



“El uso de las redes sociales en las bibliotecas
de los institutos universitarios de la
República Argentina en el año 2023”

Erica Beatriz Gimenez

Tesina presentada a la Facultad de Humanidades de la
Universidad Nacional de Mar del Plata para optar al grado de
Licenciada en Bibliotecología y Documentación

2024

“¿Qué tenemos sin bibliotecas?

No tenemos pasado

Y no tenemos futuro”

Ray Bradbury

Tabla de contenido

Agradecimientos	5
Resumen	6
Palabras clave	7
INTRODUCCIÓN.....	8
Respecto del interés por la temática	10
Organización de la investigación.....	10
PLANTEO DEL PROBLEMA	11
Problema.....	11
Hipótesis	11
Preguntas de investigación	11
Objetivo: general y específicos	12
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos	12
Justificación del tema	13
MARCO TEÓRICO	14
Web 2.0 y Redes sociales	15
Tipos de redes sociales	16
Antecedentes	17

Redes sociales en bibliotecas universitarias del mundo	17
Redes sociales en bibliotecas universitarias de Argentina	21
La integración de las bibliotecas universitarias a las redes sociales.....	23
MARCO METODOLOGICO.....	24
Metodología. Tipo de estudio	24
Delimitación del objeto de estudio y recolección de información	25
Variables, escala de medición y operacionalización	28
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
Aspectos generales	31
Bibliotecas que NO usan redes sociales	34
Bibliotecas que SI usan redes sociales	37
Comentarios de la encuesta	49
Conclusiones	51
Recomendaciones	52
Reflexión final	53
ANEXOS	55
Anexo 1 - Cuestionario.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	59

Agradecimientos:

A mi madre y hermanos por ser siempre mi pilar más fuerte.

A toda mi familia por su comprensión, paciencia y amor.

A mis amigas y amigos por su cariño, ánimo y apoyo.

A la música por acompañarme en este proceso.

Muchas gracias por estar siempre.

Resumen:

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de comunicación muy importante en la actualidad y es por ello que los institutos universitarios deberían hacer uso de su alcance con el público que maneja esta tecnología.

El objetivo de la investigación se centra en analizar el uso e implementación de las redes sociales en bibliotecas de los institutos universitarios de la República Argentina en el año 2023.

El estudio pretende identificar la cantidad de bibliotecas de institutos universitarios, privados y estatales de la República Argentina que utilizan redes sociales y cuáles son las webs o aplicaciones más utilizadas como elementos de divulgación.

La presente investigación tiene un enfoque de tipo cuantitativo de alcance descriptivo.

Para su realización se elabora un cuestionario estandarizado que permite identificar las redes sociales de mayor implementación en las bibliotecas de los institutos universitarios del país (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Pinterest, Blogger y Wordpress).

Como fuente de información primaria se utilizan los listados de las instituciones universitarias estatales y privadas del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología¹ (2019), por ser el único sitio oficial que cuenta con esta información y la Guía del estudiante² 2021.

¹ Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología. Datasets. [Consultado 25 de julio de 2021]
Recuperado de: <https://datos.gob.ar/dataset?organization=educacion>

² Guía del estudiante. [Consultado el 25 de julio de 2021] Recuperado de:
<https://www.estudios.com.ar/instituciones.html>

El estudio dará como resultado el diagnóstico con la cantidad de instituciones que implementan las redes sociales como medio de comunicación y difusión.

Se evaluará la cantidad de instituciones que no cuentan con este servicio y los motivos por los que algunas bibliotecas en institutos universitarios no usan las redes sociales, si el personal a cargo considera que sería algo bueno de implementar y cuales creen que es lo mejor para la difusión en su público.

A su vez, de aquellas bibliotecas que, si cuentan con redes, tomaremos datos relevantes para conocer recursos y tiempo invertido en tener sus cuentas activas.

Palabras claves:

Bibliotecas Universitarias - Institutos Universitarios - Redes Sociales – Argentina

1 – Introducción

Los avances tecnológicos de los últimos años obligan a las organizaciones a adaptarse y participar en la sociedad con nuevas herramientas de comunicación que permitan una mejor interacción con los usuarios.

El presente trabajo aborda el tema del uso de redes sociales en las bibliotecas de los institutos universitarios de la República Argentina en el año 2023. Se Analiza una temática correspondiente a la materia “Servicios al Usuario” en la cual se estudia y desarrollan los criterios para comprender las nuevas necesidades tecnológicas del servicio, las nuevas tecnologías que utilizan los usuarios y la necesaria especialización del profesional a cargo, tomando en cuenta la presencia tanto de institutos universitarios públicos y privados en las redes sociales y su uso como canales de comunicación y difusión.

¿Qué es un Instituto Universitario?

En nuestro país, las instituciones académicas que otorgan títulos de grado y posgrado, son las universidades e institutos universitarios. La diferencia entre ellos es que los institutos universitarios circunscriben su oferta académica a una sola área disciplinaria y las universidades deben desarrollar su actividad en una variedad de áreas disciplinarias no afines, orgánicamente estructuradas en facultades.

Haciendo esta diferenciación, queda en evidencia que las comunicaciones van a ser más acotadas en un Instituto que en una Universidad, ya que el material y la oferta que puede brindar es mucho menor, delimitada por el área de estudio.

Este trabajo apunta a evaluar la implementación de redes sociales en las bibliotecas que pertenecen a los Institutos Universitarios privados y estatales de la República Argentina y el porcentaje de instituciones que las han incorporado a su quehacer profesional, ya que como se menciona en el Informe APEI³ (2013) “El mundo de los medios sociales no es un mundo extraño a las bibliotecas y, cada vez, más bibliotecas están viendo la importancia de estas nuevas vías de comunicación y difusión, y han decidido implementarlas para mejorar la relación con el usuario” (p.64).

Merlo Vega⁴ dice “La biblioteca es community manager cuando está presente en redes sociales y participa en las mismas enviando información, aportando contenidos y empleando los medios sociales como un sistema de relación con su comunidad de usuarios. La biblioteca es gestora de comunidades cuando se convierte en un agente de coordinación de las relaciones que se establecen con su comunidad a través de plataformas sociales”

³ Marquina, J. (2013). [Informe APEI] Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos (mensaje en un blog). [Consultado 7 de mayo de 2021] Recuperado de: <https://www.julianmarquina.es/informe-apei-bibliotecas-ante-el-siglo-xxi-nuevos-medios-y-caminos/>

⁴ Merlo Vega, J.A. (2014). La biblioteca como “community manager” y “content curator” (mensaje en un blog). [Consultado 7 de mayo de 2021] Recuperado de <https://diarium.usal.es/merlo/2014/05/la-biblioteca-como-community-manager-y-content-curator/>

Respecto del interés por la temática

Esta investigación tiene su origen a partir de la experiencia personal de la autora en el campo de la atención al público y la difusión de los servicios por nuevos medios de comunicación en la época de pandemia (2020-2021). Con el objetivo de difundir los servicios de la biblioteca y tener un contacto más directo con los usuarios, se investigó y se decidió implementar una red social, ya que es uno de los medios de comunicación más utilizados por la sociedad.

Conocer cuántas instituciones utilizan redes sociales nos ayudará a identificar y analizar cómo se encuentra la implementación y uso de las redes sociales a nivel nacional y a partir de allí, promover su uso como medio de difusión y refuerzo en la referencia virtual de las bibliotecas.

Organización de la investigación

La presente investigación, tomando como referencia a Hernández Sampieri⁵ (2010), tiene un enfoque de tipo cuantitativo con alcance descriptivo.

Se evalúan las bibliotecas en base a variables cuantificables que puedan explicarse mediante gráficos y que permitan sacar conclusiones a través de instrumentos de recolección de datos.

Se elabora un cuestionario estandarizado como instrumento de recolección, a fin de relevar cuales son las redes sociales más utilizadas, modo de implementación e impacto (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Pinterest, Blogger y Wordpress).

⁵ Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M.d.P. (2010). Metodología de la investigación. 5ª ed. México: McGraw-Hill.

2. PLANTEO DEL PROBLEMA

Problema

¿Qué redes sociales utilizan las bibliotecas de institutos universitarios privados y estatales de la República Argentina para difundir el material y mejorar la comunicación con sus usuarios en el año 2023?

Hipótesis

- El uso de las redes sociales como herramienta de apoyo a la difusión del material de las bibliotecas y comunicación con los usuarios aún no es ampliamente aceptada por el ámbito de los institutos universitarios

Preguntas de investigación

- ¿Cuántas bibliotecas de institutos universitarios utilizan redes sociales?
- ¿Cuáles son las redes sociales que más se utilizan en las bibliotecas?
- ¿Qué material difunden en las redes sociales?
- ¿Se evalúa el alcance en redes sociales para mejorar la interacción?

Objetivo: general y específicos

Objetivo General

- El objetivo de este estudio es identificar la cantidad de bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina que utilizan redes sociales y cuáles son las redes sociales más utilizadas como elementos de difusión en el año 2023.

Objetivos específicos y metodológicos

1. Determinar la cantidad de bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina que tienen presencia en las redes sociales en el año 2023.
2. Identificar las redes sociales de mayor implementación en las bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina en el año 2023 (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube Pinterest, Blogger y Wordpress.)
3. Analizar el alcance de las publicaciones en redes sociales de las bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina en el año 2023.

Justificación del tema

El tema seleccionado nos permite evaluar como las bibliotecas se van incorporando en el mundo de la web 2.0, las plataformas digitales y las redes sociales, ya que estas herramientas permiten optimizar los recursos disponibles en cada biblioteca, generar nuevos espacios de difusión de material, servicios y actividades y brinda una comunicación más directa, sobre todo, con los usuarios más jóvenes.

Los resultados de este estudio tienen como finalidad promover la implementación y uso de redes sociales en más bibliotecas del país para poder generar mejor interacción con los usuarios, más comunicación con otras instituciones que puedan ser futuros colaboradores de préstamo interbibliotecario y difusión de material o actividades internas de la biblioteca.

3. MARCO TEÓRICO

El interés inicial del presente trabajo surge del deseo de acercar las bibliotecas de los institutos universitarios al ámbito de las redes sociales, que, como se menciona en un post de Universia⁶, vistas desde un punto de vista profesional y estratégico, son los actuales canales de comunicación que permiten mayor difusión, obtención de información y cercanía a la sociedad.

Las bibliotecas de los institutos universitarios tienen dificultades para llegar a usuarios potenciales y reales, por lo que hay que aprovechar el interés de los usuarios por las redes sociales y usarlo como un recurso comunicacional, que aumentará la visibilidad de los servicios y materiales que los estudiantes pueden utilizar mediante recursos tecnológicos que les son familiares y que favorecen la comunicación con la institución, abriendo el dialogo de una forma directa.

Según Peña Aznar⁷ (2014) el 70% de los internautas se encuentra en las redes sociales, por lo que si el objetivo es acercarse a las nuevas generaciones, unirse al mundo digital es fundamental, lo cual nos permitirá interactuar con los usuarios, leer sus comentarios de los cuales podemos sacar beneficios, mejorar la relación y obtener estadísticas de forma sencilla.

