

Posicionamiento y visibilidad web de las bibliotecas públicas españolas: situación actual y estrategias de desarrollo

Fco. Javier García Gómez

Biblioteca Pública Municipal. Ayuntamiento de San Javier (Murcia)

Resumen

Esta comunicación ofrece información sobre el estado de las sedes web de bibliotecas públicas españolas en cuanto a posicionamiento y visibilidad web. Se realiza un breve repaso sobre los conceptos de posicionamiento y visibilidad web y otros relacionados, se presenta la situación actual de las bibliotecas públicas españolas en Internet y se analizan algunos factores que influyen en la visibilidad y posicionamiento web de estas bibliotecas para averiguar su nivel de presencia e integración en el universo web. Los datos resultantes aportan información sobre el estado actual de las sedes web de bibliotecas públicas españolas en este sentido. Se incluyen algunas propuestas de mejora que optimicen el posicionamiento de nuestras bibliotecas públicas en los motores de búsqueda y demás sistemas automáticos de búsqueda y localización de información en Internet.

1. Palabras clave

Bibliotecas públicas / España / Internet / Optimización de sedes web/ Posicionamiento web/ Visibilidad web/ Presencia en internet

2. Introducción

Internet se ha convertido en un gran almacén de información. Hay tanta información en Internet que más que ser una ventaja, resulta ser un inconveniente. Por eso, muchas veces, no resulta nada fácil la tarea de localizar y encontrar una determinada página web en el universo Internet. Generalmente, para buscar información se utilizan los motores de búsqueda y, aunque no son los únicos sistemas de consulta de información de Internet, sí son los más utilizados¹.

Para instalarnos en Internet lo primero que tenemos que hacer es contar con una página o sitio web; en segundo lugar, debemos situar esa página web en Internet; y en tercer lugar, debemos facilitar su localización. Una vez que hemos facilitado nuestra localización hemos de procurar mantener disponible la información o servicio proporcionado y que, al mismo tiempo, sea fácil de encontrar en los sistemas de búsqueda de información de Internet. Este proceder es de aplicación directa también para el caso de las bibliotecas públicas. No obstante, la cuestión no es tan sencilla como pudiera parecer, porque hoy en día no es suficiente con estar presente en Internet: además de estar presente en Internet, nuestra biblioteca debe ser conocida, debe ser localizada fácil y rápidamente en la inmensidad del universo web, debe estar disponible siempre tanto la información que proporciona en

su sucursal virtual como los servicios que ofrece, y finalmente debe ser fácilmente recuperable desde cualquier herramienta de consulta de Internet. Es decir, tenemos que conseguir que la sede Web de nuestra biblioteca pública, y cada una de las páginas que la componen, presente niveles óptimos de visibilidad y posicionamiento en Internet. Para ello, es preciso desarrollar estrategias de actuación que permitan posicionar favorablemente nuestra sede web en Internet y en la lista de resultados de cualquier servicio de consulta web.

3. Las bibliotecas públicas españolas en Internet

Estar presentes en Internet se ha convertido en los últimos tiempos en una necesidad *sine qua non* para considerarse partícipe e integrantes de la nueva sociedad-red, hasta el punto de que quien no se encuentra en Internet no existe, no es importante, o al menos no pertenece a lo “digitalmente” correcto. Esta situación también afecta a las bibliotecas públicas españolas que poco a poco han emprendido la tarea de “situarse” en el universo web a través de una sucursal virtual, desde la cual, ofrecen información, recursos y servicios a una comunidad de usuarios virtuales, cada vez más amplia, heterogénea y universal. Los límites de alcance de nuestra biblioteca se hacen ahora cada vez más indefinibles por la capacidad de poder llegar a más clientes a través de las redes de telecomunicaciones.

Las bibliotecas públicas españolas han realizado en los últimos años un gran esfuerzo en *posicionarse* en Internet. Un gran número de las mismas se encuentran ya presentes en Internet, lo que supone un avance importante en cuanto a la predisposición de estas instituciones a utilizar la red de redes tanto como recurso como servicio, así como escaparate de muestra de lo que ofrecen y pueden ofrecer (García Gómez. 2002; García Gómez. 2004). En este aumento de presencia virtual de nuestras bibliotecas, han jugado un papel esencial algunas iniciativas impulsadas por el Ministerio de Cultura: *el Plan de Impulso de las Bibliotecas Públicas Españolas*² y, fundamentalmente, la puesta en marcha de *Travesía, el portal en Internet de las bibliotecas públicas españolas*, y el portal de la *Red de Sedes web de Bibliotecas Públicas españolas*³. Esta última iniciativa, nacida en 2004, ha resultado un auténtico trampolín para mejorar y aumentar la presencia de nuestras bibliotecas en el universo web⁴.

