b>				
<b>Municipio</b>	<b>Habits.</b>	<b>Web</b>	<b>RRSS</b>	<b>Observaciones</b>
València	786.189	Propia <a href="http://www.bmvalencia.org/">http://www.bmvalencia.org/</a>	 	Tienen redes sociales conjuntas para todo la red de bibliotecas , y algunas bibliotecas tienen sus propias redes.
Torrent	80.107	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2nUzBDS">http://bit.ly/2nUzBDS</a>	No	No usa la dirección proporcionada por el Ministerio para crear su propia web. Usa la web del ayuntamiento
Gandia	75.514	Propia <a href="http://imabgandia.es/">http://imabgandia.es/</a>	  	Tiene una dirección web propia y las RRSS son conjuntas para toda la red de bibliotecas de la ciudad.
Paterna	67.340	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/paterna/">http://www.bibliotecaspublicas.es/paterna/</a>		Su Facebook es un perfil personal, no una página y está en desuso.

Sagunt	64.944	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2o0JwcJ">http://bit.ly/2o0JwcJ</a> Biblioteca Digital <a href="http://bit.ly/2wigIjY">http://bit.ly/2wigIjY</a>		No usa la dirección del Ministerio. La Biblioteca Digital, funciona como una colección de fondo local.
Alcira	44.554	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2o0JLV7">http://bit.ly/2o0JLV7</a>		No usa la dirección del Ministerio, tiene una página dentro de la web del ayuntamiento.
Mislata	43.320	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/mislata-val/">http://www.bibliotecaspublicas.es/mislata-val/</a>		
Burjassot	37.546	Ayuntamiento <a href="http://cultura.burjassot.org/biblioteca/">http://cultura.burjassot.org/biblioteca/</a>		No usa la dirección del Ministerio, tiene una página dentro de la web del ayuntamiento.
Ontinyent	35 621	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/ontinyent/">http://www.bibliotecaspublicas.es/ontinyent/</a>		
Aldaia	31 120	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/aldaia/index.jsp">http://www.bibliotecaspublicas.es/aldaia/index.jsp</a>		
Manises	30 807	Ayuntamiento <a href="http://www.manises.es/es/ayto/cultura/biblioteca">http://www.manises.es/es/ayto/cultura/biblioteca</a>		
Alaquàs	29 838	Ayuntamiento <a href="https://www.alaquas.org/biblioteca/virtual/">https://www.alaquas.org/biblioteca/virtual/</a>		
Xàtiva	29 095	Ayuntamiento <a href="http://biblioteca.ayto-xativa.es/es">http://biblioteca.ayto-xativa.es/es</a>		
Xirivella	28 963	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2opgAxk">http://bit.ly/2opgAxk</a>		Facebook conjunto para todas las bibliotecas de Xirivella
Sueca	28 252	Ayuntamiento <a href="http://www.bibliotecamunicipal.sueca.es/">http://www.bibliotecamunicipal.sueca.es/</a>	 	El Facebook es un perfil, no una página. Twitter en desuso.
Catarroja	27 688	Ayuntamiento <a href="http://es.catarroja.es/pages/58-biblioteca">http://es.catarroja.es/pages/58-biblioteca</a>		
Algemesí	27 633	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/algemesi/">http://www.bibliotecaspublicas.es/algemesi/</a>		
Oliva	26 190	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/oliva/informacion.htm">http://www.bibliotecaspublicas.es/oliva/informacion.htm</a>		Twitter eliminado
Quart de	24 864	Ayuntamiento		

