

Plan de Medios Sociales Bibliotecas Públicas del Ayuntamiento de Oviedo

“Las #bibliotecas tienen que despertar el sentimiento de pertenencia de sus usuarios”
(Marquina, 2016)

Desde la coordinación bibliotecaria del Ayuntamiento de Oviedo se presenta el Plan de Medios Sociales para las bibliotecas públicas municipales de Oviedo, un plan que nace con un espíritu de continua revisión y actualización, así como abierto a la futura colaboración de los/as bibliotecarios/as de la red.

El Plan ha sido el paso previo a la presencia de las bibliotecas municipales en la web social, hasta ahora inexistente.

Este Plan de Medios Sociales organiza el uso de estos medios y establece el modelo de presencia en la web social. En él se recogen las recomendaciones y pautas generales de actuación.

Estamos en una fase de iniciación, experimentación y aprendizaje, implantar medios sociales en una organización siempre es un largo proceso.

Este Plan de Medios Sociales debería formar parte de un futuro Plan Estratégico para las Bibliotecas del Ayuntamiento de Oviedo.

INTRODUCCIÓN	3
WEB SOCIAL Y BIBLIOTECAS	4
SITUACIÓN ACTUAL DE LAS BIBLIOTECAS	5
ANÁLISIS DAFO	6
OBJETIVOS	7
ESTRATEGIA	7
CONTENIDOS	8
NORMAS DE USO Y ESTILO EN LOS MEDIOS SOCIALES	9
MEDIOS SOCIALES	10
FACEBOOK	10
ISSUU / SCRIBD	10
MONITORIZACIÓN Y EVALUACIÓN	11
GESTIONAR SITUACIONES DE CRISIS	12
CONCLUSIONES	12
BIBLIOGRAFÍA	13

Introducción

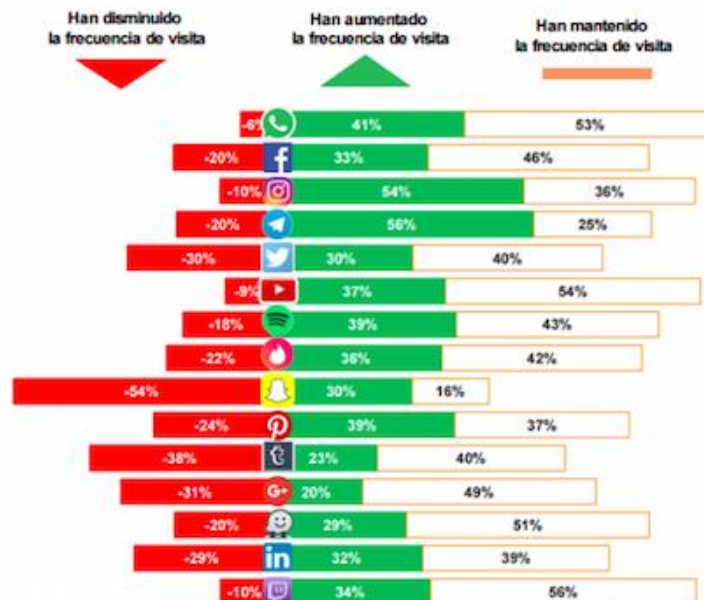
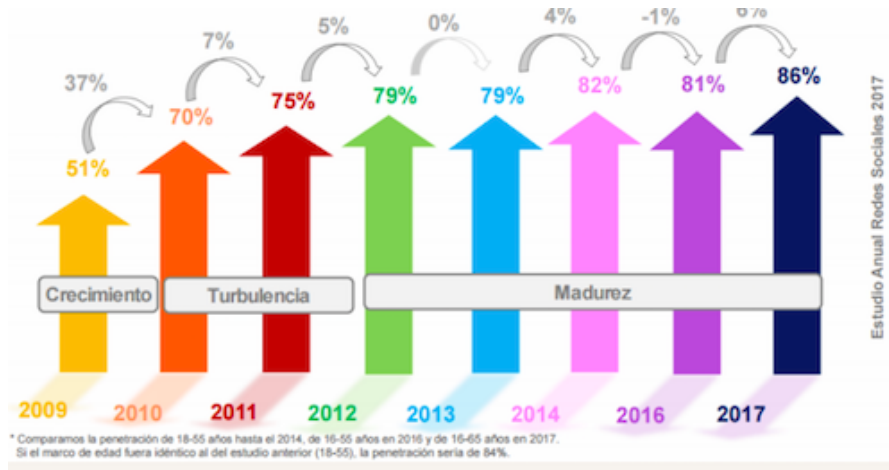
La sociedad digital es una realidad en alza. Según los datos del informe que año a año hace [We Are Social](#) referente a 2017, en España son ya 37, 87 millones de personas las que usan Internet y 25 millones las que hacen uso de alguna de las redes sociales.



