



**GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD DE LEÓN
Curso Académico 2015/2016**

**ANÁLISIS Y PROPUESTA DE USO DE HERRAMIENTAS 2.0 EN BIBLIOTECAS
MUNICIPALES DE CASTILLA Y LEÓN**

Analysis and proposed use of tools 2.0 in municipal libraries of Castilla y León

Realizado por el alumno Raúl Fierro Fernández

Tutorizado por la profesora Dña. Josefa Gallego Lorenzo





GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD DE LEÓN
Curso Académico 2015/2016

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE USO DE HERRAMIENTAS 2.0 EN BIBLIOTECAS MUNICIPALES DE CASTILLA Y LEÓN

**ANALYSIS AND PROPOSED USE OF TOOLS 2.0 IN MUNICIPAL
LIBRARIES OF CASTILLA Y LEÓN**

Raúl Fierro Fernández

Tutora: Josefa Gallego Lorenzo

LA TUTORA,

EL ALUMNO,

Fdo.:

Fdo.:

Resumen: Se pretende conocer la situación actual, en relación al uso que hacen de la web social, de las bibliotecas públicas municipales de municipios de Castilla y León cuyo número de habitantes esté comprendido entre 2000 y 5000 individuos. A través de una encuesta se valoran los resultados y se constata que el uso de estas herramientas por parte de las bibliotecas es muy escaso. A continuación se realiza un análisis de herramientas 2.0 susceptibles de formar parte de la propuesta de uso para las bibliotecas, se seleccionan cinco y se elabora una breve guía para que los bibliotecarios puedan hacer uso de ella con, relativamente, poco gasto en tiempo y en esfuerzo.

Palabras clave: Bibliotecas municipales; Castilla y León; Herramientas 2.0; Medios de comunicación social; Redes sociales; Web social.

Abstract: The intention is to know the current situation, in relation to the use that they do of the social web, of the municipal public libraries of municipalities of Castilla and León whose number of inhabitants is conceivable between 2000 and 5000 individuals. Through a survey the results are valued and it is found that the use of these tools by the libraries is very poor. Later there is realized an analysis of tools 2.0 capable of forming a part of the proposed of use for the libraries, are selected five and a brief guide is elaborated for librarians can make use of it with, relatively, little spend of time and effort.

Keywords: Castilla and León; Municipal libraries; Social media; Social networks; Social web; Tools 2.0

SUMARIO

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. Justificación del trabajo.....	5
2. LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS MUNICIPALES DE CASTILLA Y LEÓN EN LA WEB SOCIAL.....	6
2.1. Las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León.....	6
2.2. La web social.....	6
2.3. Bibliotecas públicas en la web social.....	7
2.4. Marketing digital y social en bibliotecas.....	7
2.5. Herramientas 2.0 en bibliotecas municipales.....	7
3. OBJETIVOS.....	9
3.1. Objetivo principal.....	9
3.2. Objetivos específicos.....	9
4. METODOLOGÍA.....	10
4.1. Situación actual de las bibliotecas municipales de Castilla y León en la web social.....	10
4.2. Método de encuesta y recogida de datos.....	10
4.3. Selección de herramientas 2.0 para la propuesta de uso.....	11
5. DESARROLLO Y RESULTADOS.....	13
5.1. Análisis de los resultados de la encuesta.....	13
5.1.1. Personal de las bibliotecas.....	13
5.1.2. Disponibilidad horaria de las bibliotecas.....	14
5.1.3. Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas para información y difusión.....	15
5.1.4. Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0.....	16
5.1.5. Herramienta 2.0 más interesante para difusión en las bibliotecas.....	17
5.1.6. Interés global de las herramientas 2.0 para difundir y dinamizar las bibliotecas.....	18
5.1.7. Previsión de la herramienta 2.0 con la que más interactuarían los usuarios.....	19
5.1.8. Uso de manuales de estilo para redes sociales en las bibliotecas.....	20
5.1.9. Impedimentos para el uso de herramientas 2.0 en las bibliotecas.....	21
5.2. Análisis de herramientas 2.0.....	23
5.2.1. Análisis de medios sociales.....	23
5.2.2. Análisis de redes sociales.....	28
5.2.3. Análisis de plataformas multimedia.....	32
5.2.3.1. Análisis de herramientas especializadas en vídeos.....	32

5.2.3.2. Análisis de herramientas especializadas en imágenes.....	35
6. INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LAS BIBLIOTECAS.....	39
6.1. Herramientas 2.0 a aplicar y guía de uso para las bibliotecas.....	39
7. CONCLUSIONES.....	48
8. BIBLIOGRAFÍA.....	50
9. ANEXOS.....	53

Índice de tablas

Tabla 1.	Nº de personas que trabajan en la biblioteca.....	13
Tabla 2.	Nº de horas que permanece abierta la biblioteca a la semana.....	14
Tabla 3.	Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas.....	15
Tabla 4.	Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0	16
Tabla 5.	Herramientas 2.0 más interesantes para difusión en la biblioteca...	17
Tabla 6.	Interés de las herramientas 2.0 para difundir la biblioteca y sus servicios.....	18
Tabla 7.	Herramienta 2.0 en la que más participarían los usuarios según los bibliotecarios.....	19
Tabla 8.	Uso de guía o manual de estilo para redes sociales.....	20
Tabla 9.	Impedimentos para el uso de las herramientas 2.0 en las bibliotecas.....	21
Tabla 10.	Herramientas 2.0 para analizar.....	23
Tabla 11.	Análisis de WordPress.com.....	25
Tabla 12.	Análisis de Blogger.....	25
Tabla 13.	Análisis de Tumblr.....	26
Tabla 14.	Análisis de Joomla!.....	26
Tabla 15.	Análisis de Drupal.....	27
Tabla 16.	Tabla resumen. Puntuación de sistemas de gestión de contenidos.....	27
Tabla 17.	Análisis de Facebook.....	29
Tabla 18.	Análisis de Tuenti.....	29
Tabla 19.	Análisis de LinkedIn.....	30
Tabla 20.	Análisis de Google Plus.....	31
Tabla 21.	Tabla resumen. Puntuación de redes sociales.....	31
Tabla 22.	Análisis de Dailymotion.....	33
Tabla 23.	Análisis de Vimeo.....	33
Tabla 24.	Análisis de YouTube.....	34
Tabla 25.	Tabla resumen. Puntuación de plataformas multimedia especializadas en vídeos.....	34
Tabla 26.	Análisis de Flickr.....	35
Tabla 27.	Análisis de Pinterest.....	36
Tabla 28.	Análisis de Google Fotos.....	36
Tabla 29.	Análisis de Instagram.....	37
Tabla 30.	Tabla resumen. Puntuación de plataformas multimedia especializadas en imágenes.....	37
Tabla 31.	Propuesta de uso de WordPress.com.....	42
Tabla 32.	Propuesta de uso de Facebook.....	43
Tabla 33.	Propuesta de uso de Twitter.....	44
Tabla 34.	Propuesta de uso de YouTube.....	45
Tabla 35.	Propuesta de uso de Pinterest.....	47

Índice de gráficos

Gráfico 1.	Nº de personas que trabajan en la biblioteca.....	14
Gráfico 2.	Horas semanales de apertura de la biblioteca.....	15
Gráfico 3.	Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas.....	16
Gráfico 4.	Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0.	17
Gráfico 5.	Herramientas 2.0 más interesantes para difusión en la biblioteca....	18
Gráfico 6.	Interés de las herramientas 2.0 para difundir la biblioteca y sus servicios.....	19
Gráfico 7.	Herramienta 2.0 en la que más participarían los usuarios según los bibliotecarios.....	20
Gráfico 8.	Uso de guía o manual de estilo para redes sociales.....	21
Gráfico 9.	Impedimentos para el uso de las herramientas 2.0 en las bibliotecas.....	22

Índice de imágenes

Imagen I.	Sistemas de gestión de contenidos.....	24
Imagen II.	Redes sociales.....	28
Imagen III.	Plataformas multimedia.....	32
Imagen IV.	Herramientas seleccionadas para la propuesta de uso.....	38

1. INTRODUCCIÓN

La época actual viene marcada por un intenso uso de la web social por parte de cualquier institución, organización o persona. Las herramientas 2.0 suponen, cada vez más, una realidad en la relación de los ciudadanos con las organizaciones e instituciones. El imparable aumento del uso de este tipo de herramientas por parte de la sociedad hace que cualquier actividad o servicio de las instituciones, privadas o públicas, comerciales o no, pase por la difusión de su propia actividad o servicio a través de herramientas 2.0, ya que así encuentran una forma rentable y eficaz de visibilizarse y publicitarse.

Las bibliotecas no son menos y empiezan a hacer uso de estas herramientas para difundir sus servicios y captar nuevos usuarios. Así, las bibliotecas necesitan del marketing para hacerse visibles dentro y fuera de su organización, para demostrar su valor y rentabilidad para la sociedad y la organización de la que dependen (González-Fernández, 2015).

El presente trabajo consiste en una investigación que pretende resultar de utilidad para las bibliotecas que cuentan con menos recursos dentro del Sistema Español de Bibliotecas.

1.1. Justificación del trabajo

La detección de ciertas carencias en las bibliotecas públicas en materia de herramientas sociales, confirmada a través de la encuesta formulada, dio sentido a la realización de este trabajo. Estas carencias se maximizan a medida que disminuimos el tamaño de las bibliotecas. Una simple búsqueda en Internet nos conduce a ver que muchas no utilizan este tipo de herramientas o que su uso se limita a una o dos implementadas de forma insuficiente. Tal panorama sugiere la idea de efectuar un estudio de la situación y, con las conclusiones que se extraigan, sugerir una serie de propuestas de uso de herramientas 2.0 para bibliotecas de municipios menores que, como hemos dicho, son las que más carencias muestran. Para conocer la situación concreta parecía aconsejable realizar una encuesta que nos diera respuestas sobre el uso que hacían de las herramientas 2.0 este tipo de centros.

Acotar el universo de bibliotecas era necesario y debido a razones geográficas se eligió Castilla y León como región donde efectuar la encuesta y el posterior estudio. Por el mismo motivo se limitó el tamaño de las bibliotecas atendiendo al número de usuarios al que sirven.

2. LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS MUNICIPALES DE CASTILLA Y LEÓN EN LA WEB SOCIAL

2.1. Las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León

Según el artículo 26b, de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local¹, los municipios de más de 5000 habitantes deben prestar obligatoriamente el servicio de biblioteca pública. Esto podría dejar fuera a los municipios objeto de este estudio, sin embargo la legislación autonómica de Castilla y León mejora a la nacional en este caso, pues las competencias adquiridas por las comunidades autónomas logran que la Ley 9/1989, de 30 de noviembre, de Bibliotecas de Castilla y León² manifieste, en su artículo 18.3, que todos los municipios con alguna localidad o núcleo de población de más de 2.000 habitantes deberán contar en esa localidad con una biblioteca pública. Esta obligatoriedad nos da un número interesante de bibliotecas con las que trabajar.

Según esta última Ley las bibliotecas públicas municipales de este estudio quedan encuadradas en el Sistema de Bibliotecas de Castilla y León siempre y cuando hayan sido integradas en los Centros Provinciales Coordinadores de Bibliotecas de las provincias de Castilla y León.

El acceso a la cultura y a la información en entornos rurales pasa, además de por el acceso a Internet, por un sistema de bibliotecas que proporcione unos servicios mínimos a la población y a su municipio. La importancia de estas bibliotecas es innegable, no sólo son importantes desde el punto de vista cuantitativo, además son el pilar básico de cualquier planificación bibliotecaria, un soporte esencial para el desarrollo de un municipio y un elemento fundamental en los sistemas de lectura pública (García Rodríguez, 2006).

2.2. La web social

La web social o web 2.0 es una evolución de la web en la que la participación del lector/usuario es fundamental para determinar esa misma evolución. La web es un medio cada vez más participativo, donde la gente ya no sólo quiere consultar, sino que además quiere opinar, comunicarse y crear (Alonso et al., 2014). Se trata, por lo tanto, de una actitud, de un interés por mejorar la experiencia a través de la participación. Son los principios de compartir, reutilizar, mejora continua, consideración del usuario como fuente de información, confianza, aprovechamiento de la inteligencia colectiva, etc., los que han impulsado el establecimiento de la actitud 2.0. (Margaix, 2007).

Desde que O'Reilly acuñó el término "web 2.0" allá por el año 2004, la web social ha ido entrando en la vida de la mayoría de la gente de forma irremediable. Pocos son los que viven al margen del uso de alguna herramienta u opción 2.0, al menos en los países más avanzados. Gutiérrez (2014) lo explica afirmando que las redes sociales llegaron para quedarse y cambiar la forma de comunicarse entre las personas. Así mismo, Grande González y De la Fuente Redondo (2012) afirman que cualquier internauta tiene a su disposición aplicaciones que le permiten representar un papel proactivo en Internet sin necesidad de tener conocimientos informáticos avanzados. Podemos concluir que se trata de una nueva forma de acceder a la información y de comunicarnos a través de la participación en la red.

¹ Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf>

² Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1990/BOE-A-1990-1722-consolidado.pdf>

2.3. Bibliotecas públicas en la web social

Hoy en día, un gran número de bibliotecas públicas en España participan en la web social de una u otra manera. Dependiendo del interés de la persona responsable de la biblioteca y del tiempo disponible, herramientas como los blog o Facebook, entre otras, ayudan a difundir los servicios de las bibliotecas y a darles visibilidad. El universo de la información está cambiando de manera vertiginosa y las bibliotecas deben responder de manera eficaz a estos cambios para adaptarse a las necesidades de la sociedad a la que sirven y ofrecer los recursos y servicios que los usuarios necesitan y desean (Alonso et al., 2014).

Las bibliotecas deben estar presentes en la web social para atender unas necesidades que el usuario quiere satisfacer en cualquier momento del día y desde cualquier lugar, logrando que la ansiada idea 24/7 (acceso a la información las 24 horas del día, los 7 días de la semana) se vuelva realidad. Además este usuario quiere participar, compartir, proponer, sugerir o preguntar sin necesidad de personarse físicamente en el edificio bibliotecario. Las bibliotecas están siendo muy conscientes del valor de las tecnologías participativas, que permiten compartir informaciones e inquietudes con sus usuarios a través de la red (Merlo Vega, 2010).

