



Biblioteca 2.0: Manual de uso

<http://biblioteca.ulpgc.es/>

The screenshot shows the homepage of the library website. At the top, there is a navigation bar with the university logo and name, followed by a search bar and a menu with options like 'Inicio', 'Conócenos', 'Bibliotecas', 'Servicios', 'Formación', 'Colecciones', and 'Blogs'. Below the navigation bar, there are several sections: 'Noticias' with a list of news items, 'Destacados' featuring a Springer article about a trial access to books, and a calendar for January 2016. The main content area is divided into 'Recursos' (Resources) for different user groups (Estudiantes, PDI, PAS, Externos) and 'Colecciones digitales' (Digital Collections) including institutional repositories and archives. At the bottom, there are social media sharing buttons and a footer with contact information and a language selector.

Autoría: Grupo de trabajo de la Web 2.0
26 de enero de 2016



ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Principios generales de actuación**
- 3. Objetivos generales para el uso de las herramientas 2.0**
- 4. Forma de comunicar en las redes sociales**
- 5. Recomendaciones para contestar comentarios**
- 6. Community Manager de la Biblioteca Universitaria**
- 7. Whatsapp**
- 8. Facebook**
- 9. Twitter**
- 10. Youtube**
- 11. Pinterest**
- 12. Flickr**
- 13. ISSUU**
- 14. Wikipedia**
- 15. Blogs (Wordpress)**
- 16. Códigos QR**
- 17. Bibliografía**



1. Introducción

La web 2.0 ofrece un escenario ideal para la mejora y la innovación de los servicios bibliotecarios a través de sus diferentes herramientas. Las redes sociales son una puerta de acceso que la Biblioteca de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria utiliza para comunicar y difundir sus servicios a toda la comunidad universitaria y al conjunto de la sociedad en general y, a la vez, conocer la percepción que se tiene de los mismos con el fin de mejorarlos.

La importancia que han adquirido las redes sociales con Internet y las nuevas tecnologías hacen que cambie nuestra forma de trabajar, las comunicaciones y nuestro entorno. La Biblioteca Universitaria (en adelante BU) no quiere quedarse al margen de estos cambios. Precisamente por ello, desde la creación del Grupo de trabajo de la Web 2.0, el 12 de marzo de 2009, venimos estudiando y preparando el uso de las herramientas 2.0 para mejorar la imagen web de nuestra Biblioteca. Como resultado tenemos presencia en las principales redes sociales y hacemos uso de herramientas como son blogs, contribuciones a Wikipedia, ISSUU, etc.

Es fundamental preservar y cuidar la imagen de la Biblioteca, y con ella de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, en la red. Por ello es conveniente establecer unas normas de uso y estilo en las redes sociales.

Como Biblioteca 2.0 seguimos las directrices establecidas dentro de la Línea 3, objetivo 4, de REBIUN, para garantizar el acceso multiplataforma a los servicios y colecciones de nuestra biblioteca.

2. Principios generales de actuación

- La comunicación y difusión de la información virtual debe ser tan eficaz como la presencial.
- La gestión de las redes y espacios sociales debe ser clara y transparente.



- La información y la comunicación ha de ser pertinente, adecuada y objetiva.
- La comunicación debe ser respetuosa, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos que animen a la participación.
- Citar siempre la fuente de donde procede la información, utilizar preferiblemente contenidos con licencias copyleft, Creative Commons (CC) y respetar los derechos de autoría.
- El contenido que generemos también puede crearse bajo distintas licencias, entre las más conocidas destacan las Creative Commons.
- Garantizar la confidencialidad, no publicando datos personales, fotografías, etc. relativos a personas físicas que no nos hayan autorizado a hacerlo.

3. Objetivos generales para el uso de las herramientas 2.0

- Dar visibilidad a la Biblioteca y a los servicios que se ofrecen, para promover un mayor uso y facilitar su difusión.
- Fomentar el dialogo y facilitar la interacción.
- Mantener el contacto directo y el feedback con las y los usuarios para conocer mejor sus necesidades y mejorar los servicios.
- Mejorar la imagen de la Biblioteca para adecuarla a los cambios sociales con una imagen dinámica y actual.
- Compartir y colaborar con otros y otras usuarias de la red.

