



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

.....

Universidad Nacional de Mar del Plata

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencia de la Información

Licenciatura en Bibliotecología y Documentación

**Estudio de la comunicación externa del Sistema Integrado de Bibliotecas de la
Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB
UNNOBA) en el año 2023**

Tesista: Bibl. Cecilia Ferrari
Directora: Lic. María José Marchetti

2024

Dedicatoria

A Juan por su amor incondicional y su confianza en mí.

Agradecimientos

Quisiera expresar mi agradecimiento a mi directora de tesina, Lic. María José Marchetti, por su dedicación y paciencia, sin sus correcciones precisas no habría sido posible llegar a esta instancia. Gracias por su guía y todos sus consejos.

A Alejandra, por su compañerismo y apoyo durante toda la carrera.

Al equipo de trabajo y a la comunidad usuaria del Sistema integrado de bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires por su valiosa colaboración en mi investigación.

A los directivos de las bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires que participaron e hicieron sus aportes en la recopilación de datos.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria	1
Agradecimientos	2
Abreviaturas	5
Resumen	6
Palabras clave	6
Introducción	7
Problema	8
Problemas conexos	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Fundamentación del tema	10
Estado de la cuestión	12
1. Primera Parte: Marco teórico	19
1.1. Comunicación	19
1.2. Canales de comunicación	22
1.3. Comunicación organizacional. Comunicación interna y Comunicación externa	25
1.4. Biblioteca universitaria	27
1.5. Sistema integrado de bibliotecas UNNOBA (SIB UNNOBA)	33
2. Segunda Parte: Diseño metodológico	45
2.1. Unidades de análisis	45
2.2. Definición conceptual de la variable	46
2.3. Definición operacional de la variable	46
2.4. Población	51
2.5. Muestra	51
2.6. Técnicas para recolectar datos	51
3. Tercera Parte: Análisis de los datos y procesamiento de los datos	52

3.1.	Resultados Cuestionario a los usuarios del SIB UNNOBA	53
3.2.	Resultados Cuestionario a directores de bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires	65
3.3.	Resultados Grilla de observación sitio web de bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires	68
4.	Conclusiones	79
4.1.	Recomendaciones	85
	Anexos	88
	Anexo 1. Cuestionario para usuarios del SIB UNNOBA	88
	Anexo 2. Cuestionario para directores de bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires	93
	Anexo 3. Grilla de observación de los sitios web de las bibliotecas universitarias	94
	Anexo 4. Fotos de las bibliotecas	97
	Referencias bibliográficas	100

Abreviaturas

ALA: American Library Association

DSI: Diseminación selectiva de la información

IFLA: International Federation of Library Associations and Institutions

OPAC: Online Public Access Catalog

REBIUN: Red de Bibliotecas Universitarias Españolas

SIB UNNOBA: Sistema integrado de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

UNNOBA: Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

RSS: Really Simple Syndication

Resumen

Implementar un plan de comunicación externa en las bibliotecas universitarias es esencial para promover sus servicios, mantener una conexión activa con la comunidad usuaria, aumentar la visibilidad institucional, fomentar la participación y adaptarse continuamente a las necesidades cambiantes de los usuarios. El presente trabajo tiene como objetivo analizar y evaluar la comunicación externa, de las bibliotecas universitarias que conforman el sistema integrado de bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB UNNOBA). Se examina la comunicación externa con el propósito de conocer el uso y finalidad de los canales de comunicación escritos, orales y electrónicos. Esto permitirá identificar preferencias y satisfacción de los usuarios en cuanto a servicios - recursos, niveles de vinculación y visibilidad institucional. Además, se investiga la dinámica de la comunicación externa en veinte bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires con el objetivo de comprender la situación actual de la comunicación externa y realizar una comparación del estado de situación en entornos similares. Esto incluye el tipo de información compartida (estructural, formativa, funcional, contextual), los diferentes canales de comunicación disponibles en los sitios web, los más utilizados por la comunidad de usuarios según sus experiencias, así como la viabilidad e implementación de un Plan de Comunicación en relación con la falta de planificación en la comunicación. El análisis de esta investigación proporcionará conclusiones significativas con el propósito de mejorar la visibilidad, accesibilidad y eficacia de la comunicación externa del Sistema Integrado de Bibliotecas. Además, permitirá fortalecer la relación actual con la comunidad de usuarios y mejorar la calidad de los recursos y servicios. También se reconoce la importancia de un plan de comunicación como elemento clave para un rendimiento óptimo de la comunicación externa.

Palabras clave

Bibliotecas universitarias - Comunicación - Comunicación Organizacional - Canales de comunicación - Comunicación externa - Noroeste de Buenos Aires-SIB UNNOBA: Sistema integrado de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

Introducción

Esta tesina tiene como objetivo general analizar la comunicación institucional externa del SIB UNNOBA. Los objetivos específicos son:

1. Analizar los canales/medios escritos, orales y electrónicos destinados a la comunicación de las bibliotecas
2. Identificar los canales de comunicación de mayor y menor preferencia de acuerdo a las bibliotecas analizadas
3. Conocer la utilidad y finalidad de los canales utilizados por los usuarios en las bibliotecas analizadas
4. Conocer las necesidades de información de los usuarios sobre los servicios bibliotecarios
5. Describir la metodología de comunicación externa utilizado por las bibliotecas

En la primera etapa de recolección de datos, se enviará un cuestionario por correo electrónico a los usuarios de las Bibliotecas Silvina Ocampo (Junín) y Biblioteca Sede Pergamino, que forman parte del SIB UNNOBA, con preguntas abiertas y cerradas para evaluar la comunicación externa.

En la segunda etapa de recolección de datos, se realizará una observación de la tipología de información compartida (estructural, formativa, contextual y funcional) y la presencia de canales de comunicación en las páginas web de las bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires. Esta información se representará en una grilla. También se implementará un cuestionario con preguntas cerradas dirigido a los directores de las bibliotecas universitarias previamente analizadas y comparadas en la grilla, con el fin de recopilar información sobre los canales de comunicación preferidos por los usuarios de sus bibliotecas y si tienen planes de comunicación establecidos. Finalmente se analizarán los datos obtenidos, se extraerán conclusiones y se aportarán recomendaciones.

Tema

Estrategias de Mejora en la Comunicación Externa del Sistema Integrado de Bibliotecas (SIB) de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires.

Título

Comunicación externa de la biblioteca universitaria: análisis del sistema integrado de bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB UNNOBA) en el año 2023

Modalidades de la investigación

Tipo de estudio: Exploratorio. Descriptivo.

Enfoque: Mixto (cuantitativo y cualitativo)

Diseño metodológico: No experimental de tipo transversal o transeccional

Alcance temporal: Año 2023

Alcance espacial: Pergamino y Junín (Buenos Aires, Argentina)

Problema

¿Cuál es el estado actual de la comunicación externa del Sistema Integrado de Bibliotecas UNNOBA con su comunidad de usuarios? ¿Qué aspectos son oportunos y cuáles necesitan mejorar?

Problemas conexos

1. ¿Cuáles son los canales/medios escritos, orales y electrónicos destinados a la comunicación externa?
2. ¿Cuáles son los canales de comunicación externa de mayor y menor preferencia de acuerdo a las bibliotecas analizadas?
3. ¿Cuál es la utilidad y finalidad de los canales utilizados por los usuarios en las bibliotecas analizadas?
4. ¿Qué información sobre los servicios bibliotecarios es necesario difundir a los usuarios?
5. ¿Cómo es la metodología de comunicación externa que utilizan las bibliotecas analizadas?

Objetivo general

Analizar el funcionamiento y nivel de eficacia de la comunicación externa del SIB UNNOBA en el año 2023

Objetivos específicos

1. Analizar los canales/medios escritos, orales y electrónicos destinados a la comunicación de las bibliotecas
2. Identificar los canales de comunicación de mayor y menor preferencia de acuerdo a las bibliotecas analizadas
3. Conocer la utilidad y finalidad de los canales utilizados por los usuarios en las bibliotecas analizadas
4. Conocer las necesidades de información de los usuarios sobre los servicios bibliotecarios
5. Describir la metodología de comunicación externa utilizado por las bibliotecas

Fundamentación del tema

El estudio sobre el análisis de la comunicación externa se sitúa en el sistema integrado de bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB UNNOBA) en el año 2023.

La elección del tema de la tesina se basa en darle visibilidad e importancia a la comunicación organizacional de las bibliotecas universitarias; dado que el buen funcionamiento de los canales de comunicación tradicionales y tecnológicos mejoran la calidad del servicio, lo que incide en la satisfacción del usuario.

La comunicación organizacional se define como los canales y formas de comunicación que ocurren dentro de las organizaciones, ya sean empresas, instituciones académicas, organizaciones sin fines de lucro u organismos gubernamentales. Este es uno de los pilares más importantes para asegurar una comprensión clara de los objetivos de la organización y las estrategias para alcanzarlos.