Según el informe de la Fundación Telefónica [La sociedad de la información en España en 2016](#) Internet se ha convertido ya en una herramienta fundamental para el desarrollo de la mayoría de las actividades tanto a nivel profesional como personal: administración electrónica, big data, e-health, ciudades inteligentes, e-learning, MOOCs, ... son realidades con las que la ciudadanía convive día a día.

“Ocho de cada diez españoles entre los dieciséis y los setenta y cuatro años ha usado Internet en los últimos tres meses durante el año 2016. Concretamente, el 80,6% de los españoles de ese segmento de edad es usuario de Internet, 1,9 puntos porcentuales más que en el año 2015. De los más de 27,7 millones de usuarios de Internet en los que se traducen estas cifras, el 95% es usuario frecuente, es decir, esos internautas acceden al menos a Internet una vez a la semana. Esto supone un 76,5% de la población total, 1,8 puntos más que en 2015”.

De acuerdo con los datos del [Estudio Anual de Redes Sociales en España 2017](#), el 86% de los internautas de entre 16 y 65 años utilizan las redes sociales (19,2 millones de personas). Facebook (99%) y Twitter (80%) siguen siendo las redes más mencionadas, muy por delante de Instagram (63%) o LinkedIn (25%). Y según el Observatorio de Redes Sociales 2016, nueve de cada diez internautas tiene una cuenta activa en alguna de las redes, siendo Facebook la más utilizada.



Hoy en día, para cualquier empresa, y las bibliotecas no son una excepción, se hace imprescindible convivir de manera complementaria en el entorno físico y en el digital, en el espacio tradicional y en los nuevos espacios surgidos con los cambios tecnológicos y de comunicación, adaptándose a las nuevas necesidades de la sociedad.

“Las redes sociales están en casi todo y casi todos están en las redes sociales” (González, 2011)

Web social y Bibliotecas

La Web 2.0 es la evolución de la Web en la que los/as usuarios/as dejan de ser pasivos para convertirse en activos, participan y contribuyen en el contenido de la red siendo capaces de crear, dar soporte y formar parte de comunidades virtuales, son prosumidores. La Web 2.0 es un concepto que se creó en 2003 y se refiere al fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet.

La Web 2.0 o Web social es una realidad que sigue creciendo. La presencia en redes sociales es cada vez mayor por parte de la ciudadanía, cada vez más gente usa alguna de las muchas existentes en Internet tanto en su vida personal, social como profesional. Las formas de comunicarse, interactuar, de participar las personas con las instituciones ha cambiado de forma radical. Podremos estar de acuerdo o no en el uso de las redes sociales, pero lo que no podemos negar es su presencia y su importancia, y esto ha obligado a las bibliotecas a trasladar sus servicios hacia el modelo 2.0, entendiéndolo como una nueva plataforma que permitirá mejorar sus servicios y estar en sintonía con la nueva forma de entender la comunicación y la interacción entre bibliotecas y personas usuarias. Las bibliotecas tienen que estar, como siempre han hecho, donde estén sus usuarios/as. Las bibliotecas hoy tienen que ser también 2.0, tiene que seguir siendo bibliotecas sociales (Library 2.0 definida por Michael Casey en 2008)

“La interacción en redes sociales no es una moda pasajera, es una nueva forma de comunicación que irá desarrollándose, cambiarán las plataformas, las funcionalidades, las herramientas que proporcionan cada una de ellas, pero perdurará el sentido de interactuar en las mismas” (Fernández, 2011)

Desde los inicios en el 2005 son muchas las bibliotecas que están presentes en las redes sociales, es más, se ha integrado este trabajo en “la cotidianidad del trabajo diario” (González, Nieves, 2016) mejorando la comunicación con las personas usuarias, aumentando la visibilidad de las bibliotecas e incluso favoreciendo la lectura y la formación.