Poblet		<a href="http://bit.ly/2nxbHmu">http://bit.ly/2nxbHmu</a>		
Paiporta	24 810	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/paiporta/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/paiporta/</a>	 	Twitter en construcción
Alboraya	23 819	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2oiXqH3">http://bit.ly/2oiXqH3</a>		
La Pobla de Vallbona	22 994	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2oQNFmw">http://bit.ly/2oQNFmw</a>		
Llíria	22 745	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/lliria-cas">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/lliria-cas</a>		
Bétera	22 349	Ayuntamiento <a href="http://www.betera.es/biblioteca-municipal/">http://www.betera.es/biblioteca-municipal/</a>		
Cullera	22 236	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/cullera">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/cullera</a>	   	
Moncada	21 842	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2oj0ZNB">http://bit.ly/2oj0ZNB</a>		Facebook compartido con Archivo
Riba-roja de Túria	21 391	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/ribarroja/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/ribarroja/</a>		
Alfajar	21 125	Ayuntamiento <a href="http://www.alfajar.com/bibliotecas-municipales/">http://www.alfajar.com/bibliotecas-municipales/</a>	 	
Requena	20 621	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/requena/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/requena/</a>		
Carcaixent	20 479	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/carcaixent/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/carcaixent/</a>		
Picassent	20 427	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/picassent/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/picassent/</a>	 	Twitter compartido con el archivo. Facebook gestionado por la casa de la Cultura.
Puçol	19 357	Ayuntamiento <a href="http://www.puçol.es/index.php/es/biblioteca-2">http://www.puçol.es/index.php/es/biblioteca-2</a>		
Silla	18 570	Casa Cultura <a href="http://www.sillacultural.com/biblioteca">http://www.sillacultural.com/biblioteca</a>		Usa la web de la casa de la cultura.
Tavernes de la Valldigna	17 734	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspu-blicas.es/tavernesdelavallidigna/">http://www.bibliotecaspu-blicas.es/tavernesdelavallidigna/</a>		Twitter cerrado

L'Eliana	17 436	Ayuntamiento <a href="http://www.leliana.es/es/biblioteca/page/biblioteca">http://www.leliana.es/es/biblioteca/page/biblioteca</a>	 	
Albal	16 029	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2plkhBe">http://bit.ly/2plkhBe</a>		
Massamagrell	15 523	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/massamagrell/">http://www.bibliotecaspublicas.es/massamagrell/</a>		
Carlet	15 397	Ayuntamiento <a href="http://www.carlet.es/es/biblioteca">http://www.carlet.es/es/biblioteca</a>		
Chiva	15 004	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/chiva/">http://www.bibliotecaspublicas.es/chiva/</a>		
Benetússer	14 436	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/benetusser/">http://www.bibliotecaspublicas.es/benetusser/</a>		
Canals	13 628	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/canals/">http://www.bibliotecaspublicas.es/canals/</a>		
Algínet	13 144	Ministerio <a href="http://www.bibliotecaspublicas.es/alginet/">http://www.bibliotecaspublicas.es/alginet/</a>		
Godella	13 071	Propia <a href="http://bibliotecagodella.com/">http://bibliotecagodella.com/</a>	 	
Utiel	11 915	Ayuntamiento <a href="http://cultura.utiel.es/entidad/biblioteca-p%C3%BAblica-utiel">http://cultura.utiel.es/entidad/biblioteca-p%C3%BAblica-utiel</a>		
Benifaió	11 913	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/2xGfoXM">http://bit.ly/2xGfoXM</a>	 	
L'Alcúdia	11 691	Ayuntamiento <a href="http://www.lalcudia.com/bpmlalcudia/la-biblioteca/">http://www.lalcudia.com/bpmlalcudia/la-biblioteca/</a>		
Picanya	11 270	Ayuntamiento <a href="http://bit.ly/1FHoRdQ">http://bit.ly/1FHoRdQ</a>		
Benaguasil	10 936	Ayuntamiento <a href="http://www.benaguasil.com/biblioteca">http://www.benaguasil.com/biblioteca</a>		
Meliana	10 588	Ayuntamiento <a href="http://www.meliana.es/es/page-page/biblioteca-municipal-meliana">http://www.meliana.es/es/page-page/biblioteca-municipal-meliana</a>		
Alberic	10 498	Ayuntamiento <a href="http://www.alberic.es/es/content/biblioteca-municipal">http://www.alberic.es/es/content/biblioteca-municipal</a>		
Sedaví	10 180			

Para ver más visualmente las la cantidad de bibliotecas que, si tienen presencia en redes sociales y las que no, trasladados la información a un gráfico circular:



Gráfico 1: Bibliotecas con redes sociales

Como observamos un 58% de las bibliotecas analizadas no tienen presencia en ninguna red social, el restante 42% sí que tienen presencia en, al menos, una red social.

Aunque los resultados son bastante igualados, mayoritariamente las bibliotecas no tienen una gran presencia en los medios sociales.

A continuación, en el siguiente gráfico, vamos a visualizar en qué medios sociales tienen presencia las bibliotecas que pertenecen a ese 42%.