2.4. Marketing digital y social en bibliotecas

Las bibliotecas deben publicitar sus servicios, su colección y sus instalaciones para que éstos sean utilizados por el máximo número de usuarios. Debe darse a conocer. Esto nos lleva a hacer un esfuerzo de marketing a todos los niveles. La propia web social puede ser el instrumento perfecto para realizar un plan o estrategia digital que consiga captar y mantener usuarios, dando sentido a la labor de la biblioteca.

En las empresas se invierte cada vez más dinero y recursos en el marketing social. En las bibliotecas, Polger y Okamoto (2013) explican los motivos por los cuáles el marketing también es vital:

- Para asegurar su permanencia, por restricciones presupuestarias y falta de financiación.
- Para construir su imagen de marca dentro y fuera de los medios digitales.
- Por la creciente pérdida de visibilidad.

Ante la reducción de presupuesto en bibliotecas públicas y el relativo interés que suscitan las bibliotecas municipales en los ayuntamientos a los cuales pertenecen, debemos pensar que una campaña de marketing en este tipo de bibliotecas debe suponer un gasto económico cero. El propio uso de las herramientas 2.0 por parte de los usuarios es la mejor publicidad que podemos conseguir.

2.5. Herramientas 2.0 en bibliotecas municipales

En la década pasada la novedad en las bibliotecas municipales era contar con una página web que diese información sobre las actividades y servicios realizados. En un artículo sobre la presencia de las bibliotecas de Castilla y León en Internet, publicado por Gallego Lorenzo y Santos de Paz (2003) en el Boletín de la asociación andaluza de bibliotecarios, ya quedó indicado que en una época en la que Internet estaba asentado en la sociedad, el uso que hacían las bibliotecas públicas de Castilla y León de esta tecnología era muy escaso.

En la actualidad, cualquier herramienta de la web social, cualquier herramienta que forme parte de la actitud 2.0, puede ser implementada por cualquier biblioteca. La idiosincrasia de las bibliotecas públicas municipales aconseja utilizar herramientas más o menos conocidas por la mayoría de la población, de un manejo no muy complicado, pues la mayoría de sus usuarios no cuentan con habilidades informáticas de alto nivel. El uso que hagan los bibliotecarios de ellas es lo que determinará el éxito. El propio bibliotecario puede fomentar el uso de las herramientas que piensa utilizar para que los usuarios participen en ella.

3. OBJETIVOS

Para la realización del trabajo resulta necesario marcarse unos objetivos. Éstos deben ser específicos y realistas atendiendo a la escasez de recursos humanos y de tiempo con el que suelen contar este tipo de bibliotecas. Los objetivos secundarios deben conducirnos al objetivo principal, dando sentido al trabajo.

3.1. Objetivo principal

El objetivo principal es idear y elaborar una estrategia de uso de herramientas 2.0 que mejore la situación de las bibliotecas públicas municipales de ayuntamientos de entre 2000 y 5000 habitantes de Castilla y León.

El estudio se ciñe a esta región para delimitar el trabajo y conseguir que la encuesta sea representativa, aplicándose a todas las bibliotecas existentes con tales características poblacionales. Sin embargo, esta estrategia sería sin duda útil a bibliotecas municipales de otras regiones de España ya que la situación en la que se encuentran es similar. El cumplimiento del objetivo principal pretende alcanzar una trascendencia social, beneficiando a los usuarios de las bibliotecas públicas municipales.

3.2. Objetivos específicos

Para alcanzar el objetivo principal debemos concretar una serie de objetivos secundarios que nos lleven, de forma natural, a alcanzar el objetivo global:

- Conocer el uso que hacen actualmente las bibliotecas de municipios de Castilla y León con menos de 5000 habitantes de las herramientas 2.0.
- Conocer la valoración que hacen los bibliotecarios de este tipo de herramientas y de su uso en bibliotecas.
- Conocer los obstáculos que impiden una mayor implementación de estas herramientas en las bibliotecas públicas municipales.
- Determinar qué herramientas 2.0 son más interesantes y se adaptan mejor a las necesidades de difusión y publicidad de estas bibliotecas.
- Formular recomendaciones de uso en cuanto a calidad y a cantidad de las herramientas 2.0. Cuántas usamos y cómo las usamos.

4. METODOLOGÍA

Una vez elegido el tema del trabajo resultó necesario realizar una revisión bibliográfica sobre distintos aspectos, de manera que obtuviéramos una visión completa de la situación actual en cuanto a las herramientas 2.0 en las bibliotecas, del uso que hacen o deben hacer las bibliotecas públicas de la web social. Las referencias bibliográficas recogidas en el capítulo ocho fueron elaboradas siguiendo la norma ISO 690, con el apoyo del gestor de referencias bibliográficas RefWorks.

4.1. Situación actual de las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León en la web social

La idea general que impulsa la web 2.0 es la inteligencia colectiva, fijarse en la opinión y actos de los usuarios. Igualmente se debe contar con la inteligencia del colectivo de bibliotecarios. Para ello se elaboró una encuesta con cuestiones que podían clarificar en qué situación real se encontraban las bibliotecas municipales objeto del estudio en relación al uso de herramientas 2.0.

Consideramos oportuno conocer el uso de herramientas 2.0 que hacen las bibliotecas encuestadas para afianzarlas en ellas y para proponerlas a las que no las estuvieran implementando.

Para conocer los municipios de Castilla y León con población superior a 2000 habitantes e inferior a 5000 se acudió a la página web de la Junta de Castilla y León. Su sección *Estadística*³ dispone de una hoja de cálculo en la que podemos ver, por provincias, cuáles eran los municipios que reunían esas características a 1 de enero de 2015. El resultado fue de 71 municipios.

El siguiente paso fue conseguir las direcciones de correo electrónico y los teléfonos de las bibliotecas o de su ayuntamiento en el caso de que no existiera tal biblioteca o de que no tuviera teléfono propio. Para ello se acudió, dentro de la página web de la Junta de Castilla y León, a su sección *Bibliotecas/Directorio de Bibliotecas*⁴ y en la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a su *Directorio de Bibliotecas Españolas*⁵.

4.2. Método de encuesta y recogida de datos

La estrategia consistió en realizar llamadas telefónicas a cada biblioteca o ayuntamiento para hablar con el bibliotecario responsable, que era el que tenía que responder a la encuesta. La primera consecuencia de estas llamadas fue el descarte de 14 municipios para la encuesta, debido a que no contaban con biblioteca registrada en el Sistema de Bibliotecas de Castilla y León, en la mayoría de estos casos sólo disponían del servicio de bibliobús o de un local con documentos pero sin los servicios bien definidos ni con una gestión normalizada de la colección. Esto nos dejó un total de 57 bibliotecas (ANEXO 1), de los 71 municipios consultados, a las que enviamos la encuesta (ANEXO 3) por correo electrónico.

El motivo de las llamadas telefónicas fue doble: por una parte se confirmaban las direcciones electrónicas, que podían no estar actualizadas, como ocurrió en algunos

³ Disponible en: <http://www.estadistica.jcyl.es/>

⁴ Disponible en:

<http://www.bibliotecas.jcyl.es/web/jcyl/Bibliotecas/es/Plantilla50y50/1284320119389/ / />

⁵ Disponible en: <http://directoriobibliotecas.mcu.es/portada.html>

casos, en los directorios consultados; por otra parte se tomaba contacto encuestador/encuestado, pidiendo permiso para enviar la encuesta y explicando el porqué de ésta, pensando que así aseguraríamos una alta participación, como así fue.

Para la creación de la encuesta se utilizó la aplicación Google Forms⁶. Su condición de gratuita fue determinante a la hora de seleccionar esta herramienta, descartando otras de calidad pero de pago al alcanzar cierto número de respuestas. Se pretendió conocer el número de trabajadores de la biblioteca y las horas totales semanales de trabajo en ella; el uso que hacían las bibliotecas seleccionadas de las herramientas 2.0; la valoración que hacían sus bibliotecarios de su empleo por parte de los usuarios; el interés que suscitaban estas herramientas en los bibliotecarios por su utilidad; qué herramientas consideraban más interesantes y cuáles serían las que más participación tendrían por parte de los usuarios; por último, cuáles son los impedimentos que tenían los bibliotecarios para implementar este tipo de herramientas.

Google Forms recoge las respuestas de los encuestados y las presenta con gráficos y diagramas sacando porcentajes, de manera que el tratamiento de los datos es prácticamente automático a través de esta aplicación. Para presentar los gráficos en este documento se utilizó Microsoft Excel 2010.

4.3. Selección de herramientas 2.0 para la propuesta de uso

Una vez interpretados los datos que arrojó la encuesta, se decidió qué tipo y qué número de herramientas 2.0 interesaba proponer a las bibliotecas para su uso. Fue necesario realizar un estudio sobre varias de ellas para conocer su funcionalidad, cómo se podían adaptar a las necesidades de las bibliotecas municipales y el interés que podían suscitar en los usuarios. Este estudio permitió comparar distintas herramientas y seleccionar las más adecuadas, siempre atendiendo a su condición de gratuitas.

Para el análisis se crearon cinco indicadores que valoraran las herramientas pre-seleccionadas. Cada uno de ellos podía recibir una puntuación del 1 al 10, de manera que cada herramienta podía ser puntuada con un máximo de 50 puntos. La comparación de herramientas se hacía por grupos de similares características, de forma que las herramientas que acabarían siendo seleccionadas fueran variadas en su concepto.

Como ya hemos avanzado, debemos aprovechar el uso que hace la población de Castilla y León y por extensión la de España de la web social. Por ello, el uso de Facebook de forma masiva en la sociedad obliga a utilizar esta herramienta para cumplir el objetivo. Asimismo, creemos oportuno utilizar un blog como centro de difusión de información, debido a que es el sistema que mejor se adapta a la creación de contenidos, y porque es una herramienta conocida por los posibles usuarios de las bibliotecas, que pueden dejar comentarios sin necesidad de estar registrados, en este caso analizaremos distintas opciones de gestión de contenidos útiles para crear blogs. Por último, creemos que debemos contar con Twitter, no solo por su buena implantación actual en la sociedad, sino también por sus características de difusión rápida de información.

⁶ Disponible en:

https://docs.google.com/forms/d/1nCSrhcti_xAt5LA7qfrbhNBIJSN9FerMccQUXtEsO5Q/edit

Los indicadores utilizados para la comparación y selección de las herramientas 2.0 fueron:

- Uso actual por parte de los posibles usuarios (popularidad)
- Facilidad de uso
- Calidad de la herramienta
- Estética
- Coste económico

5. DESARROLLO Y RESULTADOS

En este capítulo se realiza un análisis de los resultados obtenidos a través de la encuesta (ANEXO 3). Se muestra el panorama real de la actualidad de las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León en materia de web social, cumpliendo así uno de los objetivos del presente trabajo; se seleccionan las herramientas 2.0 que claramente deben formar parte de la propuesta debido a su evidente beneficio y se comparan y seleccionan otro tipo de herramientas que ofrecen una oportunidad de óptimo valor.

5.1. Análisis de los resultados de la encuesta

57 municipios de Castilla y León con una población comprendida entre 2000 y 5000 habitantes contaban con biblioteca pública (ANEXO 1). Todas ellas recibieron la encuesta por medio del correo electrónico, de las que 39 respondieron (ANEXO 2), lo que supone un 68% de tasa de respuesta. De forma esquemática ofrecemos las preguntas y los resultados:

5.1.1. Personal de las bibliotecas

El número de personas que trabajan en las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León objeto de este estudio es un dato que conviene conocer para ver qué disponibilidad tienen las bibliotecas para poner en práctica la propuesta de uso de este trabajo.

Tabla 1. Nº de personas que trabajan en la biblioteca

Opciones	Respuestas	Porcentaje
1 persona	31	79,5%
2 personas	6	15,4%
3 personas	2	5,1%

Podemos ver que en la mayoría de los casos el personal bibliotecario es escaso; normalmente sólo hay un empleado en la biblioteca. Esto es motivo suficiente para no proponer demasiadas herramientas 2.0, ya que una sola persona se vería desbordada por la atención que requiere el uso correcto de estas herramientas, si fueran excesivas.



Gráfico 1. Nº de personas que trabajan en la biblioteca

5.1.2. Disponibilidad horaria de las bibliotecas

Por el mismo motivo que el epígrafe anterior, en la siguiente tabla, queremos mostrar la disponibilidad horaria que tiene la biblioteca.

Tabla 2. Nº de horas que permanece abierta la biblioteca a la semana

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Menos de 20 horas	6	15,4%
Entre 20 y 24 horas	13	33,3%
Entre 25 y 29 horas	4	10,3%
Entre 30 y 34 horas	3	7,7%
Entre 35 y 39 horas	9	23,1%
40 horas o más	4	10,3%

La cantidad de horas semanales de apertura de las bibliotecas objeto de este estudio es variada. Como se puede ver no hay uniformidad en las decisiones municipales al respecto. La ausencia de legislación que concrete este aspecto permite que casi la mitad de las bibliotecas abran menos de 25 horas semanales, lo que limita la utilización de la web social y de sus herramientas por parte de bibliotecarios: deben atender otras tareas más básicas y disponen de poco tiempo para ello.

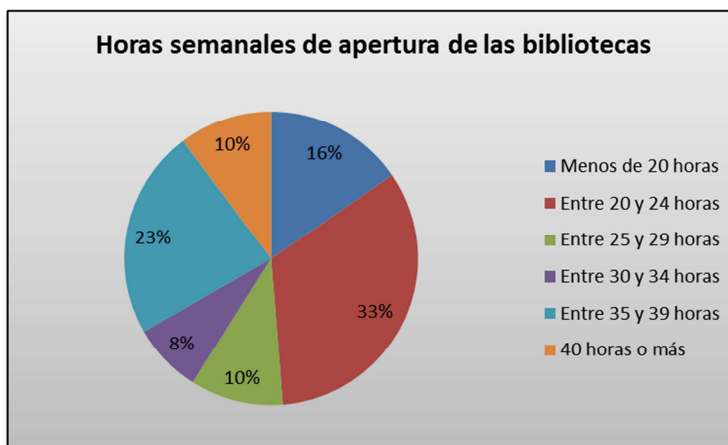


Gráfico 2. Horas semanales de apertura de la biblioteca

5.1.3. Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas para información y difusión

Era fundamental conocer qué herramientas 2.0 utilizaban las bibliotecas para difundir información a sus usuarios y para dar a conocer sus servicios y sus actividades.