4. Posicionamiento y visibilidad web para bibliotecas públicas

El posicionamiento y visibilidad web son factores esenciales en la cuestión de estar presentes en Internet y resultar fácil y rápidamente localizables e identificables. En el lenguaje Internet, *posicionarse* significa optimizar la posición de un sitio o sede web en Internet para que aparezca posicionado entre los primeros resultados que recuperan las principales herramientas de búsqueda de Internet. En opinión de Codina y Marcos (2005: 84), posicionamiento web⁵ sería “*el conjunto de procedimientos y técnicas que tiene como finalidad dotar a un sitio o página web de la máxima visibilidad en Internet*”. Si atendemos a esta definición, podemos ver como los conceptos de posicionamiento y visibilidad web se encuentran íntimamente interrelacionados. Junto a estos dos términos, otros estudiosos sitúan en su mismo nivel de importancia y correlación el de usabilidad, esto es, la capacidad y disposición de un sitio web de ser *fácilmente* utilizado⁶. No obstante, para los propósitos de esta comunicación, hemos considerado únicamente algunos aspectos concretos correspondientes a visibilidad y

posicionamiento web, descartando el examen pormenorizado de la accesibilidad y usabilidad de las sedes web de bibliotecas públicas españolas por considerarlo un tema de análisis que merece un estudio muy detallado⁷.

Tabla 0. Factores que influyen en la presencia y conocimiento de un sitio web en Internet

Concepto	Significado
Visibilidad	<i>Encontrarse y ser localizado en Internet</i>
Posicionamiento	<i>Encontrarse bien situado en el listado de resultados de un motor de búsqueda</i>
Usabilidad	<i>Facilidad en el uso y navegación, diseño intuitivo, interfaz amigable y sencilla de utilizar,...</i>

Así las cosas, si un buen posicionamiento web significa que un sitio web aparece en los primeros puestos del listado de resultados rescatado por un buscador, entonces el objetivo de una biblioteca pública para mejorar su visibilidad en Internet debe ser:

- *Encontrarse y ser fácilmente localizable en Internet:* por ejemplo, en directorios específicos de bibliotecas
- *Encontrarse bien situada en el listado de resultados de un motor de búsqueda:* entonces tendrá que adecuarse a los requisitos o criterios⁸ que marcan los principales motores de búsqueda de Internet para aparecer reflejado en los primeros lugares de los resultados que proporcionan como respuesta a las consultas
- *Ser fácil de usar y de acceder⁸ a sus servicios virtuales,* con una interfaz intuitiva, amigable y sencilla de explorar: una sede web a la que es fácil acceder y que es sencilla de utilizar presentará una alta frecuencia de uso (muchas visitas) y, por ende, se convertirá en un recurso/servicio que conseguirá fidelizar usuarios/clientes

4.1. Encontrarse y ser localizado en Internet

La posibilidad de ser encontrado en Internet se consigue por medio de cuatro acciones fundamentales:

- *Localización directa:* se consigue dando a conocer nuestra URL y sus servicios a través de listas de correo, congresos y jornadas, campañas de publicidad y marketing,...
- *Localización indirecta:* se consigue mediante la navegación intuitiva, casual y premeditada. Esta localización supone que otras páginas y sedes web, distintas a la nuestra, contengan enlaces a nuestra sede web o, al menos, a alguna de sus páginas. Mejor aún, si esas páginas o sedes web que nos enlazan, presentan una alta visibilidad ya que eso proporcionará más calidad, rigor y relevancia a nuestra sede web
- *Localización mediante un buscador.* Para localizar una determinada página web interrogando a un motor de búsqueda, éste previamente debe tener indexada nuestra web en su base de datos. Para que una sede web forme parte de la base de datos de un buscador debe haberse incorporado previamente de dos formas: o bien, a conciencia, es decir, hemos registrado (dado de alta) a conciencia nuestra web en el buscador, o bien, ha sido el propio buscador en su proceso de rastreo, localización e identificación de nuevos sitios web, quien una vez que nos ha localizado, procede a registrar nuestra web de manera voluntaria y automática. Sobra decir que los motores de búsqueda son una de las

herramientas más populares de búsqueda, localización y recuperación de información de Internet, de ahí la importancia de aparecer también en sus listas de resultados –y si es bien posicionado mucho mejor- cuando son interrogados por los usuarios

- *Localización en directorios específicos o especializados*: los directorios de bibliotecas consisten en recopilaciones de direcciones web de bibliotecas¹⁰. Pueden ser de carácter general, cuando recogen información de todo tipo de bibliotecas, o especializados cuando recogen información de un tipo concreto de bibliotecas. Son recursos de información de gran utilidad, bien por el número de bibliotecas que recogen, bien por la calidad de las bibliotecas seleccionadas

4.2. Encontrarse bien situado en el listado de resultados de un motor de búsqueda

Cuando interrogamos un motor de búsqueda, aparece como respuesta una lista de resultados que se encuentran relacionados con el tema de la consulta. Como estas listas de resultados pueden ser más o menos amplias, y teniendo en cuenta que los usuarios por regla general solamente suelen consultar los primeros diez o veinte resultados¹¹, resulta de vital importancia pues aparecer en los primeros lugares de las listas de resultados. En este sentido, resulta necesario en primer lugar estar dado de alta en la base de datos de los principales motores de búsqueda, ya que está comprobado que los primeros resultados que ofrecen corresponden a recursos de información indexados por el propio motor de búsqueda.

