
ESTUDIOS / RESEARCH STUDIES

Aproximación a la presencia de servicios de biblioteca móvil españoles en el ecosistema digital

Fernando Sánchez-Pita

Universidad Internacional de La Rioja. Grupo de Investigación PROCOMM
Correo-e: fernando.sanchez@unir.net | ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3857-5224>

Guadalupe Pérez-Ortiz

Dpto. Universidad Internacional de La Rioja. Grupo de Investigación Lectunir
Correo-e: guadalupe.perez@unir.net | ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0505-0835>

Recibido: 17-12-2024; 2^a versión: 12-02-2025; Aceptado: 19-02-2025; Fecha de publicación: 12-02-2026

Cómo citar este artículo/Citation: Sánchez-Pita, F., Pérez-Ortiz, G. (2025). Aproximación a la presencia de servicios de biblioteca móvil españoles en el ecosistema digital. *Revista Española de Documentación Científica*, 48(4), 1790. <https://doi.org/10.3989/redc.2025.4.1790>.

Resumen: La biblioteca móvil destaca por su capacidad de llegar donde otros servicios bibliotecarios no tienen presencia, estableciéndose como un vínculo esencial para el acceso a la cultura en los entornos donde desarrollan su actividad. Este artículo aborda, desde un planteamiento descriptivo con enfoque cuantitativo, la presencia de los servicios de biblioteca móvil españoles en el ecosistema digital. La investigación, que constituye una aproximación inicial a un tema poco explorado, examina la presencia digital de estos servicios mediante sitios web, cuentas en redes sociales y aplicaciones móviles. Esta exploración permite percibir cómo las bibliotecas móviles disponen de herramientas digitales con las que ampliar y complementar su labor y reforzar su rol como facilitadoras de acceso a la información y la cultura en la era digital, pero también habla de márgenes de mejora notables.

Palabras clave: bibliobuses; bibliotecas móviles; redes sociales; ecosistema digital; sitios web, aplicaciones móviles,

Approach to the presence of Spanish mobile library services in the digital ecosystem

Abstract: Mobile libraries stand out for their ability to reach areas where other library services are not present, establishing themselves as essential links for access to culture in the communities they serve. This article adopts a descriptive approach with a quantitative focus to analyze the presence of Spanish mobile library services in the digital ecosystem. The study, an initial exploration of a scarcely researched topic, examines the digital presence of these services through their websites, social media accounts, and mobile applications. This exploration reveals how mobile libraries utilize digital tools to expand and complement their work, reinforcing their role as facilitators of access to information and culture in the digital age. However, it also highlights significant areas for improvement in their digital strategies.

Keywords: bookmobile; mobile library; social media; digital ecosystem; website; mobile apps.

Copyright: © 2025 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

1. INTRODUCCIÓN

1.1. La biblioteca hoy

La biblioteca pública y la tecnología forman un tandem que da lugar a un equilibrio que redunda en el servicio que se presta a las comunidades. Habitualmente, esta relación se enfoca a modo de reto o desafío (Buss, 2016; Frederick, 2024; Hernández-Pérez *et al.*, 2022), en alusión a la necesidad de cambio y adaptación en un contexto mutable, lo que lleva a la biblioteca al espacio de la vanguardia en términos de acceso al conocimiento. La biblioteca pública es una institución que goza de un prestigio notable entre la ciudadanía (Conecta, 2024), manteniendo una posición central en las comunidades, algo íntimamente relacionado con su papel en el corazón de estas como un lugar propio de la esfera pública (Appleton y Hall, 2023; Carlsson *et al.*, 2023; Webster, 2014) y como instituciones generadoras de capital social en su servicio a estas (Barrios Martínez *et al.*, 2024; Sørensen, 2021).

La biblioteca es un lugar comunitario, de forma muy especial en aquellas zonas con acceso limitado a servicios, como las extensiones de las ciudades o las áreas rurales, donde, en ocasiones, es el único espacio accesible que promueve y atiende los hábitos culturales de sus ciudadanos de una forma cercana y gratuita (IFLA, 2013). Vivimos en una sociedad marcada por cambios continuos en todo tipo de ámbitos, también en el marco de las bibliotecas, con actualizaciones continuas de sus colecciones y de sus servicios promovidas por un espíritu basado en la innovación. Ante esto las bibliotecas mantienen una posición más conservadora (Nicholson, 2019) especialmente a lo que implementación de nuevos servicios o modernización de otros ya existentes se refiere (Wójcik, 2019).

Y es en medio de esta situación donde la biblioteca móvil, entendida como una extensión de la esfera pública, se plantea como una solución clave para llevar los servicios bibliotecarios a la población, independientemente de su lugar de residencia, algo que está en consonancia con el artículo 44 de la Constitución española, que obliga a los poderes públicos a promover y tutelar el acceso a la cultura como derecho de todos, y el desarrollo legislativo de cada una de las comunidades autónomas.

En la tipología bibliotecaria, la biblioteca móvil es la que tiene mayor capacidad de alcance para poblaciones pequeñas y dispersas, siendo una solución efectiva cuando se plantea la necesidad de aplicar racionalmente las prestaciones bibliotecarias al total de la población (Arroyo Ortega, 2021; Sánchez-Pita, 2024). Esto, con respecto al medio rural, es clave para el acceso a los servicios bibliotecarios en entornos aquejados por la despoblación.