Tabla 3. Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas

Herramientas	Respuestas	Porcentaje
Ninguna	15	38,5%
Facebook	23	59%
Twitter	9	23,1%
Blog	5	12,8%
Wiki	0	0%
Instagram	2	5,1%
Pinterest	2	5,1%
Flickr	0	0%
YouTube	1	2,6%
Vimeo	1	2,6%
LinkedIn	0	0%

Lo más llamativo de esta tabla es que 15 de las 39 bibliotecas encuestadas no hacen uso de ninguna de las herramientas propuestas en la pregunta, que son las más comunes, o sea que el 38,5% de las bibliotecas no saca ningún provecho de las posibilidades que ofrece la web social.

Podemos ver que la red social Facebook es la que más se utiliza para dar a conocer los servicios de la biblioteca, su propia existencia y para informar, con un 59% de bibliotecas usuarias; el 23,1% utiliza Twitter y el 12,8% tiene un blog. En cuanto a redes sociales relacionadas con la fotografía, Pinterest e Instagram cuentan con 2 bibliotecas usuarias cada una; las herramientas 2.0 para subir y compartir vídeos, YouTube y Vimeo, son utilizadas cada una por una sola biblioteca. Por último, ninguna biblioteca hace uso de Flickr o LinkedIn y ninguna cuenta con una entrada en la Wikipedia.

A continuación de esta pregunta se realizó otra, de respuesta abierta, para conocer qué otro tipo de herramientas podían estar usando las bibliotecas. Entre las respuestas, 6 bibliotecas respondieron que utilizaban la web corporativa del ayuntamiento al que pertenecían para informar de sus actividades; 2 bibliotecas usaban la página de Facebook del ayuntamiento; y 1 biblioteca utilizaba Issu (según la Wikipedia es un servicio en línea que permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, como libros, documentos, números de revistas, periódicos, y otros medios impresos de forma realista y personalizable).

Estos datos son realmente demostrativos: las bibliotecas hacen muy poco uso de las herramientas 2.0, de manera que el presente trabajo es una oportunidad de conseguir crear una estrategia de uso permanente en la que los usuarios de las bibliotecas se beneficien al encontrar, a través de las herramientas propuestas, más y mejor información y, sobre todo, mecanismos de comunicación y participación en el ámbito de la cultura, el conocimiento y el ocio.

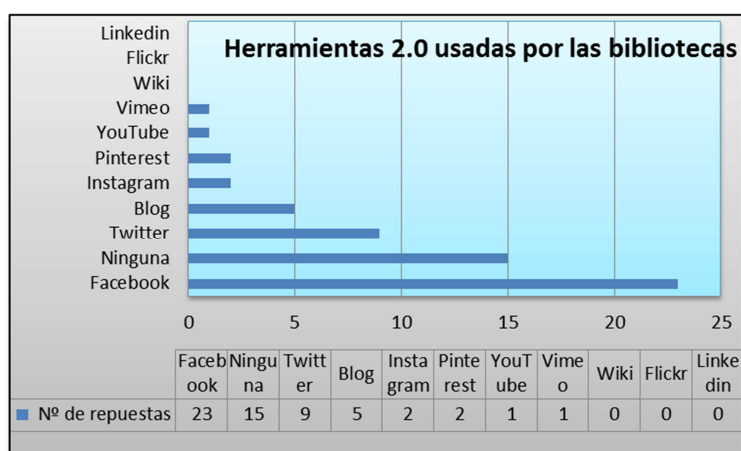


Gráfico 3. Herramientas 2.0 utilizadas por las bibliotecas

5.1.4. Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0

Se pidió a los bibliotecarios que participaron en la encuesta que valorasen en qué medida sus usuarios utilizaban estas herramientas para participar e interactuar con la biblioteca.

Tabla 4. Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0

Escala	Respuestas	Porcentaje
1 Poco uso	3	10%
2	8	26,7%
3	9	30%
4	6	20%
5 Mucho uso	4	13,3%

En una valoración del 1 al 5, en la que la mitad queda configurada en el valor 3, podemos resumir diciendo que la valoración de los bibliotecarios sobre el uso que

hacen los usuarios de las herramientas 2.0 utilizadas por la biblioteca es de nivel medio. Este resultado sirve para ver que sí hay interés en los usuarios por participar en la web social pero resulta claramente mejorable, ya que de las 30 bibliotecas que respondieron a esta cuestión, 11 lo hicieron negativamente, 9 valoraron el uso como de nivel medio y solamente 10 respondieron positivamente.

Parece clara la necesidad de lanzar una estrategia para conseguir que los usuarios encuentren motivaciones para participar en las distintas herramientas 2.0 que se van a proponer.

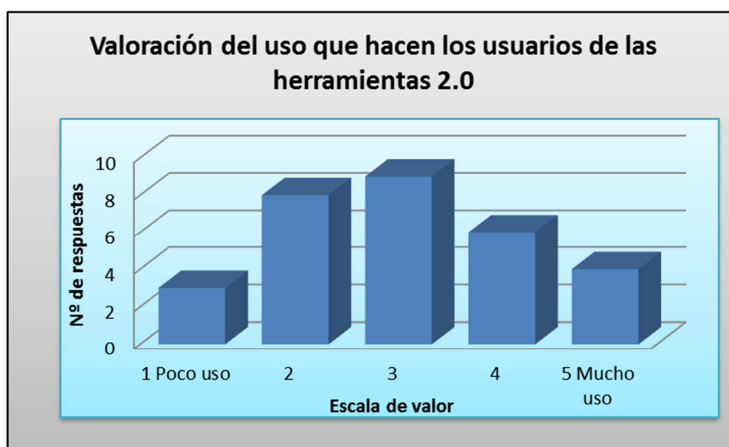


Gráfico 4. Valoración del uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0

5.1.5. Herramienta 2.0 más interesante para difusión en las bibliotecas

Los bibliotecarios encuestados debían responder sobre qué herramienta creían que era la más interesante para difundir información de la biblioteca y de sus servicios, de manera que tuviéramos presente su opinión a la hora de elegir las herramientas para la propuesta.

Tabla 5. Herramientas 2.0 más interesantes para difusión en la biblioteca

Herramientas	Respuestas	Porcentaje
Facebook	27	69,2%
Twitter	3	7,7%
Blog	7	17,9%
Wiki	0	
Instagram	0	
Pinterest	0	
Flickr	0	
YouTube	0	
Vimeo	0	
LinkedIn	0	
Otras	2	5,1%

En esta pregunta del cuestionario sólo se permitía marcar una respuesta. El 69% de los encuestados marcaron Facebook como la más interesante para la difusión de las bibliotecas. Según la consultora de comunicación y formación digital The Social Media Family, en su *I Estudio sobre los usuarios de Facebook y Twitter en España*, los usuarios registrados en Facebook en el país, en el año 2015, ascendían a 20 millones. Estos dos datos juntos convierten en obligatorio incluir esta herramienta en la propuesta de uso que pretendemos formular para las bibliotecas municipales de Castilla y León, ya que la sociedad ya está integrada en Facebook de forma masiva y la biblioteca debe aprovechar esta situación.

Por otro lado contamos con un 18% de bibliotecarios que prefieren tener un blog donde difundir información y un 8% que prefieren Twitter. En el apartado de selección de herramientas 2.0 se valorarán estas opiniones.

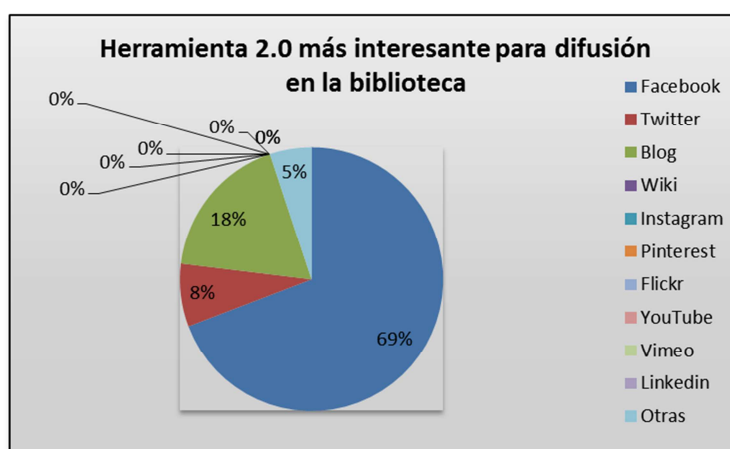


Gráfico 5. Herramientas 2.0 más interesantes para difusión en la biblioteca

5.1.6. Interés global de las herramientas 2.0 para difundir y dinamizar las bibliotecas

De una forma global, queríamos conocer el interés que suscitaban las herramientas 2.0 en los bibliotecarios objeto de la encuesta. Con una escala del uno al cinco obtendríamos también una medida sobre el interés que podrían tener en aplicar la propuesta de uso de este trabajo.

Tabla 6. Interés de las herramientas 2.0 para difundir la biblioteca y sus servicios

Escala	Respuestas	Porcentaje
1 Poco interés	1	2,6%
2	3	7,7%
3	11	28,2%
4	13	33,3%
5 Mucho interés	11	28,2%

En este caso vemos que el interés de los bibliotecarios participantes en la encuesta en las herramientas 2.0 para la difusión de la biblioteca y de sus servicios es bastante elevado. Alrededor del 90% de las respuestas se sitúan en un interés

medio/alto. El 28,2% de los encuestados dieron la máxima valoración posible; en el lado opuesto encontramos una sola respuesta.

Estos resultados confirman que la comunidad bibliotecaria tiene un gran interés por el uso de las herramientas 2.0 para difundir los servicios de la biblioteca, para dinamizarla. Este interés contrasta con el poco uso que se da en realidad de estas herramientas, contraste que se podrá explicar a través de la última tabla de este apartado.

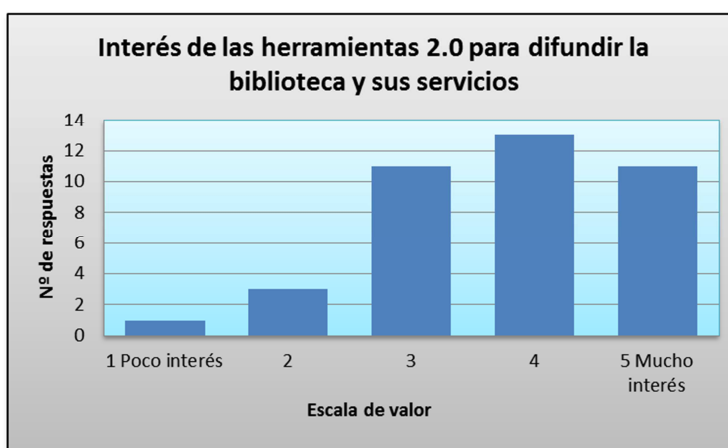


Gráfico 6. Interés de las herramientas 2.0 para difundir la biblioteca y sus servicios

5.1.7. Previsión de la herramienta 2.0 con la que más interactuarían los usuarios

La herramienta de más uso no tiene por qué ser la más interesante, así que quisimos preguntar qué herramienta 2.0 consideraban los bibliotecarios que iba a tener más actividad por parte de los usuarios.

Tabla 7. Herramienta 2.0 en la que más participarían los usuarios según los bibliotecarios

Herramientas	Respuestas	Porcentaje
Facebook	30	76,9%
Twitter	3	7,7%
Blog	4	10,3%
Wiki	0	0%
Instagram	0	0%
Pinterest	0	0%
Flickr	0	0%
YouTube	0	0%
Vimeo	0	0%
LinkedIn	0	0%
Otras	2	5,1%

En esta cuestión las respuestas son coincidentes con las respuestas sobre el interés de los bibliotecarios por las herramientas 2.0. Facebook parece la herramienta en la

que más participan o participarían los usuarios de las bibliotecas municipales, seguida del blog y de Twitter.

Estos datos confirman la opinión de que Facebook debe formar parte de la propuesta y de que el blog y Twitter deben considerarse como opciones a tener en cuenta, si nos ceñimos a los resultados de la encuesta.

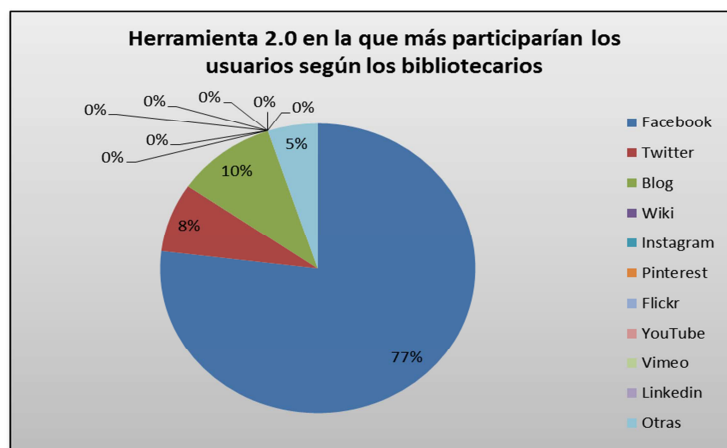


Gráfico 7. Herramienta 2.0 en la que más participarían los usuarios según los bibliotecarios

5.1.8. Uso de manuales de estilo para redes sociales en las bibliotecas

Pensando que sería aconsejable el uso de guías o manuales de estilo y de buenas prácticas para utilizar las redes sociales en las bibliotecas, quisimos contabilizar las bibliotecas que disponían de ellas.

