



Estrategia de comunicación en línea

Twitter

@BIBLIOBELLVITGE

Facebook

WWW.FACEBOOK.COM/BIBLIOBELLVITGE

Instagram

@BIBLIOBELLVITGE

Blogs

BLOGDELABIBLIOTECABELLITGE
BBCLICIAIPREN.BLOGSPOT.COM

Otras redes

VIQUIPÈDIA/WIKIPEDIA
YOUTUBE
TIK TOK
WEB BIBLIOTEQUES DE L'H
WEB DIPUTACIÓ DE BARCELONA
T.ME/BIBLIOBELLVITGE

@BiblioBellvitge

Primera edición septiembre 2017
Actualización abril 2021

Índice

Introducción

Página 3

Pautas generales

Página 5

Twitter

Página 6

Facebook

Página 10

Instagram

Página 12

Blogs

Página 14

Otras redes

Página 19



”Para tener éxito, sólo la planificación es insuficiente. Uno tiene que improvisar también.”

ISAAC ASIMOV



Introducción

El uso de las redes sociales está cada vez más extendido y se ha convertido en una herramienta de comunicación clave dentro del ámbito bibliotecario que permite, no solo difundir las actividades relacionadas con la lectura y la biblioteca, sino también, hacer que esta rompa las barreras físicas y se abra al mundo. Cualquier persona, desde cualquier lugar del planeta, puede ser seguidor de la biblioteca, interactuar con nosotros y convertirse, por tanto, en usuario, en consumidor de contenidos culturales. La biblioteca se convierte en un espacio abierto, sin límites ni barreras físicas.

La Biblioteca Bellvitge, que forma parte de la Red de Bibliotecas de L'Hospitalet de Llobregat, participa en las redes sociales desde el año 2012. Nos iniciamos sin tener un conocimiento técnico sobre su funcionamiento pero con la voluntad de explorar estas herramientas y trabajarlas, ya que el futuro de las bibliotecas pasa también por tener presencia en estas redes.

Una vez hemos descubierto las claves y la filosofía que mueven los productos digitales de la biblioteca, hemos elaborado una estrategia. Es necesario decir que esta estrategia está basada en el manual "Pautes d'ús i d'estil a les xarxes socials de l'Àrea de Cultura de l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat" y en el "Llibre d'estil de la Diputació de Barcelona". Además, se trata de un documento vivo, que está en constante revisión y actualización.

Nuestras cuatro principales razones para tener presencia en las redes sociales:

- Utilizarlas como una herramienta de comunicación, que se convierta en un escaparate de la vida de la BB.
- Crear y construir la imagen de marca, la identidad virtual de la @BiblioBellvitge.
- Aumentar la comunidad virtual, favoreciendo el compromiso y la cohesión social.
- Ofrecer un canal directo de interacción con los usuarios.



En este camino, la Biblioteca Bellvitge no solo ha buscado y creado un estilo propio de comunicación con sus usuarios, sino que ha construido una marca, la marca: @BiblioBellvitge.

Basándonos en la observación, en la intuición y en el ensayo y error hemos construido nuestra fórmula:

- **¡Imaginación al poder!** Experimentar, divertirse, buscando un estilo propio e informal.
- **El mundo es de los valientes.** Osadía, transgresión, perseguimos el factor sorpresa asumiendo el riesgo de equivocarnos.
- **Nos gustan las personas auténticas.** Analizar, conocer, no compramos seguidores ni seguimos a usuarios ficticios.
- **De tú a tú.** Trato personalizado, te hablamos directamente a ti.
- **Acción-reacción.** Agilidad, dinamismo, intentamos responder con rapidez y en contacto con la actualidad.
- **Dar mucho y esperar poco.** Compromiso, generosidad, nos gustan nuestros usuarios y lo demostramos día a día.
- **Menos es más:** Sencillez, esencia, seleccionamos con celo cada publicación, primando la conexión con el usuario.
- **Aquello que desees para ti, deséalo para los demás.** Empatía, sintonía, buscamos una historia detrás de cada publicación y no nos limitamos a ser una agenda.
- **La magia del orden.** Rigor, profesionalidad, improvisamos pero siempre bajo el paraguas de esta estrategia