Se divide en comunicación interna y comunicación externa. En primer lugar, la comunicación interna mantiene al equipo de trabajo informado, integrado y motivado, de esta manera colaboran a cumplir los objetivos de la organización. En segundo lugar, la comunicación externa abarca el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos. En el caso de las unidades de información, pone en conocimiento acerca de lo que sucede en la biblioteca en cuanto a funcionamiento, reglamentaciones, formación de usuarios y difusión de servicios bibliotecarios. Asimismo, mantiene y mejora la relación con el usuario proyectando una imagen positiva. Tanto la comunicación interna como externa influyen en la imagen corporativa percibida por los usuarios.

Es de destacar, que esta investigación se limitará a estudiar solamente, la comunicación externa de las bibliotecas de la comunidad usuaria del sistema integrado (SIB UNNOBA), compuesto de dos bibliotecas universitarias, Biblioteca Sede Pergamino y Biblioteca Silvina Ocampo.

Como bibliotecaria de la Biblioteca Sede Pergamino, el propósito de este estudio es conocer y visibilizar las dinámicas de la comunicación externa. Entender la dinámica y la importancia de dicha comunicación, permitirá mejorar la eficiencia de la comunicación con los usuarios y fortalecerá el vínculo existente. Comprender el funcionamiento, permite identificar y reconocer con precisión sus preferencias al

comunicarse con unidades de información. Es importante señalar que ignorar la dinámica de los procesos de comunicación externa puede afectar la calidad y el uso de los servicios bibliotecarios.

Según los avances relacionados con las TIC y los diversos modos de comunicación, las bibliotecas están aprovechando estas nuevas oportunidades para difundir sus servicios y comunicarse de manera efectiva con su público y así motivarlos a hacer uso.

A continuación, García Gómez, Pérez Calderón y Vargas Rodríguez (2019) de la Universidad de Cuba expresan la relevancia de una buena comunicación con el usuario:

“Los usuarios son el pilar principal de las bibliotecas, sin ellos de nada sirven las buenas infraestructuras, una abundante colección, las mejores herramientas y tecnologías de acceso a la información. Es por esto que debemos lograr la efectividad de la comunicación con el usuario, a partir del desarrollo y fortalecimiento de habilidades de comunicación que permitan mejorar las relaciones interpersonales y el crecimiento continuo a través del respeto, colaboración y amabilidad”.

Luceri (2015), VII Jornadas de Temas Actuales en Bibliotecología (2016), Villafin (2017), Gallo, León y Quílez-Simón (2020) y Rodríguez (2023) revelan una problemática en común en sus textos, la falta de planificación y la existencia de planes y estrategias de comunicación escritas que dificultan la puesta en práctica de estos procesos y alcanzar objetivos propuestos.

Teniendo en cuenta esta problemática y con la intención de realizar un estudio sobre la comunicación en las bibliotecas universitarias, se propone analizar cómo es el funcionamiento de la comunicación externa de las bibliotecas universitarias del SIB UNNOBA de acuerdo a canales de comunicación, servicios bibliotecarios, satisfacción de la comunidad usuaria con respecto a la comunicación.

Además, se plantea analizar la dinámica de la comunicación externa de **veinte** bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires, a través de sus páginas web, con el fin de conocer la situación de otras bibliotecas de características similares. **Se observa y registra en una grilla el tipo de información compartida según la clasificación de Rodríguez Gairin mencionada en varios planes de comunicación de bibliotecas universitarias españolas (estructural, formativa, funcional, contextual) y los canales de comunicación disponibles para**

interactuar con sus usuarios. Asimismo, se envía un cuestionario a los directores de dichas bibliotecas para determinar los canales más usados por su comunidad usuaria y si poseen planes de comunicación. Esto indica, a) los canales de comunicación más utilizados basado en el funcionamiento de otras bibliotecas universitarias de Buenos Aires. b) el grado de planificación de la comunicación y algunos motivos por los que no se realiza esta tarea. Lo que permite comprender la situación de las bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires en relación con la problemática sobre la falta de planificación expuesta en varios antecedentes nacionales e internacionales, que influye en la interacción con el usuario.

Con el aporte de esta investigación se va a señalar la descripción de la comunicación externa de las bibliotecas universitarias estudiadas. Esto permitirá la evaluación de la situación comunicacional e implementar un plan de acción a fin de mejorar aquellos aspectos relevantes en la comunicación externa y que inciden en la calidad de los servicios.

Estado de la cuestión

Existen escasos estudios sobre comunicación interna y externa de las bibliotecas universitarias. En primer lugar, a ***nivel internacional***, en el informe 2002 *Comunicación interna en las Bibliotecas Universitarias*, de REBIUN (Red de Bibliotecas Universitarias Españolas) se estudió y evaluó la comunicación interna de las bibliotecas universitarias españolas. El mismo plantea, que para llevar a cabo la gestión de la comunicación interna de manera permanente, es necesario que el plan de comunicación esté incluido dentro del plan estratégico. Si bien la investigación de esta tesis es sobre comunicación externa, se destaca dicho referente con el fin de conocer los métodos para evaluar la comunicación interna de las bibliotecas universitarias. De su análisis de datos se toma como aporte para la recolección de datos la existencia de un plan de comunicación y que medios/canales de comunicación se utilizan.

Dentro del área a investigar se pueden consultar, documentos relacionados a planes de comunicación realizados por las bibliotecas universitarias españolas tales como: Hermes plan de comunicación de la biblioteca de la universidad de Málaga (2005), Senda: plan de comunicación interna de la biblioteca de la UNED (2009), Plan

de comunicación interna de la BUC 2010-2013, Plan de comunicación externa de la biblioteca de la Universidad de Sevilla 2012-2014, Plan de Comunicación Externa y Marketing de la biblioteca de la universidad de Zaragoza (BUZ) 2014-2016, Plan de comunicación externa de la biblioteca de la Universidad de Extremadura (2019), Plan de comunicación externa y Marketing de la BUZ (2023) y Plan de comunicación 2018-2022 (ampliado a 2023) de la Biblioteca de la Universidad de Alcalá (BUAH). Los mismos están basados en planes realizados por otras bibliotecas y se sostienen en la experiencia de los colegas españoles, pioneros e inspiradores en el ámbito de la bibliotecología. **Dichos documentos cuentan con objetivos, líneas estratégicas, planes de acción, destinatarios, canales de comunicación, flujo de la información, tipología de la información a difundir, imagen y evaluación.**

Las bibliotecas han incorporado a lo largo del tiempo herramientas 2.0 en sus sitios web. Herrera Morillas y Castillo Díaz (2012) en su artículo recopilaron los recursos de la Web 2.0 utilizados por las bibliotecas universitarias españolas, los clasificaron en 7 categorías (OPAC, RSS¹, Blog, mensajería instantánea, redes sociales, compartir archivos multimedia, otros) y analizaron su finalidad y principales rasgos. Entre las herramientas más empleadas destacan el acceso al OPAC 2.0, las redes sociales y los blogs. En el estudio de la tesina se indaga sobre el uso del Opac y las redes sociales utilizadas por las bibliotecas del SIB, en este caso página de Facebook. Entre los recursos menos empleados se encuentran los marcadores sociales y las plataformas para compartir archivos de imágenes o videos, como Flickr o YouTube, entre otros. Se observa en los resultados, que los canales de comunicación más usados son las redes sociales y los blogs, por el contrario los menos empleados son Flickr y Youtube. El aporte a este trabajo de investigación es la importancia de la comunicación corporativa en las universidades, donde se destacan tres planteamientos necesarios en toda biblioteca universitaria: 1) Prestar un servicio de calidad, 2) Ofrecer servicios adaptados a las exigencias de sus públicos y 3) Establecer una comunicación puntual y apropiada con sus públicos internos y externos. A pesar de que no se menciona la comunicación externa.

Saéz Fernández (2014) en su trabajo, analiza la situación actual de la comunicación externa de la Biblioteca de la Universidad de Cádiz (UCA), en

¹ RSS, acrónimo de Really Simple Syndication, es un formato XML que permite compartir contenidos a través de Internet sin necesidad de un navegador web directamente. Este formato se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios suscritos.

comparación con otras bibliotecas universitarias públicas (especialmente andaluzas). ***En similitud con esta tesis, identifica los principales elementos de la comunicación externa, los puntos fuertes y débiles, y también el uso de los canales de comunicación, aunque se centra solamente en los virtuales (página web, catálogo y social media).*** A diferencia de la tesis, analiza los mensajes transmitidos por los canales de comunicación y describe los públicos de la biblioteca de la Universidad de Cádiz. Además, menciona en sus canales de comunicación el OPAC, carta de servicios y el repositorio institucional. En cambio, en esta tesina tanto el OPAC y el repositorio institucional están situados dentro del tipo de información estructural y la carta de servicios dentro del tipo de información contextual. Por lo tanto, no son considerados canales de comunicación.