⁶ Universia (2018) ¿Para qué sirven las redes sociales en la Universidad? [Consultado 19 de octubre de 2020] Recuperado de: <https://noticias.universia.net.co/educacion/noticia/2018/05/08/1159734/sirven-redes-sociales-universidad.html>

⁷ Peña Aznar de la, J. (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? Anuario AC/E de cultura digital, Acción cultural española. [Consultado 10 de octubre de 2020] Recuperado de http://www.accioncultural.es/es/publicacion_digital_anuario_ac_e_cultura_digital_focus_2014

El estudio documental aborda la búsqueda, recopilación, clasificación y lectura de bibliografía relacionada con las redes sociales en bibliotecas, en lo posible universitarias, y los usos que hacen de ellas.

Web 2.0 y Redes sociales

Según Arroyo Vázquez⁸ (2007), el término 'Web 2.0' o 'Web social' comprende aquellos sitios web que facilitan compartir información, interactuar entre usuarios y colaborar entre sí.

De la Torre⁹ (2006) define a la Web 2.0 como “una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar.”

Ponce¹⁰ (2012) menciona “La Web 2.0 se ha llamado en muchas ocasiones la Web social y los medios de comunicación que ofrece también han incorporado este adjetivo, denominándose

⁸ Arroyo Vázquez, N. (2007) ¿Web 2.0? ¿Web social? ¿Qué es eso? [Consultado 18 de julio de 2021]
Recuperado de: http://eprints.rclis.org/10566/1/EYB_NA07.pdf

⁹ De la Torre A. (2006) Definición de Web 2.0 [Consultado 6 de julio de 2021] Recuperado de:
http://adelat.org/conceptos_clave_en_la_web_2_0_y_iii

¹⁰ Ponce Isabel (2012) Monográfico: redes sociales. Observatorio tecnológico Ministerio de educación, cultura y deporte España. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales>

Medios Sociales o Social Media, en contraposición a los Mass Media, para mostrar el importante cambio de modelo que atraviesa la comunicación en la actualidad”.

Como se puede observar, la web 2.0 es conocida también como la web social de la cual las redes sociales son parte. Siguiendo con lo mencionado por Ponce¹¹ (2012) Una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. Normalmente se representan simbolizando a los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen, creando así una representación de redes interconectadas.

Estas redes, son plataformas abiertas con funciones y aplicaciones que permiten a cada usuario desarrollar infinidad de ideas, interconectar personas, crear, compartir y buscar contenido creado por otros usuarios y, además, si se trabaja con una página institucional, se puede delimitar por zonas y edades, lo que permitirá profundizar el conocimiento de los usuarios y de esa forma, brindar mejor información.

Tipos de redes sociales

A lo largo de la historia del internet, cada vez aparecen más redes sociales y muchas más tipologías de las que podemos pensar en un inicio. Ponce¹² (2012) realiza una descripción detallada de las redes sociales on-line una clasificación de ordenación múltiple.

¹¹ Ponce Isabel (2012) Monográfico: redes sociales. Observatorio tecnológico Ministerio de educación, cultura y deporte España. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales>

¹² Ponce Isabel (2012) op.cit.

- Red social de relaciones: Cuyo principal propósito es el de conectar personas, entre ellas esta Facebook, Instagram, Twitter, Threads, entre otras.
- Red social de entretenimiento: La base de estas es entretener, como por ejemplo YouTube (plataforma de distribución de vídeos en la que el objetivo es publicar y ver vídeos) y Pinterest (donde el objetivo es que las personas publiquen y consuman imágenes)
- Red social profesional: Tienen como objetivo crear relaciones profesionales con otros usuarios, divulgar proyectos y conquistas profesionales, presentar el currículum vitae y buscar empleos. La más conocida es LinkedIn, pero hay otras como ResearchGate, academia.edu, Xing y Viadeo.
- Red social de nicho: Son aquellas dirigidas a un público específico, ya sea una categoría profesional o personas que tienen un interés específico en común. Por ejemplo, TripAdvisor donde los usuarios puntúan y comentan sobre atracciones relacionadas con el sector gastronómico y turístico. Otros casos son DeviantArt o Behance, comunidades en la que artistas visuales promueven sus trabajos. Existe también Goodreads, una red social para lectores, que pueden hacer reseñas de libros y recomendarlos.

ANTECEDENTES

Redes sociales en Bibliotecas Universitarias del mundo

Las bibliotecas participan en redes sociales principalmente para comunicar información sobre servicios, repositorio institucional, recursos bibliotecarios de acceso abierto o privado y para tener un canal de comunicación directo, y casi inmediato, con los usuarios.

American Library Association¹³ ha creado un documento que proporciona un marco de políticas e implementación para las bibliotecas públicas y universitarias que participan en el uso de las redes sociales llamado Social Media Guidelines for Public and Academic Libraries (2018) y en Universo abierto, Blog de la biblioteca de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca, se declara en relación a este documento que “La misión de nuestras bibliotecas es promover el valor y la importancia de los servicios, programas, espacios y colecciones de la biblioteca, y de las bibliotecas en general”.

En el presente apartado se realizará un breve repaso sobre los trabajos y artículos más relevantes sobre redes sociales en bibliotecas universitarias, donde, se resaltarán las principales características de estos trabajos.

- Margaix Arnal¹⁴ (2008) menciona que “las bibliotecas han comenzado a plantearse su presencia en estos sitios: para estar donde los usuarios están, utilizar las mismas plataformas y canales de comunicación que ellos y seguir siendo relevantes en el contexto de su experiencia del uso de internet.” (p.591) además presenta como muestra algunas de las bibliotecas más relevantes que han optado por este tipo de servicio en redes sociales, siendo en el caso de su estudio la utilización de Facebook de la British Library, la Seattle Public Library, la Iowa City Public Library, la Biblioteca de la Universidad de Sevilla, la Biblioteca del Centre d’Estudis Jurídics i Formació Especialitzada (Cejfe) del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya y la

¹³ ALA (2018) Social Media Guidelines for Public and Academic Libraries. [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://www.ala.org/advocacy/sites/ala.org.advocacy/files/content/smg2018.pdf>

¹⁴ Margaix-Arnal, D. (2008) Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. El Profesional de la Información. 17(6), 589-601. [Consultado 22 de febrero de 2019] Recuperado de: http://eprints.rclis.org/12568/1/articulo_Facebook_Margaix.pdf

de l'Escola Politècnica Superior d'Enginyeria de Vilanova i la Geltrú (Epsevg) de la Universitat Politècnica de Catalunya y recomienda algunas acciones para mejorar la llegada a los usuarios.

- Arroyo Vázquez¹⁵ (2018) realizó un estudio de la interacción en las páginas en Facebook de las bibliotecas universitarias españolas y los resultados obtenidos muestran un bajo nivel de interacción, por lo que no se producen conversaciones ni contenido viral.
- Witte¹⁶ (2014) releva los posteos realizados por 28 bibliotecas de educación superior de Estados Unidos y quienes son los encargados de crear el material de difusión de las instituciones.
- Awang¹⁷ (2012) analizó el uso de redes sociales en bibliotecas universitarias, públicas y privadas de Malasia destacando que lo más usado es Facebook, seguida de blogs y Twitter, RSS y chat.

¹⁵ Arroyo Vázquez, N. (2018) La interacción, un reto para las bibliotecas universitarias en los medios sociales. [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de: <https://biblioblog.org/2018/03/01/reto-interaccion-bibliotecas-universitarias-medios-sociales/>

¹⁶ Witte, G. G. (2014). Content generation and social network interaction within academic library Facebook pages. *Journal of electronic resources librarianship*, 26 (2), 89-100. [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/1941126X.2014.910356>

¹⁷ Awang, N. H. (2012). Towards library 2.0: the adoption of Web 2.0 applications in academic library websites in Malaysia. *International Conference on Libraries: Transformation to Humanized Libraries*, Kota Bharu, Kelantan [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://eprints.um.edu.my/3773/1/ICOL2012.pdf>

- Aquino¹⁸ (2014), explora la situación de las bibliotecas académicas peruanas en relación al uso de Facebook y hace la comparación con las tendencias del mundo en el mismo ámbito.
- Soria, Soria y Sánchez¹⁹ (2009) Como se menciona en el resumen del trabajo, hacen el análisis del impacto de la web social en las bibliotecas mexicanas a partir de una revisión de los portales de las bibliotecas de algunas de las universidades públicas y privadas más representativas.
- Liñán Maza y Guzmán Pérez²⁰ (2016) exponen los resultados cuantitativos y cualitativos de 8 años de experiencia de la Biblioteca Universitaria de Córdoba en el ámbito de las redes sociales.

¹⁸ Aquino, S. (2014). Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. VI Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias [Consultado el 23 de agosto de 2021] Recuperado de: <https://www.infotecarios.com/analisis-del-uso-de-facebook-en-las-bibliotecas-academicas-peruanas/#.YSYPto4zZPY>

¹⁹ Soria V., Soria V. & Sánchez A. (2009). La Web social y su impacto en las bibliotecas universitarias mexicanas. Ibersid 239-246. [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <https://www.iversid.eu/ojs/index.php/iversid/article/view/3745/3506>

²⁰ Liñán Maza, M.d.C., Guzmán Pérez, C. (2016). Las redes sociales en la Biblioteca Universitaria de Córdoba (2008-2016). Boletín De La Asociación Andaluza De Bibliotecarios, N° 111, Enero-Junio 2016, pp. 95-108. [Consultado 22 de agosto de 2021] Recuperado de: <https://helvia.uco.es/handle/10396/14148>

Redes sociales en Bibliotecas Universitarias de Argentina

En el relevamiento de los antecedentes en la República Argentina, se encuentran los siguientes trabajos:

- Laudano, Corda, Planas y Kessler²¹ (2016) analizan la adopción y los principales usos de la plataforma Facebook por parte de las bibliotecas de tres universidades con mayor trayectoria académica en Argentina: la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), la Universidad de Buenos Aires (UBA) y la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). De este estudio se destaca que 23 de las 45 bibliotecas analizadas mantienen una cuenta de Facebook como un espacio de difusión, explotando muy poco el potencial que ofrece la plataforma para establecer relaciones.
- Laudano²² (2016) utilizó el estudio anterior para su disertación en el XI Encontro de Diretores de Escolas de Biblioteconomia e Ciencia de Informação do Mercosul, donde expuso los principales usos de Facebook y Twitter en bibliotecas universitarias argentinas desde las cuentas, páginas y perfiles en las cuales predomina la difusión informativa con escasa participación de usuarios.

²¹ Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. A., & Kessler, M. I. (2016). Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 39(1), 23-37. [Consultado 22 de febrero de 2019] Recuperado de: doi: [10.17533/udea.rib.v39n1a05](https://doi.org/10.17533/udea.rib.v39n1a05)

²² Laudano, C.N. (2016). Acerca de los usos de las redes sociales en bibliotecas universitarias argentinas. XI Encontro de Diretores de Escolas de Biblioteconomia e Ciencia de Informação do Mercosul [Consultado 25 de febrero de 2019] Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7764/ev.7764.pdf

- De Volder, Gonzalez Teran y Gutierrez²³ (2012) enfocaron su estudio en el uso de Twitter. Se relevó la información de 409 Bibliotecas universitarias y se indagó la actividad que realizan las bibliotecas en este servicio de microblogging y de qué manera se relacionan con los usuarios encontrando que muy pocas utilizan dicha plataforma.
- En cuanto a los estudiantes, según un relevamiento de la Universidad Nacional de La Matanza²⁴ (2016), tanto Facebook como Twitter son las plataformas sociales más elegidas. Si bien el estudio está acotado a ciertas actividades de una de las carreras, el dato es relevante para este estudio en cuanto a uso por parte de los potenciales usuarios. Los estudiantes no solo utilizan las nuevas tecnologías para relacionarse con los distintos actores de la comunidad universitaria, también recurren para acceder a información académica o actividades extra académicas, por lo cual, es muy importante evaluar el acceso de las bibliotecas por estas redes tan utilizadas.