5. Visibilidad y posicionamiento web de las bibliotecas públicas españolas: ¿dónde estamos?, ¿hacia dónde vamos?

Para estudiar la situación de nuestras bibliotecas públicas en materia de visibilidad y posicionamiento web, y estando acorde con nuestro planteamiento inicial, es necesario evaluar las situaciones previstas.

5.1. Localización de bibliotecas públicas españolas en Internet

En primer lugar, tenemos que asegurar que nuestra biblioteca pública y sus servicios estén presentes en Internet y puedan ser localizados. Desde nuestro punto de vista, creemos absolutamente necesaria la existencia de *lanzaderas de promoción y difusión web* para las bibliotecas públicas españolas: nos referimos a directorios de bibliotecas en Internet que recojan a estos centros bibliotecarios. En nuestra investigación hemos localizado algunos directorios web de bibliotecas públicas a nivel local o regional y otros a nivel estatal. Estos últimos son¹²:

- *Directorio de Bibliotecas Públicas del Estado*¹³: Directorio de sedes web de las Bibliotecas Públicas del Estado (y bibliotecas centrales de Comunidades Autónomas). No incluye a las bibliotecas públicas municipales. Recoge 53 bibliotecas públicas.
- *Bibliotecas y Catálogos: Directorio de los Sitios en Internet de las Bibliotecas Públicas Españolas*¹⁴: Es un directorio de las sedes Web de bibliotecas públicas españolas registradas. Recoge 136 bibliotecas públicas.

- *Bibliotecas españolas... y de todo el mundo*¹⁵: Directorio hipertextual que ofrece acceso a las sedes web de bibliotecas españolas y de todo el mundo, independientemente del tipo que sean, así como al catálogo web si está disponible. Recoge 137 bibliotecas públicas españolas
- Y, especialmente, la *Red de Sedes web de Bibliotecas Públicas*¹⁶: Espacio web proporcionado por el Ministerio de Cultura para la ubicación de sedes web de bibliotecas públicas españolas adscritas al proyecto. Recoge 195 bibliotecas y redes de bibliotecas públicas

5.2. Optimización en motores de búsqueda de bibliotecas públicas españolas

Situar la web de nuestra biblioteca en los primeros lugares de la lista de resultados de los principales buscadores depende de varios factores. Gonzalo Penela (2004) habla de factores de posicionamiento *on the page* y factores de posicionamiento *off the page*, según estén o no bajo el control directo del diseñador del sitio web.

Entre los primeros se encuentran la *selección óptima de palabras clave*¹⁷ como la base fundamental para cualquier estrategia de optimización en motores de búsqueda (SEO). Otros factores *on the page* serían la *optimización de títulos* (un buen título servirá para actuar como reclamo para los usuarios interesados. Igualmente un buen título permitirá que los buscadores le otorguen una buena posición en sus listas de resultados¹⁸), la *inclusión de metadatos*¹⁹ (aportan información sobre la web en cuestión, siendo las más importantes las correspondientes a *autor, título, palabras clave, y descripción*²⁰), y la presencia de *palabras clave secundarias*.

La presencia de metadatos en las sedes web de bibliotecas públicas españolas ha sido una cuestión estudiada en algunos trabajos anteriores. En Merlo y Sorli (2000) se llegaba a la conclusión de que un 46% de las bibliotecas españolas hacía uso de los mismos. Mientras, en Senso y Villén (2004) se estudió la presencia de metadatos en las sedes web de Bibliotecas Regionales españolas resultando la misma muy escasa. Los autores concluyen en su artículo que ninguno de los centros practicaba una política corporativa de cara a Internet, limitando su proceder a estar presentes en Internet sin más

Tabla 1. Presencia de los metadatos más importantes en las páginas web de Bibliotecas Regionales españolas

Biblioteca	Autor/creador	Título	Palabras clave	Descripción
ANDALUCÍA		X	X	
CANTABRIA		X	X	
CASTILLA Y LEÓN		X	X	
CASTILLA-LA MANCHA		X		
MURCIA		X	X	X
LA RIOJA	X	X	X	X
CATALUÑA		X	X	
VALENCIA		X		
MADRID		X	X	
ARAGÓN		X	X	X

Tabla 2. Presencia de metadatos más importantes en las páginas web de Bibliotecas Públicas del Estado (I)²¹

Biblioteca	Autor/creador	Título	Palabras clave	Descripción
ALICANTE		X	X	X
VITORIA		X	X	X
OVIEDO		X	X	X
BADAJOS		X	X	X
BURGOS		X	X	X
CASTELLÓN		X	X	X
CIUDAD REAL		X	X	X
MAHÓN		X	X	X