En el trabajo de investigación Gallo, León y Quílez-Simón (2020), estudiaron sobre los canales y medios de comunicación que se emplean en las bibliotecas públicas de la Región de Murcia, destinatarios y contenido de la comunicación, opiniones de profesionales sobre los distintos canales, libertad de acción que tienen las bibliotecas a la hora de realizar sus tareas de comunicación, y por último el grado de conocimiento y aplicación de las normas que establece la Ley de Protección de Datos. Dicho estudio plantea temas similares a la investigación de la tesina sobre el uso de los canales de comunicación en una biblioteca pero se diferencia en su tipo (Biblioteca universitaria) y no hace referencia con precisión a la comunicación externa. Según los resultados de la investigación, *los bibliotecarios se consideran capacitados para la utilización de cualquier canal, aunque algunos reclaman formación para los más complejos y destacan la falta de personal.* La comunicación verbal al usuario y Facebook, WhatsApp aparece como un canal de especial interés y alta consideración para las bibliotecas. Cabe destacar que en este estudio, se enmarca y se aclara el concepto de comunicación en **bibliotecas. Los autores plantean que se confunden muchas veces los términos comunicación, difusión, marketing y publicidad. Para ellos, la comunicación no es publicidad, aunque la publicidad se haga a través de herramientas de comunicación; y tampoco es marketing, aunque este necesite de la comunicación como un instrumento fundamental sin el cual no podría realizarse. Su aporte teórico es la diferenciación del concepto de comunicación de los conceptos de marketing, publicidad y difusión. Ya que el enfoque de esta tesis no es desde el marketing sino**

de la comunicación organizacional externa. Además para los autores, el concepto de comunicación en bibliotecas es amplio, se diferencian según: a) a quién se dirige, b) los canales de comunicación, c) Finalidad u objetivo y d) Temática. En esta clasificación no hacen hincapié en la comunicación externa. Pero se observa que en la tesis se analiza la comunicación externa según los canales de comunicación utilizados.

En un estudio más reciente de Herrera Morillas (2021), plantea que un gran número de bibliotecas universitarias españolas abordan cuestiones relacionadas con la comunicación en sus planes estratégicos. De los 28 planes estratégicos recopilados, una gran parte (85,7%) se refirió sobre aspectos relacionados con la comunicación, lo que indica que las actividades relacionadas con la comunicación son una prioridad, **por ejemplo las relacionadas con los planes de difusión y marketing**; las mejoras en la comunicación interna del personal bibliotecario; o la comunicación con los usuarios, etc. Se precisa las menciones de la comunicación en las líneas estratégicas, objetivos estratégicos y acciones o estrategias. Las principales prioridades que han establecido las bibliotecas para mejorar sus estrategias de comunicación son: planes de difusión y marketing/ mejoras en la imagen e identidad (62,5 %), mejoras en la comunicación interna del personal bibliotecario (37,5 %), mejoras en la comunicación con los usuarios (25 %), mejoras en la comunicación externa (12,5 %) y mejoras de comunicación a través de la web (25 %). En cuanto a la comunicación externa, expresa que se deben establecer buenos canales de comunicación y fomentar su uso, informar y difundir los servicios bibliotecarios que permitan satisfacer necesidades de información de los usuarios. **Este estudio reafirma la importancia de la existencia de un plan de comunicación, ya que “marca la diferencia entre la comunicación y una comunicación estratégica”.** Para el autor estudiar a las bibliotecas desde el punto de vista de la comunicación es importante puesto que una buena estrategia de comunicación permite reducir los potenciales riesgos de pérdida de reputación que se pueden derivar de dar una respuesta equivocada a las necesidades de los grupos de interés (internos o externos).

Por otro lado, **a nivel nacional Luceri (2015)** realizó un estudio de las bibliotecas universitarias de la Universidad Nacional de la Plata (UNLP) con el fin de conocer las políticas y estrategias empleadas en la comunicación con sus usuarios, específicamente en la promoción de servicios documentales. En la misma se deduce

que no se han detectado políticas escritas o planes que sustenten y guíen las acciones promocionales, lo cuál destaca la falta de planificación. Se infiere que las acciones implementadas en la promoción de servicios suelen aplicarse de manera intuitiva, sin estudios previos que respalden su uso o justifiquen su necesidad. Lo mismo sucede con las instancias de evaluación dado que no se realizan de manera formal. Este estudio busca conocer las estrategias de comunicación con los usuarios, desde una perspectiva del marketing bibliotecario y la promoción de servicios. Si bien tiene aspectos que se relacionan y proporciona aportes acerca de las herramientas de comunicación en espacios físicos y virtuales, **no hace énfasis a la propuesta de la tesina, es decir, el análisis de la comunicación externa.**

Al igual que Luceri, Korda y Kessler (2016) en la VII Jornadas de Temas Actuales en Bibliotecología afirman que es necesario contar con una política y un plan de comunicación. En su investigación sobre redes sociales en distintos tipos de bibliotecas (de investigación, universitarias y populares) en Argentina, describen los beneficios y riesgos del uso y además, plantean lineamientos para la formulación de una política comunicacional a tener en cuenta en relación a las redes sociales de las bibliotecas.

Algo semejante plantea Vallefin (2017), las prácticas relacionadas con la comunicación digital, que suelen ser más bien improvisadas y no parecen tener un correcto seguimiento, lo que trae aparejados diversos problemas relacionados con la implementación, gestión y organización. Entre ellos, la dificultad de mantener los canales de comunicación a lo largo del tiempo porque no hay una definición de contenidos, ni normas de estilo, ni responsables formados o momentos de actualización preestablecidos y la ausencia de evaluación que no permite saber si las estrategias son efectivas.

En un estudio más reciente de la autora antes mencionada (2020) con el objetivo de tener una visión integral de la gestión digital en las bibliotecas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) donde comprende modos de organización, competencias de los trabajadores, desafíos y potencialidades principalmente en redes sociales y plataformas colaborativas. La comunicación institucional es considerada por los bibliotecarios como un factor estratégico dentro de las Unidades de Información, sin embargo en la práctica es aplicado como una tarea secundaria, al menos desde la estructura organizativa. Entre los motivos que dificultan la planificación se encuentra

la falta de tiempo y la falta de recursos humanos reflejando una realidad en el ámbito laboral.

Verde (2020) en su trabajo de investigación en cuanto a la comunicación, exploró el contenido y el estilo de redacción de los mensajes de los reglamentos de las bibliotecas de las universidades públicas y privadas de la provincia de Córdoba (Argentina). Se trabajó con los reglamentos publicados en sus páginas web analizando aspectos que contemplan, estructura del contenido, estilo de redacción y pertinencia de sentencias y mensajes, partiendo de la percepción de que los vocablos elegidos tienden a señalar restricciones y limitaciones con un tono negativo. Se observó diversidad en los estilos y se corroboró el uso de expresiones negativas en un alto porcentaje.

En un estudio reciente del mes de diciembre pasado, Rodríguez (2023) analiza la gestión de la comunicación organizacional externa digital en los medios sociales de las bibliotecas universitarias pertenecientes a la Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de la República Argentina (BUCOC), y su posible relación con la formación profesional de los responsables y colaboradores encargados de esta tarea.

Los criterios e indicadores establecidos en los análisis de las páginas web y de los medios sociales Facebook, Instagram, Twitter y YouTube de las bibliotecas de la red, difieren con los de esta tesina. Sin embargo, la información recolectada en algunos pocos casos puede coincidir. Como por ejemplo, los indicadores misión/visión y horarios de la categoría “Información básica” del trabajo de Rodríguez (2023) se ajustan con algunos de los indicadores de la categoría “estructural” de la tesina.

El mencionado antecedente, apunta a la accesibilidad web de las bibliotecas de la red BUCOC y solo abarca la comunicación externa digital, específicamente las páginas web y las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Youtube). Por el contrario, en la presente tesina se da relevancia al tipo de información compartida (estructural, formativa, funcional, contextual), los canales de comunicación utilizados (escritos, orales, electrónicos) y la satisfacción del usuario con respecto a los mismos. Lo cual se complementa con la valoración de los directores de bibliotecas centrales acerca de los canales más utilizados en otras bibliotecas universitarias. Lo que permite tener una mirada sobre las preferencias de los canales de comunicación de los usuarios de las bibliotecas centrales universitarias de la provincia de Buenos Aires y la existencia de planes de comunicación.

Por otra parte, no se indaga la formación de los responsables de las bibliotecas sobre comunicación organizacional. El trabajo de investigación de Rodríguez (2023) aporta en sus conclusiones, que las falencias en la planificación estratégica podrían estar relacionadas con la falta de formación previa sobre el tema comunicación organizacional.