²³ De Volder, C.; González Terán, Y.; Gutiérrez, F. (2012) Microblogging: el caso Twitter en bibliotecas universitarias argentinas. 10a Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria, Buenos Aires (Argentina). [Consultado el 18 de febrero de 2019] Recuperado de:

<http://eprints.rclis.org/18020/1/twitterporlasbibliotecasuniversitariasargentinas.pdf>

²⁴ Universidad Nacional de La Matanza (2016) Redes sociales, las más elegidas por los universitarios [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de:

http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=redes_sociales_las_mas_elegidas_por_los_universitarios&id=2771

La integración de las bibliotecas universitarias a las redes sociales

- Codina²⁵ (2009) menciona que las redes sociales son las plataformas de las comunidades virtuales más utilizadas a nivel global. Es su “herramienta más característica y no solamente por el número de afiliados con los que cuentan, sino por el simple y mundano hecho de que son el único elemento que ha pasado a formar parte del universo de los medios de comunicación.”
- Allendez Sullivan²⁶ (2010) dice “Las redes sociales constituyen un fenómeno comunicacional que invaden todas las actividades que realiza el individuo. Creemos que es importante que las Unidades de Información tengan una presencia en ella”. Es por ello que es tan importante poder integrar las redes sociales a la biblioteca y aprovechar en su máxima expresión las herramientas que brindan, dándole la posibilidad a todas las bibliotecas de fomentar su contenido y generar una relación más directa con sus usuarios.

A raíz de todos estos datos obtenidos de la búsqueda bibliográfica relacionada al uso de las redes sociales y su impacto en el ámbito de las bibliotecas, se enfoca a este estudio como una actualización en materia de implementación de redes sociales para dar una visualización actual de la misma, acotando el estudio a los institutos universitarios.

²⁵ Codina Lluís (2009) Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos. Hipertext.net, (7). . [Consultado el 23 de julio de 2021] Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/ciencia-2-0.html>

²⁶ Allendez Sullivan, P. (2010) Las redes sociales como canales de comunicación de las unidades de información. [Consultado el 13 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/14730/1/017.pdf>

4. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se detalla la metodología utilizada para el estudio. Se describen aspectos tales como el tipo de investigación, metodología a utilizar, delimitación del objeto de estudio, recolección de información, conformación de elemento métrico, enfoque investigativo y definición de términos aplicados al estudio.

Metodología. Tipo de estudio

La presente investigación se abordó siguiendo los elementos metodológicos de la investigación cuantitativa, de carácter descriptivo, ya que lo que se pretende es medir y describir los resultados que se obtengan de la comunidad estudiada y el uso de las redes sociales.

Según Hernández Sampieri y Fernández y Baptista²⁷ (2006) El “Enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” y La “Investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”

La investigación recopila, organiza y utiliza la recolección de datos para alcanzar el objetivo planteado de identificar la cantidad de bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina que utilizan redes sociales y cuáles son las más usadas, con base en la medición numérica y el análisis de los datos obtenidos.

²⁷ Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M.d.P. (2010). op.cit.

Delimitación del objeto de estudio y recolección de información

Sobre la Unidad de análisis: Las bibliotecas de los Institutos Universitarios de la República Argentina.

En cuanto a la población: El estudio contempla a cada instituto universitario como una unidad de análisis propia.

El estudio se realizará sobre el total de las bibliotecas de los 24 institutos universitarios, públicos y privados, de la República Argentina, listados tomados del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología²⁸ y de la Guía del estudiante²⁹.

A continuación, se mencionan los Institutos universitarios evaluados:

Institutos Universitarios Estatales (10)

1. Instituto Universitario del Ejercito “Mayor Francisco Romero” (IUE)
2. Instituto Universitario Aeronáutico (IUA)
3. Instituto Universitario de Gendarmería Nacional Argentina (IUGNA)
4. Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina (IUPFA)
5. Prefectura Naval Argentina Instituto Universitario de Seguridad Marítima (IUSM)
6. Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos Madres de Plaza de Mayo (IUNMa)
7. Fuerza Aérea Escuela de Aviación Militar

²⁸ Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología. Datasets. (2021). op.cit.

²⁹ Guía del estudiante. (2021) op.cit.

8. Armada Escuela Naval Militar
9. Instituto Superior de Seguridad Pública ((ISSP))
10. Colegio Militar de la Nación

Institutos Universitarios Privados (14)

1. Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA)
2. Instituto Universitario CEMIC (IUC)
3. Instituto Universitario de Ciencias de la Salud Fundación H. A. Barceló (IUCS)
4. Instituto Universitario del Gran Rosario (IUGR)
5. Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios (IUEAN)
6. Instituto Universitario ESEADE (IESEADE)
7. Instituto Universitario del Hospital Italiano (IUHI)
8. Instituto Universitario ISEDET (ISEDET)
9. Instituto Universitario Italiano de Rosario (IUNIR)
10. Instituto Universitario River Plate (IURP)
11. Instituto Universitario de Salud Mental (IUSAM)
12. Instituto Universitario de Ciencias Biomédicas de Córdoba (IUCBC)
13. Escuela Universitaria de Teología
14. Instituto Universitario Ymca (YMCA)

El estudio se planifica para llevarlo a cabo en dos meses, siendo el orden de la siguiente manera:

Primera etapa: Se realizará un cuestionario breve y estandarizado mediante Google (Anexo I) durante el periodo de un mes, el cual se enviará por email a todas las bibliotecas que participaran en el estudio.

Segunda etapa: Se tomarán todas las encuestas recolectadas y se volcarán en una planilla realizando los gráficos correspondientes para que sea más fácil su lectura.

Las respuestas serán descargadas en formato Excel desde Google forms y las mismas serán volcadas en gráficos de acuerdo a las respuestas para tener una visión más clara de la evaluación.

Tercera etapa: Con la información obtenida se realizará el análisis necesario que permitirá llevar adelante las conclusiones necesarias para el estudio.

Cronograma

Etapa	Actividades	Meses							
		1				2			
		Semanas							
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Encuesta a las bibliotecas								
2	Estadísticas y gráficos								
3	Análisis y conclusión								

Variables, escala de medición y operacionalización

La operacionalización es el procedimiento que permite la transformación de las variables teóricas en directamente observables e inmediatamente operativas

Los datos cuantitativos se volcarán en una matriz de datos para hacer una evaluación comparativa de las diferentes variables que se toman para estudio.

Unidad De Análisis	Variable	Valor
Institutos Universitarios Privados y Estatales de la República Argentina	Tipo de instituto	Estatal Privado
	¿Quiere participar de la encuesta?	Si No
	Si la respuesta es SI se lo envía a la parte del formulario sobre el uso de las redes sociales.	Si la respuesta es NO se le agradece la respuesta y el formulario da por concluido.
	↓	
	¿Utilizan redes sociales en su biblioteca?	Si No
	Si la respuesta es SI se lo envía a la parte del formulario sobre el uso de las redes sociales.	Si la respuesta es NO se lo envía a la parte del formulario de NO USA REDES SOCIALES
	Preguntas para aquellos que NO usan redes:	←
	¿Por qué no utilizan redes sociales?	- No tenemos recursos - Institucionalmente no es permitido su uso - No sabemos cómo usarlas - Otro _____
¿Le gustaría contar con alguna red social en biblioteca?	SI – NO	
¿Qué red social implementaría o cual considera más importante para utilizar en su biblioteca?	Respuesta abierta	

	Pregunta para aquellos que SI usan redes ¿Redes sociales que usan?	- Facebook - Twitter - Instagram - Snapchat - YouTube - Pinterest - WordPress - Blogger - Otras (Especificar)
	Personal que administra las cuentas	- 1 - 2 - 3 - Más de 3
	Frecuencia de las publicaciones	1-2 por día 1-2 por semana 2-3 por mes
	Dedicación a la creación de contenido	2 horas semanales 5 horas semanales 10 horas semanales Más de 10 horas mensuales
	Tipo de contenido que comparten	- Servicios de la biblioteca - Nuevas adquisiciones - Frases / Efemérides / Datos curiosos - Diversión/ entretenimiento - Avisos / Notificaciones - Otros _____
	Interactividad	- ¿Con que tipo de contenido obtienen más interacción? (Se repite) - ¿Reciben y responden consultas mediante la mensajería privada de las redes? - ¿Utilizan las estadísticas para medir el alcance de los contenidos compartidos?

	Alcance semanal	- Más de 10 - Más de 30 - Más de 50
	Promoción desde la entidad mayor	SI - NO
	Explique qué beneficios, desventajas y desafíos presentan las redes sociales a la hora de comunicar	Pregunta abierta

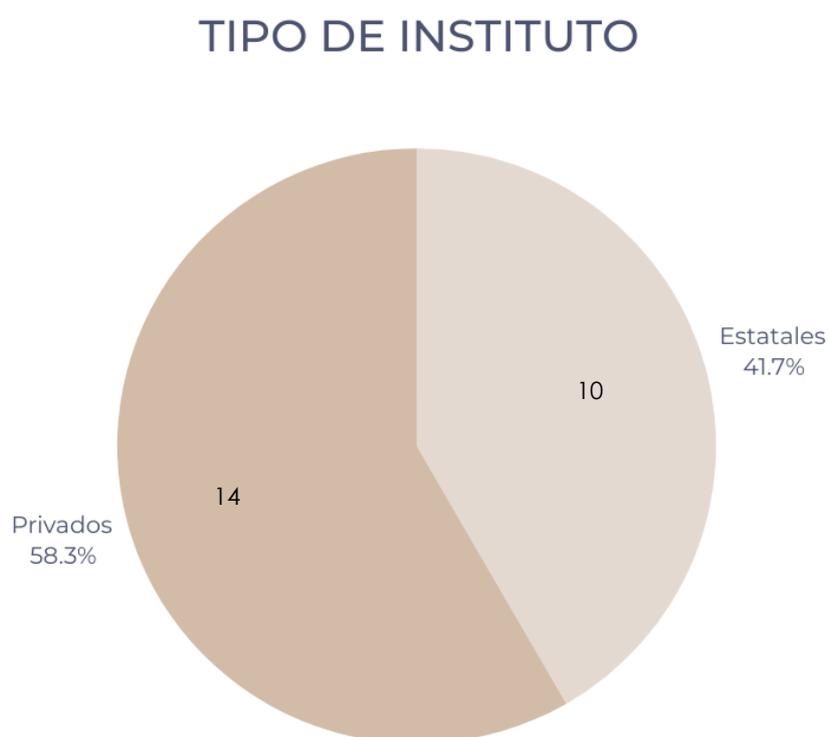
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Aspectos Generales

En primer lugar, se examina la situación respecto del total de las bibliotecas de institutos universitarios en Argentina y su presencia en las redes sociales y luego se aborda el análisis sobre el modo en que los presentes interactúan con las redes, en particular.