“Las redes sociales hay que tomarlas como una función más dentro de todas las funciones llevadas a cabo por el personal de trabajo” (Marquina, 2016)

Se hace imprescindible que las bibliotecas públicas municipales de Oviedo estén presentes y para ello es necesario elaborar un plan: saber qué se va a hacer, por qué, cómo, dónde y para qué es necesario estar en los medios sociales.

Situación actual de las bibliotecas

Las Bibliotecas municipales dependientes del Ayuntamiento de Oviedo (11 en la actualidad) llegan con bastante retraso al mundo digital. Hasta ahora solo alguna biblioteca de manera aislada e individual tenía presencia en alguna de las redes, pero sin un plan conjunto como red de bibliotecas.

Sin embargo, este retraso nos puede beneficiar. Contamos con muchas experiencias que nos permiten empezar desde resultados y análisis de otras bibliotecas enfocando el tema desde otra perspectiva hacia resultados más positivos.

Análisis DAFO

	ASPECTOS FAVORABLES	ASPECTOS DESFAVORABLES
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo institucional. • Formación de la coordinación en el tema. • Un plan por escrito. 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Poco espíritu de red. • Falta de personal dedicado solo a este tema (community manager). • Falta de tiempo y en algunos casos formación por parte del personal bibliotecario para contribuir. • Conexiones no siempre buenas a la red. • Falta de tiempo coordinación.
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • El retraso favorece conocer otras muchas experiencias de bibliotecas y redes sociales. • Hay estudios ya de errores/fracasos. • Uso masivo de las redes sociales por parte de la ciudadanía. 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • Muchos elementos competitivos. • Otros espacios pueden ocupar nuestra posición. • Rapidez en los cambios y novedades en los medios sociales.

¿Por qué es necesario que las bibliotecas públicas ovetenses estén en los medios sociales?

- Supone una clara mejora de los servicios ofertados a la ciudadanía:
 - Difusión rápida, inmediata, eficaz de las actividades.
 - Una imagen más atractiva, actual de las bibliotecas (marketing).
 - Mayor cercanía y mejor comunicación con nuestros/as usuarios/as.
 - Se potencia la participación, crear una comunidad virtual en torno a las bibliotecas, aprovechando la inteligencia colectiva.
- Permite una mayor visualización de las bibliotecas
 - Estarán donde están sus usuarios/as y sus potenciales usuarios/as.
 - Se crea una reputación digital.
 - Conectamos con otros/as profesionales y bibliotecas.

Este paso supone una clara oportunidad para mejorar la imagen de las bibliotecas municipales, conseguir una buena reputación digital y crear una plataforma de

comunicación fácil, eficaz, eficiente con los/as usuarios/as a la vez que favorecer su participación interactuando de forma directa con las bibliotecas. “La participación e interacción con el usuario ha de ser el punto de partida de cualquier servicio, ya sea presencial o virtual”. (Lozano, 2008)

Objetivos

- Aumentar las posibilidades de comunicación con los/as usuarios/as a través de estos nuevos canales que permiten una mayor aproximación, cercanía e interacción con los/as mismos/as por parte de las bibliotecas.
- Fomentar la participación creando una verdadera comunidad social.
- Dar mayor visibilidad a las bibliotecas.
- Actualizar y mejorar la imagen de las bibliotecas, crear una reputación digital.
- Difundir los servicios y actividades de las bibliotecas.
- Aumentar niveles de utilización de las bibliotecas.
- Creación y curación de contenidos.
- Redirigir tráfico hacia la web de las bibliotecas (cuando la tengamos actualizada).