Tabla 3. Presencia de metadatos más importantes en las páginas web de Bibliotecas Públicas del Estado (II)²²

Biblioteca	Autor/creador	Título	Palabras clave	Descripción
ALMERÍA	X	X	X	X
CÁDIZ	X	X	X	X
GIRONA	X	X	X	X
TARRAGONA	X	X	X	X
PONTEVEDRA		X		
ORENSE		X		
VALENCIA		X	X	
ÁVILA		X	X	

Tabla 4. Presencia de los metadatos más importantes en las páginas web de Bibliotecas Públicas Municipales

Biblioteca	Autor/creador	Título	Palabras clave	Descripción
IRÚN		X		
BILBAO		X	X	
SAN JAVIER		X	X	
LORCA		X	X	
VILLAJYOYOSA		X	X	
XÁTIVA	X	X	X	X
SABADELL		X	X	X
PEÑARANDA	X	X	X	X
ZARAGOZA		X	X	X
SEVILLA		X	X	
CÓRDOBA		X	X	X

En cuanto a los factores *off the page*, destacan fundamentalmente el número de enlaces recibidos y la calidad de los mismos (tanto interna como externamente), así como el número de visitas y visitantes recibidos. Además, hay que tener en cuenta también el *texto de los enlaces*²⁴. Existen varios procedimientos para medir nuestra visibilidad en Internet: uno de los procedimientos de medición más básicos y habituales es el de instalar un *contador de visitas*²⁵ en nuestra web. Para saber qué páginas contienen algún enlace hacia nuestra web algunos motores de búsqueda nos realizan este trabajo destacando las opciones proporcionadas por Google y Altavista. Google, a través de la modalidad *Encontrar páginas con enlaces a la página* dentro de la búsqueda de tipo avanzada, y Altavista mediante la opción de búsqueda *link*: en la ventana de interrogación del buscador que devuelve como resultados los sitios que enlazan con una determinada página o sede web²⁶. En este sentido, no sólo será importante recibir enlaces de otras páginas web, sino además que dichas páginas web sean de calidad²⁷.

Tabla 5. Bibliotecas públicas españolas con contador de visitas en su sede web

BIBLIOTECAS REGIONALES		BIBLIOTECAS PÚBLICAS DEL ESTADO		BIBLIOTECAS PÚBLICAS MUNICIPALES	
BIBLIOTECA	CONTADOR	BIBLIOTECA	CONTADOR	BIBLIOTECA	CONTADOR
ANDALUCÍA		ALICANTE		BILBAO	
ARAGÓN		ALMERIA		IRÚN	
CANTABRIA	X	AVILA		LORCA	
CASTILLA-LA MANCHA		BADAJOS		PEÑARANDA	
CASTILLA Y LEÓN		BURGOS		SABADELL	
CATALUÑA		CÁDIZ		SAN JAVIER	X
MADRID		CASTELLÓN	X	VILLAJOSYA	
MURCIA		CIUDAD REAL	X	XÁTIVA	
LA RIOJA		GIRONA		ZARAGOZA	
VALENCIA		MAHÓN		SEVILLA	
	ORENSE		CÓRDOBA		
	OVIEDO				
	PONTEVEDRA				
	VALENCIA	X			
	VITORIA				

Tabla 6. Número de páginas web que enlazan a webs de bibliotecas públicas españolas, según Google y Altavista

BIBLIOTECAS REGIONALES			BIBLIOTECAS PÚBLICAS DEL ESTADO			BIBLIOTECAS PÚBLICAS MUNICIPALES		
BIBLIOTECA	Google	Altavista	BIBLIOTECA	Google	Altavista	BIBLIOTECA	Google	Altavista
ANDALUCIA	64	844	ALICANTE	0	0	BILBAO	28	13
ARAGON	0	4	ALMERÍA	9	9	CÓRDOBA	11	77
CANTABRIA	18	143	ÁVILA	2	34	IRÚN	4	112
CASTILLA-LA MANCHA	29	285	BADAJOS	0	3	LORCA	2	26
CASTILLA Y LEÓN	72	584	BURGOS	0	2	SABADELL	1	2
CATALUÑA	41	208	CÁDIZ	10	10	SAN JAVIER	0	21
MURCIA	55	555	CIUDAD REAL	0	1	SEVILLA	3	25
LA RIOJA	1	8	GIRONA	20	230	VILLAJAYOSA	8	148
VALENCIA	59	303	ORENSE	2	2	XÁTIVA	2	28
MADRID	3	16	OVIEDO	0	1	ZARAGOZA	0	69
			PONTEVEDRA	2	1	PEÑARANDA	2	12
			TARRAGONA	50	357			
			VALENCIA	2	67			
			VITORIA	0	4			
			MAHÓN	0	0			

6. Discusión

De los datos aportados, podemos destacar las siguientes apreciaciones: en primer lugar, tal y como se mencionaba en los trabajos de Merlo y Sorli (2000) y Senso y Villén (2004), la presencia de determinados metadatos en las sedes web de bibliotecas públicas españolas sigue siendo una tarea pendiente de abordar. Concretamente, los metadatos correspondientes al autor/creador de la web y la descripción de su contenido siguen sin aparecer en la mayoría de los casos. Lo que sí se cuida más es la presencia de metadatos correspondientes al título y las palabras clave. La presencia de estos cuatro metadatos –considerados por los expertos como los más importantes a la hora de facilitar la identificación, localización y recuperación de páginas web- se da tan solo en muy pocos casos (en siete bibliotecas de la muestra seleccionada).