- **1 - ¿Qué tipo de instituto es?**

Se toma en cuenta la muestra completa de bibliotecas de Institutos Universitarios de la República Argentina: 10 institutos estatales y 14 institutos privados.

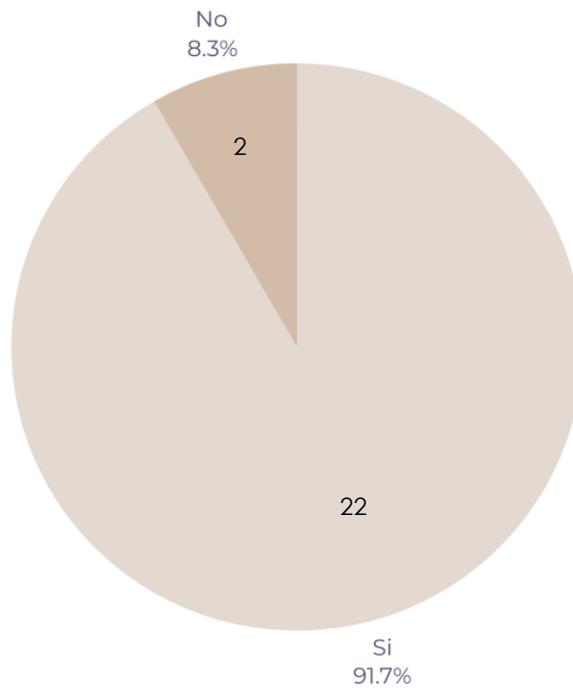


- **2 - ¿Quiere participar de la encuesta?**

En relación a la participación de las bibliotecas:

- 22 bibliotecas de Institutos Universitarios de la República Argentina responden afirmativamente a participar del siguiente estudio, lo que conforma un 91,7% del total de los institutos del país.
- 2 (8,3%) institutos deciden no participar del estudio.

¿QUIERE PARTICIPAR DE LA ENCUESTA?

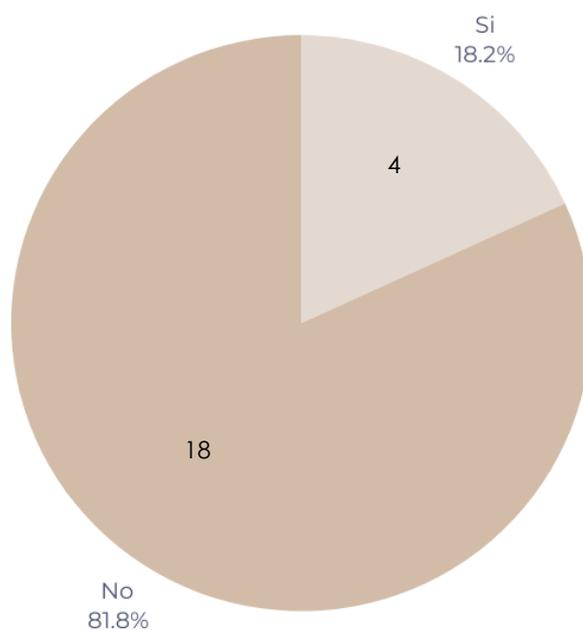


A las 22 bibliotecas que respondieron que si querían participar del estudio se les preguntó:

- **3 - ¿Usan redes sociales?**

En la República Argentina, queda definido un escenario en el que 4 (18,20%) de las bibliotecas de institutos universitarios se vincula con las redes y que 18 de ellas (81,80%) no posee ninguna red social.

¿USAN REDES SOCIALES?



A continuación, se detalla una primera aproximación, la más general, referida a las instituciones que poseen algún tipo de participación en las redes sociales:

Presencia en redes sociales	Total	Porcentaje
Bibliotecas con presencia en alguna red social	4	18,20%
Bibliotecas ausentes en las redes sociales	18	81,80%
	22	100,00%

5.1 - BIBLIOTECAS QUE NO USAN REDES SOCIALES

- 4 - ¿Por qué no usan redes sociales?

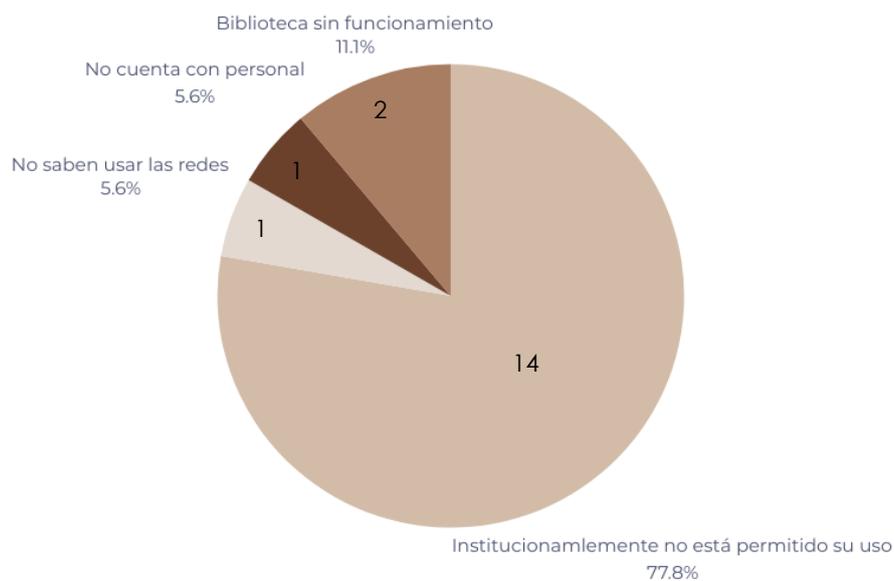
Hay 14 bibliotecas que informan que “Institucionalmente no es permitido su uso”, lo que hace que un 77,8% de los institutos que no usa redes sociales sea por la falta de permiso para usar redes sociales donde la imagen institucional es constantemente controlada por las autoridades.

Un 5,6% (1) de las bibliotecas que no usan redes sociales se debe a que no saben usarlas.

Un 5,6% (1) de las bibliotecas que no usan redes sociales se debe a que no cuenta con el personal necesario o capacitado para poder utilizarlas.

Un 11,1% (2) informa que la biblioteca actualmente no está en funcionamiento o está en construcción, por lo que en un futuro próximo pueden ser parte de las redes.

¿POR QUÉ NO USAN REDES SOCIALES?

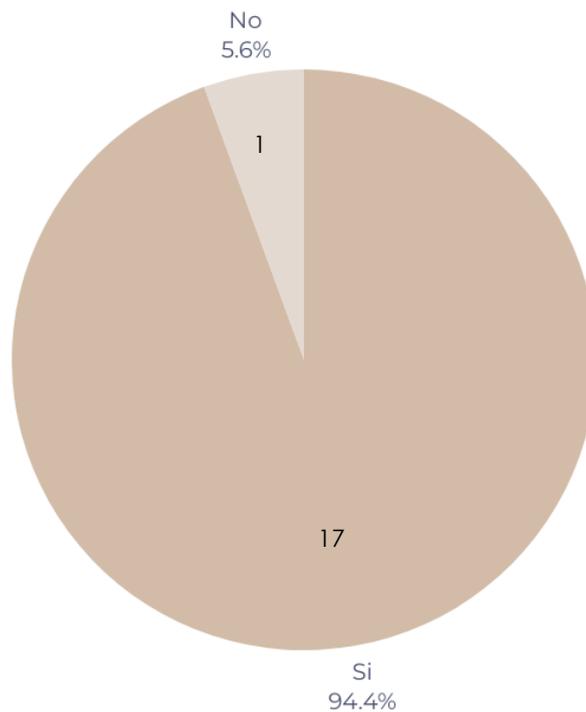


- **5 - ¿Le gustaría contar con alguna red social en biblioteca?**

Hay 17 bibliotecas que no usan actualmente redes sociales, esto hace un 94,4% de las bibliotecas que hoy en día no cuentan con este medio de comunicación y difusión, que les gustaría poder contar con alguna red social.

Una de las bibliotecas, que es el 5,6% del total de los institutos que no cuenta con redes sociales, por el momento prefiere no contar con ninguna red social.

¿LE GUSTARÍA CONTAR CON ALGUNA RED SOCIAL EN BIBLIOTECA?

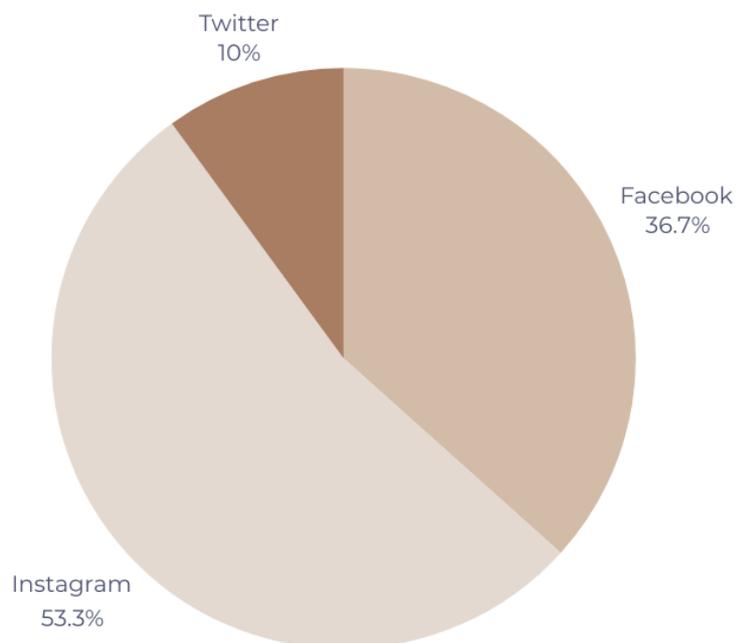


- **6 - ¿Qué redes sociales implementaría?**

En el caso de que se les permita la implementación de redes sociales, el 53,3% las bibliotecas decidirían usar Instagram y el 36,7% implementaría Facebook ya que actualmente son dos redes sociales que consideran usan sus usuarios.

En cuanto a Twitter, un 10% de las bibliotecas implementarían esta red social por la inmediatez y dinamismo que posee a la hora de compartir contenido.

¿QUÉ REDES SOCIALES IMPLEMENTARÍA?