Pautas generales

A pesar de que cada producto tiene una especificidad diferente, es cierto, que en todos ellos se utilizan unas pautas generales de estilo que son las siguientes:

- Emplear la 2.ª persona del singular.
- Usar hashtags populares para llegar a más gente.
- Se tiene que mencionar siempre el autor de las ilustraciones, libros, las editoriales.
- Etiquetar siempre a las personas o empresas por alusión a las imágenes.
- Mencionar a quién pueda interesar por el contenido.
- Idioma vehicular: el catalán y, esporádicamente, utilizamos el castellano y/u otros idiomas para llegar a un público más amplio.
- Lenguaje directo y llano.
- Cuando se publiquen actividades y se utilice la palabra “mañana”, será necesario especificar qué día de la semana es el de la actividad. Por ejemplo: “mañana viernes...”
- Verificar siempre la ortografía y evitar hacer errores.
- Enlazar, siempre que sea posible, los diferentes productos virtuales de la biblioteca en los diferentes mensajes.
- Siempre acortar el enlace (ja.cat).
- Usar imágenes libres de derechos (preferentemente de Pixabay).
- Ser cuidadoso con los derechos de imagen en el caso de las fotografías de usuarios y/o personal, a los cuales se les habrá de pedir permiso o bien, hacer fotografías de espaldas de forma que no se puedan identificar.
- Utilizar buenas fotografías que despierten el interés del usuario.
- Cuidar siempre la imagen y reputación de la biblioteca.
- Siempre responder a los comentarios, ya sean positivos o negativos, a la mayor brevedad posible.

Damos importancia a la interacción y participación con el usuario.

También queremos destacar cuál es la política de gestión de los seguidores de la Biblioteca Bellvitge en los diferentes productos virtuales:

- En la biblioteca seguimos a usuarios que nos siguen de manera permanente.
- Solo seguimos a usuarios que intuimos son reales y son activos en la red.
- No seguimos a usuarios que, aunque nos sigan, intuimos que no son reales.
- No seguimos a usuarios que no nos siguen o que sí que lo hacen y de repente dejan de seguirnos.
- Perseguimos un equilibrio numérico entre el número de seguidores y seguidos.

Twitter

Twitter es, en estos momentos, el producto virtual con más proyección de todos los que usamos en la biblioteca. Iniciamos la actividad en febrero del año 2012.

A. PAUTAS

Las pautas son las que hemos comentado anteriormente, aquí solo comentamos aspectos específicos de esta red social.

- Poner ❤️ a tuits interesantes.
- Devolver ❤️ a quién nos retuitee o nos haya puesto un “me gusta” a nosotros.
- Añadir siempre # o direcciones (@) relacionadas con el contenido del tuit.
- Creatividad e imaginación para captar la atención.
- Procurar que el tuit contenga el mensaje en diferentes idiomas, por ejemplo: foto con frase en castellano/inglés... y mensaje en catalán.
- Usar mensajes atractivos, que quieran ser leídos, compartidos y valorados. Hay que explicar algo, no simplemente informar.
- El contenido del Twitter tiene que fundamentarse en tres pilares:
 - Tiene que informar.
 - Tiene que aportar conocimiento.
 - Tiene que entretener.
- Preguntarse antes de hacer un tuit: ¿tiene interés? ¿Cómo lo comunicamos?
- Generar conversación. Queremos provocar la interacción con el usuario, que este participe, comente, pregunte, etc., que interactúe con nosotros y hacer visible esta interacción para generar conversación dentro del tuit.

B. PERIODICIDAD

- Poner como mínimo un tuit al día, excepto domingo y festivos, y máximo 3.
- Para mantener la red viva, es necesario que haya actividad de manera continuada.