Estrategia

“Hay que evitar estar por estar y crear espacios que después no se van a atender ya que el efecto puede ser justo contrario al esperado” (González, 2011)

- Se opta por tener **una sola presencia**, como conjunto, como red, de las bibliotecas públicas municipales ovetenses en la Web Social con el fin de agrupar seguidores/as y mantener un alto nivel de flujo informacional.
- Establecemos un **calendario** de presencia en las redes. Los estudios sobre la presencia en las redes de diferentes bibliotecas hablan siempre de que hay que superar el querer estar en todas, es imposible hacer una buena labor por falta la mayoría de las veces de tiempo o recursos, y acaban estando perfiles vacíos y/o comunicando lo mismo en diferentes redes, algo que, también está demostrado, cansa a los/as usuarios/as que no quieren leer más de los mismo en diferentes lugares. Las personas quieren que les despiertes un sentimiento que haga que sigan tus medios sociales (Marquina, 2016) Estar en muchas a la vez, no significa que se gane calidad en lo que se ofrece ni que se logre sorprender y atraer a los/as lectores/as.

Tenemos que hacer una **elección** de dónde queremos estar y por qué:

- Primera fase, agosto 2017:

- **Facebook:** comunicación directa con usuarios/as, canal de difusión de actividades, como marketing de las bibliotecas, eventos, contenidos, encuestas, grupos con intereses afines. Se analizarán también las posibilidades de esta red para el fomento de la lectura (Clubs de Lectura virtuales) y para la formación. ¿Por qué Facebook? Porque es, sin duda, la red más utilizada por la población
 - **Issuu, Scribd** como plataformas de creación de contenidos propios de las bibliotecas públicas municipales, especialmente guías de lectura, sugerencias lectoras. Las bibliotecas como creadoras y curadores de contenidos. ¿Por qué? Las bibliotecas contribuyen a una sociedad sostenible, queremos habituar a la lectura digital e ir abandonando el papel para este tipo de documentos.
- Segunda fase (2018): abrir una cuenta en **Twitter**, como canal de comunicación rápida y ágil de las actividades de las bibliotecas.
 - En un futuro más lejano se podría participar en otras redes como: Youtube (actualmente con un alto grado de participación y crecimiento especialmente por parte de jóvenes), LinkedIn, Instagram, Wikipedia, Slideshare, Pinterest, Blog, Whatsapp...

El incorporarse a las diferentes redes, dependerá de la disponibilidad de tiempo y/o recursos para ello y por otro lado del análisis de las tendencias de las mismas. (Como dato curioso, en 2016 el Observatorio de Redes Sociales señala una media de dedicación al Whatsapp de 2 horas/día). Lo ideal sería poder contar con un profesional bibliotecario dedicado a estas tareas (Community manager)

Contenidos

Además de actualizar y estar al día, conviene fijarse de manera importante en la calidad, originalidad, relevancia de los mismos. Según datos del [Observatorio de Redes Sociales](#) de 2016 los/as usuarios/as cada vez están siendo más exigentes. La información que les llega es cada vez mayor, no son capaces de controlar, les abruma, por eso hay que saber llegar en posición anticipada, sorprender y sobre todo generar confianza en nuestras publicaciones. Contenidos pertinentes en un tono que atraiga a los posibles lectores/as en relación con el ámbito que nos atañe.

- Noticias propias: una forma ágil, rápida y muy eficaz para dar a conocer los servicios, novedades, actividades, eventos de las propias bibliotecas.
- Noticias del ámbito municipal y/o cultura local.
- Noticias externas relacionadas con el mundo del libro y las bibliotecas.
- Fomento de la lectura y formación.
- Secciones habituales: libro del mes, citas literarias...

- Editar contenidos: guías de lectura, recursos formativos.. que generen un valor añadido a las bibliotecas más allá de la mera difusión de información.
- Potenciar el conocimiento de autores/as, artistas... vinculadas con la ciudad
- Escaparate también de las lecturas y acciones de los Clubs de Lectura.