4. Forma de comunicar en las redes sociales

La forma de comunicarnos con las personas que nos sigan en la web social viene marcado por el tipo de red social que utilizemos, aunque en líneas generales tendremos en cuenta los siguientes criterios:

- Utilizar un lenguaje directo, simple, informal y no sexista.



- Se recomienda evitar los convencionalismos y utilizar la segunda persona del singular: tu.
- Elaborar textos breves, siempre acompañados de una imagen representativa para el contenido del texto. Ésta debe ser de buena calidad y estar libre de derecho o bajo licencias CC, citando siempre la fuente o autoría correspondiente.
- Emplear frases claras y concisas.
- Presentar el texto de forma ordenada, utilizando una única idea en cada párrafo e incluyendo enlaces que faciliten el acceso a la información.

Tanto en Facebook como en Twitter, muchas de las publicaciones sólo son visibles por una minoría de personas, por lo que conviene publicar el mismo contenido varias veces para conseguir una buena visibilidad (sobre todo en Twitter). Al publicar de forma manual, hay que tener en cuenta escribir en una línea o dos un resumen del contenido del *post*¹, con las palabras clave más relevantes. Es ideal alternar con otros posts, y no repetir constantemente la misma publicación durante el mismo día. Puede que ésta sea una tarea complicada, larga y laboriosa. Disponer de una comunidad de usuarios y usuarias lleva su tiempo.

5. Recomendaciones para contestar comentarios

Todos los comentarios que realicemos deben ser pertinentes, relacionados con el tema que se esté tratando, respetuosos con las opiniones de los demás y tratando de no emitir opiniones personales.

Aquellas quejas y reclamaciones que nos lleguen como un mensaje directo, como un comentario en Facebook o como una mención a nuestro perfil de Twitter y que versen sobre temas resueltos en los diferentes reglamentos de la BU, las responderemos siguiendo las normas y directrices de los mismos: Reglamento de la BU, préstamo, normas de uso, normativa para usuarios externos...

¹ Definición de Post: <https://es.wikipedia.org/wiki/Post>



Las respuestas a quejas y reclamaciones que excedan estos ámbitos serán consultadas previamente con la Dirección de la BU, haciéndoselo saber al usuario o usuaria que nos la haya hecho llegar.

Algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de responder a comentarios:

- No ofrecer información que pudiera considerarse confidencial.
- Respetar la privacidad y la intimidad de las personas.
- La información que se ofrezca debe ser veraz y contrastada.
- Aceptar las críticas y valorar si es necesario contestar.
- No eliminar ningún comentario ni crítica siempre y cuando no infrinja la legislación vigente.
- El tiempo máximo de respuesta a cualquier duda o pregunta no debe ser superior a las 24 horas.

En caso de la imagen y la reputación de la Biblioteca se viera perjudicada es conveniente:

- Identificar el problema: qué ha pasado y por qué.
- Decidir si es relevante.
- Identificar el tipo de usuario/a.
- Decidir el canal de comunicación con el usuario/a.
- Establecer una respuesta adecuada.
- Hacer un seguimiento.

6. Community Manager (CM) de la Biblioteca Universitaria

Será la persona o personas que se responsabilicen de la gestión de las herramientas web 2.0 y de la interacción con la comunidad y la sociedad, dinamizándola en torno a la BU.

El objetivo es mejorar los niveles de utilización de los servicios y recursos, así como mantener una comunicación fluida y directa con nuestros usuarios y usuarias de forma que podamos aprovechar ese “feedback” para conocer mejor sus necesidades



y mejorar nuestros servicios y la percepción que la comunidad universitaria tiene de la Biblioteca y cuidar la reputación de la misma.

El o la CM de la BU es la voz de la Biblioteca hacia la comunidad, una voz positiva y abierta que responde y conversa activamente en todos los medios sociales en los que la Biblioteca tenga perfil. Además, conoce bien los servicios y los recursos disponibles, por tanto, cuenta con un buen criterio para seleccionar y compartir contenidos de interés para la comunidad.



7. WhatsApp

Enlace: <http://biblioteca.ulpgc.es/whatsapp>

WhatsApp Messenger es una aplicación de mensajería multiplataforma que permite enviar y recibir mensajes sin pagar por SMS².

La Biblioteca Universitaria te ofrece la posibilidad de realizar tus consultas a través de WhatsApp. Nuestro número es el +34 626210811 por el que te facilitaremos la información de manera inmediata.