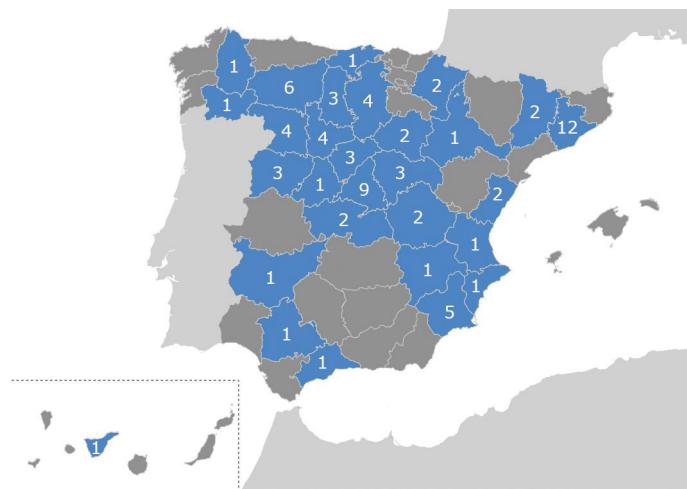
1.2. Biblioteca móvil

Siguiendo con esta línea, las bibliotecas móviles garantizan el acceso a la cultura llevando sus servicios a colectivos con necesidades especiales, convirtiéndose en un espacio de inclusión social. Del mismo modo, las actividades que se promueven entorno a ellas fortalecen el sentir comunitario de las poblaciones en las que se desarrollan (Asociación de Profesionales de Bibliotecas Móviles, 2024).

Con respecto a esto último, en los sucesivos resultados de las estadísticas sobre bibliotecas en España (Ministerio de Cultura, 2023), se evidencia que todavía no se ha alcanzado la cobertura del 100% de la población, cifrándose en la última estadística publicada en un 3,06% de la población, lo que corresponde a 1.467.606 habitantes. En el aporte de soluciones para resolver este problema, la biblioteca móvil se presenta como el medio más versátil y eficaz para llegar a poblaciones pequeñas y/o dispersas, debido a su calidad móvil, haciendo de ella el servicio bibliotecario con mayor capacidad de acercamiento geográfico para distintas poblaciones y esencial en cualquier política bibliotecaria que busque el cumplimiento de las normas que se derivan del mandato constitucional.

En España, el despliegue de los servicios de bibliotecas móviles atiende a distintas dependencias administrativas, pudiendo ser de carácter autonómico, provincial, mancomunado o municipal. Actualmente, el servicio de biblioteca móvil está presente, mediante 82 vehículos —principalmente buses, aunque también furgonetas—, en 30 provincias, con predominancia en la mitad norte del país, tal y como se puede observar en la Figura 1.

Las bibliotecas móviles, del mismo modo que sucede con la mayoría de los servicios bibliotecarios fijos, son de carácter público, por lo que son las diferentes administraciones públicas las encargadas de su creación, funcionamiento, dotación y mantenimiento. En base a ello son las instituciones públicas las que deben velar por dotar a los servicios bibliotecarios de convicciones políticas positivas (Sørensen, 2021), necesarias debido a su naturaleza de institución pública.

Figura 1. Provincias con servicio de biblioteca móvil y número de vehículos.

Para el ámbito de las bibliotecas móviles existen normas y recomendaciones, de carácter nacional e internacional, que guían el desarrollo de este tipo de servicios. En el ámbito internacional, el texto más reciente es el que la IFLA (Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias) editó en 2010 bajo el título *Pautas sobre Bibliotecas Móviles* a través del Grupo de Trabajo de la Sección de Bibliotecas Públicas, que se encargó de su revisión y actualización, con el fin de realizar una aportación fundamental para la planificación de servicios de biblioteca móvil (Stringer, 2010). En España, el documento de referencia es *El servicio de bibliobús: pautas básicas para su funcionamiento*, editado por el Ministerio de Cultura en 2002, que plantea una serie de aspectos fundamentales sobre la creación y puesta en funcionamiento de un servicio de bibliobús, marcando mínimos exigibles para la correcta presentación de sus servicios en nuestro país (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2002). Además, cabe destacar la importancia notable de la Asociación de Profesionales de Bibliotecas Móviles (ACLEBIM), que, partiendo de la defensa de los intereses de los profesionales, se ha convertido en una entidad clave y reconocida en materia de bibliotecas móviles.

1.3. Biblioteca y ecosistema digital

La biblioteca no es ajena a los flujos entre tecnología y ciudadanía (Hand, 2005) y basa su desempeño en el ecosistema digital en los procesos técnicos, en la gestión de relaciones y en la prestación de servicios. Esto se plantea atendiendo a cuestiones como la propia complejidad y diversidad de los sistemas digitales; todo aquello relacionado con la privacidad y la seguridad de los datos; la brecha digital existente entre los usuarios, y la dependencia de las grandes corporaciones que operan en Internet. La biblioteca, en su objetivo de crear y mantener relaciones allí donde se encuentren sus usuarios —actuales y potenciales—, tradicionalmente viene desarrollando acciones de acercamiento con estos, desde la correspondencia (Mon *et al.*, 2008) hasta las tecnologías más actuales (Pence, 2022). En la actualidad, la búsqueda del usuario en la red, y particularmente en los espacios de interacción social, pretende lograr el establecimiento de relaciones duraderas con el público, así como el refuerzo de la relevancia de las bibliotecas en la sociedad. Mantener una presencia activa en los espacios de interacción social de Internet es imprescindible para mantener relaciones duraderas con el público, destacando estudios como los de Jones y Harvey (2019), Mckenna y Bargh (1999) y Moral (2009).