5.2 BIBLIOTECAS QUE SI USAN REDES SOCIALES

De las 22 bibliotecas de institutos universitarios que participan del estudio, solo 4 usan redes sociales:

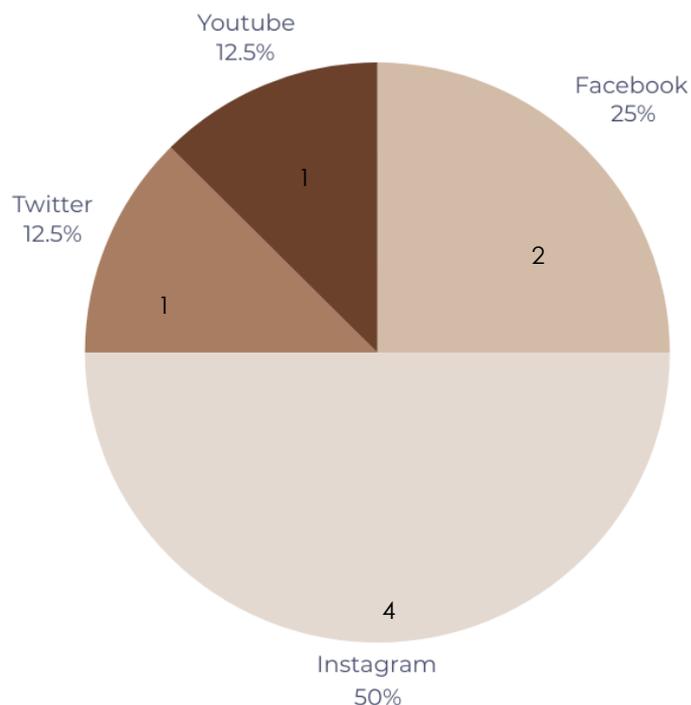
- **7 - ¿Qué redes sociales usan?**

El gráfico muestra que las cuatro bibliotecas que usan redes sociales, tienen presencia en Instagram, siendo esta red social la más usada abarcando el 50% del porcentaje total de redes sociales utilizadas.

A su vez, dos de ellas, el 25% del porcentaje total de redes sociales usadas, cuentan con perfiles en la red social Facebook.

Las redes sociales menos utilizadas son Twitter y YouTube, donde son usadas en una biblioteca cada una de ellas, siendo el 12,5% en cada una de ellas el porcentaje sobre el total.

¿QUÉ REDES SOCIALES USAN?



- **8 - ¿Cuánto personal administra la cuenta?**

En dos bibliotecas, el 50% del total de bibliotecas que cuentan con redes sociales, tienen una sola persona encargada de administrar la cuenta.

En una biblioteca, 25% de las bibliotecas con redes sociales evaluadas, son dos los responsables de manejar la cuenta, esto ayuda a que el horario y las responsabilidades sean divididas y por ultimo una sola biblioteca, también con el 25% de las bibliotecas evaluadas con redes sociales, tiene más de tres personas a cargo de la cuenta, esto le da mayor organización de las respuestas y contenido que se publica en cada red social.

¿CUÁNTO PERSONAL ADMINISTRA LA CUENTA?



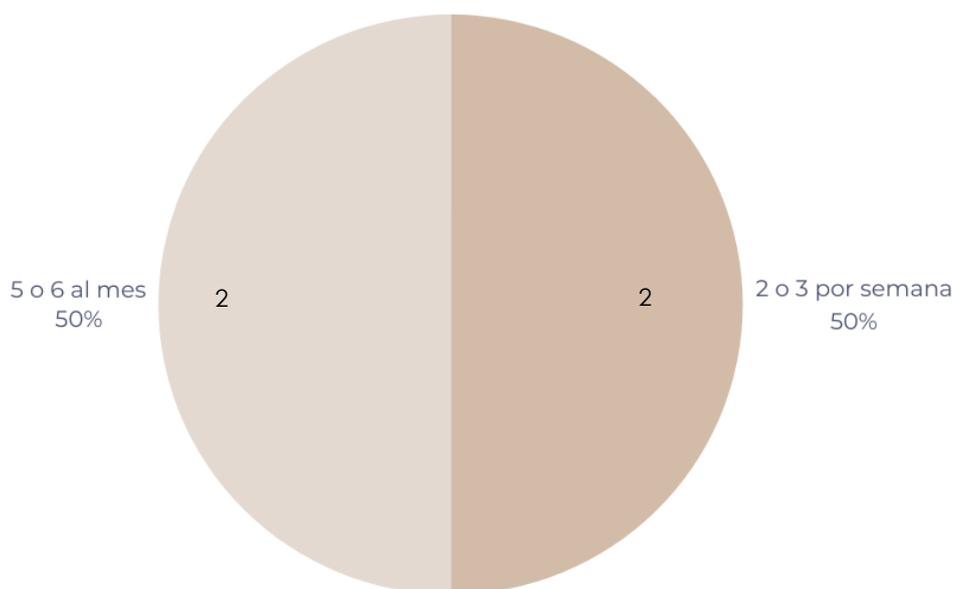
- **9 – ¿Con qué frecuencia realizan las publicaciones o posteos?**

En cuanto a la frecuencia, se destacan fuertemente dos modalidades de publicación.

Dos bibliotecas, 50% de las bibliotecas con redes sociales evaluadas, organizan la información para subir a las redes sociales 2 o 3 posteos por semana, y las otras dos bibliotecas, el otro 50% del total evaluado, prefieren ampliar un poco más su tiempo de posteos haciendo así entre 5 o 6 posteos al mes.

Hay que tener en cuenta que la cantidad y calidad de los posteos hace que el algoritmo de Instagram nos muestre a nuevos seguidores potenciales, por lo que se recomienda ser frecuente con los posteos en el mes.

¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZAN LAS PUBLICACIONES O POSTEOS?



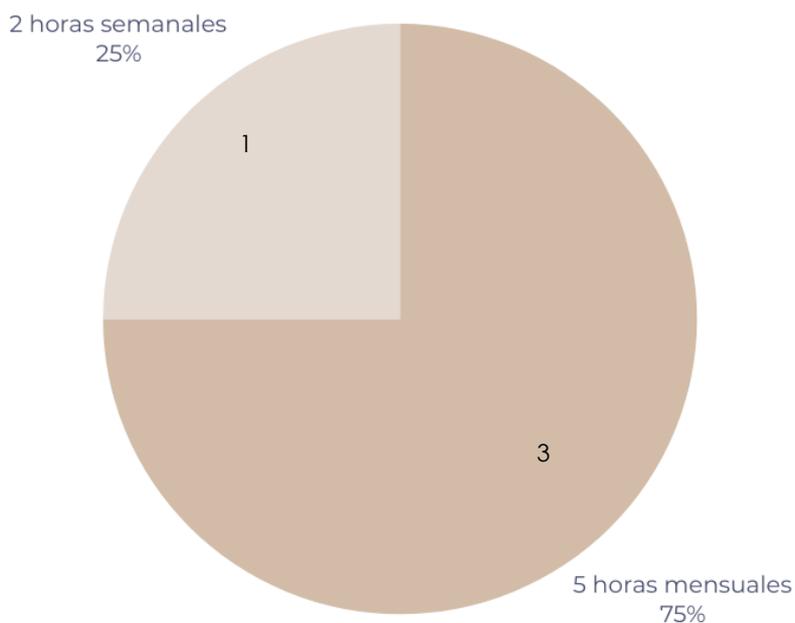
- **10 - ¿Cuánto tiempo dedican a la creación de contenido?**

El momento de generar contenido suele ser uno de los más conflictivos por el hecho de no tener demasiada variedad de servicios o carreras que mostrar, lo que a veces es un desafío para la organización del tiempo y de los posteos.

En esta encuesta 3 bibliotecas, el 75% de las bibliotecas que actualmente usan redes sociales, dedican aproximadamente 5 horas mensuales para generar el contenido correspondiente a un mes de publicaciones.

Solo una de las bibliotecas, el 25% del total que usa redes sociales, le dedica dos horas semanales a la creación del material de publicación, lo que hace que este trabajo sea un trabajo programado a largo plazo.

¿CUÁNTO TIEMPO DEDICAN A LA CREACIÓN DE CONTENIDO?

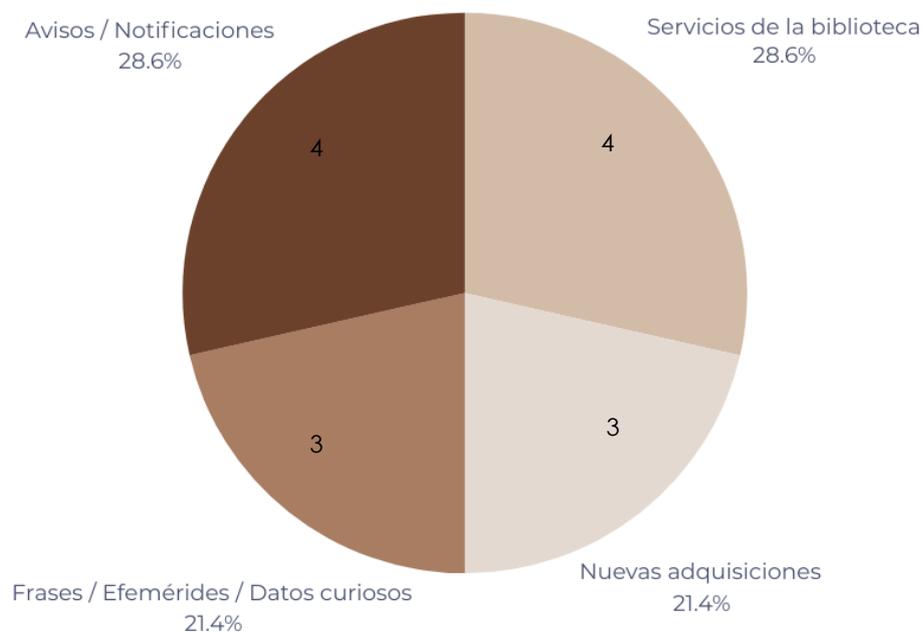


- **11 - ¿Qué tipo de contenido comparten?**

A pesar de que hoy en día hay mucho contenido variado en las redes sociales, todas las bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina que poseen redes sociales comparten avisos y notificaciones que consideran importantes para sus usuarios como también los servicios que brinda la biblioteca en sus diferentes plataformas, esto hace que un total de 57,2% del contenido compartido en redes sea sobre temas específicos de la biblioteca y su funcionamiento.

Del total de las bibliotecas que usan redes sociales, 3 (42,8%) consideran importante para su comunicación con los usuarios, compartir nuevas adquisiciones, frases, efemérides y datos curiosos.

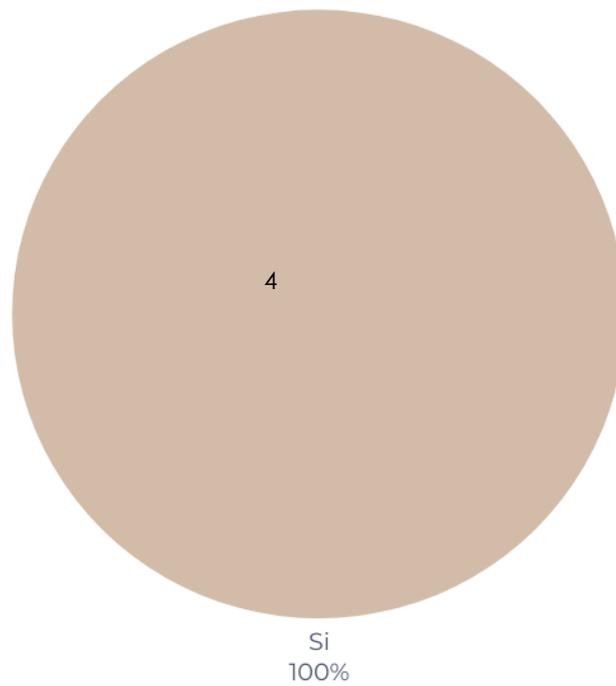
¿QUÉ TIPO DE CONTENIDO COMPARTEN?