WhatsApp solo está disponible para teléfonos Android, iPhone 8.1+, Windows Phone 8.0 y 8.1, Nokia S60, Nokia S40 Single SIM EVO, BlackBerry y BlackBerry 10.

Uso en móviles: está disponible para teléfonos Android, iPhone 8.1+, Windows Phone 8.0 y 8.1, Nokia S60, Nokia S40 Single SIM EVO, BlackBerry y BlackBerry 10.

Objetivo: Comunicamos noticias y resolvemos dudas o preguntas relacionadas con los servicios, recursos, instalaciones, equipamiento, horarios, etc. ofrecidos por la Biblioteca. No se atienden las peticiones de renovación, reserva e información sobre sanciones o documentos en préstamo, así como las consultas sobre datos de carácter personal.

² WhatsApp: <https://www.whatsapp.com/>



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Biblioteca Universitaria

Las consultas bibliográficas complejas se remitirán por correo electrónico a las bibliotecas temáticas.

Dirigido a: Cualquier persona, pertenezca o no a la comunidad universitaria.

Contenido: Mantiene una lista de difusión de la Biblioteca Universitaria y la creación del Grupo del club de lectura “La Calma Lectora”

Responsables: Sección de Información (lista de difusión) y Sección de Desarrollo Organizativo (Grupo La Calma Lectora)

Indicadores:

- Número de participantes (contactos)
- Número de intervenciones (conversaciones)
- Número de listas de difusión y de grupos
- Número de noticias (envíos de la Biblioteca)

8. Facebook



Enlace: <https://www.facebook.com/bulpgc>

Sitio web que permite establecer vínculos para compartir información, principalmente a través de mensajes, enlaces, vídeos o fotografías, etc.

Objetivo: Lograr mayor visibilidad de la BU y de sus servicios y lograr una interacción fluida con las y los usuarios.



Uso en móviles: App desarrollada para la mayoría de las plataformas de smartphones existentes. El servicio de chat permite llamadas de voz pero sólo limitado a sistema iOS³.

Contenido:

- La extensión de las entradas no debe sobrepasar las 6 líneas.
- Las entradas deben ser organizadas y estructuradas en relación a su contenido: texto + foto + URL.
- Es conveniente adjuntar un enlace para ampliar la información y, cuando sea pertinente, otro que conduzca a los fondos o recursos que la Biblioteca tiene sobre la misma.
- Las fotografías, imágenes y vídeos siempre ayudan a un mayor entendimiento.
- Colocar las entradas importantes en un lugar visible durante un máximo de 7 días.

Dirigido a: La ciudadanía, formen pare o no de la comunidad universitaria.

Responsables: Sección de Información.

Actualización:

- Se recomienda no poner más de 4 noticias al día.
- Se priorizará las noticias generadas por la BU y difundidas a través de su página web, así como la difusión de actividades y servicios ofrecidos.
- La Sección responsable valorará la conveniencia de difundir los posts publicados a través de los blogs de la BU, así como cualquier otra noticia de interés relacionada o de interés para el mundo universitario.

Perfiles y páginas que la Biblioteca Universitaria sigue:

- Bibliotecas universitarias y universidades españolas
- Bibliotecas nacionales e internacionales de reconocido prestigio

³ Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>



- Asociaciones profesionales nacionales e internacionales de reconocido prestigio

Indicadores:

- Número de seguidores/as
- Número de visualizaciones de publicaciones (Alcance total diario)
- Número de seguidores/as que interactúan en la página. Diario
- Total de impresiones. Diario
- Comentarios (positivos y negativos)
- Contenidos y elementos más compartidos (uso de los *hashtag*⁴)



9. Twitter

Enlace: <https://twitter.com/bulpgc>

Twitter es una **plataforma de microblogs** que permite publicar mensajes de texto cortos, tuits, conversar y seguir a otros usuarios y usuarias. Es una herramienta idónea para comunicar novedades, servicios, herramientas, alertas, actos, vídeos publicados por la Biblioteca, para retransmitir eventos, para dialogar y colaborar.

Los temas más populares de la jornada se conocen como *trending topics*, que suelen ser aquéllos más retuiteados (*retweet*⁵).

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone, Ipad, teléfono Android, BlackBerry, Window Phone 7 y Tablet.

Objetivo: Lograr una comunicación rápida, eficaz y directa, dando visibilidad a los servicios, herramientas y actividades realizadas por la BU.