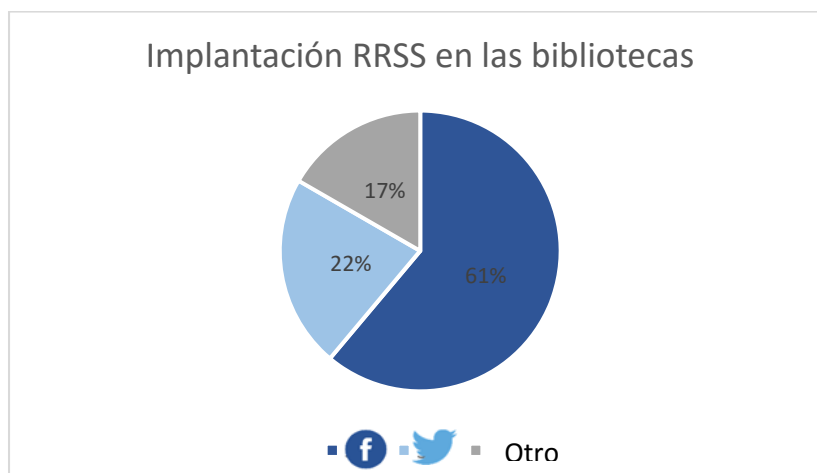


Gráfico 2 Presencia de redes sociales en bibliotecas

Como vemos en el gráfico las redes sociales predilectas por las bibliotecas son, en primer lugar Facebook, con una presencia del 61% de las bibliotecas, y en segundo lugar Twitter, con una presencia del 22%, el resto de medios sociales



en los que las bibliotecas tienen presencia son: YouTube, Pinterest, Blog, etc. las cuales no vamos a tener en cuenta para este estudio ya que en ellas no se ven representadas el grueso de las bibliotecas.

#### 4.2. Análisis estratégico de las bibliotecas en Facebook

En este apartado analizaremos las diferentes características de las páginas de Facebook de las bibliotecas, separándolas en cinco secciones: Año de creación, seguidores, dinamismo/interactividad e interrelación. Los datos para realizar el análisis, se obtendrán de la misma página de Facebook y de dos herramientas que nos permitirán obtener información más detallada de cada página, sin la necesidad de ser propietario de la misma. Estas herramientas son: Fanpage Karma y LikeAlyzer.

##### 4.2.1. Año de creación de la página y cantidad de seguidores.

En primer lugar observaremos el municipio al que pertenece cada biblioteca, el año de creación de sus páginas de Facebook y la cantidad de seguidores de cada una. De esta forma se elabora la siguiente tabla en la que se ordenan las bibliotecas en orden de seguidores decreciente:

Tabla 2: Año creación y seguidores

<b>Biblioteca</b>	<b>Año de creación</b>	<b>Seguidores</b>
Carcaixent	2014	2.730
Gandia	2012	2.223
València	2012	1.888
Ontinyent	2013	1775
Oliva	2012	1388
Tavernes de la Valldigna	2012	869
Cullera	2012	654
Xirivella	2015	510
Paiporta	2013	446
Massamagrell	2016	418
Silla	2014	364
Picassent	2010	233
Sueca	2015	196
Aldaia	2013	183
Moncada	2015	86

Para visualizar mejor los datos expuestos en la tabla anterior, trasladaremos la información a un gráfico:



Ilustración 4. Año de creación de cuentas en Facebook

Como se aprecia en el gráfico, 2010 fue el año en el que las bibliotecas empezaron a abrirse cuentas en Facebook, el año en el que más bibliotecas se abrieron cuentas de Facebook ha sido con diferencia en el año 2012, a partir de este año el número de bibliotecas que se han abierto cuentas ha ido disminuyendo, notando una leve subida en 2015, pero volviendo a bajar en el año 2016.

Según vemos en la Tabla 2, la biblioteca con más seguidores es la de Carcaixent, con un total de 2.730. La última en la lista es la biblioteca de Moncada, con un total de 86 seguidores.

En este apartado se ha observado que el número de seguidores no está relacionado con el número de habitantes del municipio, ya que, por ejemplo, Moncada tiene 21.842 habitantes y está en el último puesto de nuestro ranking y Carcaixent, con 20.479, unos 2000 habitantes menos, es en cambio, cuenta con un mayor número de seguidores en su página, por delante incluso de la Red de Bibliotecas Públicas Municipales de València donde hay 786.189 habitantes.

