

¿QUÉ NECESITO SABER SOBRE REDES SOCIALES? GESTIONA Y CREA CONTENIDO PARA LAS REDES SOCIALES DE TU BIBLIOTECA

¿QUÉ NECESITO SABER SOBRE REDES SOCIALES?
GESTIONA Y CREA CONTENIDO PARA LAS REDES SOCIALES DE TU BIBLIOTECA



DOCENTES: María del Carmen Pérez Giráldez. Técnico Auxiliar de Biblioteca en la Universidad de Granada y miembro del Equipo de Mejora de Comunicación, Marketing y Redes Sociales.

NÚMERO DE PLAZAS: 40.

NÚMERO DE HORAS CERTIFICADAS: 40 horas.

FECHAS: del 22 de septiembre al 31 de octubre de 2025.

COLECTIVO: Personal de Bibliotecas, Archivos y Centros de Documentación.

REQUISITOS: Conocimiento de informática a nivel de usuario y acceso a internet y cuenta de correo electrónico. La formación se realizará a través de la plataforma Moodle de la AAB.

OBJETIVOS:

1. Crear contenidos para redes sociales
 - a. Entender el lenguaje empleado en cada red social para seleccionar formatos de contenidos adecuados
 - b. Conocer los fundamentos básicos del diseño gráfico
 - c. Conocer herramientas para elaborar contenidos
2. Aprender a dirigirse a un público objetivo
 - a. Conocer los fundamentos del copywriting
 - b. Aprender los fundamentos del etiquetado
3. Gestionar las publicaciones en redes sociales
 - a. Aprender a temporalizar calendarizar los contenidos
 - b. Aprender a programar los contenidos
 - c. Aprender a evaluar la repercusión de la gestión realizada en redes sociales

¿PORQUE ES INTERESANTE ESTE CURSO?

La formación, información y difusión sobre los servicios de las bibliotecas y los intereses de las personas usuarias son fundamentales dentro cualquier estrategia bibliotecaria. Que se conozcan los servicios, que los fondos salgan a la luz y capten la atención de las personas, que las bibliotecas, en definitiva, demuestren su importancia a través de acciones de valor añadido¹. Aunque ya trabajamos día a día dentro de la biblioteca para dar a conocer todo ello,

sabemos que las redes sociales pueden ser nuestras aliadas si las usamos de forma óptima.

Esto que acabamos de manifestar es toda una declaración de intenciones, pero ¿cómo lo gestionamos si no tenemos un servicio de comunicación en nuestra biblioteca? En caso de que contemos con uno ¿cómo lo desarrollamos si no somos ni Social Media ni Community Manager?

En la mayoría de bibliotecas somos el propio personal el que debemos administrar las redes sociales como una tarea extra. En este curso aprenderemos a gestionar y crear contenido que podemos publicar en las redes sociales de nuestra biblioteca sin necesidad de ser profesionales de la comunicación, elaborando contenido de calidad.

MÓDULOS TEMÁTICOS:

1. Creación de contenidos para redes sociales institucionales
2. Comunicación en redes sociales institucionales
3. Gestión de redes sociales institucionales

CONTENIDOS:

1. Conoce cada red social para saber cómo publicar: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest, BlueSky

Analizar las particularidades de cada red social para tenerlas en cuenta a la hora de publicar, basándonos en tres variables: edad, formatos y uso de las personas usuarias.

2. Tipos de formatos de contenidos y el arte de combinarlos

Conocer los diferentes formatos en los que elaborar los contenidos y el alcance que obtienen en las redes sociales.

3. Un poco de teoría sobre diseño gráfico es una gran ayuda

Recoger algunas pautas sobre diseño gráfico. Diferenciar entre cartel y publicación de redes sociales.

4. Herramientas de diseño de contenidos: Canva y CapCut

Crear contenidos con Canva y CapCut. Tomar contacto con la interfaz y las principales funcionalidades, crear diferentes formatos de contenidos y gestionarlos. Parte más práctica del curso.

5. ¿A quién me dirijo cuando publico?

Analizar quiénes son las personas a las que nos dirigimos cuando publicamos en redes sociales para saber mejor qué decirles y cómo.

6. No me hable de usted: cómo dirigirte a tu público

Recoger algunas pautas sobre copywriting para dirigirnos de forma más eficaz a las personas usuarias.

7. Haz que llegue al mayor número de personas: el etiquetado

Explicar el uso de hashtags o etiquetas en redes sociales y cómo seleccionarlas para aumentar las impresiones de las publicaciones.

8. Trabajo en una biblioteca y me ocupo de las redes sociales ¿por dónde empiezo?

Contextualizar la realidad que viven el personal bibliotecario al tener que sumar a sus tareas diarias la gestión de redes sociales y poner en valor esta situación.

9. Difundir, formar e informar ¿son las redes sociales una herramienta para ello?

Reflexionar sobre la importancia de las redes sociales como herramientas que apoyan objetivos tan importantes en las bibliotecas como difundir, formar e informar.

10. La figura del Social Media y del Community Manager

Marcar las diferencias entre ambas figuras para ser conscientes del reparto de tareas a la hora de gestionar las redes sociales.

11. Planificación, esa es la clave

Aportar algunas pautas para planificar el contenido de redes sociales y hacer más eficiente el trabajo diario como Social Media.

12. Programa y olvídate: Metricool

Dar unas pautas básicas sobre el uso del planificador de Metricool.

13. ¿Lo estoy haciendo bien?: evalúa tu trabajo

Contextualizar las métricas para medir nuestro trabajo y aprender a compararnos con cuentas similares a la nuestra.