Esta aproximación se desarrolla en lo que Michael Casey denominó *biblioteca 2.0* (Casey y Savastinuk, 2006), en alusión al fomento de la interacción y la participación de los usuarios, y también para aquello relacionado con los procesos y productos que se ofrecen desde las bibliotecas. Además, estos recursos son herramientas de bajo coste para las bibliotecas con relación al desarrollo de acciones de marketing e interacción con las comunidades (Camarot y Chavez, 2012; Neo y Calvert, 2012; Smeaton y Davis, 2014).

Durante la última década, el estudio del papel de la biblioteca en los espacios de interacción de la red —principalmente las redes sociales—, ha suscitado interés en la comunidad científica, con trabajos sobre

distinta tipología bibliotecaria (Alonso Arévalo, 2016; Bacon, 2017; Sandí, 2012). Sin embargo, según estudios como los de França *et al.* (2021) o Retuerto-Marzano *et al.* (2023), se evidencia cierta desaceleración en la producción de literatura científica relacionada. En el caso particular de España, este interés ha quedado reflejado en múltiples estudios, como los de Gallo León y Quílez-Simón (2020), Carrasco-Polaino *et al.* (2019), Arroyo-Vázquez (2018, 2014), Grande-González y De la Fuente Redondo (2012), Juárez (2008), o Margaix-Amal (2008) sobre su uso en distintos tipos de bibliotecas.

Las redes sociales, que, según Anwar y Zhewei (2021), representan una de las mayores revalorizaciones de la era del conocimiento, han transformado el modo en el que se comparte la información a través de la red (Lorenzo-Lledó *et al.*, 2019), ofreciendo un espacio para el desarrollo de servicios bibliotecarios. Así, las bibliotecas se han integrado en estos espacios con el fin de seguir cumpliendo sus objetivos. Estos espacios son diversos, ya que el peso tradicional de Facebook como red predominante en el ámbito bibliotecario (Joo *et al.*, 2018; Margaix-Amal, 2008) es compartido con un abanico de opciones amplio sobre el que el público está diseminado, haciendo que sea necesario diseñar planes con los que decidir donde estar y qué ofrecer.

En este contexto, las bibliotecas móviles pueden valerse de la tecnología para múltiples fines, destacando, principalmente, el de suplir el intervalo entre visita y visita, lo que permite el contacto continuado con las comunidades de usuarios. Así, este planteamiento, complemento de la acción presencial de las bibliotecas móviles, permite realizar una gestión de la ausencia, informando, manteniendo el contacto, y ofreciendo espacios de interacción para usuarios dispersos.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los estudios sobre la presencia de los servicios bibliotecarios en distintos espacios de interacción social de la red se centran en bibliotecas públicas (Choi y Joo, 2021; Joo *et al.*, 2018), bibliotecas universitarias (Chan *et al.*, 2020; Arroyo-Vázquez, 2018) e incluso en bibliotecas especializadas (Kwan *et al.*, 2024). Sin embargo, en el ámbito académico los estudios que atañen a las bibliotecas móviles no suscitan el mismo interés, pudiendo mencionarse desde la esfera profesional los aportes de Sánchez-García (2017) en el VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Móviles. Por ello, el presente texto plantea un estudio centrado en la presencia digital de los servicios de biblioteca móvil en el ecosistema digital, con la aspiración de ofrecer un aporte sobre la situación de estos. Así, partiendo de la premisa de que estos servicios bibliotecarios son los que más se acercan a las comunidades que sirven, se plantea si este acercamiento tiene reflejo en el ecosistema digital mediante su presencia en distintos espacios de interacción social a modo de puntos de encuentro con los usuarios, destacando aquí los sitios web, las redes sociales y las aplicaciones móviles. De este modo, el objetivo general de este trabajo es evidenciar la presencia de los servicios de bibliotecas móviles existentes en España en el ecosistema digital, para lo que se plantean los siguientes objetivos de carácter específico:

- OE1: Identificar los sitios web, las redes sociales, y las aplicaciones móviles de los servicios de biblioteca móvil.
- OE2: Determinar cuáles son las redes sociales predominantes en los servicios de biblioteca móvil.
- OE3: Analizar si la presencia digital de los servicios de biblioteca móvil se gestiona mediante espacios y perfiles propios o se articula a través de los recursos digitales de sus servicios titulares.

Para llevar a cabo estos objetivos se ha utilizado una metodología de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo (Ferran-Ferrer *et al.*, 2017) y para la recogida de datos se diseñaron *ad hoc* un instrumento y un libro de códigos con el fin de recopilar los datos necesarios para asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados.

El proceso de exploración y recogida se desarrolló durante el mes de noviembre de 2024, habiendo participado en él los dos autores del texto mediante un proceso de búsqueda duplicado, con el fin contar con datos verificados por ambos. En el proceso de búsqueda se incluyó a los 30 servicios de biblioteca móvil que existen en España y, para dar validez a la información relativa a estos, se utilizaron distintas fuentes, como las estadísticas sobre bibliotecas públicas españolas del Ministerio de Cultura (Ministerio de Cultura, 2023); el Directorio de Bibliotecas Españolas; los directorios de bibliotecas de las distintas comunidades autónomas; y la información publicada en el sitio web de ACLEBIM. Además, los datos finales fueron revisados en sucesivas consultas a la presidencia de ACLEBIM, con el fin de garantizar su solidez.