⁴ Hashtag: <https://es.wikipedia.org/wiki/Hashtag>

⁵ Definición de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>



Contenido: Noticias, servicios, herramientas y actividades relacionadas con la BU y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Así como todo aquello que pueda ser de interés para la comunidad universitaria: posts publicados en los blogs de la BU, convocatorias, ofertas de empleo, etc. Es recomendable un uso mesurado y ocasional de los hashtags: para la retransmisión de eventos de la institución, vincular tuits con un tema de actualidad o etiquetas existentes, organizar actividades participativas, etc.

Dirigido a: La Comunidad universitaria y público en general.

Responsables: Sección de Información.

Actualización:

- No existe límite en el número de tweets a publicar diariamente, aunque como mínimo se ha de publicar 1.
- Se alimenta de las noticias publicadas en la web de la BU, de los contenidos publicados en los blogs, del resto de las redes sociales en las que participa la Biblioteca, de las noticias relacionadas con el ámbito universitario, etc.
- Para responder a una duda o consulta es preferible hacerlo con un responder, así podremos seguir el hilo de la conversación.
- Cuando citen o recomienden alguna de las actividades de la Biblioteca, conviene agradecerlo públicamente.
- Los retuits (*retweet*) envían automáticamente el mensaje original sin posibilidad de editarlo, por lo que conviene valorar si se quiere añadir algún comentario adicional.
- De las menciones se debe hacer un seguimiento para saber qué opinión merece nuestra Biblioteca.

Perfiles y páginas que la Biblioteca Universitaria sigue en calidad de amigos o followers:

- Biblioteca universitarias y universidades españolas
- Bibliotecas nacionales e internacionales de reconocido prestigio
- Asociaciones profesionales nacionales e internacionales de reconocido prestigio



Indicadores:

- Número de tweets publicados
- Número de seguidores/as: debe ser consultado y anotado con carácter anual los últimos días del año o los primeros del año nuevo.
- Tweets de @bulpgc retuiteados / Número de ocasiones que los tweets de @bulpgc fueron retuiteados
- Tweets de @bulpgc marcados como favoritos / Número de ocasiones que los tweets de @bulpgc fueron marcados como favoritos
- Número de menciones



10. Youtube

Enlace: <http://www.youtube.com/user/BibliotecaULPGC?feature=mhsn>

Canal de vídeo de acceso abierto y gratis dentro de las consideradas como “herramientas sociales” a través de la cual la Biblioteca difunde los vídeos que edita.

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone, Ipad, iOS, teléfono Android, BlackBerry y Tablet.

Objetivo: Difundir los actos en los que participa u organiza la Biblioteca Universitaria de Las Palmas de Gran Canaria y servir de apoyo a la formación de usuarios y usuarias.

Contenido: se han creado 9 listas de reproducción que contienen videos de carácter formativo (tutoriales), promocionales (spot publicitarios), de interés cultural o científico realizados y editados por la Biblioteca. Además, se suman otros videos realizados por entidades con las que la BU colabora.



Dirigido a: la comunidad universitaria y la ciudadanía en general.

Responsables: Sección de Automatización y Repositorios Digitales y Mediateca.

Actualización: Dos veces por semana, aproximadamente. Vinculado a Google+, sus contenidos también se difunden a través de Facebook y Twitter.

Indicadores: (Tomados de Google Analytics).

- Número de vídeos publicados al año (manualmente)
- Número de suscriptores/as (Nuevos suscriptores en el año)
- Número de visualizaciones
- Número de me gustan (positivos y negativos)
- Número de comentarios
- Vídeos compartidos
- Datos demográficos
- Sexo
- Principales ubicaciones de reproducción



11. Pinterest

Enlace: <http://www.pinterest.com/bulpgc/>

Red social especializada en compartir imágenes (pines), en su mayoría, y videos a modo de **tablón de anuncios virtual** que permite a las y los usuarios crear y administrar en tableros temáticos (boards)

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone, Ipad o iPod Touch., iOS, teléfono Android, BlackBerry, Tablet y App Store o Google Play.



Objetivo: Aumentar el tráfico en la web de la Biblioteca Universitaria, en el Catálogo y en sus repositorios, así como difundir los diferentes servicios y actividades de la misma.