En conclusión, existen pocos estudios tanto a nivel nacional como internacional que examinen la dinámica de la comunicación externa en bibliotecas universitarias. En la revisión de la literatura, se encontraron dos estudios específicos que abordan el tema de estudio. En primer lugar, a nivel internacional, se destaca "La comunicación externa de la biblioteca de la Universidad de Cádiz" de Saéz Fernández (2014). En segundo lugar, a nivel nacional, encontramos "Gestión estratégica de la comunicación organizacional externa en la era de los medios sociales. Desafíos de las bibliotecas integrantes de la red BUCOC" de Rodríguez (2023). Ambos estudios se destacan entre los antecedentes debido a que son los únicos que tratan sobre la comunicación externa en bibliotecas universitarias, aunque se centran exclusivamente en la comunicación externa digital a través de los medios sociales y hacen hincapié en la accesibilidad web.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que existen otros estudios en esta área que contribuyen a nuestra comprensión de la comunicación externa en bibliotecas universitarias. Considerar una gama más amplia de hallazgos de investigación nos proporcionará una perspectiva más completa sobre este tema.

Por lo tanto, la investigación tiene como objetivo ser innovadora y comprender los diversos componentes y dinámicas del proceso de comunicación externa en las bibliotecas universitarias argentinas, especialmente en la provincia de Buenos Aires. Se pretende analizar los canales de comunicación utilizados por las bibliotecas (escritos, orales y electrónicos) para interactuar con los usuarios, el tipo de información que se comparte (estructural, formativa, funcional, contextual) y la planificación de la comunicación. El objetivo principal es mejorar el vínculo con la comunidad usuaria y, en consecuencia, los servicios prestados.

Para llevar a cabo esta investigación, sería importante realizar entrevistas o encuestas a personal de las bibliotecas y usuarios, analizar los planes de comunicación existentes y revisar la literatura relevante sobre comunicación en bibliotecas y prácticas de participación de usuarios. De esta manera, se obtendrán datos detallados que respaldarán los objetivos de la investigación y contribuirán a

mejorar los servicios de las bibliotecas y la experiencia de los usuarios en la región de Buenos Aires.

1. Primera Parte: Marco teórico

El marco teórico o marco referencial, es el producto de la revisión documental–bibliográfica, y se sustenta en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar (Arias, 2012). El marco teórico describe aquellos conceptos presentes en la investigación y que son necesarios para poder entender el problema planteado.

En este marco referencial se organizan las definiciones en orden cronológico e iniciando desde el concepto general al particular. De acuerdo al tema de estudio, basado en la comunicación externa de las bibliotecas universitarias y con el fin de enmarcarlo, se considera necesario conceptualizar claramente las siguientes palabras claves: Comunicación, Comunicación organizacional, Comunicación externa, Canales de comunicación y Bibliotecas universitarias.

1.1. Comunicación

Para dar inicio al marco teórico de la investigación se define el concepto de comunicación, según varios autores:

Para la **Real Academia Española (RAE) (2022)**, *la comunicación está definida como una “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”*.

Robbins y Coulter (2005), *plantean que la comunicación es la transferencia y la comprensión de significados*.

Mientras que para **Idalberto Chiavenato (2006)**, *la comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social*.

Fiske (1984) relata que la obra de Shannon y Weaver, *Mathematical theory of communication*, se considera generalmente una de las fuentes más importantes para los estudios de comunicación. El trabajo desarrollado durante la Segunda Guerra

Mundial, tuvo como objetivo utilizar los canales de comunicación de manera más efectiva. En ese momento los principales canales eran el cable telefónico y la onda radial. Construyeron una teoría que les permitió enfrentar el problema de cómo enviar la máxima cantidad de información por determinado canal y cómo medir la capacidad de carga.

El modelo básico presenta a la comunicación como un proceso lineal y sencillo. El mismo comprende 5 elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo se incluye el ruido, que aporta una cierta perturbación.

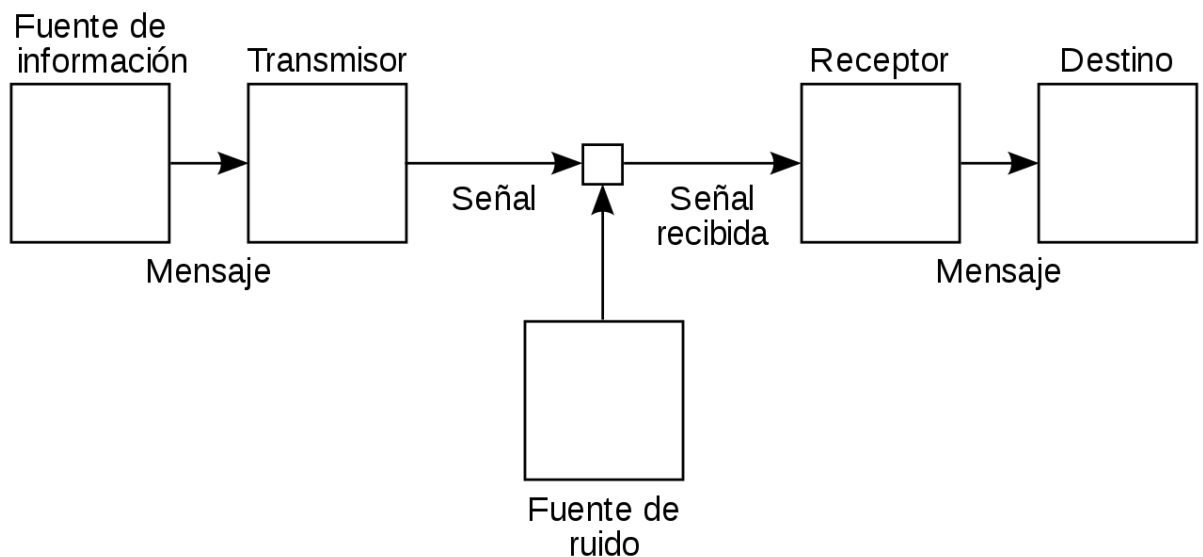


Figura 1. Modelo de Shannon y Weaver. Extraído de “Introducción a la teoría de la comunicación”, de Fiske, J., 1984.

a) Fuente: El elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, la persona que habla a través de la radio o televisión.

b) El transmisor: Es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así en el ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

c) El canal (Señal en el Gráfico): Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los

cables, o la red de microondas por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.

d) El receptor: También aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario. En este caso, es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

e) El destinatario: Constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de personas audiencia de radio o de TV.

f) El ruido: Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión: "nieve" en la pantalla de TV, "fritura" o "lloro" en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, del receptor, del mensaje, etcétera.

Posteriormente, Robbins y Judge (2009) describen en su libro Comportamiento organizacional el modelo del proceso de comunicación acorde a las organizaciones, ya que se analizará particularmente la comunicación de organizaciones, en este caso bibliotecas universitarias. El mismo está compuesto por siete partes: 1) la fuente de la comunicación, 2) codificación, 3) mensaje, 4) canal, 5) decodificación, 6) receptor y 7) retroalimentación. La fuente inicia un mensaje codificando un pensamiento. El mensaje es el producto material concreto de la codificación del origen. El canal es el medio por el que pasa el mensaje. Este es seleccionado por el emisor, a su vez si es formal e informal. Los canales formales son establecidos por la organización y transmiten mensajes relacionados con la actividad profesional de sus miembros. Siguen la cadena de autoridad dentro de la empresa. Otros mensajes, como los de carácter personal o social, utilizan los canales informales de la organización. El receptor es aquel al que se dirige el mensaje. Pero para recibir el mensaje, los signos que contiene deben adquirir una forma que el receptor pueda comprender. Es la fase de decodificación del mensaje. El último eslabón del proceso de comunicación es la

retroalimentación. Retroalimentación es la comprobación de qué el mensaje fue transferido con éxito y fue comprendido.

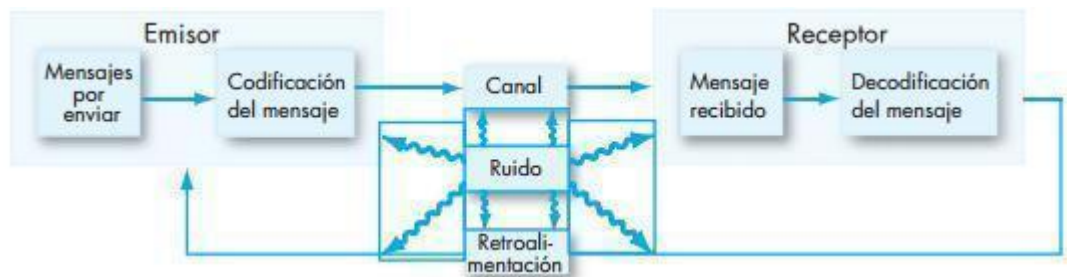


Figura 2. El proceso de comunicación. Extraído de “Comportamiento organizacional,” de Robbins y Judge, 2009.

De acuerdo a lo antes mencionado, Shannon y Weaver (1948) no utilizaron el concepto “Retroalimentación” en su modelo, pero otros autores posteriores, en este caso Robbins (2009), lo consideraron de utilidad. La retroalimentación tiene como función principal ayudar al comunicador a ajustar el mensaje a las necesidades y respuestas del receptor. Aunque agrega un retorno del destino hacia la fuente no afecta la linealidad del modelo, esto hace más eficiente el proceso de transmisión de mensajes.