- **12 - ¿Generan interacción con sus usuarios en las redes sociales?**

El 100% de las instituciones que usan redes sociales, 4 bibliotecas en total, afirman que generan interacción con los usuarios mediante las diferentes publicaciones que hacen.

¿GENERAN INTERACCIÓN CON SUS USUARIOS EN LAS REDES SOCIALES?

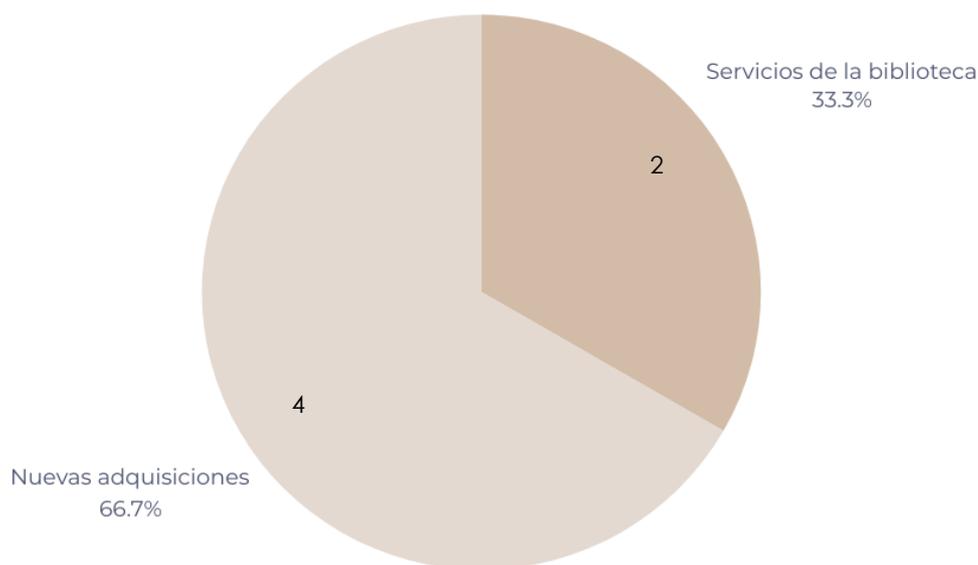


- **13 - ¿Con qué tipo de contenido tienen más interacción con los usuarios?**

De todo el contenido compartido por las bibliotecas que cuentan con redes sociales, las 4 coinciden en el 66,7% que a sus seguidores les gusta el contenido relacionado a las nuevas adquisiciones que se hacen en las bibliotecas, esto es probablemente por la cantidad de material nuevo que surge año a año y en la renovación de la bibliografía de cada materia.

En segundo lugar, con el 33,3%, el contenido que más interacción tiene está relacionado a los servicios de la biblioteca como catálogo, bases de datos y repositorio institucional.

¿CON QUÉ TIPO DE CONTENIDO TIENEN MÁS INTERACCIÓN CON LOS USUARIOS?



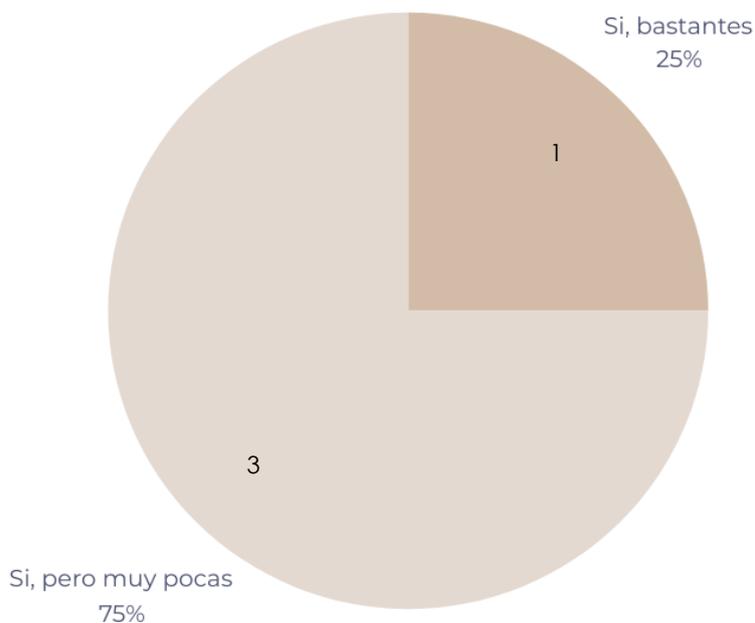
- **14 - ¿Reciben y responden consultas mediante la mensajería privada de las redes sociales?**

De las 4 bibliotecas, hay 3, 75% de las bibliotecas que usan red social, que reciben y responden pocas consultas mediante la mensajería privada de las redes sociales, las utilizan más para informar por historias y posteos.

Una sola de las bibliotecas, 25% de las bibliotecas evaluadas que usan redes sociales, recibe bastantes consultas por este medio.

Sean pocas o muchas las consultas que se reciben por medio de las redes sociales, es claro que es un nuevo canal de comunicación habilitado a la comunidad educativa que puede ser mejorado a futuro.

¿RECIBEN Y RESPONDEN CONSULTAS MEDIANTE LA MENSAJERÍA PRIVADA DE LAS REDES SOCIALES?



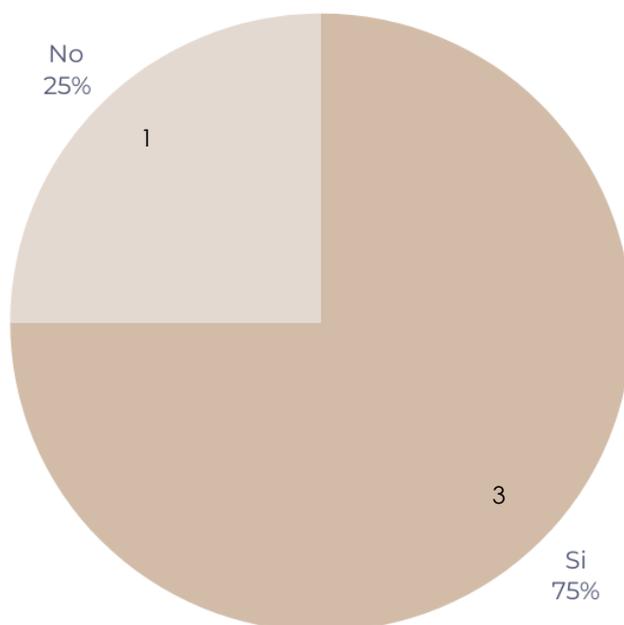
- **15 - ¿Utilizan las estadísticas para medir el alcance de los contenidos compartidos?**

Las estadísticas de lo que es visto o de lo que más alcance tiene en las redes es lo que nos brinda la posibilidad de conocer más a nuestros usuarios, lo que a su vez nos ayudará a mejorar la forma de comunicar teniendo en cuenta intereses y necesidades.

De las 4 bibliotecas tenemos 3 bibliotecas, el 75% del total de bibliotecas que usa redes sociales, que evalúa estas estadísticas lo que ayuda a organizar y mejorar el contenido compartido para que tenga más alcance de acuerdo a los intereses de los internautas.

Por otro lado, hay una biblioteca, siendo el 25% de las bibliotecas evaluadas, que no evalúa las estadísticas, lo que podría ser una gran falla en la creación de contenido.

¿UTILIZAN LAS ESTADÍSTICAS PARA MEDIR EL ALCANCE DE LOS CONTENIDOS COMPARTIDOS?

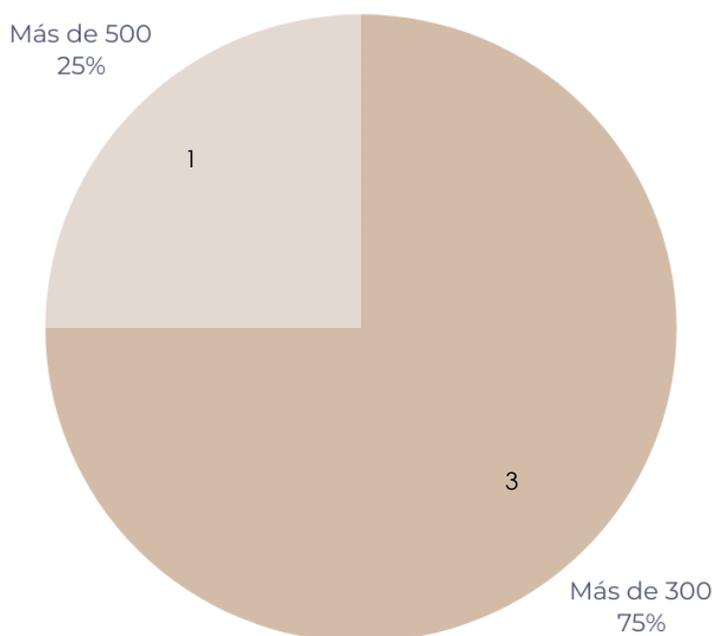


- **16 - ¿Cuántas visualizaciones / Impresiones / Alcance general obtienen por cada contenido compartido?**

Teniendo en cuenta el contenido compartido y las preferencias de los usuarios que siguen las redes sociales de las bibliotecas de los institutos universitarios, por cada contenido compartido hay 3 bibliotecas, 75% del total evaluado que usa redes sociales, que tienen un promedio de 300 visualizaciones / impresiones o alcance general.

Hay una biblioteca, siendo el 25% del total evaluado que usa redes sociales, que destaca este contenido un poco más, teniendo más de 500 visualizaciones / impresiones o alcance general con cada publicación que realizan.

¿CUÁNTAS VISUALIZACIONES / IMPRESIONES / ALCANCE GENERAL OBTIENEN POR CADA CONTENIDO COMPARTIDO?



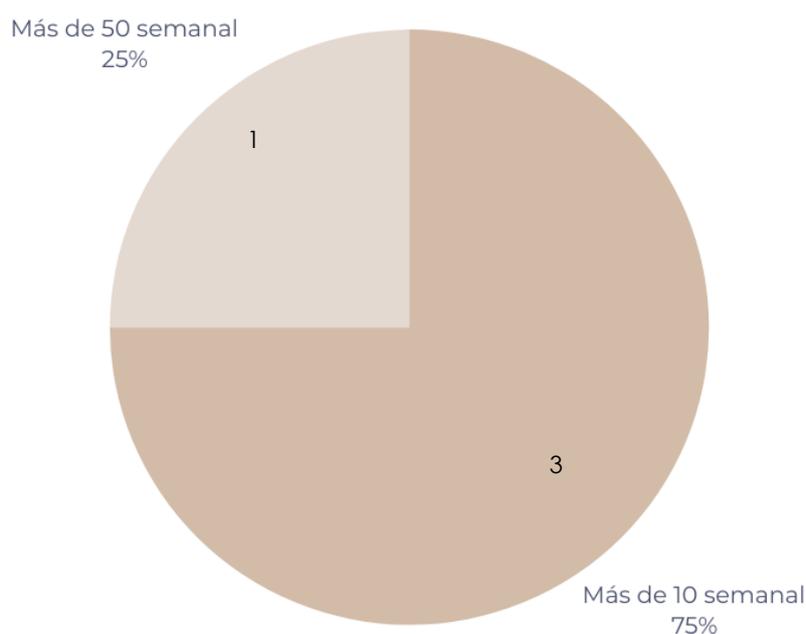
- **17 - ¿Cuál es el alcance semanal que obtienen en comentarios, mensajes privados, reacciones y compartidos?**

Teniendo en cuenta el punto anterior de la cantidad de visualizaciones, que nos demuestra que hay gente que mira el contenido que se comparte, se abre la posibilidad que por cada contenido compartido el usuario se pueda comunicar directamente con la biblioteca.