Tabla 8. Uso de guía o manual de estilo para redes sociales

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	3	7,7%
No	36	92,3%

De las 39 bibliotecas participantes tan solo 3 disponían de un manual de buenas prácticas en el uso de las redes sociales. El resultado es alarmantemente bajo. Encontramos la explicación en el poco uso que estamos viendo que hacen las bibliotecas municipales de las herramientas 2.0 y en el poco tiempo disponible del personal bibliotecario para acceder a un manual de este tipo, pensando que es para algo que no usan demasiado.

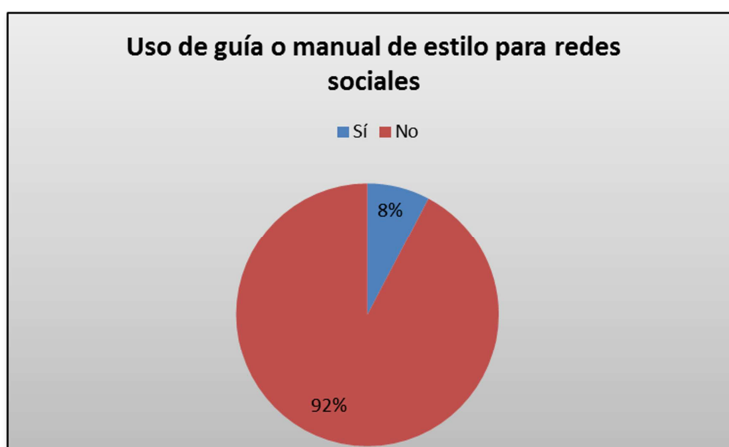


Gráfico 8. Uso de guía o manual de estilo para redes sociales

Este resultado nos anima a construir una pequeña guía o manual de estilo, como recomendación, aplicable a las herramientas que vamos a proponer. Se trata de que el bibliotecario pueda consultar con facilidad cuál es la mejor forma de resolver las situaciones que la imprevisibilidad de la participación de los usuarios van a crear. El manual debe ser más bien esquemático ya que creemos que el problema de uso de la mayoría de los manuales estriba en su extensión y complejidad. Se pretende crear un breve manual que se adapte a las circunstancias reales de estas bibliotecas, especialmente atendiendo a la escasez de tiempo con la que se encuentran los bibliotecarios de las bibliotecas municipales.

5.1.9. Impedimentos para el uso de herramientas 2.0 en las bibliotecas

Se pretendió conocer las causas del escaso uso que hacían las bibliotecas de las herramientas 2.0 para trabajar, en la propuesta de uso, teniendo en cuenta las respuestas.

Tabla 9. Impedimentos para el uso de las herramientas 2.0 en las bibliotecas

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Ningún impedimento	8	20,5%
Falta de personal/tiempo	28	71,8%
Insuficiente capacidad tecnológica	6	15,4%
Creencia personal o de la institución de que no son de utilidad	4	10,3%
Otros	5	12,8

De las 39 bibliotecas que respondieron, 28 consideraron la falta de personal o de tiempo, que de alguna manera es lo mismo, el gran impedimento para poder utilizar de forma constante las herramientas 2.0 disponibles. Este es sin duda un problema en el que debemos trabajar para conseguir minimizarlo.

El 20,5% consideraron que no había ningún impedimento, lo cual se contradice con los bajos porcentajes de uso de la mayoría de las herramientas, que están bastante por debajo de este 20%. Ante las seis respuestas de incapacidad tecnológica y las cuatro de creencia de que no son de utilidad no podemos hacer gran cosa, especialmente contra esta última, si acaso convencer, a través de trabajos como éste, de que sí son útiles debido al gran uso que están haciendo de ellas millones de habitantes de cualquier país como vehículo de intercambio de información. En el caso de insuficiente capacidad tecnológica o de escasez de conocimientos tecnológicos por parte de los bibliotecarios, proponemos la formación como medida para subsanar este problema.



Gráfico 9. Impedimentos para el uso de las herramientas 2.0 en las bibliotecas

Como conclusión general la encuesta constata que las bibliotecas municipales de Castilla y León de municipios de menos de 5000 habitantes hacen un uso escaso, muy escaso, de la web social pese a que sus bibliotecarios sí valoran las herramientas 2.0 como vehículos de difusión de sus servicios y opinan que los usuarios participarían si hubiera un modelo eficaz de uso constante de este tipo de herramientas.

Como principal obstáculo para usar las herramientas 2.0 de forma más activa encontramos la falta de tiempo y de personal, algo que además impide el uso de manuales de estilo y de buena prácticas, que por otra parte suelen ser farragosos a la hora de consultarlos por su extensión o su estructura.

Otra conclusión importante que arroja la encuesta es que los bibliotecarios opinan que Facebook es la herramienta más interesante, seguida por los blog y por Twitter.

La propuesta de uso de herramientas debe tener en cuenta que las bibliotecas de este estudio cuentan con poco personal y con pocas horas semanales de apertura, así que no queda más remedio que elaborar una propuesta de poca extensión y de fácil aplicación.

5.2. Análisis de herramientas 2.0

Para la división de las herramientas a analizar utilizamos la clasificación realizada por Marquina-Arenas (2012) en su libro *Plan Social Media y Community Manager*. En uno de sus capítulos realiza una clasificación que hemos reelaborado incluyendo las distintas herramientas que queremos analizar, quedando como sigue:

Tabla 10. Herramientas 2.0 para analizar

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medios Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Blogs: <ul style="list-style-type: none"> ○ WordPress ○ Blogger ○ Tumblr ○ Joomla! ○ Drupal ▪ Twitter (Microblogging)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facebook ▪ Tuenti ▪ LinkedIn ▪ Google+
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multimedia Social 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vídeo <ul style="list-style-type: none"> ○ Dailymotion ○ Vimeo ○ YouTube ▪ Imágenes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pinterest ○ Flickr ○ Google Fotos ○ Instagram

5.2.1. Análisis de medios sociales

Entre los medios sociales más comunes consideramos el blog como la base sobre la que se va a asentar la estrategia de difusión de la biblioteca. La definición de blog la tomamos, por su precisión, de Margaix Arnal (2007), quien dice que los blog son páginas web que contienen mensajes con información ordenados cronológicamente y enviados por uno o varios autores. Añadimos que el orden cronológico es inverso, mostrando en primer lugar el último contenido publicado.



Imagen I. Sistemas de gestión de contenidos. Fuente: <https://www.triptapp.com/site/publish>


La creación de un blog para la difusión de la biblioteca y de sus servicios, para la difusión de información de interés relacionada con la biblioteca o para el ocio cultural se presume imprescindible, como piedra angular de todo el sistema de difusión propuesto.

Existen numerosos sistemas de gestión de contenidos para la creación de un blog, de los que hemos realizado una primera selección en base a la popularidad y uso que han logrado, así contamos con cinco herramientas que pasamos a evaluar a través de los indicadores propuestos anteriormente, de manera que podamos decidir con cuál de ellas trabajar. Para la evaluación hemos recurrido a comparativas e informaciones disponibles en Internet.

Los sistemas de gestión de contenidos analizados presentan, en gran proporción, varias características comunes:


- Permiten la participación de los usuarios a través de comentarios a los post.
- Prácticamente no requieren conocimientos de programación ni de informática a un nivel alto.
- Permiten la integración y gestión de diferentes tipos de contenido (texto, imágenes, vídeos, etc.).
- Se puede conseguir el objetivo sin coste económico.

Tabla 11. Análisis de WordPress.com

 WordPress	WordPress.com	Puntuación
Popularidad	Propiedad de Automattic. Es la herramienta de gestión de contenidos más utilizada.	10
Facilidad de uso	Es una herramienta de fácil manejo, muy intuitiva y con una interfaz sencilla. Editor de entradas WYSIWYG.	9
Calidad de la herramienta	Es buena, aunque tiene algunos fallos técnicos que pueden comprometer los contenidos. Personalizable.	7
Estética	Estética muy cuidada, aunque dispone de pocos pluggins y de pocos temas para crear un blog estéticamente brillante.	7
Coste económico	A un nivel de uso básico es gratuito, pero para la instalación de algunas mejoras (diseños y pluggins) hay que pagar.	6
Total puntuación		39


Se descarta WordPress.org desde un principio por su coste económico, en el que se requiere la compra de un dominio; y por su mayor complejidad ya que hay que instalar la aplicación en un servicio de hosting y realizar mantenimiento, lo cual requiere tiempo, ese tiempo que nos falta. Por lo tanto, nos hemos limitado a analizar WordPress.com, que es la versión gratuita en la nube, es algo limitada en cuanto a sus características pero puede ser suficiente para el uso que se le va a dar desde una biblioteca municipal. Es quizás la más adecuada para crear blogs, aunque permite crear cualquier tipo de sitios web.

Tabla 12. Análisis de Blogger

 Blogger	Blogger	Puntuación
Popularidad	Propiedad de Google. Muy utilizada por la comunidad bloguera.	9
Facilidad de uso	Fácil de usar, la integración con Google facilita más la inclusión de diversas opciones. Editor de entradas WYSIWYG.	9
Calidad de la herramienta	Tiene mucho recorrido y ha corregido ciertos problemas de inestabilidad.	7
Estética	Temas y estilos de diseño limitados, aunque la comunidad bloguera aporta pluggins.	6
Coste económico	Herramienta gratuita aunque no al 100%	7
Total puntuación		38


Blogger es también una opción muy válida que va acompañada de la fácil integración con otros servicios de Google. De los sistemas de gestión de contenidos analizados en este capítulo, Blogger es el que más tiempo lleva en el mercado, lo cual supone un plus de experiencia.

Tabla 13. Análisis de Tumblr.

	Tumblr.	Puntuación
Popularidad	Propiedad de Yahoo! Es muy utilizada, especialmente por universitarios y gente menor de 25 años.	7
Facilidad de uso	Gran facilidad de uso. Muy sencilla y simple.	9
Calidad de la herramienta	Más útil para contenido visual. Poco útil para post largos de escritura.	4
Estética	Gran variedad de temas, aunque escaso en pluggins.	7
Coste económico	Gratuito en sus aplicaciones básicas, para mejorar sus características hay que pagar.	7
Total puntuación		34


Tumblr. es una opción muy interesante en todos los aspectos pero tiene ciertas limitaciones en cuanto a la escritura de los post. Creemos que el blog que puede crear una biblioteca municipal del tamaño de las bibliotecas de este estudio tiene que tener la escritura como primera opción a la hora de difundir información. Quizás esta herramienta no sea la más apropiada para este caso.

Tabla 14. Análisis de Joomla!

	Joomla!	Puntuación
Popularidad	Es menos popular que las anteriores herramientas.	6
Facilidad de uso	Es menos intuitivo que las demás herramientas. Editor de entradas WYSIWYG.	6
Calidad de la herramienta	Tiene una calidad buena pero se ha quedado un poco atrás.	6
Estética	Interfaz amigable. Diversidad de estilos y plantillas.	7
Coste económico	Gratuito, con bastantes plantillas disponibles.	8
Total puntuación		33

Parece que Joomla! está quedando en tierra de nadie. Para blogs sencillos parecen mejores opciones las dos primeras herramientas analizadas, para blogs más profesionales o páginas web más complejas parece que Drupal es mejor opción.






Tabla 15. Análisis de Drupal

 Drupal	Drupal	Puntuación
Popularidad	Es la menos utilizada de las 5.	5
Facilidad de uso	Es algo complejo, tiene una curva de aprendizaje alta que requiere un mínimo de conocimiento de programación.	3
Calidad de la herramienta	Una vez configurada a nuestro gusto es una herramienta de alta calidad.	8
Estética	Interfaz menos amigable, en su versión gratuita, que la de las demás herramientas.	5
Coste económico	La opción gratuita es algo básica.	5
Total puntuación		26

Drupal es una herramienta para proyectos grandes, de gran calado, para webs profesionales sería una buena opción. Al no ser el caso que nos ocupa, además de por la puntuación obtenida y por la mayor complejidad en su uso, rechazamos su uso para las bibliotecas municipales de este estudio.

Antes de tomar una decisión final vamos a mostrar una tabla con el resumen de las puntuaciones obtenidas, que son subjetivas, en el análisis de sistemas de gestión de contenidos. Se debe tener en cuenta que la valoración de las herramientas se ha hecho en función del interés que podían tener y de la adaptabilidad a las necesidades concretas de las bibliotecas públicas de municipios pequeños.

Tabla 16. Tabla resumen. Puntuación de sistemas de gestión de contenidos

	Popularidad	Facilidad de uso	Calidad	Estética	Coste económico	Total
	10	9	7	7	6	39
	9	9	7	6	7	38
	7	9	4	7	7	34
	6	6	6	7	8	33
	5	3	8	5	5	26

Existen varias opciones de interés para elegir un sistema de gestión de contenidos a incluir en la propuesta. El análisis, la puntuación obtenida en él y los consejos recibidos en cualquier fuente nos llevan a decantarnos por WordPress.com para la creación del blog de la biblioteca.

Como segunda herramienta de medios sociales, en este caso herramienta de Microblogging, contaremos con Twitter por su gran implantación actual en la sociedad. Volviendo a recurrir a la consultora de comunicación y formación digital The Social Media Family, en su *I Estudio sobre los usuarios de Facebook y Twitter en España* encontramos la afirmación de que Twitter tiene en España 3,5 millones de perfiles abiertos, una cifra que, sin llegar al nivel de Facebook, supone un uso muy interesante para que las bibliotecas cuenten con ella.

5.2.2. Análisis de redes sociales

Pese a que la decisión sobre este punto la damos por tomada a favor de Facebook, queremos analizar cuatro redes sociales para realizar la comparación y continuar con el modelo de trabajo que estamos llevando a cabo. Para ello contaremos con los mismos indicadores que hemos utilizado antes: nos darán la puntuación y el orden de interés para que las bibliotecas municipales de este estudio hagan uso de las redes sociales.

Aunque bajo la etiqueta "red social" podemos englobar muchísimas herramientas, incluido Twitter, hemos querido, siguiendo la propuesta de Marquina Arenas (2012), colocar bajo este nombre a las plataformas que proponen un uso completo, las que permiten multitud de opciones para el usuario, las que no priorizan un formato concreto o un estilo concreto.