Normas de uso y estilo en los medios sociales

Los medios sociales deben usarse de acuerdo a la filosofía, objetivos y fines de las propias bibliotecas municipales cuidando siempre la imagen de las mismas a la vez que la de la institución a la que pertenecen: el Ayuntamiento.

Somos un servicio público. La forma de trabajar, de relacionarse, la responsabilidad que se tiene en los medios sociales debe ser la misma que en el espacio físico.

Estar presente en las redes sociales debe verse siempre como parte de la gestión de bibliotecas de cara a mejorar los servicios ofrecidos a la ciudadanía.

Se debe regir, como en el mundo presencial, por los principios de honestidad, calidad, participación y transparencia de acuerdo con la propia filosofía del Ayuntamiento teniendo como principal objetivo a las personas que se atiende favoreciendo su participación y atendiendo sus peticiones, escuchando.

Hay que dar a conocer en las redes las normas mínimas de convivencia en el mundo digital (netiqueta): respeto, libertad, derechos de las personas dejando claro la misión y funciones de las bibliotecas y la institución que representan dejando al margen otras cuestiones que no atañen a las mismas.

Se debe procurar utilizar un lenguaje directo e informal en la medida de lo posible; textos breves fáciles de leer y comprender; siempre respetuoso; utilizar un tono amable, cordial; objetividad.

Nunca dar opiniones personales ni partidistas ni participar en debates de tipo político, ético en los medios sociales de las bibliotecas. Estamos hablando en nombre de una institución y no personal.

Responder siempre a las preguntas, comentarios de los/as usuarios/as con estos mismos criterios.

Favorecer la libertad de expresión pero cuidando que no se den actitudes negativas de violencia, racismo, xenofobia o cualquier otra actitud de intolerancia o falta de respeto a cualquier persona. Las bibliotecas se reservarán el derecho a publicar o eliminar comentarios de este tipo.

Todo lo que se publique debe hacerse respetando al máximo los derechos de autor. Lo que se publiquen por las bibliotecas pueden hacerse bajo alguna licencia tipo *creative commons* si así se requiere favoreciendo siempre el libre acceso a la información y los contenidos.

Medios sociales

Facebook

Es una de las redes más utilizada y más potente. Una herramienta que permite interactuar, comunicarse con las personas usuarias de las bibliotecas de manera rápida y eficaz.

Facilita una mayor visibilidad de la biblioteca; permite difundir de manera rápida los servicios, actividades de la biblioteca; mejora la imagen de la biblioteca; se puede crear contenido; facilita la escucha.

Se creará una página, no un perfil, aunque su gestión obliga a tener un perfil que será el de la cuenta de coordinación bibliotecas.

Se publicarán 1 ó 2 post al día como mínimo con relación a:

- Noticias de las bibliotecas de la red.
- Actividades programadas por las bibliotecas.
- Enlaces a las guías o documentos publicados en Issuu y/o Scribd.
- Juegos literarios (viernes).
- Efemérides literarias, culturales, locales (Un día como hoy)
- Libro del mes (cada 16 de cada mes desde una biblioteca).
- Fotos de cada biblioteca y sus actividades.
- Sobre escritores locales.
- Noticias relacionadas con el mundo del libro y las bibliotecas en general.

Indicadores a tener en cuenta:

- Número de entradas al día
- Número de seguidores
- Número de “me gusta”
- Número de aportaciones
- Número de preguntas contestadas y tiempo

Issuu / Scribd

Son servicios que permiten subir documentos y compartirlos. La red de bibliotecas de Oviedo tendrá una sola cuenta genérica a la que se subirán todos los documentos elaborados por cada una de las bibliotecas respondiendo siempre criterios de calidad. Serán documentos que sirvan para la formación de las personas, guías de lectura, manuales.

Indicadores:

- Número de documentos subidos
- Número de documentos vistos
- Número de impresiones

Monitorización y evaluación

Una tarea imprescindible con la puesta en marcha de la presencia en los medios sociales es pensar en la tarea de seguimiento y monitorización de las mismas, tanto en lo referente a nuestra propia participación como a la escucha, es decir, lo que se dice en las redes de nuestra marca y que irá conformando nuestra reputación digital. Si nosotros no gestionamos nuestra reputación digital, otros lo harán por nosotros.