En este punto evaluamos la cantidad de comentarios, mensajes privados, reacciones y compartidos que obtiene cada publicación en las redes sociales, donde hay 3 bibliotecas, 75% del total evaluado que usan redes sociales, que por semana obtienen más de 10 interacciones directas y una biblioteca, siendo el 25% restante, que por semana obtiene más de 50 interacciones.

Todo esto nos ayuda a saber que contenido es el que genera más interés para consultar.

¿CUÁL ES EL ALCANCE SEMANAL QUE OBTIENEN EN COMENTARIOS, MENSAJES PRIVADOS, REACCIONES Y COMPARTIDOS?

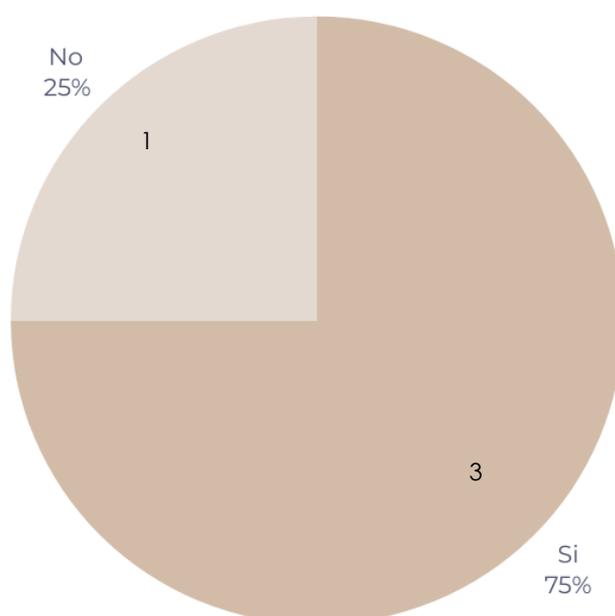


- **18 - ¿Promocionan las redes sociales de la biblioteca en la página oficial y/o redes sociales de la institución?**

Toda biblioteca perteneciente a un ente mayor, necesita ser promocionado en las redes sociales de la página oficial y/o redes sociales de la institución, para que así los que aún no siguen a la biblioteca, puedan conocerla y que además se vea el aval de la institución hacia este nuevo medio de comunicación y difusión.

De las 4 bibliotecas, hay 3, 75% del total evaluado con redes sociales, que reciben el apoyo y la difusión de sus redes sociales en las redes de la institución mayor, pero hay 1, siendo el 25% del total evaluado en este apartado, que no cuenta con este aval por lo que probablemente, es difícil para los alumnos saber que la biblioteca cuenta con su propio sitio.

¿PROMOCIONAN LAS REDES SOCIALES DE LA BIBLIOTECA EN LA PAGINA OFICIAL Y/O REDES SOCIALES DE LA INSTITUCIÓN?

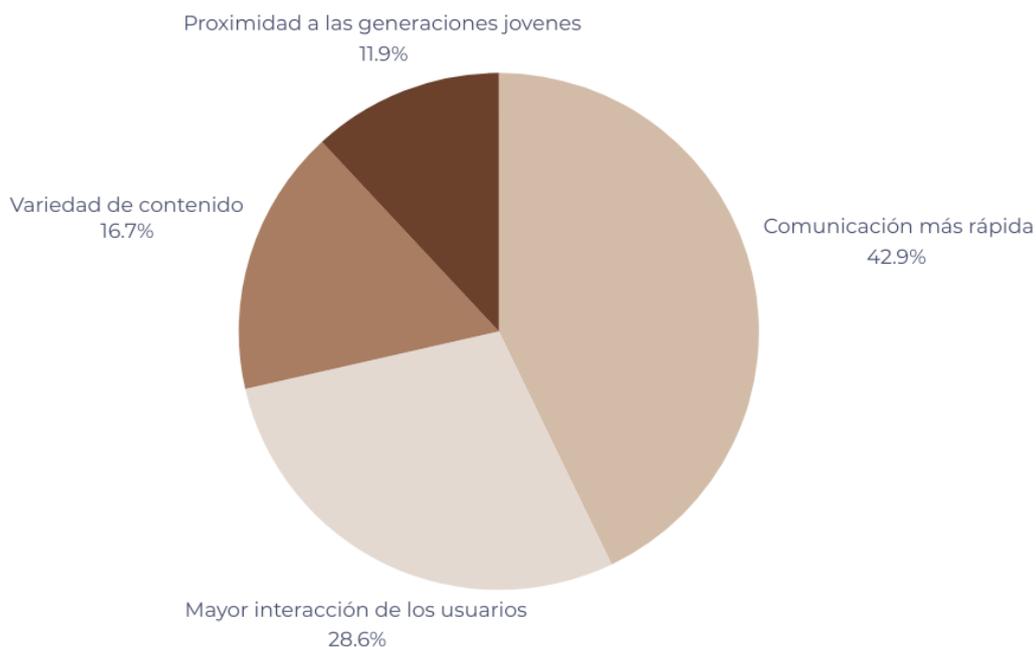


Comentarios de la encuesta

Se les consultó a todos los participantes de la encuesta (22 bibliotecas de institutos universitarios) por los beneficios que creen que aportan o aportarían las redes sociales a la biblioteca y las desventajas o desafíos que presentan o podrían presentar la implementación de las mismas.

- **19 - Beneficios de las redes sociales**

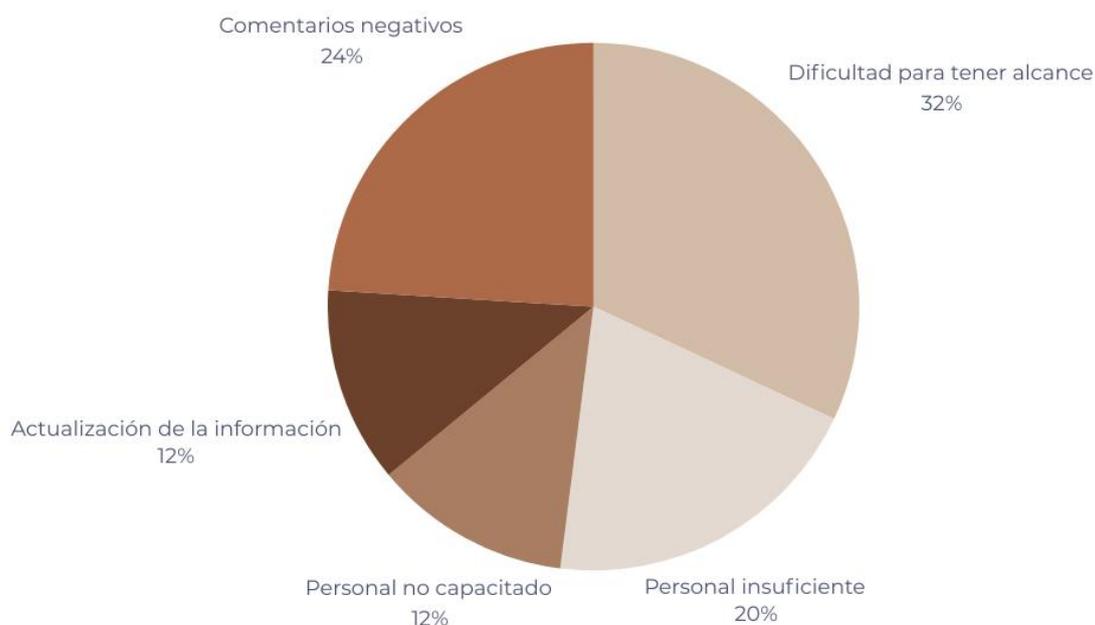
BENEFICIOS DE LAS REDES SOCIALES



Las 22 bibliotecas que participaron de la encuesta opinan que los beneficios que brindan o pueden brindar las redes sociales es mayormente la comunicación rápida con los usuarios teniendo así una mayor interacción, teniendo un canal más directo con las generaciones más jóvenes de estudiantes y brindando contenido variado.

- **20 - Desventajas o desafíos de las redes sociales**

DESVENTAJAS O DESAFÍOS DE LAS REDES SOCIALES



En cuanto a desventajas o desafíos, las 22 bibliotecas participantes de la encuesta ven difícil el alcance de sus publicaciones a los usuarios, la actualización de la información que van a compartir, los comentarios negativos que pueden realizarse en las redes, el personal insuficiente o el personal no capacitado, todas cuestiones que con el uso de las estadísticas y una buena organización de contenido se puede llegar a sacar el máximo provecho aun teniendo algunos contras como la capacitación del personal, que podría ser un excelente plan de trabajo para el siguiente año de cada institución.

En cuanto a los comentarios negativos, es necesario tener un manual de procedimientos para saber cómo responder a los mismos, que puede suceder en cualquier ámbito laboral y no solo en una biblioteca.

Conclusiones

Las redes sociales son medios de comunicación considerados de los más prósperos del siglo XXI, por lo que proyectar la incorporación de las redes sociales como medio de difusión y comunicación en bibliotecas de institutos universitarios resulta un avance considerable que complementa estas herramientas con los nuevos servicios digitales que día a día van ganando terreno en cada unidad académica, sobre todo después de la pandemia.

De acuerdo al problema planteado en este trabajo y al estudio realizado, ha quedado demostrado que son muy pocas las bibliotecas que hoy en día cuentan con redes sociales propias dejando en evidencia la hipótesis planteada que dice: “El uso de las redes sociales como herramienta de apoyo a la difusión del material de las bibliotecas y comunicación con los usuarios aún no es ampliamente aceptada por el ámbito de los institutos universitarios.”

En lo concerniente a este estudio, se considera que la unidad de análisis abordada es suficientemente representativa ya que examina la totalidad de las bibliotecas de los 24 institutos universitarios, públicos y privados, de la República Argentina, listados tomados del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología y de la Guía del estudiante.

Los resultados pretenden colaborar en la implementación de las redes sociales en las bibliotecas de los Institutos universitarios, ya que, si bien no fueron creadas con el fin de utilizarlo académicamente, si se hace un buen uso de ellas es posible generar buena interacción y abrir un nuevo canal de comunicación y difusión de los servicios.

De las preguntas elaboradas para esta investigación, se infieren las siguientes conclusiones:

- De las 24 bibliotecas de institutos universitarios de la República Argentina, solo 4 tienen presencia en alguna red social. El resto de las bibliotecas se encuentran desprovistas de algún tipo de comunicación mediante redes sociales.