Twitter

C. CONTENIDOS

- La mayor parte del contenido debe ser tuits originales y pocos retuits (aproximadamente entre un 5% y 10%).
- La información tiene que estar contrastada y ser fiable.
- Tuit fijado: varía constantemente. Tiene que ser un tuit con gancho y que se entienda en diferentes idiomas, parte del texto o foto en castellano/inglés.
- Siempre que sea posible, mencionar las autorías de las fotos y/o ilustraciones. Incluir también el @nombre en el texto de autores, protagonistas.
- Política de menciones: es necesario variar las menciones de manera que no saturamos siempre a las mismas direcciones. También hay que adaptar la mención al contenido de manera que a la persona mencionada le resulte interesante y válido para ser retuiteado en su perfil.
- Hay que alternar contenidos: actividades de la biblioteca, con tuits sobre fomento de la lectura, sobre bibliotecas, etc.
- Estar al caso de los intereses del momento de los usuarios: ¿qué *trending topics* hay? ¿Nos interesan? ¿Los podemos aprovechar?
- Cumpleaños y efemérides: no hay que abusar. Poner alguno de vez en cuando y siempre vinculado a la biblioteca y a su fondo y/o a la literatura.

Hashtags temáticos que hay que incluir, si se tercia:

Vida Sana: #vidasana / #yoga / #ioga / #biblioLabXBM / #bibliozen / #bbzen

Más bibliotecario: #quèfemalesbiblios

Decoraciones biblioteca: #aparadorsculturals y @mtrullas

Actos vinculados al barrio: #bellvitge / #BellvitgeésBellvitge

De l'Hort a la Biblioteca: #hortdelabiblioteca / #receptesdexupxup

Visites escolares: #VaDeLletres (infantil)

#VaDeDoc (primaria)

#VaDeContes (secundaria)

Temporales: #acrobates / #django / #biocultura / #uncontei4potes

Fond flamenco: #flamenc / #casinà / #flamenco

Plan de acción: #PlaAccióBBXXX (año)

Comunicación con la Biblioteca Plaça Europa: #EIOTroLadoDeLaVia

Twitter

Contenidos que se tienen que poner siempre que se produzcan:

- Actividades de la biblioteca: todas. Anunciarlas mínimo 1 día antes y máximo 3.
- Fotos a posteriori de las actividades de la biblioteca: visitas escolares, cursos, cine, etc.
- Se incluyen las cesiones de espacio para actividades: club de conversación en catalán, etc.
- Noticias del barrio relevantes, alertas y llamamientos ciudadanos como por ejemplo del Hospital de Bellvitge y el banco de sangre.
- Noticias de literatura en general.
- Frases literarias: enlazadas a la entrada en el catálogo del autor.
- Actividades de la Red: como el Premi L'H, la Lliga dels llibres, etc.
- Puntualmente: alguna actividad del Centro Cultural Bellvitge Gornal que se valore interesante o sea en colaboración con la biblioteca.
- Entradas nuevas a los dos blogs: Clica i Aprèn y el Blog dels Amics de la @BiblioBellvitge.
- Periódicamente hacer videos de las actividades, escaparates, etc. Hacer uso del "Periscope" para reproducir en directo actos, pero haciendo un uso puntual para evitar sobrecargar.
- De vez en cuando nos salimos del guion, tuits frescos, ligeros, que arranquen una sonrisa.

Contenidos que se tienen que poner periódicamente referentes en la Biblioteca Bellvitge:

Novedades de libros	Exposiciones	Portátiles y tabletas
Sala Chill-Out	Aparatos de TV	Otras redes sociales
Centro documentación Bellvitge	Wi-Fi	Reserv@ un bibliotecari
Número de ordenadores	Visitas guiadas	Enchufes (número y foto)
Espacio Bebeteca	D.S.I hojas mailing	Fotos trabajo interno
Talleres Bellvitge	Depósito	Comiteca
298 puntos de lectura	Número fondo	Datos estadísticos
Cursos de informática	Blogs de la BB.	Recordar posts antiguos
Desideratas	Núm. de revistas y prensa	Superficie BB: 1.791 m2

Twitter

Contenidos que NO se deben publicar:

- Temas políticos e ideológicos.
- Actividades del resto de bibliotecas de la Red, por no interferir con el Twitter de Biblioteques LH.
- Otras actividades culturales interesantes de fuera del barrio.
- Poner sistemáticamente actividades del Centro Cultural Bellvitge Gornal.
- Mensajes xenófobos.
- Imágenes pornográficas, violentas o que puedan herir la sensibilidad.