En el siguiente gráfico vemos representado en porciones el número de seguidores de las bibliotecas:



Gráfico 3: Número de seguidores

Se observa que la mayoría de las páginas tienen más de 100 seguidores suponiendo estas un 44% del total, las bibliotecas con más de 500 seguidores suponen un 19% del total, el mismo porcentaje tienen las bibliotecas con más de 1000 seguidores. Las bibliotecas con más de 2000 seguidores suponen un 19% del total.

#### 4.2.2. Actividad de las bibliotecas en sus páginas de Facebook.

Para analizar la actividad de las páginas de Facebook, usaremos la herramienta FanPage Karma, que examinará la cantidad de posts publicados en esta plataforma. De esta manera, conoceremos cual es la media de posts por día.

Tabla 3: Número de post por día

Biblioteca	Post por día
Gandia	0,4
València	0,4
Païporta	0,3
Massamagrell	0,3
Oliva	0,1
Cullera	0,1
Picassent	0,1
Aldaia	0,1
Carcaixent	0,07
Ontinyent	0
Tavernes de la Valldigna	0

Xirivella	0
Silla	0
Sueca	-
Moncada	-

A continuación mostramos la información de la tabla trasladada a un gráfico:

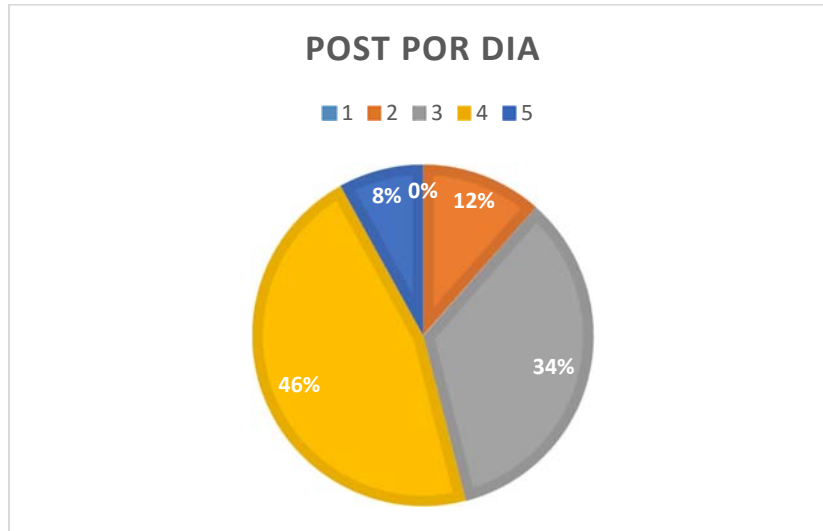


Gráfico 4 Post por día

El principal problema que nos surge cuando intentamos analizar la actividad de las páginas de nuestras bibliotecas, es que, como se ve en la tabla, los indicadores muy bajos, debido a que la actividad de las páginas a analizar es muy laxa y la herramienta que se ha usado para medir esta métrica solamente tiene la posibilidad de calcular la media de posts por día, en nuestro caso, sería más eficiente calcular esta media por semana, ya que obtendríamos unas cifras que nos ayudarían más a valorar el nivel de actividad de las páginas. Además, en el caso de la página de la biblioteca del municipio de Moncada, la herramienta no ha podido extraer estos datos debido a la poca actividad de la página.

Observamos que todas las bibliotecas tienen una media de menos de un post por día, en el caso de la biblioteca de Sueca, la herramienta no ha podido analizar sus publicaciones ya que esta biblioteca ha creado un perfil personal y no una página de Facebook.

#### 4.2.3. Interactividad de las bibliotecas en sus páginas de Facebook.

En este apartado conoceremos cuál es el nivel de interactividad que tienen las bibliotecas en sus páginas de Facebook con sus seguidores, para saber este

dato usaremos de nuevo la herramienta Fanpage Karma, la cual nos proporcionará el porcentaje de posts con los que las bibliotecas han tenido interacción con los usuarios. En la siguiente tabla observamos los datos:

Tabla 4: Nivel de interacción

Biblioteca	Interacción
Aldaia	7,6 %
Massamagrell	0,6 %
Picassent	0,54 %
Gandia	0,35 %
Carcaixent	0,28 %
Paiporta	0,24 %
València	0,23 %
Cullera	0,13 %
Oliva	0,12 %
Ontinyent	0 %
Tavernes de la Valldigna	0 %
Xirivella	0 %
Silla	0 %
Sueca	-
Moncada	-

Como se observa en la tabla, el nivel de interacción en las páginas de las bibliotecas es muy bajo, sorprende el caso de la biblioteca de Aldaia, la cual interactúa con sus usuarios en el 7,6% de sus publicaciones, ya que el resto de bibliotecas no llega al 1% en sus niveles de interacción.