Durante el proceso de recopilación de datos se emplearon las mismas fuentes utilizadas previamente para identificar los servicios de biblioteca móvil. Además, la búsqueda se complementó a través de Google; de los motores de búsqueda integrados en las redes sociales revisadas, y en las tiendas de aplicaciones

App Store y Google Play. Las redes sociales exploradas fueron Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, X, y YouTube, debido a que se trata de las de mayor incidencia en España (IAB Spain, 2024), del mismo modo que sucede con las tiendas de aplicaciones App Store y Google Play. Además, con el fin de contar con un contexto mayor, también se realizó una exploración sobre la presencia en redes sociales de los sistema o servicios de bibliotecas (servicios titulares en adelante) a los que están adscritos los servicios de biblioteca móvil, donde, presumiblemente, también deben encontrarse contenidos relacionados con estos. Así, aunque los perfiles de los servicios titulares no sean equiparables a los de las bibliotecas móviles, se incluyeron en la búsqueda, ya que, ante la falta de perfiles específicos de estas últimas, representan su única presencia en redes sociales.

3. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

En primer término, destaca que el total de los servicios de biblioteca móvil (N=30) cuenta con presencia en el ecosistema digital a través de algún tipo de herramienta, sea esta la página web, alguna red social o una aplicación móvil. Así, realizando una aproximación inicial, y atendiendo a la presencia digital a través de recursos específicos, pero también en aquellos de los servicios titulares, se encuentra que el 100% (N=30) de los servicios cuenta con sitio web; el 96,67% (n=29) tiene presencia en redes sociales, y el 43,33% (n=13) dispone de aplicaciones móviles. Sin embargo, tal y como se puede observar en la Tabla I, la presencia digital de los servicios de biblioteca móvil a través de espacios digitales propios ofrece cifras inferiores en todos los casos.

Tabla I. Presencia digital de los servicios de biblioteca móvil.

		%	n
Sitio web	Propio	3,33%	1
	Servicio titular	100%	30
Redes sociales	Propia	70%	21
	Servicio titular	96,66%	29
Aplicación móvil	Propia	10%	3
	Servicio titular	43,33%	13

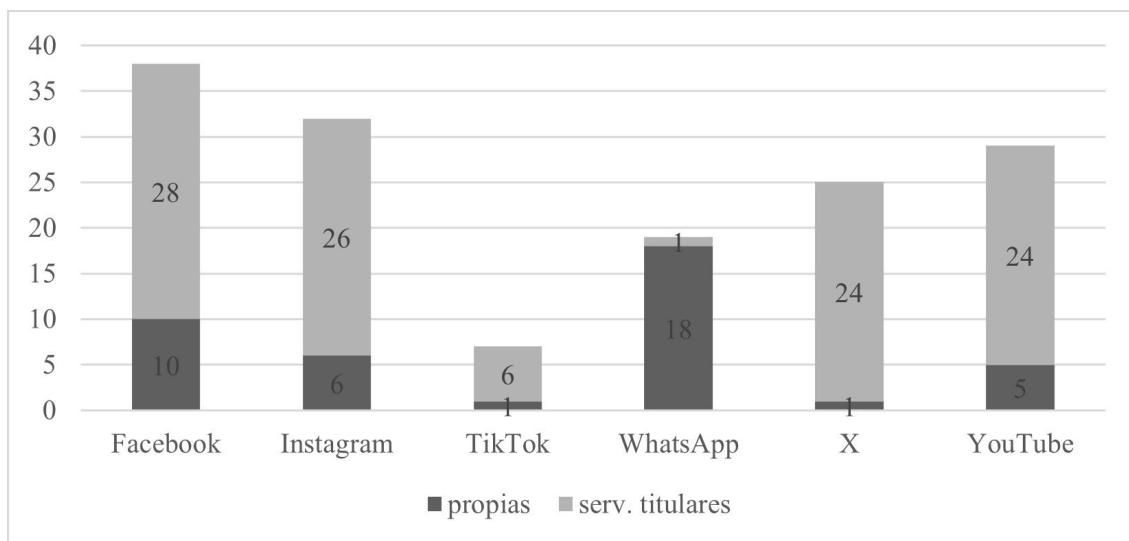
En el caso de los sitios web, el uso de espacios propios es testimonial, con un único caso, el del Bibliobús Tierra Estella, que lo hace a través del Generador de Sitios Web de la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria del Ministerio de Cultura, una herramienta basada en el gestor de contenidos Magnolia, de uso libre y carácter gratuito, que sirve de apoyo a las bibliotecas públicas de cara a favorecer su presencia en Internet. Para el caso de páginas de servicios de biblioteca móvil dentro de sitios web de los servicios titulares el grado de adopción es total, con un 100% de los casos (N=30).

En cuanto al uso de redes sociales, se evidencia que el 70% de los servicios de biblioteca móvil (n=21) cuenta con presencia de forma independiente en distintas redes sociales, poniendo de manifiesto el interés por utilizar estas plataformas como un canal directo para favorecer la interacción con las comunidades. Estableciendo una relación entre el grado de adopción y la dependencia administrativa de los servicios, se observa que aquellos con dependencia autonómica y provincial alcanzan un 81,82% (n=9 y n=9) de adopción, mientras que los municipales registran un 42,86% (n=3). Si se atiende a la presencia de estos servicios a través de las cuentas de sus servicios titulares, la cifra asciende al 96,66% (n=29), reflejando así una tendencia hacia modelos de comunicación centralizada. Esto habla de los planteamientos comunes en la comunicación de los servicios titulares, consolidando así la presencia en redes sociales a través de paraguas institucionales que permitan optimizar recursos y ofrecer una imagen común.