D. LISTAS Y FLEETS

- Al Twitter de la Biblioteca no tenemos configuradas listas, pero sí que consultamos y hacemos uso de las listas de los seguidores o personas a las cuales seguimos.
- Estamos investigando la función fleets, que da la posibilidad de enviar mensajes efímeros para que todos tus seguidores puedan verlos.

Facebook

El público de Facebook es diferente al del Twitter y al de Instagram. Tenemos la percepción que los usuarios de Facebook son gente del barrio. También las horas más frecuentes de conexión varían, siendo el anochecer-noche el momento con más gente conectada. Facebook no tiene limitación de caracteres como el Twitter. La redacción del post permite más longitud, no obstante optamos por un texto no demasiado extenso.

A. PAUTAS

Las pautas son las que hemos comentado anteriormente en Twitter, así que aquí solo comentamos aspectos específicos de esta red social.

- Poner “Me gusta” en otros posts. Ser generoso.
- Devolver los “Me gusta” a quién nos comparte o nos haya puesto un “Me gusta”.
- Añadir siempre direcciones (@) relacionadas con el contenido del post.
- Creatividad e imaginación para captar la atención.
- Procurar que el post contenga el mensaje en diferentes idiomas, por ejemplo: foto con frase en castellano/inglés... y mensaje en catalán.
- Usar mensajes atractivos, que quieran ser leídos, compartidos y valorados. Intentaremos explicar algo, no simplemente informar.
- Preguntarse antes de publicar un post: ¿tiene interés? ¿Cómo lo comunicamos?
- Generar conversación. Provocar la interacción con el usuario, que este participe, comente, pregunte..., que interactúe con nosotros haciendo preguntas abiertas y estimulantes.
- Contestar siempre todos los comentarios que nos hagan. Procurar no tardar demasiado.

B. PERIODICIDAD

- Una entrada al día mínimo, no más de 3 al día, excepto domingos y festivos.

C. CONTENIDOS

- La información que compartimos tiene que estar contrastada y ser fiable
- Siempre que sea posible, mencionar las autorías de las fotos y/o ilustraciones. Incluir también el nombre en el texto.
- Creatividad e imaginación para captar la atención.
- Cuidar siempre la imagen y reputación de la institución.
- Crear “álbumes” con fotografías de algún acto/actividad. También puntualmente incluir videos que puedan dar más movimiento y vida al Facebook, evitando sobrecargar.
- Procurar alternar el tipo de contenido: actividades, frases literarias, sobre servicios de la biblioteca, etc.

Facebook

Contenidos que se deben poner siempre que se produzcan:

- Actividades de la biblioteca: todas. Anunciarlas mínimo 1 día antes y máximo 3.
- Fotos a posteriori de las actividades de la biblioteca: visitas escolares, cursos, cinema, etc.
- Se incluyen las cesiones de espacio como actividades: club de conversación en catalán, etc.
- Noticias del barrio.
- Noticias de literatura en general.
- Frases de literatura, siempre vinculadas al autor/a y con un enlace al catálogo.
- Actividades de la Red: como el Premi L'H, la Lliga dels llibres, etc.
- Puntualmente: alguna actividad del Centro Cultural Bellvitge Gornal que se valore interesante o sea en colaboración con la biblioteca.

Contenidos que se tienen que poner periódicamente referentes en la Biblioteca Bellvitge:

Novedades de libros	Exposiciones	Portátiles y tabletas
Sala Chill-Out	Aparatos de TV	Otras redes sociales
Centro documentación Bellvitge	Wi-Fi	Reserv@ un bibliotecari
Número de ordenadores	Visitas guiadas	Enchufes (número y foto)
Espacio Bebeteca	D.S.I hojas mailing	Fotos trabajo interno
Talleres Bellvitge	Depósito	Comiteca
298 puntos de lectura	Número fondo	Datos estadísticos
Cursos de informática	Blogs de la BB.	Recordar posts antiguos
Desideratas	Núm. de revistas y prensa	Superficie BB: 1.791 m2

Contenidos que NO se tienen que publicar:

- Temas políticos e ideológicos.
- Otras actividades culturales interesantes de fuera del barrio.
- Poner sistemáticamente actividades del Centro Cultural Bellvitge Gornal.
- Mensajes xenófobos.
- Imágenes pornográficas, violentas o que puedan herir la sensibilidad.