Si trasladamos la información a un gráfico, este es el resultado:

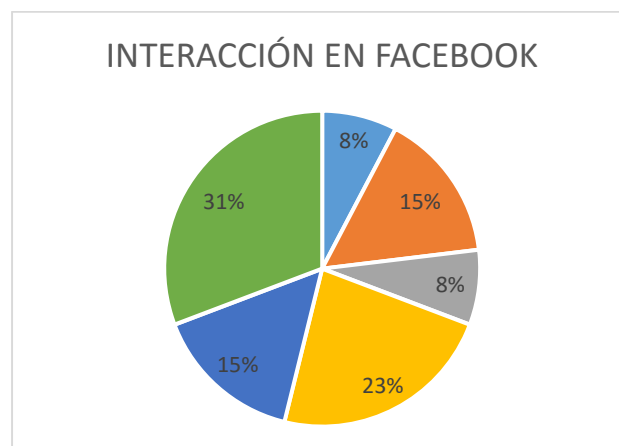


Gráfico 5 Interacción en Facebook

Como en el apartado anterior, la herramienta no ha podido analizar las páginas de la biblioteca de Sueca, por tratarse de un perfil personal, y el de la biblioteca de Moncada por tener muy poca actividad en su página desde hace tiempo.

Para completar este apartado, y lograr una visión un poco más exacta y completa del nivel de interacción en las páginas de Facebook de las bibliotecas, se ha realizado la siguiente tabla en la que se muestra el número de 'Likes' por post. Para ello se ha usado de nuevo la herramienta Fanpage Karma.

Tabla 5: Número de Likes por post

<b>Biblioteca</b>	<b>Likes por post</b>
Picassent	14
Aldaia	14
Oliva	11
Carcaixent	6,5
Cullera	6,3
Massamagrell	6,3
Gandia	5,9
València	3,4
Paiporta	1
Ontinyent	0
Tavernes de la Valldigna	0
Xirivella	0
Silla	0
Sueca	-
Moncada	-

Como se observa en la tabla, las bibliotecas con más Likes por publicación son la biblioteca de Picassent y la biblioteca de Aldaia, ambas con una media de 14 likes por publicación. Cabe destacar que, tal y como observamos en las tablas, no son siempre las bibliotecas con más seguidores las que más interacción tienen, las que más publican o, en este caso, las que más likes obtienen por sus publicaciones.

Aquí vemos la información en forma de gráfico:

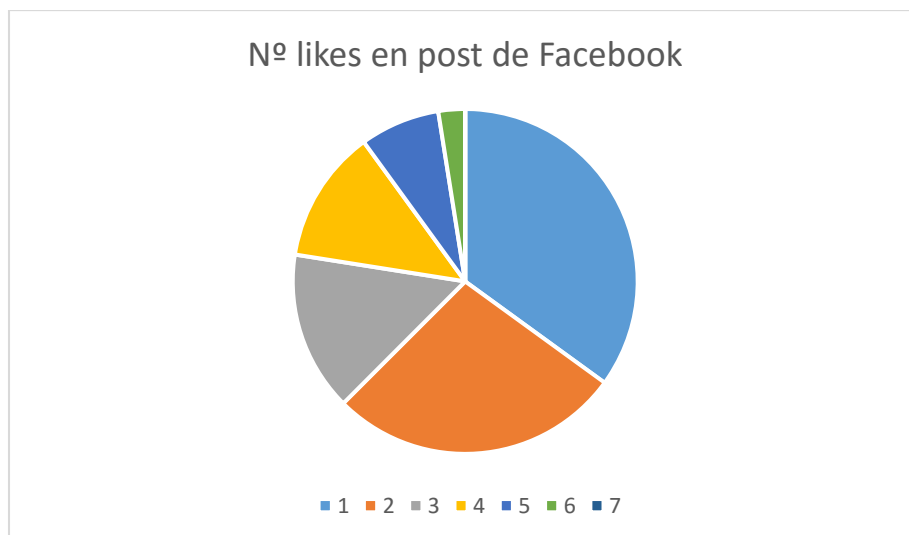


Gráfico 6 N° likes en post de Facebook

#### 1.1.1. Interés generado en las páginas de Facebook de las bibliotecas.

En este apartado, para medir el interés generado en las páginas de Facebook analizaremos los indicadores siguientes: N° de likes, n° de post compartidos, n° de comentarios y n° total de reacciones. Para ello se ha usado la herramienta Fanpage Karma, la cual nos ha proporcionado estos resultados:

Tabla Interés Generado en las páginas de Facebook

Biblioteca	Nº Likes	Post compartidos	Comentarios	Nº total de reacciones
Massamagrell	99	5	0	110
Picassent	71	29	0	78
Aldaia	61	6	0	77
Gandia	58	10	0	63
Oliva	19	0	0	19
Cullera	16	2	0	16
Carcaixent	13	0	0	14
Xirivella	7	12	0	8
Païporta	7	1	0	7
València	7	0	0	7
Ontinyent.	0	0	0	0
Silla	0	0	0	0
Tavernes de la Valldigna	0	0	0	0

Según la tabla, vemos que la biblioteca que más interés genera entre sus usuarios es la de Massamagrell, en la que todos sus indicadores son superiores

a las demás bibliotecas, el segundo lugar lo ocupa la biblioteca de Picassent, con 78 interacciones en total y 71 likes en sus posts. Entre las bibliotecas con menos interacción encontramos, la biblioteca de Ontinyent, la de Silla y la de Tavernes de la Vallidigna, las cuales tienen un total de 0 interacciones.

#### **4. Conclusiones**

Mostradas en las páginas anteriores el resultado del estudio, se recogen aquí, a modo de síntesis, las conclusiones extraídas, todas ellas relacionadas con los objetivos de la tesina.

##### **5.1. Conclusiones del estudio**

El primer de los objetivos definidos era conocer la cantidad de bibliotecas estudiadas que tenían presencia en medios sociales. Según los resultados obtenidos, extraemos las siguientes conclusiones:

- Más de la mitad de las bibliotecas estudiadas no tienen presencia en medios digitales, siendo esta cifra del 58% de las bibliotecas. En cambio, el 42% que corresponde a 21 de las bibliotecas analizadas sí que tienen presencia en redes sociales.

El segundo objetivo era conocer cuáles son las redes sociales más usadas por las bibliotecas públicas. En torno al mismo, se desatan las siguientes conclusiones:

- Las redes sociales más usadas por las bibliotecas públicas analizadas con canales propios son Facebook y Twitter. Siendo más de la mitad de bibliotecas estudiadas las que usan estas plataformas.
- Facebook es la red social con más presencia en las bibliotecas estudiadas, usada por 22 bibliotecas, lo que significa un 61%. Le sigue Twitter con la presencia del 22% de las bibliotecas, lo que corresponde a 8 de las bibliotecas estudiadas. Tratándose de más de la mitad de bibliotecas las que utilizan estas plataformas.
- Las bibliotecas públicas analizadas también usan otras redes sociales, aunque en menor medida, sin tratarse de un uso extendido. Es el caso de YouTube, Pinterest o Blogger. Las bibliotecas con redes sociales diferentes a Twitter y Facebook son 6, lo que corresponde a un 17% de las bibliotecas estudiadas.



El tercer de los objetivos especificados se refiere al análisis de las características principales de la gestión de las redes sociales por parte de las bibliotecas públicas, del cual se extraen las siguientes conclusiones:

- El total de las bibliotecas se han incorporado a las redes sociales a partir del año 2010, 2012 el año con más incorporaciones en Facebook. En cambio, en cuanto a la plataforma de Twitter, las bibliotecas se han incorporado desde 2008 e, igual que con Facebook, el año con más incorporaciones ha sido 2012.
- La mayoría de las bibliotecas no tienen una actividad diaria muy intensa, pues según los resultados obtenidos en las publicaciones por día la mayoría de las bibliotecas no llegan al post por día, tanto en Facebook como en Twitter.
- La presencia de las bibliotecas en Facebook se da mediante Fan pages, y no como perfiles personales. La cantidad de seguidores varía mucho según la biblioteca que estudiemos, pero, en líneas generales el 44% de las bibliotecas analizadas tiene más de 100 seguidores, el 19% tiene más de 500 seguidores, y únicamente el 13% tiene más de 2.000 seguidores.
- En cuanto a la interactividad que las bibliotecas tienen en sus páginas de Facebook no supera, en la gran mayoría al 1%, solamente la biblioteca de Aldaia llega al 7,6% de interactividad en su página. Además 6 de las bibliotecas analizadas no registran ningún tipo de interacción.
- Las bibliotecas con más Likes en sus publicaciones son las de Picassent i la de Aldaia, ambas con una media de 14 likes por publicación. Resalta que 6 de las bibliotecas analizadas no tiene ningún like en sus publicaciones.