La relación del proceso de comunicación y las bibliotecas es significativa. Por tanto, se considera que son instituciones comunicativas, donde hay una interacción del bibliotecario con el usuario, clave en el proceso de comunicación. Las estrategias y herramientas de comunicación facilitan la difusión de información y promoción de servicios, a su vez fortalecen el papel de las bibliotecas como fuentes de conocimiento y recursos académicos.

1.2. Canales de comunicación

Como se describió anteriormente, el canal es *el medio por el que pasa el mensaje* (Robbins y Judge, 2009). Se detiene en este concepto del proceso de comunicación, teniendo en cuenta que es un aspecto fundamental a tratar en este trabajo:

Según **Fiske (1984)**, es el recurso físico por medio del cual se transmite la señal.

Según **Hellriegel y Slocum (2009)**, los canales son los medios que permiten que los mensajes transiten del emisor al receptor.

Por su parte, **Brandolini, González Frígoli y Hopkins (2009)** indican que los canales de comunicación permiten al receptor responder de manera inmediata. Algunos ejemplos son: todo tipo de comunicación cara a cara, correo electrónico y llamadas telefónicas. Por otro lado, los canales de difusión sólo posibilitan la bajada de información. Son utilizados por un único emisor pero están dirigidos a múltiples receptores, como por ejemplo: la intranet, revista institucional y cartelera. Este tipo de canales no permiten la respuesta inmediata.

Para **Rota, María Luisa Muriel y Gilda (2014)** los medios o canales de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales.

Existen tres canales principales de medios para la comunicación organizacional:

- los canales escritos, por ejemplo cartelera, tabloneros de anuncios, señalización
- los canales orales, por ejemplo llamada telefónica y conversación cara a cara
- los canales electrónicos, tecnológicos o digitales, por ejemplo, chat, redes sociales, correo electrónico

Se listan a continuación los medios o canales de comunicación que utilizan las bibliotecas universitarias de acuerdo a la experiencia y a lo investigado en planes de comunicación de las bibliotecas universitarias españolas: Hermes Plan de comunicación de la Biblioteca de la Universidad de Málaga, Plan de comunicación de la Biblioteca universitaria de Córdoba, Plan de Comunicación Externa 2012 - 2014 de la Biblioteca universitaria de Sevilla, Plan de comunicación externa Servicio de Biblioteca, Archivos y Documentación de la UEx Junio 2019, PLAN DE

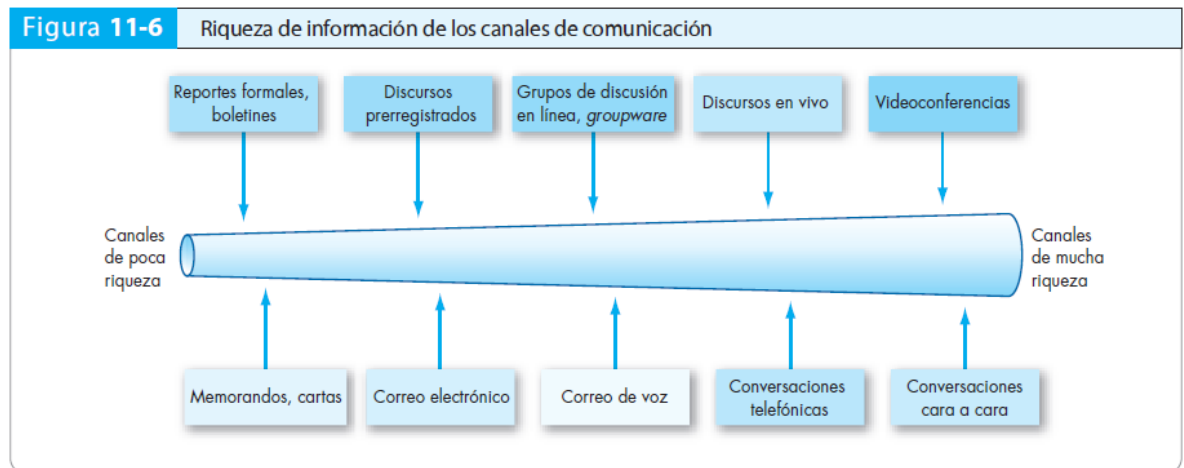
COMUNICACIÓN 2018-2022 (ampliado a 2023) de la Biblioteca universitaria de Alcalá, Plan de comunicación externa y marketing de la biblioteca de la Universidad de Zaragoza 2023:

- Aplicación móvil
- Blog
- Buzón de quejas y sugerencias
- Canales RSS (suscripción a canal de noticias de un sitio web)
- Chat en línea
- Correo electrónico
- Facebook
- Flickr
- Formulario web / Consulte al bibliotecario
- Foros académicos
- Instagram
- Mostrador (cara a cara)
- Noticias
- Página web
- Señalización
- Teléfono
- Tik tok
- Twitter
- Whatsapp
- Youtube

Por otro lado, la capacidad que tiene un enfoque comunicativo para transmitir señales y proporcionar retroalimentación se llama riqueza de medios (Hellriegel y Slocum, 2009). Además, las investigaciones han revelado que los canales difieren en su capacidad de transmitir información. Algunos son capaces de: manejar claves múltiples de forma simultánea, facilitar la retroalimentación rápida y son muy personales. Pero otros tienen la debilidad de no cumplir con estos tres factores.

Como se visualiza en la Figura 3, la conversación cara a cara tiene la calificación más alta en términos de riqueza del canal, porque proporciona la cantidad máxima de información que se transmite durante un episodio de comunicación. Es decir, ofrece claves de información múltiples (palabras, posturas, expresiones faciales,

ademanes, entonaciones) y retroalimentación inmediata (tanto verbal como no verbal). Los medios escritos impersonales como los reportes formales y boletines tienen la calificación más baja en cuanto a riqueza. (Robbins y Judge, 2009, p.367)



Fuente: Basado en R. H. Lengel y R. L. Daft, "The Selection of Communication Media as an Executive Skill", *Academy of Management Executive*, agosto de 1988, pp. 225-32; y R. L. Daft y R. H. Lengel, "Organizational Information Requirements, Media Richness, and Structural Design", *Managerial Science*, mayo de 1996, pp. 554-72. Reproducido de R. L. Daft y R. A. Noe, *Organizational Behavior* (Forth Worth, TX: Harcourt, 2001), p. 311.

Figura 3. Riqueza de información de los canales de comunicación. Extraído de "Comportamiento organizacional", de Robbins y Judge, 2009.

Acorde a lo expresado antes, en el proceso de comunicación intervienen un emisor y un receptor, a su vez los canales de comunicación son necesarios para que el mensaje llegue a destino. Para la elección del canal es importante tener en cuenta cuál es el objetivo de lo que se desea comunicar y quiénes son los destinatarios. Asimismo, identificar el funcionamiento de los canales de comunicación, es esencial para la eficacia de la comunicación externa de la biblioteca. Esto conlleva facilitar la difusión de información, la promoción de servicios, fomenta la participación comunitaria y contribuye a un acceso eficiente y efectivo a los recursos bibliotecarios.

1.3. Comunicación organizacional. Comunicación interna y Comunicación externa

Continuando con el tipo de comunicación que corresponde a este estudio, la comunicación organizacional. A propósito, **Fernández Collado (1997)** la define como un conjunto de técnicas y actividades destinadas a facilitar y agilizar el flujo de

mensajes que tienen lugar entre los miembros de una organización, y entre una organización y su entorno; o, influir en las opiniones, aptitudes y comportamientos de las audiencias dentro y fuera de la organización, con el objetivo de ayudar a estas últimas a alcanzar mejor y más rápido sus objetivos.

En tanto, para **Van Riel (1997)** es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende. Es decir, la comunicación organizacional o corporativa es una herramienta de gestión de la comunicación interna y externa que favorece los vínculos con los clientes o usuarios.

De acuerdo a **Herranz de la Casa (2006)**, la comunicación organizacional es el manto bajo el que se desarrollan las estrategias de comunicación y se coordinan el conjunto de acciones que favorecen las relaciones internas y externas de cualquier organización. Entonces, las estrategias comunicacionales son acciones que favorecen la comunicación interna y externa.

Por su parte, **Andrade (2009)** distingue dos tipos de comunicación:

El primer tipo, la *comunicación interna*: es un conjunto de actividades que realiza una organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, mediante el uso de diversos medios para mantenerlos informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos de la organización.

A su vez, la comunicación interna tiene por objetivo principal involucrar a los públicos internos con la esencia de la organización, con su filosofía y buscando construir identidad y pertenencia.

Se dirige a los sujetos que interactúan en su interior, con el fin de brindar respuestas a sus necesidades de información, y también a los requisitos de las organizaciones existentes para mantener la motivación y el compromiso de los empleados, manteniéndolos en el negocio en medio de una competencia cada vez mayor (**Gordillo, 2015**).