TEMPORALIZACIÓN:

COMPLETA Semana 1	
Duración aproximada	6 horas
Bloque	Creación de contenidos para redes sociales institucionales
Objetivos	Crear contenidos para redes sociales Entender el lenguaje empleado en cada red social para seleccionar formatos de contenidos adecuados
Contenidos	<ul style="list-style-type: none">• Conoce cada red social para saber cómo publicar: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest, BlueSky• Tipos de formatos de contenidos y el arte de combinarlos
Tarea	Cuestionario de 20 preguntas
Notas	<p>Material: los formatos con las medidas admitidas en cada red social, plantilla “zona segura” para TikTok y Stories</p> <p>Material extra: newsletter de Metricool, otras newsletters</p> <p>Tema en el foro: ¿Qué redes sociales usas en tu biblioteca? ¿Cuál funciona mejor?</p>

Semana 2	
Duración aproximada	10 horas
Bloque	Creación de contenidos para redes sociales institucionales
Objetivos	<p>Crear contenidos para redes sociales Conocer los fundamentos básicos del diseño gráfico</p> <p>Conocer herramientas para elaborar contenidos</p>
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Un poco de teoría sobre diseño gráfico es una gran ayuda • Herramientas de diseño de contenidos: Canva y CapCut (1)
Tarea	Elaborar un diseño en Canva
Notas	<p>Tener en cuenta: explicar cómo abrir una cuenta en Canva y CapCut</p> <p>Explicar: cómo empezar un diseño, toma de contacto con la interfaz de diseño, modificar un diseño preexistente, empezar un diseño desde cero, subir archivos, hacer animaciones, exportar diseños</p> <p>Tema para el foro: Envía una publicación que encuentres en RRSS y te responderé con un vídeo sobre cómo se puede elaborar en Canva</p>
Semana 3	
Duración aproximada	10 horas

Bloque	Creación de contenidos para redes sociales institucionales
Objetivos	Crear contenidos para redes sociales Conocer herramientas para elaborar contenidos
Contenidos	Herramientas de diseño de contenidos: Canva y CapCut (2)
Tarea	Añadir subtítulos a un vídeo con CapCut
Notas	Explicar: hacer vídeo con Canva, añadir música, interfaz de CapCut, añadir subtítulos, exportar diseño Contenido extra: Recraft, imágenes con IA Tema para el foro: Dudas sobre el uso de Canva

DURACIÓN Y MODALIDAD: La duración total del curso serán 40 horas. La modalidad será no presencial.

TEMPORALIZACIÓN: La acción formativa se extenderá a lo largo de 5 semanas, combinando sesiones prácticas en directo de dos horas, que serán grabadas, con trabajo autónomo para familiarizarse y aplicar directamente el uso de las IAs revisadas.

METODOLOGÍA: El curso se desarrollará siguiendo un método asincrónico, donde el alumnado tendrá acceso al temario, material audiovisual de apoyo y material complementario que le permita ampliar sus conocimientos.

Para fomentar la asimilación del contenido se dispondrán actividades prácticas y cuestionarios.

Se estimulará el aprendizaje cooperativo a través de preguntas o reflexiones en el foro.

EVALUACIÓN: Se evaluará el grado de seguimiento y participación de los alumnos durante el desarrollo del curso on-line, según los criterios establecidos a tal efecto por los profesores.

MATRÍCULA Y ADMISIÓN: La admisión se realizará por riguroso orden de ingreso y envío al correo electrónico de la AAB (aab@aab.es) copia del resguardo bancario y ficha de inscripción. El coste de la matrícula será de 80 euros y de 60 euros para los socios de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios. El ingreso de la matrícula debe efectuarse en la cuenta corriente de UNICAJA nº ES34 2103 0147 32 0030000915, de la AAB. A posteriori la AAB se pondrá en contacto vía email con todos los inscritos para facilitarles las pautas técnicas y de utilización de la plataforma de formación.

FECHA DE INSCRIPCIÓN: desde el 22 de mayo al 21 de septiembre de 2025.

FICHA DE INSCRIPCIÓN:

Nombre del curso:

Nombre y apellidos:

DNI:

Dirección:

CP:

Localidad:

Provincia:

Correo electrónico:

Teléfono fijo:

Teléfono móvil:

Socio AAB: si o no.

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS

C/ Ollerías, 45-47, 3º D.

C.P. 29012. Málaga

Tel y Fax: 952 21 31 88

Correo-e: aab@aab.es



ASOCIACIÓN ANDALUZA
DE BIBLIOTECARIOS

MARÍA DEL CARMEN PÉREZ GIRÁLDEZ

Mari Carmen Pérez Giráldez. Actualmente soy Técnico Auxiliar de Biblioteca en la Universidad de Granada y colaboro en el Equipo de Mejora de Comunicación, Marketing y Redes Sociales. Aunque mi formación académica no está relacionada directamente con el mundo bibliotecario (Diplomada Maestra en Educación Musical, Licenciada en Historia y Ciencias de la Música y Máster de investigación en Música Hispana) me ha permitido adquirir competencias que voy aplicando día a día en mi puesto de trabajo. Posteriormente, y siendo consciente del potencial del marketing y la comunicación hoy día, me he ido formando en este ámbito (Marketing digital, Marketing cultural, Community Manager, Gestión y administración eficiente de contenidos culturales digitales, Marketing para científicos, Social Media, entre otros), una formación que no termina, dada la velocidad a la que evoluciona el mundo de la comunicación.