El quinto objetivo versaba sobre el análisis del grado de interés que generan los contenidos publicados por las bibliotecas en sus usuarios.

Para desglosar mejor las conclusiones en torno a este objetivo, las estructuraremos según cada red social.

Facebook:

- La mayoría de bibliotecas han recibido Likes por sus publicaciones, aunque el número de los mismos es muy dispar entre las diferentes bibliotecas, entre las que más Likes tienen se encuentran, la biblioteca

de Massamagrell con 99 likes en sus publicaciones, seguida de la biblioteca de Picassent con 71 likes. En cambio, las bibliotecas de Ontinyent, Silla y Tavernes de la Valldigna no han recibido nunca ningún Like.

- Los seguidores de casi la mitad de las bibliotecas (6), no han compartido ninguna publicación de Facebook, la biblioteca con más post compartidos por sus seguidores es, de nuevo, la de Picassent, con 29 post compartidos, le sigue, con bastante diferencia, la biblioteca de Xirivella, con 12 post compartidos por sus seguidores de Facebook.
- En general, el número total de reacciones en las publicaciones de Facebook de las bibliotecas son bastante bajos, la que cuenta con el mayor número de ellas es, de nuevo, la biblioteca de Massamagrell con 110 reacciones en total, seguida con 78 reacciones la biblioteca de Picassent, del total de 13 bibliotecas, 3 de ellas no han obtenido ninguna reacción en sus publicaciones.
- La biblioteca con más porcentaje de tweets marcados como favoritos es la biblioteca de Cullera con el 20.92%, seguida muy cerca de la biblioteca de Gandia con el 20.63% de sus tweets marcados como favoritos. Entre las bibliotecas con menos tweets marcados como favoritos se encuentran la biblioteca de Godella con el 6% de sus tweets marcados como favoritos, y la biblioteca de Sueca con el 0% de sus tweets marcados como favoritos.

## 5.2. Catálogo de Buenas Prácticas.

A partir del estudio realizado podemos afirmar que potenciar la actividad en redes sociales, la participación de los seguidores, aumentar la interactividad, son algunos de los desafíos a los que las bibliotecas deben hacer frente. Hay que adaptarse a estas plataformas digitales en constante cambio en los que estas han cambiado la forma en la que nos comunicamos, las bibliotecas deben aprovecharse de estas nuevas oportunidades para acercarse de una manera nueva a sus usuarios. Usuarios que, por otra parte, demandan este tipo de presencia digital de las Bibliotecas.

Algo que resultaría interesante recalcar, es la no obligatoriedad de tener presencia en redes sociales, es decir, muchas veces, puede resultar contraproducente tener abrirse una cuenta en alguna red social si después no se va a mantener o no se va a usar de manera efectiva. La no presencia en

redes sociales, puede resultar una decisión meditada, ya sea por falta de recursos, tanto humanos como técnicos.

Una vez se haya decidido tener presencia en los medios sociales, se deberían seguir unas premisas para maximizar la eficacia de la presencia de las bibliotecas en las redes sociales. Aquí se muestran algunas de ellas:

1. Motivación. Por qué queremos estar en los medios sociales.

Es importante que la biblioteca tenga clara su posición antes las redes sociales, cuáles son sus valores, las ventajas y beneficios que pueden aportar. Así como las desventajas y contratiempos que puedan ocasionar. Además, la biblioteca deberá decidir cuáles son las redes sociales que más se adaptan a los objetivos que se quieran conseguir con la presencia de la biblioteca en los medios digitales.

2. Definición de Objetivos.

Cuando trabajamos con unos objetivos definidos, nuestra productividad mejora. La tarea de definir objetivos no resulta sencilla, para agilizar un poco este trabajo, se pueden formular objetivos SMART (Specific Measurable Attainable Relevant Time-related), los cuales nos ayudaran a que los objetivos estén bien formulados y no se acaben olvidando.