- Las redes sociales que más se utilizan en las bibliotecas son: Facebook, Twitter, YouTube y/o Instagram.
- El material más difundido en las redes sociales, actualmente son: avisos y notificaciones que consideran importantes para sus usuarios, los servicios que brinda la biblioteca en sus diferentes plataformas, nuevas adquisiciones, frases, efemérides y datos curiosos.
- En cuanto a la evaluación del alcance en redes sociales para mejorar la interacción, ya se realiza en 3 de las bibliotecas que usan redes sociales. Es necesario hacer hincapié en este punto ya que sabiendo el enfoque principal de los usuarios es más fácil organizar las publicaciones que se quieren hacer a futuro.

Por lo mencionado, se concluye que el 81,8% de las bibliotecas de los institutos universitarios de la República Argentina que participaron en el estudio no incursionan en las redes sociales. Es muy acotado su uso por solo 4 bibliotecas, siendo el 18,2% de las 22 instituciones evaluadas, siendo 24 el total de institutos en el país.

Podemos añadir a esto, que, organizando bien los recursos y tiempo invertido, no es imposible tener una cuenta activa, viendo que además esto tiene buen alcance y repercusión dentro de los estudiantes y docentes de las instituciones brindando así un canal de difusión y comunicación nuevo al que acceden desde cualquier dispositivo.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta el crecimiento a nivel mundial del uso de redes sociales, la gran adhesión que muestran sus usuarios y el potencial comunicativo para las instituciones, se aconseja la incorporación de más bibliotecas a las redes sociales.

Por ello se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Conocer y entender el uso y herramientas de cada red social que vamos a utilizar.
- Capacitar al personal en la creación de contenido de valor para los usuarios.
- Crear estrategias de marketing que colaboren con el fin de la biblioteca.
- Difusión de las redes sociales de biblioteca en las redes sociales de la institución.
- Crear un protocolo de comunicación para las redes sociales.

Reflexión final

El uso de redes sociales por parte de las bibliotecas de los institutos universitarios constituye un recurso con altísimo potencial de desarrollo en una era donde las redes sociales y la virtualidad han abarcado la vida cotidiana.

Es necesario informar bien a las autoridades institucionales sobre el plan de trabajo que se quiere implementar, los objetivos y el fin de comunicación que estos vendrían a ocupar en esta nueva sociedad para ayudar con los prejuicios que aún al día de hoy están tan presentes.

El uso de las redes sociales será, sin dudas, un canal de comunicación y difusión ampliamente aceptado por los usuarios de las bibliotecas ya que, de esta manera, se sentirían más cercanos al sector y la interacción será más fluida, incluyendo la respuesta inmediata a sus consultas y brindando ayuda sobre todos los servicios que tiene la biblioteca disponible.

ANEXO 1

Conformación del cuestionario

A continuación, se indican los elementos que integran el cuestionario estandarizado y diseñado para enviar a las instituciones a través de Google formularios.

FORMULARIO PILOTO

Consentimiento

La información que brinde en este formulario tiene como finalidad realizar un trabajo de investigación para una tesina de carácter profesional para ser presentado ante la Universidad Nacional de Mar del Plata en la obtención de la Licenciatura en bibliotecología y Documentación.

Al completar y enviar este formulario usted está de acuerdo que esta información se use para tal fin.

Preguntas

¿Qué tipo de instituto es? Privado – Estatal

¿Quiere participar de la encuesta? SI –NO

—> Si la respuesta es **No**, se agradece la respuesta y se da por concluida la encuesta.

—> Si la respuesta es **Sí**, se envía a la siguiente pregunta

└─> ¿Utilizan redes sociales en su biblioteca? SI – NO

Dependiendo la respuesta SI o NO se envía al siguiente apartado, dependiendo la respuesta

→ **SI RESPONDE QUE NO USA REDES SOCIALES**

- ¿Por qué no usan redes sociales?
 - No tenemos recursos
 - Institucionalmente no es permitido su uso
 - No sabemos cómo usarlas
 - Otro _____
- ¿Le gustaría contar con alguna red social en biblioteca? SI – NO
- ¿Qué red social implementaría o cual considera más importante para utilizar en su biblioteca? _____

→ **SI RESPONDE QUE SI USA REDES SOCIALES**

- ¿Qué redes sociales usan en su biblioteca?
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Snapchat
 - YouTube
 - Pinterest
 - WordPress
 - Blogger
 - Otras (Especificar) _____
- ¿Cuánto personal administra las cuentas?
 - 1 persona
 - 2 personas
 - 3 personas
 - Más de 3

- ¿Con que frecuencia publican en las redes?
 - 1-2 por día
 - 1-2 por semana
 - 2-3 por mes

- ¿Cuánto tiempo dedican a la creación de contenido?
 - 2 horas semanales
 - 5 horas semanales
 - 10 horas semanales
 - Más de 10 horas semanales

- ¿Qué tipo de contenido comparten?
 - Servicios de la biblioteca
 - Nuevas adquisiciones
 - Frases / Efemérides / Datos curiosos
 - Diversión/ entretenimiento
 - Avisos / Notificaciones

- ¿Tienen interactividad en las cuentas de las redes que utilizan? SI – NO

- - ¿Con que tipo de contenido obtienen más interacción?

(Se repite el tipo de contenido)

- - ¿Reciben y responden consultas mediante la mensajería privada de las redes?

SI – NO

- - ¿Utilizan las estadísticas para medir el alcance de los contenidos compartidos?

SI – NO

- ¿Cuál es el alcance semanal que se obtiene? (Comentarios, reacciones y compartidos)
 - Más de 10
 - Más de 30
 - Más de 50

- ¿Promocionan las redes sociales de la biblioteca en la página oficial de la institución?
SI – NO

- Explique qué desafíos presentan las redes sociales a la hora de comunicar (Respuesta abierta)

¡Muchas gracias por su tiempo y disposición!

Bibliografía

- ALA (2018) Social Media Guidelines for Public and Academic Libraries. [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://www.ala.org/advocacy/sites/ala.org.advocacy/files/content/smg2018.pdf>
- Allendez Sullivan, P. (2010) Las redes sociales como canales de comunicación de las unidades de información. [Consultado el 13 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/14730/1/017.pdf>
- Aquino, S. (2014). Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. VI Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias [Consultado el 23 de agosto de 2021] Recuperado de: <https://www.infotecarios.com/analisis-del-uso-de-facebook-en-las-bibliotecas-academicas-peruanas/#.YSYPto4zZPY>
- Arroyo Vázquez, N. (2007) ¿Web 2.0? ¿Web social? ¿Qué es eso? [Consultado 18 de julio de 2021] Recuperado de: http://eprints.rclis.org/10566/1/EYB_NA07.pdf
- Arroyo, N. (2018) La interacción, un reto para las bibliotecas universitarias en los medios sociales. [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de: <https://biblioblog.org/2018/03/01/reto-interaccion-bibliotecas-universitarias-medios-sociales/>
- Awang, N. H. (2012). Towards library 2.0: the adoption of Web 2.0 applications in academic library websites in Malaysia. International Conference on Libraries:

Transformation to Humanized Libraries, Kota Bharu, Kelantan [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://eprints.um.edu.my/3773/1/ICOL2012.pdf>

- Codina, L. (2009) Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos. Hipertext.net, (7). . [Consultado el 23 de julio de 2021] Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/ciencia-2-0.html>
- De la Torre A. (2006) Definición de Web 2.0 [Consultado 6 de julio de 2021] Recuperado de: http://adelat.org/conceptos_clave_en_la_web_2_0_y_iii
- De Volder, C.; González Terán, Y.; Gutiérrez, F. (2012) Microblogging: el caso Twitter en bibliotecas universitarias argentinas. 10a Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria, Buenos Aires (Argentina). [Consultado el 18 de febrero de 2019] Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/18020/1/twitterporlasbibliotecasuniversitariasargentinas.pdf>
- Guía del estudiante. [Consultado el 25 de julio de 2021] Recuperado de: <https://www.estudios.com.ar/instituciones.html>
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M.d.P. (2010). Metodología de la investigación. 5ª ed. Mexico : McGraw-Hill.
- Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. A., & Kessler, M. I. (2016). Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno

a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. Revista Interamericana de Bibliotecología, 39(1), 23-37. [Consultado 22 de febrero de 2019] Recuperado de: doi: [10.17533/udea.rib.v39n1a05](https://doi.org/10.17533/udea.rib.v39n1a05)

- Laudano, C.N. (2016). Acerca de los usos de las redes sociales en bibliotecas universitarias argentinas. XI Encontro de Diretores de Escolas de Biblioteconomia e Ciencia de Informação do Mercosul [Consultado 25 de febrero de 2019] Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7764/ev.7764.pdf
- Liñán Maza, M.d.C., Guzmán Pérez, C. (2016). Las redes sociales en la Biblioteca Universitaria de Córdoba (2008-2016). Boletín De La Asociación Andaluza De Bibliotecarios, N° 111, Enero-Junio 2016, pp. 95-108. [Consultado 22 de agosto de 2021] Recuperado de: <https://helvia.uco.es/handle/10396/14148>
- Margaix-Arnal, D. (2008) Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. El Profesional de la Información. 17(6), 589-601. [Consultado 22 de febrero de 2019] Recuperado de: http://eprints.rclis.org/12568/1/articulo_Facebook_Margaix.pdf
- Marquina, J. (2013). [Informe APEI] Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos (mensaje en un blog). [Consultado 7 de mayo de 2021] Recuperado de: <https://www.julianmarquina.es/informe-apei-bibliotecas-ante-el-siglo-xxi-nuevos-medios-y-caminos/>

- Merlo Vega, J.A. (2014). La biblioteca como “community manager” y “content curator” (mensaje en un blog). [Consultado 7 de mayo de 2021] Recuperado de <https://diarium.usal.es/merlo/2014/05/la-biblioteca-como-community-manager-y-content-curator/>
- Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología. Datasets. [Consultado 25 de julio de 2021] Recuperado de: <https://datos.gob.ar/dataset?organization=educacion>
- Peña Aznar de la, J. (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? Anuario AC/E de cultura digital, Acción cultural española. [Consultado 10 de octubre de 2020] Recuperado de http://www.accioncultural.es/es/publicacion_digital_anuario_ac_e_cultura_digital_focus_2014
- Ponce Isabel (2012) Monográfico: redes sociales. Observatorio tecnológico Ministerio de educación, cultura y deporte España. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Soria V., Soria V. & Sánchez A. (2009). La Web social y su impacto en las bibliotecas universitarias mexicanas. Ibersid 239-246. [Consultado el 23 de febrero de 2019] Recuperado de: <https://www.ibernid.eu/ojs/index.php/ibernid/article/view/3745/3506>

- Universia (2018) ¿Para qué sirven las redes sociales en la Universidad? [Consultado 19 de octubre de 2020] Recuperado de:
<https://noticias.universia.net.co/educacion/noticia/2018/05/08/1159734/sirven-redes-sociales-universidad.html>
- Universidad Nacional de La Matanza (2016) Redes sociales, las más elegidas por los universitarios [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de:
http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=redes_sociales,_las_mas_elegidas_por_los_universitarios&id=2771
- Witte, G. G. (2014). Content generation and social network interaction within academic library Facebook pages. *Journal of electronic resources librarianship*, 26 (2), 89-100. [Consultado el 25 de febrero de 2019] Recuperado de:
<https://doi.org/10.1080/1941126X.2014.910356>