Instagram

Instagram es una de las redes más populares del momento. Empezó a ser conocida entre los jóvenes que huían de la vigilancia parental que experimentaban en Facebook (una red muy familiar), y ahora es una de las redes más potentes. El usuario es principalmente joven, a pesar de que la usan todo tipo de perfiles. Es un escaparate perfecto, es muy dinámica, muy visual y 100% estética. Te permite compartir contenido en todos los formatos con excepción de los enlaces.

A. PAUTAS

Las pautas son las que hemos comentado anteriormente, comentamos aquí aspectos específicos de esta red social:

- Publicar tanto historias como posts. Las historias son un buen anzuelo. Destacar las que nos interesen una vez colgadas, tener en cuenta que desaparecen a las 24 horas.
- Las historias son ágiles, muy visuales y rápidas de consumir. Si no las archivas desaparecen.
- Los posts son fijos, acompañados de texto, hacen de escaparate de la biblioteca.
- Para las historias, videos de máximo 15'' e historias múltiples con imágenes.
- Usar filtros, música, retocarlas.
- Cuando se destacan se quedan guardadas en las carpetas redondas, tienen que estar siempre ordenadas por temas y sus portadas tienen que tener un diseño.
- Los títulos de las carpetas son en forma de # y la primera letra mayúscula.
- Los posts tienen que ser fotos nuestras, procurar no usar muchas fotos de archivo.
- Se debe mencionar siempre el autor de las ilustraciones, libros, las editoriales.
- Etiquetar siempre a las personas o empresas por alusión a las imágenes.
- Mencionar a quién pueda interesar por el contenido.
- En el caso de los posts, no abusar de los filtros, naturalidad y espontaneidad principalmente.
- Texto en catalán, en primera persona singular. Añadir frases en otros idiomas, inglés, etc.
- # buscados según contenido y número de publicaciones por hashtag. Aquí es donde podemos hacer que de retruque las publicaciones salgan del ámbito local. No poner más de 11 #.
- Intentamos que las publicaciones sean atractivas e interesantes.
- Potenciar la interacción.
- Poner muchos corazones, contestar todos los mensajes públicos y privados.
- Mencionar otros usuarios de la red que tengan muchos seguidores directamente.
- Sentido del humor, improvisación y ser osados.

Instagram

- Seguir a todo el mundo que nos sigue, dejar de seguir a los que no nos siguen.
- Compartir siempre las historias que hablan de nosotros y las recomendaciones de los usuarios, archivarlas a las carpetas de destacadas.
- En los posts también se pueden poner videos cortos.
- Encuestas rápidas a las historias para aumentar la participación de los seguidores.

B. PERIODICIDAD

- No es tan rápida como Twitter, una media de 3 posts por semana está bien.
- Todas las historias que quieras, solo una por día.

C. CONTENIDOS

- El día a día de la biblioteca, el personal, el que hacemos, novedades, literatura, recomendaciones.
- Pensar en documentarlo todo para ir haciendo publicaciones.
- Es importante mantener una línea, estética y de contenidos, sin encorsetarse.

Blogs

La Biblioteca Bellvitge dispone actualmente de dos blogs:

- Clica i aprèn [bbclicaiapren.blogspot.com.es]
- El blog dels Amics de la @BiblioBellvitge [<http://blogdelabibliotecabellvitge.blogspot.com.es/>]

A. BLOG CLICA I APRÈN

El objetivo inicial de este blog era ofrecer recursos para el autoaprendizaje e información relacionada con la búsqueda de trabajo, puesto que la biblioteca dispone de un Rincón de la Ocupación con fondo y material especializado. Pero, a partir de las necesidades del confinamiento por la Covid-19 desde la primavera del 2020 se decide ampliar los recursos del blog a Actic, Català, Sele20, Covid19 kids, Crea, Cultura y Vida sana. Añadimos el apartado Vida sana para relacionar el blog con el fondo especial de la biblioteca y poder ofrecer más recursos al respecto. También se quiere dar importancia a las competencias digitales, a raíz de la brecha digital que se ha hecho evidente durante la pandemia, con una página destinada a la obtención del certificado de las ACTIC, el cual también te permite ganar puntos para las oposiciones. La separación del apartado de catalán del de idiomas se debe al hecho de querer potenciar el estudio de este como lengua vehicular en Cataluña y facilitar su estudio a los recién llegados. También se creó un apartado sobre la Selectividad para ayudar a preparar las pruebas y mantener informados a los usuarios de las novedades. Finalmente, los apartados Crea, Cultura y Covid19 kids se crearon con el objetivo de entretener a los usuarios que se encontraban en casa. En el apartado Covid19 kids se ofrecieron recursos para las familias. A pesar de que se crearon con este objetivo todavía son vigentes.