Imagen II. Redes sociales. Fuente: <http://lahoradelsapo.blogspot.com.es/2011/07/redes-sociales-facebook-google-linkedin.html>

Características comunes de las redes sociales analizadas:


- Permiten compartir contenido y realizar comentarios.
- Accesibles desde múltiples dispositivos.
- Aprovechamiento de la inteligencia colectiva.
- Viralidad, la propagación de la información puede ser rápida.

Tabla 17. Análisis de Facebook

	Facebook	Puntuación
Popularidad	Es la red social más utilizada a nivel mundial. En España la utilizan unos 20 millones de usuarios. En el mundo unos 1550 millones.	10
Facilidad de uso	Es verdaderamente intuitiva, con pequeñas pestañas que indican las acciones más habituales y con menús laterales de acceso a otros perfiles o páginas.	9
Calidad de la herramienta	Permite compartir cualquier tipo de contenido: imágenes, vídeos, textos, enlaces, etc... Funcionamiento fluido.	9
Estética	Estética sencilla a la vez que agradable. Se van actualizando la interfaz y las funcionalidades.	8
Coste económico	Sin coste de ningún tipo.	10
Total puntuación		46

Facebook logra una altísima puntuación que refuerza la idea de contar con ella para la propuesta. Insistimos en que se debe aprovechar el inmenso uso que los usuarios reales o potenciales hacen de esta red social.


Tabla 18. Análisis de Tuenti

	Tuenti	Puntuación
Popularidad	Llegó a contar con unos 20 millones de usuarios, especialmente entre la gente joven. Lleva tiempo en claro descenso y parece que como red social va a desaparecer, lo que obliga a bajar la puntuación.	3
Facilidad de uso	Al igual que Facebook, los años de experiencia han conseguido crear una herramienta intuitiva y fácil de usar.	9
Calidad de la herramienta	Permite compartir cualquier tipo de contenido: imágenes, vídeos, textos, enlaces, etc...	9
Estética	Parecida a la de Facebook.	8
Coste económico	Sin coste.	10
Total puntuación		39

Sin contar con la anunciada desaparición de Tuenti como red social, que ya es motivo evidente para descartar esta opción, desaconsejaríamos su uso por el nicho de edad de sus usuarios, que comprende una franja que va de los 15 a los 20/25 años. Los usuarios de las bibliotecas públicas municipales (los de las no municipales


también) son de edades variadas, cubriendo todo el espectro de edad. Sería absurdo contar con una herramienta especializada en un porcentaje bajo de los usuarios de las bibliotecas.

Tabla 19. Análisis de LinkedIn

	LinkedIn	Puntuación
Popularidad	400 millones de usuarios en todo el mundo es una cifra espectacular.	9
Facilidad de uso	Otra herramienta intuitiva, del estilo de las anteriores.	9
Calidad de la herramienta	Es muy útil para buscar empleo y para relacionarse con usuarios del ámbito profesional que interese en cada caso. En relación a una biblioteca municipal no alcanza a cobrar demasiado sentido. No permite compartir fotos.	6
Estética	La interfaz gráfica es parecida a la de las anteriores herramientas analizadas aunque un poco menos vistosa.	6
Coste económico	Coste cero.	10
Total puntuación		40





LinkedIn es una herramienta 2.0 muy interesante en el ámbito laboral: está orientada a negocios y permite conocer e interactuar con personas que tengan un perfil laboral de interés para cada usuario. Para el caso de las bibliotecas municipales y de los objetivos de este trabajo creemos que LinkedIn no se adapta a las necesidades de sus usuarios, que no pretenden, a través de la biblioteca, relacionarse desde un contexto laboral y sí desde un contexto de ocio y entretenimiento. Además, la imposibilidad de compartir cierto contenido multimedia lastra su interés para contar con ella. Por lo tanto pensamos que debemos descartar esta herramienta.

Tabla 20. Análisis de Google Plus

	Google Plus	Puntuación
Popularidad	Más de 400 millones de usuarios activos en el mundo.	9
Facilidad de uso	Como en todos los casos, es intuitiva y con pocas sesiones se consigue dominar la herramienta sin ningún problema.	9
Calidad de la herramienta	Es una herramienta muy interesante que integra otras herramientas de Google, como YouTube o Hangouts, consiguiendo un buen nivel de calidad.	8
Estética	La estética es agradable y clara, con diversas columnas que proporcionan distintas informaciones.	8
Coste económico	Coste cero.	10
Total puntuación		44

Consideramos Google Plus como la mejor opción después de Facebook. Google Plus está más orientada a encontrar, a través de los usuarios y de las etiquetas que se asignan, materias concretas sin descartar encontrar personas, mientras que Facebook prefiere poner el acento en las personas por delante de las materias. Aunque el crecimiento de Google Plus está siendo bueno, no alcanza aún la repercusión social que está teniendo Facebook.

Tabla 21. Tabla resumen. Puntuación de redes sociales

	Popularidad	Facilidad de uso	Calidad	Estética	Coste económico	Total
	10	9	9	8	10	46
	3	9	9	8	10	39
	9	9	6	6	10	40
	9	9	8	8	10	44

Ya avanzamos que en este apartado la decisión estaba tomada antes de hacer el análisis de herramientas debido a que Facebook es la herramienta 2.0 más utilizada en España. La puntuación obtenida confirma que no debemos tener dudas al respecto.

5.2.3. Análisis de plataformas multimedia

Como plataforma multimedia podemos considerar toda herramienta que utiliza, de forma simultánea, varios tipos de formato como forma de existir y de aglutinar usuarios.



Imagen III. Plataformas multimedia. Fuente: <http://amplifyadvocacy.org/social-media-tools/image-video-sharing/>

Las imágenes y los vídeos, por su evidente componente visual, despiertan con más facilidad el interés de los usuarios, son el complemento perfecto para completar el efecto que debe tener un texto o una información.

Creemos que es importante incluir una herramienta especializada en imágenes y otra especializada en vídeos, de manera que en este apartado realizaremos dos análisis para incluir en la propuesta dos nuevas herramientas 2.0.

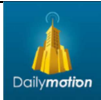
5.2.3.1. Análisis de herramientas especializadas en vídeos

Al igual que con las imágenes, los vídeos cuentan con el visto bueno general para los usuarios como medio de información. Las imágenes en movimiento más el sonido componen un documento que sirve para entender, de una forma más amena y visual, lo que se nos quiere explicar.

El hecho de compartir los vídeos es una forma de difusión rápida y eficaz que satisface a los creadores y a los usuarios de cualquier institución o grupo.


Existen numerosas plataformas de alojamiento de vídeos, de las que pasamos a analizar tres, a través de los indicadores propuestos, para determinar cuál va a formar parte de la propuesta de uso de herramientas 2.0 para las bibliotecas.

Tabla 22. Análisis de Dailymotion

	Dailymotion	Puntuación
Popularidad	Sobre 120 millones de usuarios a nivel mundial, es una buena cifra para la veterana de este trío de herramientas.	7
Facilidad de uso	Gran facilidad para subir vídeos y para buscar vídeos de otros usuarios.	9
Calidad de la herramienta	Alta calidad en sus vídeos, aunque limitados a 20 minutos.	8
Estética	Creemos que la estética puede ser el punto débil de esta herramienta.	6
Coste económico	Gratuito.	10
Total puntuación		40


Dailymotion está especializada en cortometrajes semi-profesionales. El aspecto estético no nos acaba de convencer sabiendo que gran parte de los usuarios adquiere interés por los contenidos desde un enfoque mayoritariamente visual.

Tabla 23. Análisis de Vimeo

	Vimeo	Puntuación
Popularidad	Más de 25 millones de usuarios registrados.	5
Facilidad de uso	Gran facilidad para subir vídeos y para buscar los de otros usuarios.	9
Calidad de la herramienta	Apuesta por la calidad con un buen sistema de edición de vídeos. No muestra publicidad en los vídeos.	9
Estética	Estética muy cuidada pero mejorable.	9
Coste económico	Gratuito para las funciones principales, cuenta con una versión de pago para opciones destinadas a profesionales y para subir vídeos ilimitadamente.	8
Total puntuación		40




Vimeo ha apostado por la calidad y por mantener una tendencia artística. Es una herramienta que podría sernos útil para lograr alcanzar los objetivos de difusión que nos hemos marcado para las bibliotecas municipales.

Tabla 24. Análisis de YouTube

	YouTube	Puntuación
Popularidad	Unos 1000 millones de usuarios en todo el mundo.	10
Facilidad de uso	Gran facilidad para subir vídeos y para buscar los de otros usuarios.	9
Calidad de la herramienta	Gran calidad aunque abusa de la publicidad. Su editor de vídeos es algo limitado.	7
Estética	La estética de la web de YouTube nos parece la más vistosa, dando gran sensación de organización de los contenidos.	10
Coste económico	Gratuito para vídeos de menos de 15 minutos.	8
Total puntuación		44

YouTube es propiedad de Google, lo que le garantiza una integración óptima con los demás productos de la plataforma. Es la herramienta 2.0 más utilizada después de Facebook.

Tabla 25. Tabla resumen. Puntuación de plataformas multimedia especializadas en vídeos

	Popularidad	Facilidad de uso	Calidad	Estética	Coste económico	Total
	7	9	8	6	10	40
	5	9	9	9	8	40
	10	9	7	10	8	44

La puntuación del análisis coloca a YouTube por encima de las demás. Su impresionante uso cotidiano por parte de los usuarios de Internet ya condiciona la decisión a tomar para formar parte de la propuesta de este trabajo. Vimeo podría ser una buena opción, pero a día de hoy consideramos más interesante decantar la balanza hacia YouTube ya que Vimeo es aún desconocida para muchos usuarios de herramientas 2.0 que vamos a encontrarnos en las bibliotecas municipales de Castilla y León.

5.2.3.2. Análisis de herramientas especializadas en imágenes

Hoy en día la mayoría de la gente dispone de un teléfono portátil capaz de realizar fotografías, a veces de gran calidad. Además, muchas personas tienen la fotografía como opción de ocio y cuentan con cámaras más profesionales y con conocimientos técnicos para obtener imágenes de calidad.


Plasmar a través de fotografías las actividades que organiza la biblioteca y alojarlas en un espacio común al que puedan acceder sus usuarios parece una opción de gran interés que debemos sugerir en este trabajo, más contando con la opción que dan las herramientas 2.0 de comentar las fotografías, valorarlas, etc...

En el capítulo 6 "Integración de las herramientas 2.0 en las bibliotecas" se propondrán actividades a realizar con fotografías.

Realmente, estas herramientas funcionan a modo de redes sociales, así que las características comunes de las herramientas que vamos a utilizar podrían ser las mismas que contemplamos en el apartado "redes sociales".


Para este análisis hemos realizado una selección previa de cuatro herramientas que pasamos a analizar utilizando los cinco indicadores que ya conocemos y el mismo sistema de puntuación.

Tabla 26. Análisis de Flickr

	Flickr	Puntuación
Popularidad	90 millones de usuarios en el mundo.	8
Facilidad de uso	Es fácil de usar en el alojamiento de fotografías y en la búsqueda, pudiendo limitar los resultados según nuestros intereses.	8
Calidad de la herramienta	Goza de buena calidad, permite el etiquetado de imágenes y los comentarios. Es la más antigua.	8
Estética	Estética agradable.	8
Coste económico	Gratuito en sus opciones básicas. Existe un modo de pago que permite acceder a más opciones, con alojamiento ilimitado de fotos.	8
Total puntuación		40

Flickr es una buena opción para usuarios con intereses más o menos profesionales. Parece que es la opción elegida por las personas que se toman en serio el mundo de la fotografía como ocio o como algo más.


Tabla 27. Análisis de Pinterest

	Pinterest	Puntuación
Popularidad	70 millones de usuarios en el mundo.	7
Facilidad de uso	Facilidad a la hora de organizar y etiquetar el contenido subido, a través de tableros o pinboards y a la hora de buscar contenidos de otros usuarios.	9
Calidad de la herramienta	Da la sensación de que estamos ante una herramienta bien trabajada, de gran calidad.	9
Estética	A través de tableros consigue una estética muy particular y de gran efecto.	9
Coste económico	Coste cero.	10
Total puntuación		44

Nos parece una herramienta de gran calidad y de alto interés para la propuesta. Su manera de mostrar la información y las imágenes nos parece muy acertada, con un sistema de tableros que, de alguna manera, asignan una materia a un grupo de imágenes. Podemos buscar por materias, por personas para ver qué tableros o a qué personas siguen, etc...

Además, Pinterest está integrada con Facebook, así que una vez registrado en esta plataforma multimedia podríamos compartir nuestras imágenes con los usuarios que ya tuviésemos en Facebook.


Tabla 28. Análisis de Google Fotos

	Google Fotos	Puntuación
Popularidad	Más de 100 millones de usuarios en el mundo.	8
Facilidad de uso	Gran capacidad de organización de fotos, a veces de forma automática. Como todas las herramientas de Google resulta sencilla de usar.	9
Calidad de la herramienta	Google Fotos tiene la experiencia de Picasa y la de Google con sus múltiples aplicaciones. Posee reconocimiento de objetos y de caras. La integración con otras herramientas de Google es favorable.	9
Estética	Estéticamente nos parece la menos efectiva.	6
Coste económico	Coste cero con almacenamiento infinito de fotos.	10
Total puntuación		42

La primera intención era evaluar la plataforma Picasa, propiedad de Google, pero el gigante de Mountain View ha decidido cerrarla y apostar por otra plataforma, Google Fotos. Google Fotos es una herramienta muy interesante que al estar





integrada con las demás aplicaciones de Google puede ser de gran utilidad para crear un sistema completo y unificado de difusión de la información en una biblioteca.

Tabla 29. Análisis de Instagram

	Instagram	Puntuación
Popularidad	400 millones de usuarios en el mundo. Gran crecimiento en los últimos tiempos.	10
Facilidad de uso	Muy sencilla en su uso, gran facilidad para compartir las fotografías pero resulta complicado organizar y etiquetarlas.	6
Calidad de la herramienta	Las imágenes no se alojan en la plataforma con la calidad con la que se alojan en otras plataformas. Está concebida para dispositivos móviles.	6
Estética	Mejor en Smartphone que en ordenadores. La estética no es su punto fuerte.	6
Coste económico	Coste cero.	10
Total puntuación		38

Instagram es la herramienta más utilizada en estos momentos, especialmente entre los más jóvenes aunque cada vez más adultos crean un perfil. Podría ser una herramienta muy interesante por su gran popularidad.