Realizando un análisis pormenorizado sobre la presencia de los servicios de biblioteca móvil en distintas redes sociales, los hallazgos ofrecen unos niveles de adopción modestos para las redes incluidas en el estudio. En el caso de Facebook, el 33,33% de los servicios (n=10) cuentan con perfiles específicos, lo que refleja una adopción moderada de la que sigue siendo la red social más extendida a nivel global, con audiencias más amplias y heterogéneas. Para Instagram el grado de adopción es menor, con únicamente un 20% de los servicios (n=6) con presencia de forma independiente, pese a que esta red se caracteriza por un perfil de usuario joven, alrededor del cual se centran buena parte de las campañas y del esfuerzo de las bibliotecas públicas. Continuando con TikTok, se evidencia una adopción mínima, con un 3,33% de

servicios presentes ($n=1$), lo que indica que todavía no se trata de una plataforma prioritaria pese a su popularidad en aumento y a su modelo influyente en otras redes sociales. WhatsApp, parte del entorno Meta —junto a Facebook e Instagram—, y con funcionalidades compartidas, como las “historias” (denominados estados en WhatsApp), arroja los mayores resultados, con un 60% de servicios ($n=18$) que disponen de cuenta propia, siendo así la red social más extendida en el conjunto del estudio. En el caso de X (anteriormente Twitter), la adopción es exigua, y, al igual que sucedía con TikTok, se da en el 3,33% de los servicios ($n=1$). Por último, con relación a YouTube se han localizado 5 canales propios, lo que supone un 16,66% del total. Así, en términos generales, tal y como se puede observar en la Figura 1, los datos reflejan una adopción desigual de las distintas redes sociales que se incluyeron en el proceso de búsqueda y un grado de adopción modesto a nivel del conjunto de los servicios, donde destaca la predominancia de WhatsApp ($n=18$) y de Facebook ($n=10$), seguidas de Instagram ($n=6$), YouTube ($n=5$), TikTok ($n=1$), y X ($n=1$). De un modo complementario, en la Figura 2 también se presentan las cifras de aquellos servicios de biblioteca móvil que, aunque pudiendo contar con perfiles propios, forman parte de servicios titulares que gestionan cuentas generales donde se incluye información sobre dichos servicios. Esto, como se ha mencionado anteriormente, puede enmarcarse en estrategias comunes de comunicación.

Figura 2. Redes sociales utilizadas en los servicios de biblioteca móvil.



Es importante destacar que en todos los casos donde se detectaron cuentas de WhatsApp, estas se encuentran diferenciadas por vehículo. Así, cada unidad móvil dentro de un mismo servicio de biblioteca móvil dispone de su propia cuenta de WhatsApp, lo que permite establecer un contacto más directo y personalizado entre los vehículos y las comunidades específicas a las que estos dan servicio. Este modelo se da en 11 de los servicios, lo que repercute en un total de 38 vehículos, evidenciado un enfoque de proximidad en la comunicación.

Sin embargo, sobre el conjunto de los datos se debe destacar el papel que desarrollan los Bibliobuses de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona, con una presencia en redes sociales que va más allá del propio servicio y que se plantea a nivel de vehículo, evidenciando un esfuerzo por conectar con sus respectivas comunidades. Así, 8 de los 12 vehículos de la red están provistos de páginas propias en Facebook; los 12 vehículos cuentan con perfiles en Instagram; y 10 disponen de cuentas de WhatsApp. Esto pone de manifiesto el interés de la Red de Bibliotecas Municipales de la provincia de Barcelona por abrir vías de comunicación propias para sus vehículos, atendiendo así a sus audiencias particulares de una forma todavía más precisa y situándose como un modelo de referencia en el uso de herramientas digitales en las bibliotecas móviles.

Finalmente, para lo que respecta a las aplicaciones móviles de los servicios de biblioteca móvil, tras el proceso de búsqueda se evidencia que únicamente el 10% de los servicios ($n=3$) cuenta con aplicaciones propias. Estos son los Bibliobuses de León y los Bibliobuses de Segovia, ambos mediante aplicaciones

nativas disponibles en Android e iOS, y los Bibliobuses de Palencia, con una aplicación web basada en la plataforma Glide Apps. Todas ellas están diseñadas, principalmente, para ofrecer información sobre las rutas de los bibliobuses, incluyendo detalles sobre las paradas y horarios, y, en el caso de los servicios de León y Segovia, se incorpora un sistema de seguimiento en tiempo real que permite a los usuarios conocer la ubicación exacta de los vehículos.

Atendiendo ya a la disponibilidad de aplicaciones a través de los servicios titulares, estas se han localizado para la Red de Bibliotecas Municipales de Barcelona; la Red de Bibliotecas de Galicia, y la Red de Bibliotecas de Castilla y León. Dentro de estas tres aplicaciones nativas, disponibles todas ellas en App Store y Google Play, se encuentra información relativa a 12 servicios de biblioteca móvil, pero sin la especificidad de las que se han mencionado anteriormente. Estos resultados evidencian que el uso de aplicaciones móviles no es una prioridad para estos servicios, pero tampoco lo es para los servicios titulares (Figura 3).

Figura 3. Capturas de pantalla de las aplicaciones móviles para servicios de biblioteca móvil.