Contenido: Alterna imágenes y videos de temática muy variada, desde club de lectura, exposiciones, tutoriales, guías y actividades culturales hasta tableros dedicados a difundir la Memoria Digital de Canarias. Destacan los tableros dirigidos, principalmente, a estudiantes que muestran las novedades bibliográficas de las diferentes Bibliotecas Temáticas del tipo *BIG ¡Lo más nuevo!*.

También existen otros tableros colaborativos en los que la Biblioteca invita a publicar a sus seguidores y, a su vez, es invitada a alimentar tableros creados por otros organismos., por ej. *¿Qué lees?*.

Dirigido a: La ciudadanía, pertenezcan o no a la comunidad universitaria.

Responsables: Sección de Desarrollo Organizativo (responsable de la creación de tableros) y cada Biblioteca Temática, Sección o Grupo de trabajo (responsables del mantenimiento de los tableros que le correspondan).

Actualización: Depende del contenido de cada uno de los tableros, tendrá una actualización semanal, mensual o anual.

Indicadores:

- Seguidores
- Repines
- Comentarios
- Me gusta
- Nuevos tableros



12. Flickr

Enlace: <https://www.flickr.com/photos/bulpgc/>

Sitio web gratuito que permite almacenar, ordenar, buscar, vender⁶ y compartir fotografías y vídeos en línea (Definición tomada de Wikipedia⁷)

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone, Ipad, iOS, teléfono Android, BlackBerry, Tablet, App Store o Google Play Store.

Objetivo: Difundir las fotos y videos generados por la BU y compartirlas a través de sus redes sociales (Facebook y Twitter).

Contenido: se estructura en álbumes de fotos en su mayoría y algún video que muestran las actividades organizadas por la Biblioteca Universitaria ya sea fuera o dentro de la comunidad universitaria. Las fotos deben ser de buena calidad y estar etiquetadas con palabras clave para optimizar su búsqueda.

Dirigido a: Toda la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Responsable: Mediateca del Edificio Central de la Biblioteca Universitaria.

Actualización: En función del número de actividades organizadas por la BU. Conectaremos nuestra cuenta en Flickr con nuestras páginas o perfiles de Facebook y Twitter.

Indicadores:

- Número de seguidores/as
- Fotos más visitadas o vistas
- Numero de fotos marcadas como favoritas

⁶ Significado de vender: <http://www.20minutos.es/noticia/742307/0/flickr/fotos/venta/>

⁷Definición de Flickr: <https://es.wikipedia.org/wiki/Flickr>



- Número de comentarios
- Número de álbumes
- Total de fotos subidas
- Siguiendo (gente a quien sigue la Biblioteca Universitaria)



13. ISSUU

Enlace: <http://issuu.com/biblioteca-ulpgc>

Servicio en línea que permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, como libros, portafolios, números de revistas, periódicos, y otros medios impresos de forma realística y personalizable. En diciembre del 2008 lanzaron Smart Look, que le permite a otros sitios convertir sus documentos alojados en ediciones digitales. De esta forma, no es necesario descargar el documento para leerlo.

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone y Android.

Objetivo: Difundir las memorias e informes de la BU, así como las novedades de la Mediateca y preliminares del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (en adelante SPDC)

Contenido: Últimas adquisiciones de la Mediateca, memorias, informes y documentos de trabajo de la BU, así como los preliminares de las obras editadas por el SPDC.

Dirigido a: La comunidad universitaria y a la sociedad en general.



Responsables: Dirección y Administración de la Biblioteca Universitaria y Grupo de la Web 2.0

Actualización: La periodicidad depende de las y los creadores de los contenidos.

Indicadores:

- Número de seguidores/as
- Número de visualizaciones o impresiones
- Número de publicaciones
- Número de listas de reproducción



14. Wikipedia

Es una enciclopedia libre, políglota y editada colaborativamente. Es la mayor y más popular obra de consulta en Internet. Administrada por la Fundación Wikimedia es una organización sin ánimo de lucro. Se basa en tres principios:

- Es una enciclopedia, entendida como soporte que permite la recopilación, el almacenamiento y la transmisión de la información de forma estructurada.
- Es un wiki, por lo que, con pequeñas excepciones, puede ser editada por cualquiera.
- Es de contenido abierto.

Uso en móviles Dispositivos para Tablet Android, iPad, iPhone, Celulares Sony, Celulares Nokia, iPod⁸.

Objetivo: Dar a conocer la BU, sus herramientas y sus colecciones relacionados con la misma.