Herramientas como *Google Alerts* y/o *Social mention* nos permiten seguir todo lo que se dice de nosotros en las redes; *Hootsult* es una herramienta web para la gestión de varios perfiles en diferentes medios sociales, permitiendo administrar desde un sólo sitio diferentes cuentas y plataformas.

Además métricas e indicadores son también imprescindibles para conocer si se van consiguiendo los objetivos establecidos y poder resolver situaciones conflictivas o de fracaso y poder modificar la estrategia.

VISIBILIDAD	ALCANCE (popularidad) <ul style="list-style-type: none"> • Nº de Seguidores • Nº Me gusta • Media de alcance de las publicaciones • Número de lecturas 	FRECUENCIA (actividad) <ul style="list-style-type: none"> • Nº tuits • Nº entradas Facebook • Nº de publicaciones • Nº de fotos, vídeos subidos • Nº de documentos creados
FIDELIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos usuarios procedentes de las redes • Aumento participación en actividades • Tráfico hacia la web de bibliotecas (cuando la haya) • Tiempo de permanencia en la web (cuando la tengamos) 	
INFLUENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Índice Klout (mide la relevancia en las redes Facebook y Twitter) • Reputación digital, marca bibliotecas • Nº de comentarios positivos • Nº de comentarios negativos • Nº de menciones 	
PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Nº comentarios 	TIPO DE USUARIOS/AS <ul style="list-style-type: none"> • Pasivo

	<ul style="list-style-type: none">• N^o retwiits• N^o me gusta	<ul style="list-style-type: none">• Participativo• Entusiasta
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Posibles herramientas para la evaluación: *Google Analytics, Facebook Insights*, índice *Klout* sin olvidarnos de evaluar los aspectos cualitativos para lo que nos puede ayudar *Get satisfaction*.

Gestionar situaciones de crisis

Al estar expuestos a la opinión pública, hay que tener previsto qué hacer en caso de posibles situaciones críticas, de comentarios negativos que puedan perjudicar nuestra reputación digital.

Ante esta posible situación:

- identificar en qué medio se ha originado
- analizar la causa de la queja
- saber quién
- responder, reconocer error y explicar los motivos.

Conclusiones

Estamos ante un nuevo reto para las bibliotecas públicas municipales conscientes de la necesidad de asumirlo y también del esfuerzo que esto supondrá. Nuestro interés es mejorar los servicios prestados a la ciudadanía e intentar ganar la confianza de los/as usuarios/as, hasta ahora muy alta, también en el espacio digital.

La presencia en las redes sociales nos permitirá impulsar la comunicación, la participación de los/as usuarios y de la ciudadanía en general en las bibliotecas municipales. La apertura a las redes nos hará también estar más expuestos, tenemos que saber escuchar a la gente y mejorar con ellos la imagen de las bibliotecas.