Tabla 7. Relación de bibliotecas públicas españolas que presenta en su código fuente los metadatos más importantes

BIBLIOTECA	LA RIOJA	ALMERÍA	CÁDIZ	GIRONA	TARRAGONA	XÁTIVA	PEÑARANDA
TIPO DE BIBLIOTECA	BR	BPE	BPE	BPE	BPE	BPM	BPM

En segundo lugar, hemos comprobado también cómo la existencia de contadores de visitas en las bibliotecas estudiadas brilla por su ausencia: tan sólo cinco bibliotecas cuentan con este recurso que es, a todas luces, una utilidad esencial para comprobar el número de visitas que recibe nuestra página web.

Tabla 8. Bibliotecas públicas españolas con contador de visitas en su página web

BIBLIOTECA	CANTABRIA	CASTELLÓN	CIUDAD REAL	VALENCIA	SAN JAVIER
TIPO DE BIBLIOTECA	BR	BPE	BPE	BPE	BPM

Finalmente, hemos querido averiguar los enlaces recibidos por estas instituciones a través de las opciones que ofrecen dos de los motores de búsqueda más utilizados: *Altavista* y *Google*. El experimento registra resultados muy dispares entre ambos buscadores: mientras *Altavista* es más exhaustivo (suele recuperar *autoenlaces*), *Google* es más preciso. No obstante, puede observarse cómo las bibliotecas públicas españolas más *enlazadas*, según cada buscador, son muy coincidentes.

Tabla 9. Comparativa de bibliotecas públicas españolas más enlazadas, según *Google* y *Altavista*

BIBLIOTECAS REGIONALES			
<i>Google</i>		<i>Altavista</i>	
Biblioteca	Enlaces recibidos	Biblioteca	Enlaces recibidos
Castilla y León	72	Andalucía	844
Andalucía	64	Castilla y León	584
Valencia	59	Murcia	555
BIBLIOTECAS PÚBLICAS DEL ESTADO			
<i>Google</i>		<i>Altavista</i>	
Tarragona	50	Tarragona	357
Girona	20	Girona	230
Cádiz	10	Valencia	67
BIBLIOTECAS PÚBLICAS MUNICIPALES			
<i>Google</i>		<i>Altavista</i>	
Bilbao	28	Villajoyosa	148
Córdoba	11	Irún	112
Villajoyosa	8	Córdoba	77

7. Conclusiones y recomendaciones

En esta comunicación hemos podido ver cuál es la situación actual de las bibliotecas públicas españolas en materia de posicionamiento y visibilidad web. Hemos dejado constancia de que cada día más y más bibliotecas españolas aceptan el reto de mostrarse en Internet, aunque con resultados

en cuanto a visibilidad y posicionamiento muy diferentes. También hemos anotado las enormes posibilidades e importancia que supone para estas instituciones *estar bien situadas* en el universo Web.

La clave para mostrar niveles óptimos de visibilidad y posicionamiento web residirá en la puesta en marcha de un plan de optimización que recoja estrategias de desarrollo en este sentido. Según la bibliografía específica consultada, podemos sacar la siguiente conclusión: *Una buena estrategia de posicionamiento es aquella que intenta optimizar en primer lugar la página inicial de la sede web con las palabras clave que mejor la definan en general. Posteriormente, corresponde optimizar cada una de las páginas web que constituyen la sede web con sus correspondientes palabras clave, a las que habrá que sumar aquella palabra clave más relevante de la web inicial. De esta forma, destacamos una palabra clave como la más representativa de la web a lo largo y ancho de toda la sede web, y se consigue una buena visibilidad también para el resto de páginas de la sede.*

Algunas prácticas que pueden repercutir en una buena visibilidad y posicionamiento web de nuestra biblioteca son las siguientes:

- I. *Registrar la página* en el directorio de recursos de los principales buscadores como Google o Altavista
- II. *Uso de metadatos y/o lenguajes de marcas*, que potencian las posibilidades de recuperación
- III. *Número de páginas*: es otro elemento que influye en la visibilidad web de una sede web: a mayor número de páginas, más posibilidad de ser encontrado, localizado e identificado
- IV. *Lenguaje e idioma*: se refiere al idioma en que aparezcan los contenidos de la web. En el caso de Internet, y como ya es bien sabido, la presencia de contenidos en inglés “dispara” las posibilidades de aparecer bien posicionado en los buscadores. Es muy importante, pues, crear versiones de la web de nuestra biblioteca en las que se pueda consultar la información y sus servicios en otros idiomas
- V. *Actualización y continuidad en el tiempo*
- VI. *Instalar contadores de visitas* y otros procedimientos de medición de nuestra popularidad
- VII. *Contar con una URL nemotécnica* que nos identifique clara e inequívocamente
- VIII. *Análisis de los enlaces recibidos*

Las bibliotecas públicas españolas en Internet necesitan mejorar sus servicios, diseño y gestión. No porque estén mal diseñadas, planificadas o gestionadas, sino por ejercicio de responsabilidad y de mejora constante. En este sentido, nuestro trabajo en relación a aumentar y mejorar nuestra posición o visibilidad en Internet resulta doble: por una parte, es necesario observar a los motores de búsqueda, cómo posicionan sus resultados, a las bibliotecas, si ofrecen resultados de calidad o manifiestamente mejorables, de manera que nos sirva de criterio de selección a la hora de elegir en qué buscador o directorio queremos aparecer posicionados y en cuáles no; por otro lado, abordar un plan de optimización y posicionamiento web integrado en nuestro trabajo de gestión de nuestra sede web resulta, a todas luces, primordial para afianzar a las bibliotecas públicas españolas en Internet, mejorar y aumentar su presencia, y mostrarnos eficientemente, consiguiendo niveles realmente destacables y relevantes en materia de visibilidad web.

NOTAS

- ¹ Según el último informe *Uso y perfil de usuarios de Internet en España* (mayo 2006), la actividad más practicada por los usuarios de Internet es la búsqueda de información en directorios y motores de búsqueda (un 72%) <http://observatorio.red.es/estudios/documentos/uso_perfil.pdf> [Consulta: 26/08/2006]. Además, en un estudio realizado por *Nielsen/NetRatings* (2005), se informaba que un amplio porcentaje de los usuarios de Internet solamente consultaba los primeros diez resultados de su búsqueda <http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_050204_sp.pdf> [Consulta: 26/08/2006]. De esta forma, sobra decir la importancia que tiene maximizar la visibilidad de nuestra sede web en Internet: por un lado, en la lista de resultados que recuperan los directorios y motores de búsqueda; y por otro lado, dándonos a conocer utilizando técnicas complementarias al posicionamiento web en buscadores
- ² Disponible en <<http://www.diba.es/bibliotecas/documentospdf/MinisteriPla2000.PDF>> [Consulta: 11/08/2006]
- ³ Disponible en <<http://www.bibliotecaspublicas.es/index.jsp>> [Consulta: 13/08/2006]
- ⁴ El proyecto permite, a las bibliotecas que se adhieren al mismo, contar con una herramienta gratuita de gestión de contenidos web para crear y actualizar sedes web de bibliotecas. Es personalizable, flexible y adaptable a cada situación particular de cada biblioteca. Y no supone ningún coste económico para las mismas. Más información en <<http://www.bibliotecaspublicas.es/proyecto.htm>> [Consulta: 14/08/2006]
- ⁵ Aunque suele utilizarse comúnmente el término *posicionamiento web*, muchos otros autores prefieren utilizar la expresión *optimización en motores de búsqueda* (*Search Engine Optimization*, SEO)
- ⁶ Grau, Jordi: "Pensando en el usuario: la usabilidad" [En línea]. Nota informativa disponible en el repositorio de *Thinkepi* (23 de noviembre de 2005) <<http://www.thinkepi.net/repositorio/pensando-en-el-usuario-la-usabilidad/>> [Consulta: 04/08/2006]
- ⁷ En el trabajo de López, Méndez y Sorli (2001), en el que se estudiaba la situación de las sedes web de bibliotecas públicas catalanas en cuanto a accesibilidad y usabilidad, se dejaba constancia que el nivel de accesibilidad y usabilidad de estas bibliotecas era en general bastante pobre. Muy similar era la conclusión a la que llegaban Frías y Lorente (2003) en el que casi un 75% de las bibliotecas públicas catalanas suspendían en accesibilidad web
- ⁸ Los criterios que suelen utilizar los motores de búsqueda para posicionar mejor o peor un determinado sitio web en sus listados de resultados son un secreto industrial y comercial, de manera que no pueden saberse a ciencia cierta, tan solo suposiciones o deducciones que se obtienen de pruebas y estudios de resultados de las que se obtienen *factores de influencia*
- ⁹ Los conceptos de usabilidad y accesibilidad se consideran complementarios entre sí y ambos se basan en el diseño orientado hacia el usuario. Más información en Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J.; e Iazza, G.: "Diseño web centrado en el usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información" [En línea]. *Hipertext.net*, nº2 (2004) <<http://www.hipertext.net/web/pag206.htm>> [Consulta: 03/08/2006]
- ¹⁰ Merlo Vega, José A.: "Directorios internacionales de webs de bibliotecas" [En línea]. *Revista Española de Documentación Científica*, vol.24, nº1 (2001), 101-112 <<http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/dirbiblio.htm>> [Consulta: 11/08/2006]
- ¹¹ Afinando mucho más en esta cuestión, a mediados del año pasado, la empresa *Eyetoools* presentó un estudio que aportaba algunos datos reveladores de la situación que comentamos: así, se constataba que el 100% de los usuarios consultaba los cinco primeros resultados de la búsqueda; a partir del quinto resultado, el porcentaje de usuarios que consultaban más resultados que los cinco primeros, bajaba al 50% y este porcentaje se situaba en el 20% para aquellos que revisaban más de diez resultados. Más información en <<http://www.noticias.com/articulo/06-07-2005/ivan-muro/posicionamiento-busca-dores-analizando-mirada-usuario-4ja1.html>> [Consulta: 10/08/2006]
- ¹² Los directorios fueron consultados por última vez el 27 de agosto de 2006
- ¹³ Disponible en <http://www.mcu.es/jsp/plantilla_wai.jsp?id=2&area=bibliotecas>
- ¹⁴ Disponible en <<http://travesia.mcu.es/portulano.asp>>
- ¹⁵ Disponible en <<http://exlibris.usal.es/bibesp/tipos/index.htm#publicas>>
- ¹⁶ Disponible en <<http://www.bibliotecaspublicas.es/>>
- ¹⁷ Es preciso utilizar el término o términos que mejor definan el contenido de una página web, al tiempo que el término o términos utilizados no sean de uso general, esto es, elegir un término o términos que no estén "explotados" a gran escala. Existen herramientas que sugieren términos idóneos para posicionarse (Gonzalo Penela, 2004)
- ¹⁸ Se considera que un *buen título* debe *construirse* con entre cinco y diez términos, y como mínimo uno de esos términos debe ser una de las palabras clave que optimizan la web
- ¹⁹ Según Méndez y Senso (2004), metadato puede definirse como "*toda aquella información descriptiva sobre el contexto, calidad, condición o características de un recurso, dato u objeto que tiene la finalidad de facilitar su recuperación, autenticación, evaluación, preservación y/o interoperabilidad*". Estos autores dividen los metadatos en tres grandes grupos: *metadatos recuperación-sistema; metadatos de visibilidad web, y metadatos de*