PAUTAS DE ESTILO

- Estructura simple: introducción, desarrollo y desenlace.
- Estilo directo, evitar frases subordinadas. Sujeto + verbo + complemento.
- Separar en párrafos. Párrafos cortos con espacio blanco entre ellos para dar aire y que sea más fácil la lectura al primer vistazo.
- Interlineado ancho.
- Se marcarán con negrita los elementos importantes del texto, las ideas a destacar.
- Un buen recurso para ordenar contenidos es hacer listas.
- El contenido tiene que ser atemporal, no utilizar las palabras “hoy”, “ayer”, etc.
- El texto tiene que tener varias líneas de lectura, no puede ser muy corto si se tiene en cuenta el SEO; ni ser muy largo si se tiene en cuenta el usuario.

Blogs

- Las etiquetas tienen que visualizar realmente el contenido.
- El nuevo escenario es esencialmente multimedia, así que se tiene que dar importancia a los videos, las fotos, etc. Por eso es bueno subir contenido.
- Todas las imágenes que se suban tienen que ser libres de derechos de autor o propiedad de la biblioteca.
- El nombre del archivo de la imagen que se publica tiene que tener relación con el contenido.
- Para mejorar el SEO se tendrían que enlazar unas publicaciones con otras, para tener historia en Internet, puesto que Google puede indexar los contenidos de nuestro blog que están escondidos. Dar importancia a los enlaces internos y externos.
- Tiene que ser accesible en diferentes dispositivos. Siempre visualizar como se ve la versión móvil antes de dar por buena la publicación.
- Cuando se creen nuevas entradas, se publicarán de manera sistemática a través de las redes sociales de la biblioteca con un cartel sobre la publicación. Se estudiará cada caso en particular por si también hay que hacerlo por medio del Mailchimp u otras vías como listas de distribución.

PERIODICIDAD

Hay que publicar una entrada como mínimo cada 15-20 días.

CONTENIDOS

- El contenido del blog *Clica y Aprèn* es vivo, va cambiando, actualizándose y ampliándose. Por ejemplo, a causa de la Covid19 se crearon algunas páginas como *Covid19 Kids* con recursos para los niños y para las familias; *Sele21* donde informamos de las nuevas noticias sobre la selectividad (convocatoria, horarios, etc.) y publicamos recursos para afrontar las pruebas; y la página *Vida sana*, donde informamos sobre la Covid-19 con diferentes terapias como el yoga, txi-kung, meditación, etc., que ayudan a afrontar los momentos de crisis.
- El contenido se puede relacionar con cualquiera de las temáticas del blog, pero preferiblemente tendría que ser de actualidad y de interés en el momento de publicarse.
- Cuando se crea una publicación y, ésta tiene relación con una de las anteriores páginas, la misma publicación que hemos hecho la podemos enlazar a estas como un nuevo recurso.

Blogs

MANTENIMIENTO

- Añadir contenido en las páginas.
- Revisar el contenido de las páginas.
- Revisar los enlaces en las páginas.
- Añadir nuevas etiquetas si hay palabras de actualidad que se pueden añadir a las publicaciones.

Blogs

B. BLOG DE LOS AMIGOS DE LA @BIBLIOBELLVITGE

En el Blog de la Biblioteca Bellvitge los usuarios de la biblioteca hacen de prescriptores, recomendando libros o cualquier otro documento. Uno de los objetivos de la Biblioteca Bellvitge es conseguir que los usuarios pasen de ser sujetos pasivos a activos, busquemos constantemente su implicación, colaboración y participación en el día a día de la biblioteca. Con este blog, damos la palabra y el protagonismo al usuario dándole un espacio virtual donde poder serlo. Esto ha implicado, que el usuario se sienta parte importante de la vida de la biblioteca, ya que es él quien recomienda los libros.