El segundo tipo, la *comunicación externa*: es un conjunto de mensajes enviados por una organización a diversos públicos externos, con el fin de mantener o mejorar su relación con ellos, crear una imagen favorable o promocionar sus productos o servicios.

Báez Evertsz (2010) manifiesta que la comunicación externa se dirige a presentar las realizaciones de las instituciones u organizaciones hacia el exterior.

Entonces, se entiende por comunicación externa de las bibliotecas universitarias el proceso de intercambio de la información que se desarrolla de un modo permanente y dinámico entre la Biblioteca universitaria y el usuario externo, es decir, alumnos, docentes, investigadores, egresados, no docentes, funcionarios, público en general.

Se distingue el tipo de información que se comparte por los diversos canales de comunicación

Tipología de la Información

Según clasificación Rodríguez Gairín²

- a. De tipo estructural: horarios, directorios, planos de ubicación, nuevos productos o servicios, avisos, sugerencias, etc.
- b. De tipo formativo: guías, manuales, publicaciones, convocatoria de cursos, congresos etc.
- c. De tipo funcional: normativa básica de funcionamiento del servicio, préstamo, tarifas, acceso, herramientas de ayuda al catálogo, información personalizada etc.
- d. De tipo contextual: plan de actuaciones, encuestas, estadísticas etc.

De acuerdo a lo antes mencionado, la comunicación externa ejerce un papel significativo en la promoción, interacción y participación de la biblioteca con la comunidad. Esto proporciona un vínculo importante que ayuda a las bibliotecas a cumplir su función de ofrecer información y servicios valiosos a los usuarios.

1.4. Biblioteca universitaria

A continuación, se aborda el concepto del objeto de estudio de este trabajo, la biblioteca universitaria. A modo de introducción en el tema, se comienza por el

²Clasificación utilizada en Hermes Plan de comunicación de la Biblioteca de la Universidad de Málaga y en el Plan de comunicación externa de la Biblioteca de la Universidad de Extremadura.

Diccionario en línea de Biblioteconomía y Documentación (ODLIS) (2002), que plantea que es una parte integral de un colegio, universidad u otra institución de educación postsecundaria, administrada para satisfacer las necesidades de información e investigación de sus estudiantes, profesores y personal.

Manuel Carrión (1988) en el **Manual de bibliotecas**, define que la biblioteca universitaria es aquella que ha de reunir, organizar y difundir la documentación precisa para las tareas docentes, distantes e investigadoras de la comunidad universitaria, ofreciendo unos servicios que proporcionen la cobertura documental indispensable a todo trabajo de investigación, además de prolongar y completar las enseñanzas en las aulas.

En primer lugar, la **American Library Association (ALA) (1988)**, determina a la biblioteca universitaria como biblioteca (o sistema de éstas) establecida, mantenida y administrada por una universidad para cubrir las necesidades de información de sus estudiantes y apoyar sus programas educativos, de investigación y demás servicios.

En segundo lugar, el concepto de Biblioteca universitaria de la **Red de bibliotecas universitarias (REBIUN)** en su Plan Estratégico **2003-2006**: "La Biblioteca es un centro de recursos para el aprendizaje, la docencia y la investigación y las actividades relacionadas con el funcionamiento y la gestión de la Universidad/Institución en su conjunto. La biblioteca tiene como misión facilitar el acceso y la difusión de los recursos de información y colaborar en los procesos de creación del conocimiento a fin de contribuir a la consecución de los objetivos de la Universidad/institucionales, realizando las actividades que esto implica de forma sostenible y socialmente responsable."

En tercer lugar, **Orera Orera (2007)** propone una definición de biblioteca universitaria: es un centro de recursos de información que basa su gestión en la filosofía de la globalización, en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, en la cooperación y en la calidad. Tiene como principal misión proporcionar a la comunidad universitaria todos aquellos servicios, documentos y recursos informativos propios o ajenos, necesarios para que aquella desarrolle con eficacia sus funciones docentes, de investigación y aprendizaje.

En último lugar, la **International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) (2014)**, en cambio, usa el término Biblioteca académica, cuya función principal es satisfacer las necesidades de información para aprendizaje e

investigación. Están incluidas las bibliotecas de instituciones de educación superior y bibliotecas de investigación general.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, se infiere que la biblioteca universitaria es una parte integral administrada por la universidad. Donde su función es apoyar el aprendizaje y la investigación para satisfacer las necesidades de información de la comunidad usuaria.

Asimismo, **Timoteo Álvarez (1997)** afirma: *Las bibliotecas universitarias se conciben como un tipo de organización especialmente dedicada a los servicios y la atención de usuarios, relacionada con los tipos de organizaciones finalistas que han derivado en atender con estrategias por objetivos a los usuarios o clientes, incorporando en el corazón mismo de la toma de decisiones, “el factor comunicación como factor estratégico”. De tal modo que para este autor las relaciones y la comunicación en sus diferentes ámbitos (interna, externa, institucional, etc.), se han integrado en las cúpulas y centros de decisión de casi la totalidad de organizaciones y entidades públicas y privadas.*

El buen funcionamiento de la biblioteca universitaria requiere una buena comunicación entre las personas implicadas, que favorezca su integración y evite su aislamiento. Según la obra de referencia, **Manual de biblioteconomía de Luisa Orera Orera (1997)**, esta comunicación abarca:

- La comunicación a través de las comisiones de biblioteca entre los profesores, los alumnos, los bibliotecarios y los responsables de la Universidad.
- La comunicación interna.
- La comunicación con los usuarios: debe haber instrumentos que permitan que los usuarios (alumnos), realicen observaciones sobre los servicios. Por ejemplo: buzones de sugerencias, reuniones con los representantes de profesores y alumnos, etc. Un medio de comunicación preferente será el de la formación de usuarios, que debe abarcar:
 - Visitas de orientación inicial a la biblioteca para grupos de estudiantes ingresantes, que les acerquen a las materias, secciones y servicios, normas de consulta y préstamo de la colección, complementadas con guías de uso y proyecciones.
 - Explicaciones sobre los instrumentos básicos, los catálogos, tanto impresos como automatizados. Los OPACs.

- Explicaciones y demostraciones sobre búsqueda en obras de referencia, bibliografías y otras fuentes de información especializada.
- Indicaciones sobre la manera de establecer bibliografías y redactar informes, trabajo de curso y tesis.
- Introducción a las publicaciones periódicas, su acceso y uso.
- Uso de las bases de datos que pueden consultarse de modo libre en las bibliotecas, por red local.

En particular, el tema que se desarrollará será la comunicación organizacional/institucional de las bibliotecas universitarias, los autores **Aguilar González, Fernández Toca y Puyuelo Ramiz (2007)** aseguran que la biblioteca comunica diariamente su quehacer cotidiano, interna y externamente. Cuando se habla de comunicación en la biblioteca, se hace desde dos puntos de vista complementarios:

Por una parte, la comunicación externa implica la elaboración de un buen plan de comunicación y promoción de la biblioteca y la construcción de una imagen corporativa de prestigio. Para cumplir los objetivos de la comunicación externa se trabaja con herramientas como la construcción de la imagen corporativa que la biblioteca quiere dar a conocer al exterior. Para saber qué se quiere comunicar y cómo hacerlo se seguirán normas específicas para elaborar y transmitir correctamente el mensaje. Restará definir a quién va dirigido el mensaje para lograr una comunicación eficaz dirigiéndonos especialmente al tipo de usuario final.

Por otra parte, la comunicación interna que desembocará en la estructuración de un sistema de comunicación interno. La captación, estructuración y transmisión del conocimiento en la biblioteca será fundamental para el éxito. Tras establecer los objetivos de cada proceso se concretará la implantación del sistema de comunicación interna (reuniones, otros medios de comunicación del conocimiento, la comunicación informal, etc). Debe definirse la Intranet, sus contenidos, la formación personal, etc. Cada proceso deberá ir acompañado de un manual, redactado con ciertas pautas, que cumpla los requisitos como instrumento de integración y formación. Los manuales de procedimiento son también imprescindibles para la gestión de Calidad de una biblioteca. Elaborar estos documentos conlleva ventajas muy visibles para la normalización de la biblioteca.

En efecto, se coincide con el planteo de **Herrera Morillas y Castillo Diaz (2012)** con respecto a la importancia de la comunicación corporativa en las universidades, cuando proponen que existen tres planteamientos clave que deberían estar presentes en todo proyecto universitario que pretenda alcanzar el éxito en su sector:

- Prestar un servicio de calidad
- Ofrecer servicios adaptados a las exigencias de sus públicos
- Establecer una comunicación puntual y apropiada con sus públicos internos y externos

Esta tríada supondría el paso previo, y común a todas las universidades, a cualquier planteamiento de diferenciación. Una diferenciación positiva no es posible sin un servicio de calidad que satisfaga las demandas de los públicos, pero tampoco puede darse sin el establecimiento de una comunicación que contribuya a conjugar la realidad que la institución es y desea transmitir, con la realidad que los públicos divisan e interpretan. Las bibliotecas universitarias prestan un servicio muy importante dentro de las instituciones educativas universitarias, deberían cuidar estos aspectos.