Figura 3a. Aplicación móvil nativa de los Bibliobuses de León (versión Android)



Figura 3b. Aplicación móvil nativa de los Bibliobuses de Segovia (versión Android)

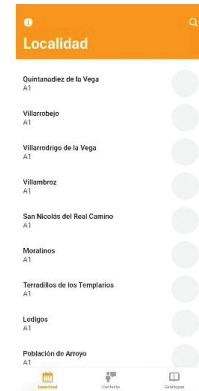


Figura 3c. Aplicación web móvil de los Bibliobuses de Palencia

4. LIMITACIONES Y PROSPECTIVA

Entre las limitaciones de la investigación, cabe destacar la ausencia de un estudio sobre las publicaciones en redes sociales en cuanto a su mensaje. Así, esta aspiración podría acometerse mediante una instrumentalización teórico-metodológica centrada en el estudio de los mensajes —a nivel cuantitativo con el análisis de contenido, y a nivel cualitativo con el análisis del discurso—, siguiendo estudios como los de Aharony (2010), Shiri y Rathi (2013), y Cavanagh (2016), en los que se analizó el contenido de distintas publicaciones en redes sociales y se plantearon categorías en función de la temática abordada. Además, en línea con este planteamiento, también podría desarrollarse un estudio en cuanto a los sitios web. Por otra parte, también centrado en la exploración de las redes sociales, no se atiende a la participación en estas, lo que podría ser de utilidad para ahondar en la cuestión comunitaria y su traslado al ecosistema digital, siguiendo estudios como los de Chan *et al.* (2020), Young y Rossmann (2015) o Nguyen (2015).

5. CONCLUSIONES

El estudio revela una adopción amplia, aunque notablemente desigual, de herramientas digitales por parte de los servicios de biblioteca móvil. La presencia del 100% de los servicios en algún espacio del ecosistema digital, sean sitios web, redes sociales o aplicaciones móviles, habla del compromiso e interés por tener presencia en estos espacios. El análisis arroja diferencias significativas para los tres tipos de herramientas incluidas en el estudio: mientras que los sitios web cuentan con una adopción universal, las redes sociales ofrecen unos niveles de adopción moderados, y las aplicaciones móviles son un aporte testimonial, debido esto último a cuestiones de acomodo en presupuestos y los costes asociados para el desarrollo y el

mantenimiento (Liu y Lewis, 2023). Además, también destaca la preferencia por situar a los servicios de biblioteca móvil bajo el paraguas de sus servicios titulares, centralizando así la estrategia de comunicación. Este contexto pone en evidencia que, en gran medida, los servicios de biblioteca móvil no cuentan con herramientas propias y específicas que les permitan ofrecer una comunicación directa con sus comunidades, algo que podría plantearse como una acción complementaria en la gestión de la ausencia en el intervalo entre las visitas, favoreciendo y facilitando el contacto continuado entre servicios y comunidades. En este sentido, cabe destacar casos como los de la Red de Bibliotecas Municipales de Barcelona, donde cada vehículo ofrece canales diferenciados —estimulando así un acercamiento con comunidades específicas—, o los de los Bibliobuses de León y los Bibliobuses de Segovia, que cuentan con aplicaciones móviles nativas, con sistemas de notificaciones y localización en vivo de sus vehículos. Con relación a la aplicación de los Bibliobuses de León, conviene subrayar que, en 2016, cuando todavía estaba en su versión inicial, fue reconocida mediante el Premio al mejor servicio digital en las bibliotecas españolas de localidades de menos de 5.000 habitantes, concedido en el marco del VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas organizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

En conjunto, los hallazgos revelan que existe una oportunidad a través de la que incrementar las relaciones que establecen los servicios de biblioteca móvil con sus comunidades en el ecosistema digital, principalmente en los espacios de interacción, lo que plantea posibilidades para el desarrollo de herramientas que favorezcan la participación. Este enfoque puede orientarse hacia espacios específicos por servicios, como en el caso de las redes sociales, o hacia la creación y mantenimiento de plataformas comunes que unifiquen esfuerzos y puedan ofrecer funcionalidades adaptadas a las necesidades particulares de cada caso, siguiendo la estela de proyectos como el Generador de Sedes Web y eBiblio (Sánchez-Muñoz, 2018).

Finalmente, es pertinente remarcar que la biblioteca móvil representa un modelo de servicio que se plantea para garantizar la igualdad en el acceso a la cultura y la información, llegando hasta donde no lo hacen el resto de los servicios bibliotecarios. Esto hace que dicha igualdad no sea un planteamiento, sino una realidad palpable en el quehacer cotidiano de las bibliotecas móviles, donde los espacios de interacción digital se ofrecen a modo de complemento de valor para gestionar las relaciones con sus usuarios. Así, esta aspiración digital debe convivir aún con la brecha digital —principalmente en los entornos rurales—, y en ningún caso debiera entenderse como una alternativa que sustituya a la presencialidad, propósito fundamental de la biblioteca móvil.

6. AGRADECIMIENTOS

Roberto Soto Arranz, jefe de Sección de Coordinación de Bibliotecas de la Diputación de León y presidente de ACLEBIM (Asociación de Profesionales de Bibliotecas Móviles), por su labor de orientación, apoyo y ánimo en la elaboración de este trabajo.

7. ACKNOWLEDGMENTS

Roberto Soto Arranz, Head of the Library Coordination Section at Diputación de León and President of ACLEBIM (Association of Mobile Library Professionals), for his guidance, support, and encouragement in the preparation of this work.

8. CONTRIBUCIÓN A LA AUTORIA

Fernando Sánchez Pita: Introducción, objetivos y metodología, resultados, limitaciones y prospectiva, recogida de datos y análisis, edición (redacción y revisión).

Guadalupe Pérez Ortiz: Introducción, objetivos y metodología, resultados, limitaciones y prospectiva, recogida de datos y análisis, edición (redacción y revisión).

9. DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

Los/as autores/as de este artículo declaran no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo.