⁸ Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia_\(aplicaci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia_(aplicaci%C3%B3n))



Contenido: Artículos sobre personajes ilustres de la cultura canaria, instituciones y colecciones que de alguna manera están relacionados con la Biblioteca Universitaria.

Dirigido a: La Comunidad universitaria y sociedad en general.

Responsables: Grupo de Trabajo Web 2.0.

Actualización: Se revisan semestralmente en los meses de enero y julio de cada año todas las páginas publicadas hasta el momento.

Indicadores:

- Número de visitas
- Número de ediciones
- Número de autores/as diferentes



15. Blogs (Wordpress)

Enlace: <http://biblioteca.ulpgc.es/blogs>

Un **blog** (en español, también **bitácora digital**, o **weblog**) es un sitio web en el que una o varias personas publican textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, donde el autor o autora conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente y donde suele ser habitual que los propios lectores **y lectoras** participen activamente a través de sus comentarios.

Uso en móviles: Aplicaciones gratuitas para iPhone, Ipad, iOS, Android, BlackBerry y Tablet.

Objetivo: Difundir contenidos, eventos y noticias relacionadas con las diferentes bibliotecas temáticas y secciones de la Biblioteca Universitaria. Todos los blogs de la



BU deben cumplir unas características comunes que se recogen en [BLOGS: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA BULPGC](#). Versión 1.2 (14 febrero 2014).

Dirigido a: La comunidad universitaria y todas aquellas personas interesadas en los contenidos difundidos.

Contenido: Ocho de los blogs pertenecientes a Bibliotecas temáticas difunden el contenido generado de su propio ámbito temático y otros 5 blogs tratan temas de acceso abierto, cine, club de lectura y del campo de las bibliotecas y archivos.

Responsables: Bibliotecas temáticas y Secciones Centralizadas. Administra la Sección de Información.

Actualización: En función de la generación de noticias, eventos y contenidos relacionados con cada blog. Sin embargo, como norma general se recomienda una actualización por semana.

Indicadores:

- Número de visitas
- Número de Posts
- Número de comentarios recibidos y contestados
- Número de sesiones
- Número de usuarios/as
- Número de páginas vistas
- Número de suscriptores

16. Código QR



Es un módulo útil para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional creado por la compañía japonesa Denso Wave, subsidiaria



de Toyota, en 1994. Se caracteriza por los tres cuadrados que se encuentran en las esquinas y que permiten detectar la posición del código al lector.

La sigla «QR» se deriva de la frase inglesa Quick Response (Respuesta Rápida en español)

Todos los carteles, folletos, trípticos, marcapáginas, etc. incluirán un código QR que permita obtener información más detallada.

Objetivo: Facilitar el acceso a la web de la BU, a sus repositorios, herramientas y blogs a través de los dispositivos móviles.

17. Bibliografía

- Manual de buenas prácticas en redes sociales. III Plan Estratégico Rebiun – 2020. Línea 3. Madrid, CRUE, 2014.
- Colaboradores de Wikipedia. *Código QR* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2013 [Consultado 20 de diciembre del 2013]. Disponible en <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=C%C3%B3digo_QR&oldid=71445145>
- Colaboradores de Wikipedia. *Issuu* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2013 [Consultado 22 de noviembre del 2013]. Disponible en <<http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Issuu&oldid=68039252>>.
- Colaboradores de Wikipedia. *Tuenti* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2013 [Consultado 22 de octubre de 2013]. Disponible en <<http://es.wikipedia.org/wiki/Tuenti>>
- Comunicación Digital (2012). 15 consejos para comunicar con Pinterest. [Consultado 27 de diciembre de 2013]. Disponible en <<http://www.topcomunicacion.com/noticia/2249/15-consejos-para-aprovechar-las-ventajas-de-pinterest-comunicacion-digital>>
- Issuu Help Center. [Consultado 22 noviembre de 2013]. Disponible en <<http://help.issuu.com/entries/23964403-Statistics-on-Issuu-The-Basics>>



- San Juan, Enrique. 10 consejos para desarrollar un lenguaje efectivo en las redes sociales. En: Community Internet - The Social Media Company, 2013. [Consultado 20 de diciembre de 2013]. Disponible en <<http://www.community.es/community/10-consejos-para-desarrollar-un-lenguaje-efectivo-en-redes-sociales/>>
- Licencia Creative Commons. [Consultado 19 de junio de 2014]. Disponible en <<http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>>