En el interior de la organización la comunicación es útil para que se asuman y se pongan objetivos en común, que favorezcan también el trabajo de sus distintos miembros en un mismo sentido. En el ámbito externo tal comunicación constituye una pieza clave para dar a conocer los servicios y facilitar los intercambios con los públicos.

Además, a través de la comunicación, la organización puede detectar las demandas de sus interlocutores y enriquecer de ese modo sus futuros planteamientos empresariales.

Como cualquier otra institución, las universidades deben emplear las distintas herramientas de comunicación a su alcance desde una visión unificada, atendiendo a la política general de la institución y tomando como punto de partida la identidad establecida.

Más adelante, la comunicación en línea universitaria debe incardinarse dentro del plan de comunicación general de la institución, el cual habrá de diseñarse de acuerdo con los criterios establecidos por la estrategia general de negocios. (Herrera Morillas y Castillo Diaz 2012, pp. 177-178).

Así, cuando se habla de comunicación en las bibliotecas vemos que el concepto es amplio, y que se pueden diferenciar muchos tipos de comunicación desde las mismas. Según:

- A quién se dirige la comunicación: individualizada, como en la comunicación de una reserva o una DSI³; colectiva, a un grupo determinado de usuarios en función de sus particularidades; universal, para intentar llegar a cuantas más personas mejor.
- Los canales de comunicación: correo, comunicación oral en directo, teléfono, redes sociales, etcétera... con múltiples variedades en todas ellas en función de la tecnología empleada.
- La finalidad u objetivo de la misma: difusión académica, publicidad de actividades y recursos, intercambio de servicios específicos, gestión administrativa, etc.
- La temática: actividades culturales y de extensión bibliotecaria, servicios de la biblioteca, información básica (horarios, localización...), etc. (Gallo-León y Quílez-Simón, 2020, p. 4).

Por consiguiente, en el presente análisis se estudia la comunicación organizacional, en particular la comunicación externa según los canales de comunicación. Cabe señalar que, la comunicación externa en las bibliotecas académicas es esencial para establecer y mantener relaciones sólidas con la comunidad académica, promover recursos y servicios precisos y adecuados al perfil de usuario, fomentar la colaboración y la participación en actividades académicas y de investigación. Esta relación contribuye en gran medida al éxito y la eficacia de las bibliotecas en los entornos universitarios, *fortalecimiento de la gestión y la transferencia del conocimiento promoviendo la calidad de la enseñanza superior, la alfabetización informacional, el acceso a la información, la preservación y difusión de los conocimientos generados y desarrollados en las universidades*

³ La diseminación selectiva de información es un procedimiento mediante el cual se suministra periódicamente a cada usuario o grupo de usuarios las referencias de los documentos que corresponden a sus intereses cognoscitivos.

1.5. Sistema integrado de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB UNNOBA)



Figura 4. Sala de lectura. Extraída de “Bibliotecas UNNOBA”, Facebook. Recuperado de: https://www.facebook.com/p/Bibliotecas-Unnoba-100054419922359/?locale=es_LA&_rdr

Breve historia

La Universidad Nacional del Noroeste de Buenos Aires inició su existencia como institución en el año 2003. Sin embargo, el funcionamiento de sus bibliotecas (una por cada sede donde la Universidad está presente), se concretó a partir del año 2006.

La sede Pergamino, desarrolló sus actividades en el edificio de la Biblioteca Pública, situada en calle San Martín 838 hasta 2012 año en que se trasladó a su actual edificio, en la calle Monteagudo 2772. La sede Junín funcionó en un anexo de la universidad ubicado en la calle J. Newbery 355, actualmente, Escuela de Tecnología, hasta el año 2015, que se trasladó a su edificio propio. En Calle J. Newbery 375 y recibe el nombre de Biblioteca Silvina Ocampo.

Estructura orgánica

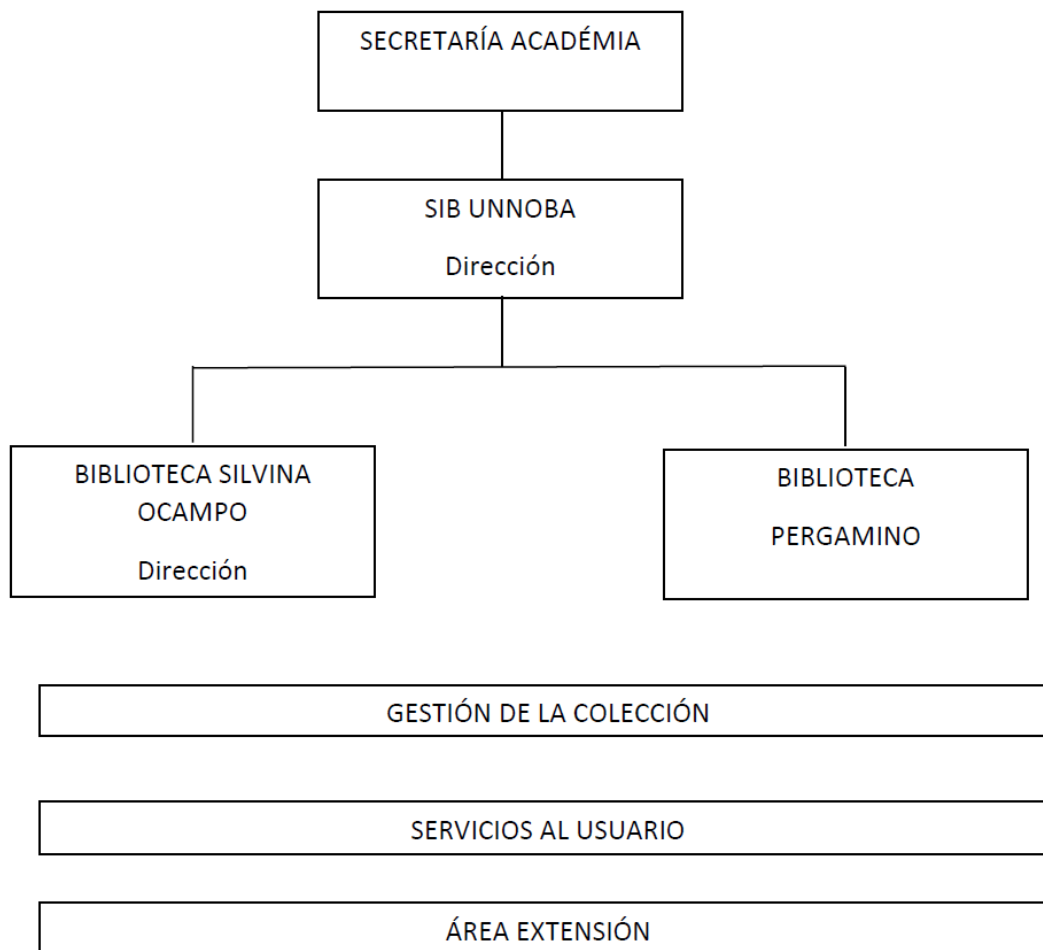


Figura 5. Organigrama. Extraído del “Plan estratégico del SIB UNNOBA”.

El SIB es el conjunto funcional, dependiente de la Secretaría Académica, constituido por las unidades que proporcionan servicios bibliotecarios en las diferentes dependencias de la UNNOBA. Las unidades funcionarán centralizadas en la gestión, administración y funcionamiento en general. El catálogo será centralizado, con descripción en los registros bibliográficos de la biblioteca a la pertenecen físicamente.

Misión

El Sistema Integrado de Bibliotecas de la Universidad Nacional de Noroeste de la Provincia de Buenos Aires tiene la misión de dar apoyo a la docencia, a la investigación y a la extensión, mediante la satisfacción de necesidades de información

científica, técnica y cultural, colaborando en la transformación de la información en conocimiento, optimizando el acceso a la información contenida en distintos soportes y asegurando que su colección y servicios estén integrados con las funciones de la Universidad, a fin de contribuir a la consecución de los objetivos de ésta.

Visión

Las bibliotecas de la UNNOBA integran un Sistema de Bibliotecas capaz de proveer información al conjunto de usuarios con la incorporación de nuevas tecnologías, llegando a los lugares de trabajo de los usuarios y adelantándose a sus demandas y necesidades. Funcionan como una unidad, con cumplimiento de los estándares de calidad internacionales, en lo referido a las colecciones en distintos soportes y a los servicios. La prestación de servicios se efectúa con criterios uniformes y con requerimientos simples y homogéneos para los usuarios del conjunto. Mantiene los niveles de capacitación permanente de sus responsables y el equipamiento actualizado y adecuado que permita a sus usuarios el acceso a la información. Es dinámico en cuanto a su estructura integrándose a otras unidades de información de la región de influencia de la Universidad y a otras redes de información.