PAUTAS DE ESTILO

- La recomendación tendrá un formato de entrevista y en 1.^a persona del singular.
- Idioma: en catalán.
- Lenguaje directo y llano.
- Poner el enlace siempre al catálogo de la recomendación.
- Responder siempre a los comentarios.
- Los comentarios hechos se deben "MODERAR": esto quiere decir que no se publican automáticamente, sino que antes revisamos el contenido y después lo publicamos.
- Cada usuario que hace una recomendación, debe firmar la autorización de derechos de imagen.
- Todas las recomendaciones llevarán una fotografía.

PERIODICIDAD

- Intentar publicar una recomendación cada 10-15 días.

Blogs

CONTENIDOS:

- Las recomendaciones de los usuarios pueden ser: libros, DVDs, CDs, revistas, salas, tebeos, centros de interés, actividades, fondos...
- Es necesario hacer una fotografía con la recomendación o el espacio recomendado.
- Hay que redactar las etiquetas para cada entrada. Poner siempre la etiqueta "RecomanoLlegir".
- Redactar las preguntas/respuestas en primera persona del singular.
- Incluir siempre #BlogBiblioBellvitge cuando se cuelgue en el Twitter.
- Hacer una pequeña entrevista para conocer la recomendación. Posibles preguntas a hacerle:
 - ¿Qué y por qué nos lo recomienda?
 - ¿A quién cree que le puede interesar?
 - ¿Cuándo te lo leíste?
 - ¿Cómo lo conociste?, o, ¿por qué lo cogiste en préstamo?
 - ¿Conocías el autor/-a? ¿Has leído más cosas de él/la?
 - ¿Cuál será el próximo documento que cogerás en préstamo/leerás...?
- Pediremos que nos haga una breve presentación de quién es. Para dar ideas, nos puede decir: si es vecino del barrio, porque viene a la BB, qué relación tiene con la lectura, qué aficiones tiene, cuál es su trabajo, etc.
- Procurar alternar los diferentes tipos de recomendaciones para hacer el blog más variado, tanto en contenidos (infantil, cómic, novela, conocimiento) como tipos de usuario (hombre/mujer - joven/mayor...).

Otras redes

VIQUIPÈDIA/WIKIPEDIA

El año 2016 se creó una entrada de la Biblioteca Bellvitge en la Viquipèdia. Todavía se está trabajando en su ampliación de contenidos y referencias. Además, queda pendiente hacer la entrada en su versión en castellano: la Wikipedia.

A. PAUTAS

- Formato determinado por la misma Viquipèdia/Wikipèdia
- Redacción: estilo impersonal, propio de enciclopedia.

B. CONTENIDOS

- Historia de la biblioteca: cronología
- Referencias
- Fotografías
- Incluir memorias y plan anual (link)

YOUTUBE

https://www.youtube.com/channel/UCfq-yZqOYUAHase3I-_6KRg

En el canal del YouTube de la biblioteca colgamos todos los videos creados por la biblioteca.

TIK TOK

Está en proceso de elaboración el perfil de Tik Tok de la biblioteca. Es una red social con mucha proyección en este momento y donde tendríamos que estar presentes también.

WEB DE BIBLIOTEQUES DE L'HOSPITALET

http://www.bibliotequeslh.cat/857932_1.aspx?id=1

En la intranet del trabajador del Ayuntamiento de Hospitalet encontrarás 3 documentos con manuales de uso del gestor de contenidos GAIA.

WEB DE BIBLIOTEQUES DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA

<https://bibliotecavirtual.diba.cat/es/hospitalet-de-llobregat-l-biblioteca-bellvitge>

En la intrabib de la Diputación de Barcelona encontrarás todos los manuales del gestor de contenidos Liferay.

CANAL DE TELEGRAM

[t./me/bibliobellvitge](https://t.me/bibliobellvitge)

A la espera de explotarlo cuando tengamos móviles smartphones propios de la biblioteca.

”La creatividad es inventar, experimentar, crecer, tomar riesgos, romper reglas, cometer errores y divertirse”

MARY LOU COOK