10. BIBLIOGRAFÍA

Aharony, N. (2010). Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis. *Journal of Web Librarianship*, 4(4), 333-350. DOI: <https://doi.org/10.1080/19322909.2010.487766>.

- Alonso Arévalo, J. (2016). La biblioteca en proceso de cambio. *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, 36.
- Anwar, M., y Zhewei, T. (2021). Why Libraries are giving too much Importance to Social Media? A Review Note. *Library Philosophy and Practice*, 1-16.
- Appleton, L., y Hall, H. (2023). The public library as public sphere: A longitudinal analysis. *Journal of Documentation*, 79(1), 112-126.
- Arroyo Ortega, Ó. (2021). *Universalizar los servicios bibliotecarios públicos en España*. FESABID.
- Arroyo-Vázquez, N. (2014). Pinchar la burbuja de las bibliotecas en Facebook: El reto de la comunicación. *Anuario ThinkEPI*, 8, 111-121.
- Arroyo-Vázquez, N. (2018). Interacción en las páginas en Facebook de las bibliotecas universitarias españolas. *Profesional de la información*, 27(1). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.06>.
- Asociación de Profesionales de Bibliotecas Móviles. (2024). Conclusiones. En *XI Congreso Nacional de Bibliotecas Móviles. Bibliobuses para no dejar atrás*. Disponible en: <https://bibliobuses.com/xi-congreso-nacional-de-bibliotecas-moviles/#Conclusiones>.
- Bacon, M. (2017). *How Libraries Use Social Media*. Disponible en: <https://blog.techsoup.org/posts/how-libraries-use-social-media>.
- Barrios Martínez, C., Cuevas Cerveró, A., y Gómez Hernández, J. A. (2024). Creación de capital social en la biblioteca pública. *Revista Española de Documentación Científica*, 47(1), e380. DOI: <https://doi.org/10.3989/redc.2024.1.1453>.
- Buss, S. P. (2016). Do We Still Need Reference Services in the Age of Google and Wikipedia? *The Reference Librarian*, 57(4), 265-271. DOI: <https://doi.org/10.1080/02763877.2015.1134377>.
- Camarot, A., y Chavez, L. (2012). Bibliotecas 2.0: concepto, herramientas y usos prácticos. *Informatio*, 17, 59-75.
- Carlsson, H., Hanell, F., y Engström, L. (2023). Revisiting the notion of the public library as a meeting place: Challenges to the mission of promoting democracy in times of political turmoil. *Journal of Documentation*, 79(7), 178-195. DOI: <https://doi.org/10.1108/JD-03-2023-0061>.
- Carrasco-Polaino, R., Villar-Cirujano, E., y Martín-Cárdaba, M. Á. (2019). Redes, tweets y engagement: Análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter. *Profesional de la información*, 28(4). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.15>.
- Casey, M. E., y Savastinuk, L. C. (2006). Library 2.0: Service for the Next-Generation Library. *Library Journal*, 14(131), 40-42.
- Cavanagh, M. F. (2016). Micro-blogging practices in Canadian public libraries: A national snapshot. *Journal of Librarianship and Information Science*, 48(3), 247-259. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961000614566339>.
- Chan, T. T. W., Lam, A. H. C., y Chiu, D. K. W. (2020). From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(6), 102229. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>.
- Choi, N., y Joo, S. (2021). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*, 39(2), 352-367. DOI: <https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237>.
- Conecta. (2024). *Hábitos de lectura y compra de libros en España. 2023. Informe de resultados*. Federación de Gremios de Editores de España. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:6aea88a9-599d-4c4b-b064-df29cddd3ae-c/230227-presentacion-habitos-lectura.pdf>.
- França, M. N., Grossi, A. M., y Pacios, A. R. (2021). Social media and libraries in the scientific production of the United States. *RDBCi: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 19, e021004. DOI: <https://doi.org/10.20396/rdbc.v19i00.8661286/26264>.
- Ferran-Ferrer, N., Guallar, J., Abadal, E., y Server, A. (2017). Research methods and techniques in Spanish library and information science journals (2012-2014). *Information research*, 22(1).
- Frederick, D. E. (2024). Challenges for libraries and librarians at the nexus of the digital age and the dawn of the Fourth Industrial Revolution. *Library Hi Tech News*, 41(6), 6-12. DOI: <https://doi.org/10.1108/LHTN-05-2024-0081>.
- Gallo León, J. P., y Quílez-Simón, P. (2020). La biblioteca pública como comunicadora: Procedimientos, canales y dificultades. El ejemplo de la Región de Murcia (España). *Anales de Documentación*, 23(2). DOI: <https://doi.org/10.6018/analesdoc.403411>.
- Grande-González, P., y De la Fuente Redondo, P. (2012). Bibliotecas universitarias españolas en la web social. *Profesional de la información*, 21(6), 577-584. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2012.nov.04>.
- Hand, M. (2005). The people's network: Self-education and empowerment in the public library. *Information, Communication y Society*, 8(3), 368-393. DOI: <https://doi.org/10.1080/13691180500259210>.