usuario/servicio. Los metadatos de visibilidad web son aquellos proporcionados por el código fuente de cada página web (ya sea en formato HTML, XHTML, o RDF). La información proporcionada por este código fuente tiene como objetivo mejorar el posicionamiento web en motores de búsqueda

²⁰ La iniciativa *Dublín Core* de OCLC, que pretende convertirse en estándar a la hora de desarrollar metainformación, establece hasta un total de quince metaetiquetas para la descripción de un documento web: *Título; Creador o Autor; Palabras Claves; Descripción; Editor; Otros colaboradores; Fecha; Tipo de recurso; Formato; Identificador del recurso; Fuente; Lengua; Relación; Cobertura, y Derechos*. Más información en <<http://www.rediris.es/metadata/>> [Consulta: 03/08/2006]

²¹ Muestra aleatoria; selección realizada al azar. Hemos podido comprobar que las etiquetas "título", "palabras clave", y "descripción" no son significativas, es decir, no aportan datos que permitan un buen posicionamiento en buscadores de estas bibliotecas. Se ha realizado el siguiente experimento: hemos buscado la expresión (entre comillas) *biblioteca pública del estado de ciudad real* en el buscador Altavista y en los primeros diez resultados no aparecía la página web de la biblioteca de Ciudad Real. Esto es debido como decimos a que los metadatos proporcionados por el generador de sedes web del Ministerio de Cultura (a través del cual se generan y gestionan los contenidos de las páginas web de las bibliotecas públicas españolas adscritas al programa) no resultan significativos

²² Muestra aleatoria; selección realizada al azar. Aunque han sido localizados también en la sede web para bibliotecas públicas españolas del Ministerio de Cultura, lo cierto es que estas sedes web no han sido desarrolladas o generadas por el generador web del ministerio. De esta forma, podemos ver la clara diferencia que existe entre primer grupo de BPE y este segundo grupo en materia de metadatos. No obstante, se mantiene la situación en el caso de las BPE de Valencia, Ávila, Ourense y Pontevedra cuyas sedes web tampoco han sido generadas por el generador del Ministerio pero que aún así siguen careciendo de algunos de los metadatos objeto de estudio

²³ Se decidió descartar las sedes web generadas o desarrolladas a partir del generador de sedes web del Ministerio. Nos decantamos por el resto de bibliotecas cuya sede web ha sido generado con otra herramienta de diseño web. También se ha intentado que la muestra fuera lo más representativa posible del conjunto de municipios españoles cuyas bibliotecas cuentan con presencia en Internet: se han seleccionado municipios pequeños, de tamaño mediano, y de grandes ciudades