Tabla 30. Tabla resumen. Puntuación de plataformas multimedia especializadas en imágenes

	Popularidad	Facilidad de uso	Calidad	Estética	Coste económico	Total
	8	8	8	8	8	40
	7	9	9	9	10	44
	8	9	9	6	10	42
	10	6	6	6	10	38

Aunque la puntuación sitúa a Pinterest como la más interesante resulta difícil decantarse por una de ellas. Instagram cuenta con un número mucho mayor de usuarios y eso debe ser tenido en cuenta, aunque no nos acaba de convencer por

su uso enfocado a Smartphone y su incapacidad para organizar por temas o materias; Google Fotos cuenta con la ventaja de su integración en el universo Google, también digno de interés, pero su estética nos produce cierto rechazo. De Pinterest nos ha encantado su estética y su forma de organizar las fotografías, además parece que está en constante crecimiento por lo que, sumado a la puntuación obtenida, nos decantamos por ella.

Como resumen al capítulo hemos creado una imagen con el quinteto de herramientas 2.0 que pasan a formar parte de la propuesta de uso de herramientas 2.0 en las bibliotecas municipales de Castilla y León. Pensamos que resulta viable el manejo de estas cinco herramientas por parte de cualquier persona, en este caso de cualquier bibliotecario, que tenga un mínimo de interés en ellas y que dedique un poco de tiempo a aprender su óptimo manejo. Una vez aprendida la mecánica propondremos unas pautas que no requieran demasiado tiempo, ese que nos falta, para mantener la actividad con cierta constancia y con no demasiado esfuerzo.



Imagen IV. Herramientas seleccionadas para la propuesta de uso

6. INTEGRACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS 2.0 EN LAS BIBLIOTECAS

La integración de las herramientas que hemos seleccionado en el capítulo anterior debe seguir un plan o unas normas que faciliten su viabilidad. De poco nos valdría proponer un uso si éste no fuera viable.

Es necesario dejar claro que se trata de una propuesta, de una idea subjetiva que pretende facilitar el trabajo a los bibliotecarios. Su implementación puede ser flexible a tenor de los conocimientos y opiniones de los propios bibliotecarios, incluida la sustitución de alguna de las herramientas que éstos consideren más conveniente o que conozcan y prefieran aplicar.

Debemos concretar varios objetivos que sean medibles y realistas. El logro de éstos debe suponer un beneficio para las bibliotecas y para sus usuarios sin llegar a significar un esfuerzo inasumible por parte de los bibliotecarios. Para formular estos objetivos debemos tener en cuenta 2 cosas:

- La falta de tiempo y de personal es el principal problema con el que se encuentran las bibliotecas municipales de Castilla y León para implementar el uso de herramientas 2.0.
- Los conocimientos de este tipo de herramientas y de su manejo por parte de los bibliotecarios no tienen que ser en todos los casos avanzados. Por ello debemos simplificar las tareas para que personas con menos formación o menos capacidad tecnológica puedan hacer efectiva la propuesta.

Tomadas en consideración estas premisas, éstos podrían ser los objetivos de la propuesta:

- Formular recomendaciones de uso en cuanto a calidad y a cantidad para las herramientas 2.0.
- Mejorar la visibilidad de las bibliotecas mostrando los servicios y actividades que se realizan.
- Aumentar el número de usuarios de las bibliotecas.
- Lograr una mayor interacción y participación de los usuarios en las actividades presenciales y virtuales que ofrece la biblioteca.

6.1.Herramientas 2.0 a aplicar y guía de uso para las bibliotecas

A modo de resumen queremos reflejar aquí el grado de interés que puede reportar cada una de las cinco herramientas sociales seleccionadas para la propuesta. Consideramos que de forma individual, cada herramienta es válida por sí misma para difundir los servicios y la información que ofrecen las bibliotecas municipales. Sin embargo encontramos en la unión de todas ellas el sistema perfecto para cubrir las necesidades de difusión de las bibliotecas de una forma completa, abarcando diversos formatos de creación de contenidos. Es por ello que el análisis de interés de cada herramienta por separado debe formar parte de una suma que complete y alcance los objetivos de la propuesta.

En todos los contenidos que creemos con cualquiera de las herramientas utilizadas debemos ofrecer la posibilidad de que el usuario los comparta con otros usuarios. De la misma manera, en todas las herramientas que vamos a utilizar, de forma

visible y clara, debemos insertar los enlaces (pluggins o botones) a las otras cuatro herramientas para que el usuario pueda saltar de una a otra sin dificultad.

Desde la modestia pretendemos crear una pequeña guía de uso de las herramientas 2.0 propuestas para facilitar la labor a los bibliotecarios, de manera que encuentren en ella respuesta a esas dudas que siempre surgen a la hora de aplicar ciertas tecnologías. Siguiendo la estrategia pensada para este trabajo debemos crear una guía breve pero efectiva, de poca extensión y casi esquemática, huyendo de manuales excesivos en los que su extensión es la primera razón de abandono por parte de cualquier persona con poco tiempo o poca paciencia.

No queremos aquí imponer tiempos ni plazos, cada biblioteca tiene su situación particular y cada bibliotecario también. Lo importante es ir haciendo trabajo para que llegado el día contemos con el sistema de difusión de información que estamos pretendiendo conseguir, aplicándolo con poco esfuerzo y con poco gasto de tiempo.

La duplicación de información en las diversas herramientas es, a veces, necesaria para llevar los contenidos a más cantidad de usuarios reales y potenciales de la biblioteca. Así mismo, resulta imprescindible hacer publicidad, en cada herramienta, de las otras cuatro herramientas que estaremos utilizando.

Debemos conseguir que esta comunidad que vamos a crear en la web social sea activa y participativa. Para ello debemos aportar puntos de vista, iniciar debates de interés e incentivar a través de concursos, sorteos, etc... El material publicado debe ser de calidad, en la selección de fotografías y en la edición de los vídeos debemos ser exigentes a la vez que respetuosos con lo que publicamos. Si publicamos cualquier contenido de cualquier tipo que no sea de creación propia debemos respetar siempre los derechos de autor y la privacidad, indicar las fuentes.

Para crear esta guía, a modo de propuesta, queremos ofrecer una tabla por cada una de las herramientas con directrices precisas y concretas sobre su uso. Hemos tenido en cuenta los consejos de Marquina Arenas (2012) en su *Plan Social Media y Community Manager*, recogiendo algunos de ellos y sumándolos a nuestro propio criterio sobre cuáles deben ser los contenidos de la guía.

- **WordPress:** Proponemos la creación de un blog propio de la biblioteca para tres tipos de informaciones, siempre invitando a los usuarios a publicar comentarios y a valorar los contenidos, creando un espacio de diálogo entre la biblioteca y los usuarios:
 - Difundir información sobre las actividades que se realizan (concursos, animación a la lectura, formación de usuarios, actividades infantiles, exposiciones, etc...).
 - Selección de pasajes literarios y poemas de escritores, realizar micro resúmenes de las obras más interesantes.
 - Comentarios (foro) sobre el libro que se esté leyendo en el club de lectura.


La creación de un blog a través de WordPress, sin ser difícil, requiere cierto estudio sobre cómo debe hacerse y para ello existen guías simplificadas que explican cómo actuar. Desde este trabajo aconsejamos el uso del curso gratuito alojado en la web de [webempresa.com](http://www.webempresa.com)⁷, que explica cómo manejar la herramienta a través de vídeos cortos y claros.

⁷ Disponible en: <http://www.webempresa.com/curso-wordpress-gratis.html>

Conviene poner atención al diseño gráfico que vamos a tener en el blog. Aunque es actualizable y cambiante es importante que desde un principio nuestro blog tenga una presencia que atraiga a los usuarios.

Por último, queremos animar a las bibliotecas municipales a crear un club de lectura en el que se apunten los usuarios y debatan sobre los libros elegidos, ya sea en sesiones presenciales o en foros por Internet. Para esto último se antoja indispensable crear en el blog una categoría específica para este cometido.

Tabla 31. Propuesta de uso de WordPress.com

 WordPress.com	
Tipo de contenido a publicar	<p>Aquí es donde mayor sentido cobra el contenido a publicar por la biblioteca: debe predominar el texto aunque conviene acompañarlo de imágenes y de vídeos.</p> <ul style="list-style-type: none"> . Información de actividades y servicios. . Selección de pasajes literarios y de poemas para comentar. . Comentario sobre el libro que el club de lectura esté leyendo, incitando a participar como si de un foro se tratara.
Extensión del contenido	<p>En el blog podemos extendernos más en los contenidos, dependiendo de la información que publiquemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Para información general, máximo 300 palabras. . Para los pasajes literarios y poemas, variable, dependiendo de la extensión del poema o del pasaje. . Para el libro del club de lectura, máximo 150 palabras.
Frecuencia de publicación	<p>También depende de qué estemos publicando:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Para información general, cada vez que se deba informar, en función de las actividades de cada biblioteca. . Para los pasajes literarios y poemas, una vez a la semana. Fijar un día concreto. . Club de lectura, realizar una publicación de iniciación cada vez que se proponga un nuevo libro para leer.
Tipo de lenguaje utilizado	<p>El lenguaje debe ser especialmente correcto en su ortografía y en su gramática, debe ser coloquial, distendido y natural pero con un nivel cultural algo elevado. En ningún momento debe ser ofensivo o inapropiado.</p>
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> . Contestar lo más pronto posible a los comentarios y preguntas que formulen los usuarios. . Motivar a los usuarios a participar a través de las opciones que ofrece la herramienta. . Crear listas de libros más prestados, etc... . Crear concursos (literarios, para niños, de dibujo...)
Estadísticas de uso	<p>El propio panel de WordPress ofrece un módulo de estadísticas para ver la cantidad de comentarios y visitas al blog, creando gráficos en los que podemos ver la evolución.</p>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> . Se debe conseguir dar visibilidad a los servicios y actividades de la biblioteca. . Se debe conseguir una alta participación en los comentarios. . Se debe fomentar la literatura y la poesía en todas sus manifestaciones.

Consideraciones: La creación de un blog parece necesaria, no sólo a la hora de difundir información general, sino también para crear otro tipo de contenido más creativo y más interactivo. Los usuarios pueden encontrar aquí un lugar donde manifestar sus inquietudes, sus conocimientos y sus pensamientos, siempre relacionados con los contenidos publicados por la biblioteca; aquí pueden recomendar, preguntar y solicitar lo que deseen a la propia biblioteca o a los demás usuarios que interactúan en el blog.

- **Facebook:** De las tres opciones que ofrece Facebook (perfil, página y grupo) conviene crear una página. Una página de Facebook no tiene límite de fans y permite programar la fecha y la hora de las publicaciones que deseemos incluir, además de personalizar la URL y acceder a estadísticas. Convertiríamos la presencia de la biblioteca en Facebook en un espacio público en el que podrían integrarse todos los usuarios que así lo quisieran. El uso de Facebook es propuesto principalmente para:
 - Difusión de información sobre actividades a realizar o ya realizadas.
 - Publicidad de las acciones llevadas a cabo en el blog.
 - Crear un espacio de diálogo entre la biblioteca y los usuarios.

Tabla 32. Propuesta de uso de Facebook



Facebook

Tipo de contenido a publicar	Al ser muy visitada a través del Smartphone conviene publicar texto menos extenso, acompañado de imágenes: <ul style="list-style-type: none"> . Información de actividades y servicios. . Información de todas las acciones llevadas a cabo en el blog.
Extensión del contenido	Debe ser breve y claro: <ul style="list-style-type: none"> . Para información general, alrededor de 75 palabras. . Para información del blog, alrededor de 50 palabras.
Frecuencia de publicación	En general es coincidente con las publicaciones del blog, o sea que su frecuencia será la misma.
Tipo de lenguaje utilizado	Puede ser más informal que en el blog, manteniendo la corrección ortográfica y gramatical.
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> . Contestar pronto a los comentarios. . Crear encuestas desde el propio Facebook. . Fomentar la participación y que los usuarios compartan las publicaciones de la biblioteca.
Estadísticas de uso	En la parte superior de la página de Facebook que hemos creado podemos acceder a las estadísticas de uso.
Cumplimiento de los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> . Se debe conseguir dar visibilidad a los servicios y actividades de la biblioteca. . Se debe conseguir que los miembros de nuestra página participen y compartan los contenidos.

Consideraciones: Facebook va a ser la herramienta 2.0 en la que más nos van a ver debido a su gran popularidad, esto la convierte en estratégica. La facilidad y rapidez que supone el acceso a esta aplicación desde cualquier lugar a través del teléfono hace que, valga la redundancia, en cualquier lugar y en cualquier momento los usuarios puedan acceder a la información que dispensa la biblioteca.

- **Twitter:** El uso de esta herramienta podemos entenderla como similar al uso de Facebook. Su popularidad aconseja hacer uso de ella aunque podamos, en algunos casos, duplicar información añadiendo el mismo contenido que en Facebook. Esta duplicación no debe verse como doble trabajo ya que la integración de estas 2 herramientas entre sí permite publicar en una de ellas y compartir, de forma sencilla y rápida, el mismo contenido con la otra. Por lo tanto, proponemos el uso de Twitter para lo mismo que el uso de Facebook:
 - Difusión de información sobre las actividades o eventos a realizar o ya realizados.
 - Publicidad de las acciones llevadas a cabo en el blog.

Tanto en Twitter como en Facebook huelga decir que podemos insertar vídeos y fotografías que complementen el texto, haciendo más llamativo el contenido y por lo tanto más interesante para el usuario. Además, podemos crear encuestas, dentro de las propias herramientas, para conocer la opinión de los usuarios.