- Hernández-Pérez, O., Vilariño, F., y Domènec, M. (2022). Public Libraries Engaging Communities through Technology and Innovation: Insights from the Library Living Lab. *Public Library Quarterly*, 41(1), 17-42. DOI: <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1845047>.
- IAB Spain. (2024). *Estudio de redes sociales 2024*. IAB Spain. Disponible en: <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/>.
- IFLA. (2013). *IFLA Statement on Libraries and Development*. Disponible en: <https://www.ifla.org/publications/ifla-statement-on-libraries-and-development-august-2013/>.
- Jones, M. J., y Harvey, M. (2019). Library 2.0: The effectiveness of social media as a marketing tool for libraries in educational institutions. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(1), 3-19. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961000616668959>.
- Joo, S., Choi, N., y Baek, T. H. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6), 940-955. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>.
- Juárez, F. (2008). Tecnología, innovación y web social: el valor de la dimensión en la biblioteca pública. *El Profesional de la Información*, 17(2), 135-143.
- Kwan, Y. K. C., Chan, M. W., y Chiu, D. K. W. (2024). Youth marketing development of special libraries in the digital era: Viewpoint from the Taste Library with 7Ps marketing mix. *Library Hi Tech*, 42(6), 1740-1759. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2023-0129>.
- Liu, Y. Q., y Lewis, S. (2023). Services to Mobile Users: The Best Practice from the Top-Visited Public Libraries in the US. *Information Technology and Libraries*, 42(1). DOI: <https://doi.org/10.6017/ital.v42i1.15143>.
- Lorenzo-Lledó, G., Lorenzo-Lledó, A., y Carreres, A. L. (2019). Las TIC en el contexto educativo a través de la producción científica en español. *Revista General de Información y Documentación*, 29(2). DOI: <https://doi.org/10.5209/rgid.66969>.
- Margaix-Arnal, D. (2008). Las bibliotecas universitarias y Facebook: Cómo y por qué estar presentes. *Profesional de la información*, 17(6). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2008.nov.02>.
- Mckenna, K., y Bargh, J. (1999). Causes and Consequences of Social Interaction on the Internet: A Conceptual Framework. *Media Psychology*, 1, 249-261.
- Ministerio de Cultura. (2023). *Bibliotecas públicas españolas en cifras*. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2002). *El Servicio de bibliobús: Pautas básicas para su funcionamiento*. Disponible en: <https://hdl.handle.net/10421/371>.
- Mon, L., Abels, E. G., Agosto, D. E., Japzon, L. R., Most, L., Masnik, M., y Hamann, J. (2008). Remote Reference in U.S. Public Library Practice and LIS Education. *Journal of Education for Library and Information Science*, 49(3), 184-194.
- Moral, F. (2009). Internet como marco de comunicación e interacción social. *Comunicar*, 32, 231-237.
- Neo, E., y Calvert, P. J. (2012). Facebook and the diffusion of innovation in New Zealand public libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 44(4), 227-237. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961000611435038>.
- Nguyen, L. C. (2015). Establishing a Participatory Library Model: A Grounded Theory Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(4), 475-487. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.03.018>.
- Nicholson, K. (2019). Collaborative, Creative, Participative: Trends in Public Library Innovation. *Public Library Quarterly*, 38(3), 331-347. DOI: <https://doi.org/10.1080/01616846.2019.1571399>.
- Pence, H. E. (2022). Future of Artificial Intelligence in Libraries. *The Reference Librarian*, 63(4), 133-143. DOI: <https://doi.org/10.1080/02763877.2022.2140741>.
- Retuerto-Marzano, L., Castro-Cordova, E. P., Kessler, M. I., y Limaymanta, C. H. (2023). Redes sociales en bibliotecas. Un análisis bibliométrico en el ámbito iberoamericano. *Revista Española de Documentación Científica*, 46(2). DOI: <https://doi.org/10.3989/redc.2023.2.1971>.
- Sánchez-García, M. I. (2017). Uso de medios sociales en bibliobuses españoles. En *VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Móviles (Ávila 20 al 22 de octubre de 2017)*. ACEBLIM. Disponible en: <https://bibliobuses.com/congresos/viii-congreso-nacional/>.
- Sánchez-Muñoz, E. (2018). Acceso a las plataformas de préstamo digital: Integración vs. atomización. *Profesional de la información*, 27(3). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.11>.
- Sánchez-Pita, F. (2024). El acceso a la cultura en el medio rural: Aproximación al papel determinante de la biblioteca pública. En *La importancia de la lectura en la construcción de la identidad en la sociedad contemporánea*, 171-186. Dykinson. Disponible en: <https://reunir.unir.net/handle/123456789/16665>.

- Sandí, M. C. (2012). Las redes sociales presentes en las bibliotecas. E-Ciencias de la Información. *Revista electrónica semestral*, 2(2). Disponible en: <http://revistaebci.ucr.ac.cr/>.
- Shiri, A., y Rathi, D. (2013). Twitter Content Categorisation: A Public Library Perspective. *Journal of Information y Knowledge Management*, 12(4), e1350035. DOI: <https://doi.org/10.1142/S0219649213500354>.
- Smeaton, K., y Davis, K. (2014). Social technologies in public libraries: Exploring best practice. *Library Management*, 35(3), 224-238. DOI: <https://doi.org/10.1108/LM-09-2013-0087>.
- Sørensen, K. M. (2021). Where's the value? The worth of public libraries: A systematic review of findings, methods and research gaps. *Library y Information Science Research*, 43(1), e101067. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2020.101067>.
- Stringer, I. (2010). *Mobile library guidelines* ([Rev. ed.]). IFLA.
- Webster, F. (2014). *Theories of the Information Society* (4.a ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315867854>.
- Wójcik, M. (2019). How to design innovative information services at the library? *Library Hi Tech*, 37(2), 138-154. DOI: <https://doi.org/10.1108/LHT-07-2018-0094>.
- Young, S. W. H., y Rossmann, D. (2015). Building Library Community Through Social Media. *Information Technology and Libraries*, 34(1).