²⁴ Los enlaces resultan fundamentales para posicionar mejor una determinada sede web: los motores de búsqueda suelen realizar lo que se denomina como *análisis de enlaces* para tratar de presuponer o deducir no solamente los contenidos, sino también la calidad o posible *autoridad* del sitio web

²⁵ Algunos contadores de visitas suelen ser bastante completos en cuanto a la cantidad y calidad de información que proporcionan: al hecho de informar por el número de visitas o visitantes obtenido, se le suma otras informaciones complementarias que aportan un valor añadido notable: visitas por día de semana, mes, o año; país de origen de las visitas; proveedor de conexión de las visitas; terminología más utilizada en la búsqueda, etc. Por su sencillez, aplicabilidad y utilidad recomendamos el contador de visitas proporcionado gratuitamente en <<http://www.contadorwap.com>> [Consulta: 30/08/2006]. De todas formas, un contador de visitas no siempre proporciona "datos reales" del número de visitas o visitantes que hemos obtenido. Así, por ejemplo, *número de visitas NO es equivalente a número de visitantes*

²⁶ Hay que hacer constar que en la lista de resultados de páginas que enlazan a una determinada página, *no deberían contabilizarse* aquellos resultados que supongan autoenlaces, es decir, páginas de nuestra sede web que incluyan enlaces a nuestra propia sede web

²⁷ En Google se averigua este hecho a través del denominado *PageRank*, algoritmo de medición basado en los enlaces presentes entre páginas web: cuantos más enlaces recibamos de páginas de calidad, más calidad tendrá nuestra web

BIBLIOGRAFÍA

- CODINA, LLUIS: "Posicionamiento web: Conceptos y Ciclo de Vida" [En línea]. *HiperText.net*, nº2 (2004) <http://www.hipertext.net/web/pag216_print.htm> [Consulta: 29/08/2006]
- CODINA, LLUÍS Y MARCOS, MARI CARMEN: "Posicionamiento web: conceptos y herramientas" [En línea]. *El Profesional de la Información*, vol.14, nº2 (2005), 84-99 <http://www.mcmarcos.com/pdf/2005_posicionamiento-epi-maq.pdf> [Consulta: 23/08/2006]
- FRÍAS, AMPARO Y LORENTE, MAGDALENA: "La web de la biblioteca como escaparate de la biblioteca física: análisis de las webs de las bibliotecas públicas catalanas" [En línea]. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, nº10 (2003) <http://www2.ub.es/bid/consulta_articulos.php?fichero=10frias2.htm> [Consulta: 22/08/2006]
- GARCÍA GÓMEZ, FCO.JAVIER: "Las bibliotecas públicas españolas en Internet: ¿qué servicios ofrecen?" [En línea]. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, nº68 (2002), 23-36 <<http://www.aab.es/pdfs/baab68/68a2.pdf>> [Consulta: 22/08/2006]
- GARCÍA GÓMEZ, FCO.JAVIER: "Servicios bibliotecarios web de bibliotecas públicas españolas". En: Saorín Pérez, Tomás: *Los portales bibliotecarios*. Madrid: Arco/Libros, 2004; 205-233
- GONZALO PENELA, CARLOS: "La selección de palabras clave para el posicionamiento en buscadores" [En línea]. *HiperText.net*, nº2 (2004) <http://www.hipertext.net/web/pag225_print.htm> [Consulta: 29/08/2006]
- LÓPEZ MARÍN, LAURA; MÉNDEZ RODRÍGUEZ, EVA M^a; Y SORLI ROJO, ÁNGELA: "Accesibilidad/Usabilidad de los sitios web de las Bibliotecas Públicas Catalanas: ¿una sociedad de la información para todos?" [En línea]. *VIII Jornadas Catalanes de Documentació*. Barcelona: COBDC, 2001 <http://www.cobdc.org/jornades/8JCD/comunicacions/05_05comunic.pdf> [Consulta: 30/08/2006]
- MÉNDEZ RODRÍGUEZ, EVA M^a Y SENSO, JOSÉ ANTONIO: *Introducción a los metadatos: estándares y aplicación*. Unidad de autoformación online (SEDIC, 2004) <<http://www.sedic.es/autoformacion/metadatos/programa.htm>> [Consulta: 23/08/2006]
- MERLO VEGA, JOSÉ ANTONIO Y SORLI ROJO, ÁNGELA: "El uso de metainformación en los webs de las bibliotecas españolas" [En línea]. *VII Jornadas Españolas de Documentación*. Bilbao: FESABID, 2000; 155-164 <<http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/bilbao1.htm>> [Consulta: 21/08/2006]
- SENSO, JOSÉ ANTONIO Y VILLÉN RUEDA, LUIS: "El uso de la etiqueta META en sitios web de bibliotecas". *Revista Española de Documentación Científica*, vol.27, nº1 (2004), 293-307