- Specific. Objetivos específicos: Tienen que definir exactamente lo que se quiere conseguir, cuanto mejor lo haga, más fácil será de comprender y, por tanto, de conseguir.
- Measurable. Objetivos medibles: Para que un objetivo sea medible se pueden establecer variables que nos ayuden a determinar la evolución, el éxito o el fracaso de nuestro resultado.
- Attanaible. Objetivos alcanzables: A la hora de establecer un objetivo, se debe ser realista, deberemos tener en cuenta la viabilidad del objetivo. Si no es así, puede llevar a la desmotivación y no alcanzar el objetivo.
- Relevant. Objetivos relevantes: Si no se establecen unos objetivos importantes para la biblioteca, estaremos perdiendo el tiempo, echando a perder el tiempo a las personas encargadas de cumplir dicho objetivo.
- Time-related. Objetivos con un tiempo determinado: Es necesario que los objetivos tengan un tiempo determinado ya que, si no, se extenderían en el tiempo y no llegarían a cumplirse nunca.

### 3. Estrategia social media.

Tener presencia en los medios digitales no basta con abrirse una cuenta y publicar de vez en cuando, para poder aprovechar al máximo los beneficios que los medios sociales nos pueden aportar, es de suma importancia disponer de una estrategia específica de gestión en redes sociales.

Una vez se hayan fijado los objetivos SMART, se debería establecer una estrategia para cada objetivo. Para ello debemos seleccionar en qué redes sociales se quiere tener presencia; establecer unas normas entorno al lenguaje y al estilo que se quiere transmitir a nuestros seguidores; establecer el tipo de contenido, los horarios de publicación, etc.; determinar un plan de crisis de reputación, es decir, un protocolo de actuación en caso de llegar a una situación conflictiva con algún seguidor; es importante también medir el progreso de los objetivos, para ello se deben definir indicadores y métricas; determinar quién se hará cargo de la gestión de las redes sociales es algo muy importante, ya que deberá ser una persona con los conocimientos técnicos adecuados.

Una vez se hayan implementado estas estrategias, se deberá monitorizar el proceso y analizar los resultados obtenidos con nuestro plan social media. Por último, una vez terminada la implementación del plan se deberá realizar una evaluación final con los resultados obtenidos cotejados con los objetivos definidos al principio.

## 5. Bibliografía

- AMAT, Lluïsa et.al., 2010. Fidelitzant usuaris digitals: innovacions TIC a les biblioteques UPC. *Item: revista de biblioteconomia i documentació*. [En línea] **52** [Consulta 10 mayo 2017] Disponible en: <<http://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/247191>>
- APEI (Asociación Profesional de Especialistas en Información), 2013. *Informe Apei sobre Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos*. [En línea]. [Consulta 10 mayo 2017]. Disponible en: <<http://www.apei.es/actividades/informe-apei-sobre-bibliotecas-ante-el-siglo-xxi-nuevos-medios-y-caminos/>>
- BUIGUES-GARCIA, Mar; GIMÉNEZ-CHORNET, Vicent, 2011. Impact of web 2.0 on national libraries. *International Journal of Information Managment*. [En línea]

Julio, **32**, 3-10. [Consulta 10 marzo 2017] Disponible en:  
<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401211000740>>

CELAYA BARTUREN, Javier, 2010. Las bibliotecas en las redes sociales: más allá de los <<amiguitos>>. [en línea] En: *V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Biblioteca pública y contenidos digitales: retos y oportunidades*. Pp. 155-162 [Consulta 18 mayo 2017]. Disponible en <<http://bit.ly/2qTkC2T>>.

FERNANDEZ, Joe, 2009. A swot analysis for social media in libraries. *Selected Works*. [En línea] **33**(5) [Consulta 10 mayo 2017]. Disponible en <[http://works.bepress.com/joe\\_fernandez/4/](http://works.bepress.com/joe_fernandez/4/)>

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves, 2017. *La Rentabilidad de la Biblioteca en la Web Social*. Director Dr. D. José Antonio Merlo Vega. [En línea]. Tesis Doctoral. Salamanca: Universidad de Salamanca. [Consulta 10 mayo 2017]. Disponible en <<https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/125114>>

GONZÁLEZ FERNANDEZ-VILLAVENCIO, Nieves, 2013. Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales. *Revista española de documentación científica*. [En línea] **57**(1) [Consulta 10 mayo de 2017]. Disponible en:  
<<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/775/910>>

OROZCO GÓMEZ, G., 1996. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.