Tabla 33. Propuesta de uso de Twitter



Twitter

Tipo de contenido a publicar	También suele ser utilizada a través de Smartphone. Texto, si procede podemos acompañarlo de alguna imagen. . Información de actividades y servicios.
Extensión del contenido	La propia herramienta tiene un límite de 140 caracteres por publicación, por lo que la brevedad será obligatoria.
Frecuencia de publicación	Cada vez que haya una actividad en la biblioteca.
Tipo de lenguaje utilizado	Por la obligada brevedad debe ser escueto y muy preciso, respetando la ortografía y la gramática.
Recomendaciones	. Fomentar el retweeteo de los tweets que publicamos. . Crear encuestas.
Estadísticas de uso	La herramienta Twitter Analytics nos ofrece gran cantidad de estadísticas sobre el tráfico que tiene nuestra cuenta.
Cumplimiento de los objetivos	. Se debe conseguir dar visibilidad a los servicios y actividades de la biblioteca. . Se debe conseguir la participación de los usuarios y que los tweets publicados sean retwitteados por estos.

Consideraciones: Ya hemos hablado de que en Twitter la información viene dada por la brevedad y por la rapidez. Debemos estar presentes también aquí para difundir las actividades que ofrecemos desde la biblioteca y para conseguir una mayor visibilidad.

- **YouTube:** Creamos una cuenta en YouTube para la biblioteca y una vez registrados podemos empezar a subir vídeos. Para el uso de esta herramienta recomendamos la guía para principiantes de la web de canalyoutube.es⁸. Al igual que en Pinterest, trataremos principalmente de informar sobre actividades que ya hemos llevado a cabo en la biblioteca. Un pequeño vídeo (basta con la cámara de un móvil) bien editado puede reflejar la labor de la biblioteca y la dinámica de las actividades que se suceden a lo largo del tiempo. El uso de YouTube se propone para:
 - Difundir las actividades que hemos realizado en la biblioteca o en otro lugar, siempre y cuando haya participado de alguna manera la biblioteca (encuentros literarios y artísticos, actividades infantiles, club de lectura, etc...).
 - Disponer de una especie de archivo de vídeos que aglutine todas las actividades realizadas.
 - Sugerir otros canales relacionados con las actividades y servicios que ofrece la biblioteca.
 - Crear un espacio de diálogo entre la biblioteca y los usuarios a través de los comentarios a los vídeos.

Tabla 34. Propuesta de uso de YouTube



YouTube

Tipo de contenido a publicar	Vídeos con comentarios, sobre las actividades realizadas en la biblioteca.
Extensión del contenido	Los vídeos no deben ser muy extensos. Un vídeo corto, de unos cinco o seis minutos puede ser suficiente, los vídeos largos pueden provocar cierta pereza en el usuario, que al ver su excesiva extensión puede decidir no verlo.
Frecuencia de publicación	Cada vez que la biblioteca realice una actividad.
Tipo de lenguaje utilizado	El texto que acompaña al vídeo debe ser explicativo y medianamente breve.
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> · Subir vídeos de calidad que representen visualmente las actividades que se han hecho en la biblioteca.
Estadísticas de uso	Podemos acceder a YouTube Analytics, que ofrece un gran número de datos y los presenta con gráficos. Muy útil.
Cumplimiento de los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> · Se deben difundir las actividades realizadas. · Fomentar que los usuarios sigan nuestro canal, compartan y comenten los vídeos.

⁸ Disponible en: <http://www.canalyoutube.es/guia-de-youtube-para-principiantes/>


Consideraciones: El vídeo tiene su utilidad en la suma de la imagen en movimiento más el sonido. Una buena edición de un vídeo de calidad basta para explicar qué hemos hecho en la biblioteca, qué tipo de actividad hemos realizado.

Podemos conectar Twitter con YouTube para compartir nuestra actividad entre las dos herramientas.

- **Pinterest:** Una vez creada la cuenta en Pinterest, proponemos crear un tablero (conjunto de imágenes relacionadas entre sí) con los pines (imágenes) de cada actividad que realicemos en la biblioteca. Para el manejo de la herramienta, que es muy intuitiva, recomendamos la web help.pinterest.com⁹, en la que se recogen, de forma muy resumida, las principales acciones que podemos hacer en Pinterest. No se trata de promocionar sino de reflejar qué vamos haciendo en la biblioteca. Para ello debemos hacer pequeños reportajes fotográficos de las actividades realizadas. Por lo tanto, el uso de esta herramienta en la biblioteca lo proponemos para:
 - Difundir las actividades que hemos realizado siempre y cuando haya participado de alguna manera la biblioteca (encuentros literarios y artísticos, actividades infantiles, club de lectura, etc...). Cualquier actividad es posible perpetuarla a través de las imágenes.
 - Disponer de una especie de archivo fotográfico que aglutine todas las actividades realizadas.
 - Sugerir otros tableros relacionados con las actividades y servicios que ofrece la biblioteca.
 - Crear un espacio de diálogo entre la biblioteca y los usuarios a través de la opción de comentar cada fotografía.

⁹ Disponible en: <https://help.pinterest.com/es/articles/add-edit-or-delete-pin#Web>

Tabla 35. Propuesta de uso de Pinterest

 Pinterest	
Tipo de contenido a publicar	Imágenes, fotografías con comentarios, sobre las actividades realizadas por la biblioteca.
Extensión del contenido	Sin restricciones.
Frecuencia de publicación	Cada vez que se realice una actividad de la biblioteca.
Tipo de lenguaje utilizado	En los comentarios a las fotos debemos ser breves pero correctos.
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> . Subir fotografías de calidad que representen las actividades que se han hecho en la biblioteca. . Crear tableros con pines relacionados con las actividades que proponemos en el blog. . Ordenar los pines en el tablero de forma cronológica.
Estadísticas de uso	La propia herramienta ofrece algunas estadísticas, aunque de una forma muy básica si no tienes una empresa.
Cumplimiento de los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> . Se deben difundir las actividades realizadas. . Crear un archivo visual de las actividades de la biblioteca. . Fomentar que los usuarios compartan nuestros pines y los comenten.

Consideraciones: La difusión de información a través de imágenes es un seguro a la hora de llamar la atención de los usuarios. Esta herramienta debe ser propuesta por la biblioteca a los usuarios de una manera más insistente ya que, de las cinco que estamos analizando, es la que menos está integrada en el día a día de la gente. Desde el blog podemos sugerir Pinterest como forma visual de acceder a cierta información sobre las actividades de la biblioteca.

Las actividades de la biblioteca requieren de un pequeño reportaje que haremos con nuestra cámara, sea la del Smartphone o sea una cámara digital. En cuanto a relacionar tableros con la actividad del blog (por ejemplo crear un tablero con imágenes de la montaña leonesa y de los maquis en el momento en el que desde el club de lectura se proponga la lectura de *Luna de lobos*, de Julio Llamazares), podemos buscar estas imágenes o pines en el mismo Pinterest y añadirlas a nuestro nuevo tablero.

7. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo hemos analizado la situación actual, en referencia al uso que se hace de las herramientas 2.0, de las bibliotecas municipales de Castilla y León, en concreto de las integradas en municipios que cuentan con una población de entre 2000 y 5000 habitantes. Los resultados de la encuesta han confirmado la sospecha de que estas bibliotecas utilizan muy poco la web social, desaprovechan la oportunidad de dar a conocer la propia biblioteca, sus servicios y sus actividades, minimizando el impacto que podrían tener en la población a la que sirven.

Los motivos de esta carencia son variados aunque predomina la escasez de tiempo y personal, por lo tanto es desde esta premisa desde el punto en el que debemos trabajar. Es preciso encontrar fórmulas realistas y eficaces para conseguir que las bibliotecas estén presentes en la web social y que sus usuarios participen.

La creación de la propuesta de uso debía contener un método casi esquemático en el que el bibliotecario no se perdiera en innumerables opciones, de manera que la consulta al método requiriese poco tiempo y poca complejidad.

El análisis de un total de 17 herramientas dio paso a la selección de cinco de ellas, WordPress.com, Facebook, Twitter, Pinterest y YouTube, cada una con sus características. Creemos que el uso conjunto de ellas puede producir un completo sistema de difusión de información que va a beneficiar por un lado a los bibliotecarios, que encontrarán satisfacción al ver que el trabajo realizado siguiendo esta propuesta impulsa a la biblioteca difundiendo de forma óptima la labor bibliotecaria. Por otro lado, saldrán beneficiados los usuarios, que encontrarán un espacio en el que compartir contenidos y participar comentando y valorando informaciones, todo ello en un contexto cultural y de entretenimiento.

El interés de este trabajo estriba en conocer la actualidad de las bibliotecas menos importantes de la pirámide bibliotecaria española y, sobre todo, en proporcionar una guía o método que simplifique la labor de implementación de las herramientas 2.0, fueran cuales fueren, en estas bibliotecas por parte de bibliotecarios que ven la escasez de tiempo como el principal escollo a sortear.

La aplicación de la propuesta ha sido llevada a cabo de una forma completa por nuestra parte. Siguiendo las recomendaciones dadas en el presente trabajo se ha creado un blog¹⁰ sobre una biblioteca imaginaria: La Biblioteca de Arbolio, una página de Facebook¹¹, un perfil en Twitter¹², otro en Pinterest¹³ y un canal en YouTube¹⁴. En todas las herramientas se han generado contenidos y se ha confirmado la posibilidad de interacción de los posibles usuarios a través de comentarios, de compartir los contenidos, etc. Queremos constatar con ello que ha resultado relativamente fácil, totalmente gratuito y que no ha llevado demasiado tiempo crear el sistema de herramientas 2.0 que sugerimos utilizar a las bibliotecas municipales.

Podemos aprovechar para decir que nos parece realmente triste que los ayuntamientos no decidan, al menos, contar con 35 horas semanales de apertura de sus bibliotecas, el coste económico diferencial entre un bibliotecario a media jornada y otro a jornada completa no puede ser demasiado. Creemos además, que uno de los primeros mensajes que debe diseminar un equipo de gobierno de

¹⁰ Disponible en: <https://bibliotecadearbolio.wordpress.com/>

¹¹ Disponible en: <https://www.facebook.com/Biblioteca-de-Arbolio-725233510951529/?ref=ts&fref=ts/>

¹² Disponible en: <https://twitter.com/ArbBiblioteca/>

¹³ Disponible en: <https://es.pinterest.com/biblioarbolio/>

¹⁴ Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCWXH9nXywowBTHQEqSm4sZg/>

cualquier comunidad debe ser que se apuesta por la cultura y se ofrece a los habitantes un gran abanico de opciones desde una biblioteca municipal bien surtida, con suficientes recursos y con un horario amplio que permita, entre otras cosas, aplicar las nuevas tecnologías como plataforma de participación ciudadana. Es simplemente una cuestión de voluntades.

La propuesta de uso contiene un conjunto de opciones que permiten desarrollar un completo sistema de difusión y de marketing digital, de manera que toda actividad o servicio planteado por la biblioteca obtenga presencia en la web social y fomente la participación de los usuarios a modo de comentario, valoración y difusión (compartiendo el contenido). Conseguir este objetivo supondrá también aumentar el número de usuarios de la biblioteca. Sabemos que un usuario potencial tomará más interés por un sistema activo en el que mucha gente participe que por un sistema con poca actividad. Por lo tanto, debemos pensar que la dinamización de la biblioteca a través de esta propuesta puede tener un efecto "bola de nieve" que aumente el número de usuarios reales.

La decisión del bibliotecario respecto a hacer uso de esta propuesta dependerá de la importancia que le dé a las posibilidades de la web social, de las ganas de avanzar en la transición hacia una biblioteca 2.0 y de los conocimientos que ya tenga adquiridos sobre el uso de tales herramientas. Cabe, en la decisión de cada bibliotecario, realizar cambios o añadidos en la propuesta que se ajusten mejor a su realidad en el día a día bibliotecario o a su visión sobre qué herramientas son más interesantes. Por otro lado, la validez de la propuesta es de entre 5 y 10 años, ya que la velocidad con la que discurre la evolución de las nuevas tecnologías hace que, en este periodo, sea muy posible que las herramientas cambien o que aparezcan nuevas opciones que mejoren a las hoy existentes. Como ya hemos dicho, es una propuesta llena de subjetividad, tanto en el análisis de las 17 herramientas como en la decisión final y su implementación.

Resulta necesario impulsar el interés de los usuarios por las bibliotecas públicas municipales de Castilla y León. La inmersión total de las bibliotecas en la web social, permitiendo la participación libre de los usuarios desde cualquier lugar y en cualquier momento, parece la estrategia adecuada para conseguir este interés. Así mismo, resulta necesario no sólo dar visibilidad a la biblioteca sino además dar visibilidad al trabajo del bibliotecario.

Sería deseable que los bibliotecarios de las bibliotecas públicas municipales hicieran el esfuerzo de formarse mínimamente en el uso de las herramientas 2.0 para que la guía alcanzara su máximo sentido, de la mano de los conocimientos ya adquiridos individualmente. Así mismo, no se debe tener miedo a experimentar con estas herramientas ya que es así como mejor se aprende a utilizarlas, a base tanto de errores como de aciertos.

Queremos finalizar este trabajo poniéndolo totalmente a disposición de cualquier biblioteca municipal que quiera hacer uso de la propuesta/guía que hemos creado, esperando que sea de fácil aplicación y de notorios beneficios. Tratamos de conseguir que estas bibliotecas hagan un uso mayor y mejor de las herramientas 2.0.

8. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO-ARÉVALO, Julio et al. (2014). Uso y aplicación de herramientas 2.0 en los servicios, producción, organización y difusión de la información en la biblioteca universitaria. *En: Investigación bibliotecológica* [en línea], vol. 28, nº 64, pp. 51-74. [Consulta: 15-03-2016]. ISSN 0187-358X. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10366/125010>

ARROYO VÁZQUEZ, Natalia y MERLO VEGA, José Antonio (2007). La biblioteca como usuaria de la web 2.0. *En: E-información: integración y rentabilidad en un entorno digital: FESABID 07* [en línea], pp. 267-274. [Consulta: 21-03-2016]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=2295871>.

GALLEGO LORENZO, J.; SANTOS PAZ, M^a L. La presencia de las bibliotecas de Castilla y León en Internet. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 2003, nº 72, pp. 39-53.