Bibliografía

- *VIII Observatorio de Redes Sociales*. [en línea]. 2016. Disponible en: <https://es.slideshare.net/TCAAnalysis/viii-observatorio-de-redes-sociales>
- CASEY, Michael E. *Library 2.0: service for the Next-Generation Library*. [en línea]. 2006. Disponible en: <https://docs.google.com/file/d/0B6Rc1-COLCvreWJveVh6c0VCOWs/edit>
- CELAYA BARTURE; Javier. *Las bibliotecas en las redes sociales: más allá de los "amiguitos"*. [en línea] V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Gijón, 2010. Disponible en: <http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/4971/1/JavierCelaya.pdf>
- *Difusión de la información a través de las Redes Sociales*. [en línea]. Programa de formación en materia de bibliotecas, 2013. Dirección General de Cultura, Servicio de Bibliotecas y Lectura. Consejería de Educación, Cultura y Deportes de Castilla-La Mancha. Disponible en: <http://reddebibliotecas.jccm.es/portal/index.php/acceso/documentacion-tecnica/category/12-formacion?download=71:difusion-informacion-redes-sociales>
- FERNÁNDEZ GARCÍA, Jesús. *Diseño e implementación de un plan de Social Media Marketing (o Marketing 2.0) en la Biblioteca de la Universidad de Cádiz*. [en línea] Trabajo Fin de Master, dirigido por Eva Méndez, octubre 2011. Master Universitario en Bibliotecas y servicios de información digital de la Universidad de Madrid Calos III. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/16456/1/Fernandez-Garcia%20-%202011%20-%20Dise%C3%B1o%20e%20implementaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20Social%20Media%20Marketing%20%28o%20Marketing%202.0%29%20en%20la%20Biblioteca%20de%20la%20Universidad%20de%20C%C3%A1diz.pdf>
- GARCÍA GIMÉNEZ, Daniel. *Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas*. [en línea] BID, nº 24, junio 2010. Disponible en: <http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>
- GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ VILLAVICENCIO, Nieves [en línea]. *Bibliotecas, medios y métricas de la web social*. Anales de Documentación vol. 19, nº 1, 2016. Disponible en: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/234001/190721>
- GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ VILLAVICENCIO, Nieves [en línea]. *Marketing social en bibliotecas universitarias*. 1er Encuentro de bibliotecarios REBICS, Red de Bibliotecas ANUIES, región sur, México. 20 y 21 de Octubre de 2011. Disponible en: http://web.uaemex.mx/REBICS/docs/publica_memorias/052_res_videoconf_marketing_NGFV.pdf
- GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ VILLAVICENCIO, Nieves. *Métricas de la web social para bibliotecas*. Barcelona: UOC, 2016
- *Guía de usos y estilo en las redes sociales del Gobierno vasco* [en línea]. 2ª ed. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2012. Disponible en: http://bideoak2.euskadi.net/redesyblogs/guia_usos_y_estilos_en_rrss_del_eig/v/guia_de_usos_y_estilo_en_las_redes_sociales_del_gobierno_vasco_v2.pdf

- LOZANO, Roser. Biblioteca 2.0: ¿revolución o nuevo maquillaje para viejas formas de hacer? [en línea] *Anuario ThinkEPI*, 2009, p. 120-125. Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/32005/17002>
- MARGAIX ARNAL, D. (2008). *Informe APEI sobre web social*. Informe Apei 1, 2008. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/12506/1/informeapeiwebsocial.pdf>
- MARQUINA, Julián. *Como sacarle partido a las redes sociales de la biblioteca sin ser un experto* [en línea] 3 de mayo de 2016. Disponible en: <http://www.julianmarquina.es/como-sacarle-partido-a-las-redes-sociales-de-la-biblioteca-sin-ser-un-experto/>
- MARQUINA, Julián. *El uso de Twitter y Facebook en las bibliotecas*. [en línea] 27 septiembre 2010. Disponible en: <http://www.julianmarquina.es/uso-twitter-facebook-bibliotecas/>
- MERLO VEGA, José-Antonio La biblioteca en la web social [en línea] *Educación y Biblioteca*, 2010, n. 177, pp. 61-65
- MERLO VEGA, José Antonio. *Las diez claves de la web social*. [en línea] 2008. Disponible en: https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/17933/1/DBD_Las-diez-claves-de-la-web-social.pdf
- O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0*. [en línea]. 2005. Disponible en: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- *Plan de medios sociales BUAH*. [en línea]. Universidad de Alcalá, 2013. Disponible en: http://biblioteca.uah.es/biblioteca/documentos/plan_medios_sociales_BUAH.pdf
- SÁNCHEZ GARCÍA, José M^a. Las redes sociales en las bibliotecas públicas en la provincia de Málaga [en línea] *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*. N° 104, Julio-Diciembre 2012, pp. 92-96. Disponible en: <https://www.aab.es/app/download/10100541/Redes.pdf>
- VEIGA GARCÍA, Consuelo. *Análisis del desarrollo de la Web Social en las Bibliotecas Públicas asturianas: una primera aproximación*. Trabajo Fin de Master dirigido por Eva Méndez. Master Universitario en Bibliotecas u servicios de información digital Universidad Carlos III. 2013.