GARCÍA RODRÍGUEZ, Araceli (2006). Modelos de gestión de bibliotecas municipales en España. *En: La administración local y las bibliotecas en la democracia* [en línea] pp. 25-40. [Consulta: 04-03-2016]. ISBN 84-8181-301-X Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3642485>.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves (2014). *La rentabilidad de la biblioteca en la web social*. [Consulta: 14-03-2016]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10366/125114>.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves (2015). ROI en medios sociales: campañas de marketing en bibliotecas. *El profesional de la información*, vol. 24, n. 1, pp. 22-30. [Consulta: 16-03-2016]. ISSN 1386-6710. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4925124>.

GRANDE GONZÁLEZ, Pilar y DE LA FUENTE REDONDO, Pablo Lucio (2012). Bibliotecas universitarias españolas en la web social. *El profesional de la información*, vol. 21, n. 6, pp. 577-584. [Consulta: 09-03-2016]. ISSN 1386-6710. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4105753>.

GUALLAR, Javier y LEIVA-AGUILERA, Javier (2013). *El content curator*. Barcelona: UOC. 164 p. ISBN 978-84-9064-018-0.

GUTIÉRREZ, Fernando-Gabriel (2014). La "revolución" de las redes sociales: sociedad, educación y nueva profesión. *Voces en el Fénix*, n. 40, pp. 112-119.

LEIVA-AGUILERA, Javier (2013). *Redefinición del servicio de DSI usando RSS y herramientas de la web social*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad de León.

MARGAIX ARNAL, Dídac (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, vol. 16, n. 2, pp. 95-106. [Consulta: 26-02-2016]. ISSN 1386-6710. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=2261867>.

MARGAIX ARNAL, Dídac (2008). Informe APEI sobre web social. *Informes APEI* [en línea], nº 1, 64 p. [consulta: 24-02-2016]. ISBN 978-84-691-7726-6. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=2748040>.

MARGAIX-ARNAL, Dídac (2013). *Los Social Media en las bibliotecas universitarias españolas: su presencia y las guías de usos y estilo*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad de León.

MARK, Aaron Polger y OKAMOTO, Karen (2013). Who's spinning the library? Responsibilities of academic librarians who promote. *Library management*, vol. 34, n. 3, pp. 236-253. ISSN 0143-5124.

MARQUINA-ARENAS, Julián (2012). *Plan social media y community manager*. Barcelona: UOC. 136 p. ISBN 978-84-9029-239-6

MERLO VEGA, José Antonio (2009). Las diez claves de la Web social. En: *Anuario ThinkEPI*, n. 1, pp. 34-36. ISSN 1886-6344. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3012969>.

MERLO VEGA, José Antonio (2010). La biblioteca en la web social. *Educación y Biblioteca* [en línea], nº 177, pp. 61-65 [Consulta: 16-03-2016]. ISSN 0214-7491. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10366/75726>

MOYA, Eva (2013). *Inteligencia en redes sociales*. Barcelona: UOC. 88 p. ISBN 978-84-9788-879-0

OMELLA I CLAPAROLS, Ester y MERLO VEGA, José Antonio (2003). Biblioteca Pública y municipio: Convivencia y conveniencia. *Educación y Biblioteca* [en línea], nº 135, pp. 42-50. [Consulta: 03-03-2016]. ISSN 0214-7491. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10366/118927>

Recursos de interés:

- *Asesores de pymes* [en línea]. [Consulta: 11-04-2016]. Disponible en: <http://asesoresdepymes.com/innovacion-desarrollo-de-negocio/flickr-instagram-pinterest-cual-elegir/>
- *Ciudadano 2.0* [en línea]. [Consulta: 27-03-2016]. Disponible en: <http://www.ciudadano2cero.com/diferencias-wordpress-blogger/>
- *The cocktail analysis* [en línea]. [Consulta: 13-03-2016]. Disponible en: <http://tcanalysis.com/es>
- *Comunic art: programming and web design* [en línea]. [Consulta: 23-03-2016]. Disponible en: <http://www.comunic-art.com/blog/2014/12/01/comparativa-entre-wordpress-joomla-y-drupal>
- *Comunic art: programming and web design* [en línea]. [Consulta: 23-03-2016]. Disponible en: <http://www.comunic-art.com/blog/2014/12/11/tendencias-cms-drupal-wordpress-joomla-ano-2015>
- *Curiosos del social media* [en línea]. [Consulta: 27-03-2016]. Disponible en: <https://curiososdelsocialmedia.wordpress.com/2015/02/18/wordpress-blogger-o-tumblr/>
- *Isyourweb* [en línea]. [Consulta: 22-03-2016]. Disponible en: <http://www.isyourweb.com/comparativa-drupal-joomla-y-wordpress>
- *Marketing de guerrilla en la web 2.0* [en línea]. [Consulta: 22-03-2016]. Disponible en: <http://www.marketingguerrilla.es/wordpress-blog-o-blogger-por-que-tarde-o-temprano-tendras-que-pasarte/>
- *Multiplicalia* [en línea]. [Consulta: 5-04-2016]. Disponible en: <http://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/>

- *WebEmpresa20* [en línea]. [Consulta: 4-04-2016]. Disponible en: <http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>
- *Webempresa: fanáticos wordpress, joomla y prestashop* [en línea]. [Consulta: 26-03-2016]. Disponible en: <http://www.webempresa.com/curso-wordpress-gratis.html>

9. ANEXOS

ANEXO 1. Municipios de Castilla León que tenían, a uno de enero de 2015, entre 2000 y 5000 habitantes y contaban con biblioteca municipal, un total de 57. Todos ellos fueron contemplados para la encuesta.

PROVINCIA	MUNICIPIO		
Ávila	Sotillo de la Adrada	Palencia	Cervera de Pisuerga
Ávila	El Tiemblo	Palencia	Carrión de los Condes
Ávila	Cebreros	Palencia	Herrera de Pisuerga
Ávila	La Adrada	Salamanca	Cabrerizos
Ávila	El Barco de Ávila	Salamanca	Terradillos
Ávila	El Hoyo de Pinares	Salamanca	Vitigudino
Ávila	Piedralaves	Segovia	Cantalejo
Ávila	Navaluenga	Segovia	San Cristóbal de Segovia
Burgos	Villarcayo de Merindad de Castilla la Vieja	Segovia	Nava de la Asunción
Burgos	Valle de Mena	Segovia	Carbonero el Mayor
Burgos	Lerma	Segovia	Riaza
Burgos	Roa	Soria	San Esteban de Gormaz
Burgos	Salas de los Infantes	Soria	Ágreda
Burgos	Alfoz de Quintanadueñas	Soria	Golmayo
León	Fabero	Soria	San Leonardo de Yagüe
León	La Robla	Valladolid	Aldeamayor de San Martín
León	Pola de Gordón	Valladolid	Medina de Rioseco
León	Toreno	Valladolid	Santovenia de Pisuerga
León	Cistierna	Valladolid	Boecillo
León	Villafranca del Bierzo	Valladolid	Olmedo
León	Santa María del Páramo	Valladolid	Renedo de Esgueva
León	Villarejo de Órbigo	Valladolid	Cabezón de Pisuerga
León	Sahagún	Valladolid	Pedrajas de San Esteban
León	Benavides	Valladolid	Mojados
León	Carrizo	Valladolid	Portillo
León	Santa Marina del Rey	Valladolid	Nava del Rey
León	Villadecanes/Toral de los Vados	Valladolid	Viana de Cega
Palencia	Saldaña	Zamora	Morales del Vino
Palencia	Dueñas		

ANEXO 2. Las 39 bibliotecas municipales de Castilla y León que respondieron a la encuesta.

BIBLIOTECA	MUNICIPIO	PROVINCIA
B.P.M. de Piedralaves	Piedralaves	Ávila
B.P.M. de Sotillo de la Adrada	Sotillo de la Adrada	Ávila
B.P.M. “José María Rodríguez Méndez”	El Barco de Ávila	Ávila
B.P.M. de El Tiemblo	El Tiemblo	Ávila
B.P.M. El Hoyo de Pinares	El Hoyo de Pinares	Ávila
B.P.M. de Roa de Duero	Roa de Duero	Burgos
B.P.M. de Alfoz de Quintanadueñas	Alfoz de Quintanadueñas	Burgos
B.P.M. de Carrizo de la Ribera	Carrizo de la Ribera	León
B.P.M. de Santa Marina del Rey	Santa Marina del Rey	León
B.P.M. “Río Órbigo”	Villarejo de Órbigo	León
B.P.M: “Fray Miguel de Benavides”	Benavides de Órbigo	León
B.P.M. de Sahagún	Sahagún	León
B.P.M. de La Robla	La Robla	León
B.P.M. de Benavides de Órbigo	Benavides de Órbigo	León
B.P.M. “Antonio Gamoneda”	Pola de Gordón	León
B.P.M. de Fabero	Fabero	León
B.P.M. de Villafranca del Bierzo	Villafranca del Bierzo	León
B.P.M. Santa María del Páramo	Santa María del Páramo	León
B.P.M. “Ana García”	Dueñas	Palencia
B.P.M. “Duque de Frías”	Herrera de Pisuerga	Palencia
B.P.M. “Modesto Lafuente”	Cervera de Pisuerga	Palencia
B.P.M. “Berta Pallares”	Cabrerizos	Salamanca
B.P.M. “Nelson Mandela”	Terradillos/El Encinar	Salamanca
B.P.M. “Inés Luna Terrero”	Vitigudino	Salamanca
B.P.M. de San Cristóbal de Segovia	San Cristóbal de Segovia	Segovia
B.P.M. de Nava de la Asunción	Nava de la Asunción	Segovia
B.P.M. de Golmayo	Golmayo	Soria
B.P.M. “Alejandro Vélez”	Mojados	Valladolid
B.P.M. de Viana de Cega	Viana de Cega	Valladolid
B.P.M. “Fray Bartolomé de Olmedo”	Olmedo	Valladolid
B.P.M. de Pedrajas de San Esteban	Pedrajas de San Esteban	Valladolid
B.P.M. de Nava del Rey	Nava del Rey	Valladolid
B.P.M. “José Jiménez Lozano”	Renedo de Esgueva	Valladolid
B.P.M. de Portillo	Portillo	Valladolid
B.P.M. “Francisco Rico Manrique”	Aldeamayor de San Martín	Valladolid
B.P.M. de Santovenia de Pisuerga	Santovenia de Pisuerga	Valladolid
B.P.M. de Boecillo	Boecillo	Valladolid
B.P.M. “Ventura García Escobar”	Medina de Rioseco	Valladolid
B.P.M. de Morales del Vino	Morales del Vino	Zamora

ANEXO 3. Encuesta sobre el uso de herramientas 2.0 en Bibliotecas Públicas de municipios de Castilla y León con menos de 5000 habitantes.

Estimado señor/a:

Le envío esta encuesta que pretende reunir datos, a partir de las respuestas que proporcione la persona encargada de la gestión de la información de la biblioteca, sobre el uso de herramientas 2.0. La encuesta pretende determinar qué tipo de herramientas son las más utilizadas, el grado de uso y aceptación por parte de los usuarios y la problemática existente en este tipo de bibliotecas para implementar estas herramientas.

Le agradecemos su colaboración.

Autor: Raúl Fierro

Encuesta realizada para un TFG de la Universidad de León.

Nombre de la Biblioteca

.....

Número aproximado de usuarios con carnet de la biblioteca

.....

¿Cuántas horas permanece la biblioteca abierta a la semana?

- Menos de 20 horas
- Entre 20 y 24 horas
- Entre 25 y 29 horas
- Entre 30 y 34 horas
- Entre 35 y 39 horas
- 40 horas o más

¿Cuántas personas trabajan en la biblioteca?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

¿Qué herramientas 2.0 o de la web social utiliza la biblioteca regularmente para informar, darse a conocer o dar a conocer sus servicios? (marque todas las que utilice)

- Ninguna
- Facebook
- Twitter
- Blog

- Wiki
- Instagram
- Pinterest
- Flickr
- YouTube
- Vimeo
- LinkedIn

¿Utiliza la biblioteca otras herramientas 2.0 para darse a conocer o para dar a conocer sus servicios? Indique cuáles

.....

En el caso de que utilice alguna herramienta 2.0 ¿Qué valoración hace, cuantitativamente, del uso y participación de los usuarios en estas herramientas? (si añaden comentarios; crean contenido; dan "likes", "me gusta"; etc.) (indique la cantidad de uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0 de la biblioteca en una escala del 1 al 5)

- | | | | | |
|------------------|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 = Muy poco uso | | | | |
| 5 = Mucho uso | | | | |

¿Qué herramienta 2.0 considera que es la más interesante para difundir información de la biblioteca y de sus servicios? (marque sólo una)

- Facebook
- Twitter
- Blog
- Wiki
- Instagram
- Pinterest
- Flickr
- YouTube
- Vimeo
- LinkedIn
- Otras

¿Qué interés cree que tienen estas herramientas para la difusión y dinamización de la biblioteca? (indique el nivel de interés en una escala del 1 al 5)

- | | | | | |
|----------------------|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Poco interesantes | | | | |
| 5. Muy interesantes | | | | |

¿Cuál cree que es/sería la herramienta 2.0 en la que más participan/participarían los usuarios a través de comentarios, valoraciones, generación de contenido, etc? (marque sólo una respuesta)

- Facebook
- Twitter
- Blog
- Wiki
- Instagram

Pinterest

Flickr

YouTube

Vimeo

LinkedIn

Otras

¿Dispone la biblioteca de alguna guía o manual de estilo y de buenas prácticas en redes sociales que planifique la estrategia y que marque las pautas de uso de las herramientas 2.0?

Sí

No

¿Qué impedimentos encuentra para usar herramientas 2.0 en la biblioteca manteniendo en ellas cierta actividad de forma constante? (marque todas las que considere oportunas)

Ningún impedimento

Falta de personal/tiempo para dedicarse a ello

Insuficiente capacitación tecnológica para dedicarse a ello (desconocimiento del funcionamiento de las herramientas 2.0)

Creencia personal o de la institución a la que pertenece de que no son de mucha utilidad

Otros