Valores

Compromiso social

Teniendo en cuenta el rol social de la biblioteca, nos comprometemos a acompañar los cambios que afectan a la universidad y a la sociedad e incorporarlos al desarrollo de la biblioteca, a nuestras estrategias de gestión y servicio. Nos comprometemos en colaborar con el desarrollo de una ciudadanía participativa, la inclusión social, la atención a la diversidad cultural, y respeto al medio ambiente.

Alianzas, Cooperación y Sociedad

Promovemos la cooperación, la comunicación y los proyectos colaborativos para mejorar y potenciar los servicios a nuestros usuarios.

Calidad

Promovemos la calidad y la mejora continua de los servicios que ofrecemos para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios alentando la comunicación, cooperación, trabajo en equipo y transparencia en la gestión.

Acceso abierto a la información

Adherimos y trabajamos en proyectos de acceso abierto a la información con el fin de facilitar la comunicación científica en internet contribuyendo a difundir los resultados de la investigación que se produce en la universidad.

Accesibilidad

Facilitamos y promovemos el libre acceso a nuestros espacios, servicios y colecciones documentales prestando especial atención a las personas con discapacidad.

Profesionalidad

Propiciamos el desarrollo de competencias profesionales de los equipos de trabajo proponiendo un plan eficiente de formación y actualización profesional permanente en un clima laboral óptimo.

Comunicación

Fomentamos la comunicación y establecemos diversos canales de comunicación con nuestros usuarios y escuchamos sus necesidades.

Innovación y tecnología de la Información

Aprovechamos las facilidades que nos proporcionan las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar nuestros servicios y productos.

Trabajo en equipo

Trabajamos en forma colaborativa con toda la comunidad universitaria. Cooperamos con otras bibliotecas. Fomentamos el trabajo en equipo y la integración de equipos multidisciplinares.

Personal de las Bibliotecas

En marzo del 2015 se incorpora un bibliotecario para la Dirección del SIB, llevando a cabo la gestión, administración y coordinación de los recursos tanto humanos como administrativos inherentes a todas las actividades desarrolladas en ambas bibliotecas (Sede Junín y Sede Pergamino).

La Biblioteca Silvina Ocampo (Sede Junín) cuenta con personal calificado en el cargo de director y con una Bibliotecaria.

La Biblioteca Sede Pergamino está a cargo de dos (2) bibliotecarias calificadas con proyecto de incorporar más personal.

Usuarios

Los usuarios podrán tener carácter de internos o externos.

Internos:

- Estudiantes de pregrado, grado y posgrado
- Personal Docente-Investigador
- Personal No docente
- Funcionarios
- Graduados

Externos:

- Personales

- Institucionales.

Personales: egresados, participantes de cursos de vinculación, miembros de instituciones con convenio con la UNNOBA, estudiantes temporarios. Su carácter de usuario se extenderá durante la vigencia de la actividad que se disponga a través del convenio.

Institucionales: instituciones con convenio con la UNNOBA o miembros de redes, consorcios en los que participe: otras bibliotecas, centros de información y documentación, archivos, museos.

Servicios

Consulta en sala de lectura: facilita la consulta de los fondos circunscriptos a sus propias instalaciones en sala de lectura silenciosa o en sala parlante. La colección bibliográfica es de libre acceso, salvo disposiciones o normativas vigentes al efecto que prescriban restricción o resguardo a determinados fondos, se encuentra ubicada en las estanterías de libre acceso en Sala de Lectura. Para localizar dichos fondos es necesario que el usuario consulte el catálogo automatizado de la Biblioteca (OPAC) el cual está a disposición.

Acceso al catálogo en línea (OPAC): posibilita dos tipos de búsqueda:

- Búsqueda simple: permite buscar por palabra, autor, título o tema, filtrar por tipo de material o biblioteca en la que se espere encontrar lo buscado y ordenar los resultados por diferentes criterios.
- Búsqueda avanzada: permite buscar por palabra, autor, título o tema, combinados con operadores lógicos que admiten armar expresiones de búsquedas complejas. Además, filtrar por tipo de material, idioma o biblioteca en la que se espere encontrar lo buscado y ordenar los resultados por diferentes criterios. El sistema despliega los resultados de la búsqueda brindando la información necesaria para su localización en el estante. También posibilita realizar reservas, guardar los resultados de la búsqueda en una bandeja o enviarlos por mail.

Préstamos domiciliarios: dependiendo de las características de los ejemplares, el préstamo se divide entre préstamo corto y préstamo largo: A) El

préstamo corto está destinado a los ejemplares cuyo uso reiterado aconseje restringir al máximo la amplitud de los períodos de préstamo, con objeto de que puedan ser aprovechados por el mayor número posible de usuarios. B) El préstamo largo está destinado a los ejemplares cuya utilización no revista carácter masivo. Aquellos ejemplares que no puedan ser objeto de préstamo podrán disponerse en régimen de consulta por el usuario, sólo en sala de lectura.

Reservas bibliográficas: este servicio consiste en la posibilidad de realizar reservas de material bibliográfico cuando este no se encuentre disponible en el momento o para ser tomado en préstamo en una fecha posterior.

Préstamos Intersedes: es un tipo especial de préstamo, en el que intervienen las bibliotecas integrantes del SIB UNNOBA, facilitando su material bibliográfico a requerimiento de un usuario.

Préstamo interbibliotecario: el préstamo interbibliotecario es un tipo especial de préstamo que se realiza eventualmente entre bibliotecas y consiste en la posibilidad de compartir en préstamo temporal, material original o copia, que no esté disponible en su propio fondo y ésta facilita sus materiales bibliográficos a otras bibliotecas que lo requieran.

Orientación al usuario: este servicio ofrece información sobre el Sistema Integrado de Bibliotecas y ayuda a obtener cualquier información o documento que se solicite dentro del sistema de bibliotecas como fuera de la misma. El proceso se inicia con la demanda de información por parte del usuario que puede ser: Personal, acudiendo directamente al SIB UNNOBA; por teléfono ó correo electrónico cuando solicita respuesta breve y rápida o por la Web cuando utiliza el Formulario de consulta que el Sistema Integrado de Bibliotecas dispone en el sitio.

Boletín bibliográfico: se utiliza esta publicación electrónica para difundir las últimas incorporaciones bibliográficas, los nuevos servicios o novedades en general, su periodicidad de edición depende de la información a publicar. Contiene, además, un enlace de acceso al catálogo en línea del SIB, los datos de cada sede del sistema y un resumen de los servicios que ofrece.

Acceso a Base de datos: las bibliotecas ponen al servicio de sus usuarios, los recursos necesarios para el acceso a una selección de bases de datos y portales de información entre las que se encuentra, la Biblioteca Electrónica de Ciencia y Tecnología, la Colección de Normas IRAM, entre otras.

Repositorio Institucional: el Repositorio Institucional permite el acceso y la difusión de la producción intelectual y académica de la institución. A través de este servicio, se recopilan, preservan y hacen públicos los trabajos de investigación, tesis, artículos científicos, informes técnicos y otros documentos generados por la comunidad universitaria.

Biblioteca digital: se da acceso a documentos completos de interés para los usuarios o a una colección de documentos, en donde se reúnen fondos en formato digital, útil para estudiantes, profesores e investigadores.

La Ley: acceso exclusivo a información legal.

Biblioteca de Tiflolibros, proyecto que desarrolla la Asociación Civil Tiflonexos, que permite a las bibliotecas descargar libros para uso de personas con discapacidad que no puedan acceder a la lectura convencional.

Impresora Braille: cada una de las bibliotecas cuentan con una impresora Braille Index Everest-D V4.

Los servicios según el tipo de usuario son:

Servicios	Socios			No socios
	Internos	Externos		
		Institucionales	Personales	
Consulta en sala	X		X	X
Préstamo a domicilio	X		(1)	
Préstamo interse-des	X		X	
Préstamo interbibliotecario	X	X		
Reservas	X		X	
Biblioteca digital	X			
Acceso a bases de datos	X		X	X
Orientación / Referencia	X		X	X

Figura 6. Servicios. Extraído del “Reglamento del SIB UNNOBA”.

(1) Los usuarios participantes de programas de extensión podrán acceder a este servicio con bibliografía adquirida para estos programas.

Comunicación interna de las bibliotecas

→ OwnCloud: carpetas y documentos de trabajo compartidos sobre procesos técnicos, gestión de colecciones, procedimientos y manuales.

- Reuniones: reuniones periódicas semanales virtuales que permiten acortar la distancia y solventar dudas acerca de procesos de trabajo y división de tareas.
- Grupo de whatsapp de trabajo: se comparten avisos, información de interés profesional; Cursos, Congresos, talleres, webinars; asignación de tareas, documentos de trabajo, solicitud de préstamo interbibliotecario entre sedes.
- Teléfono
- Mail

Comunicación externa de las bibliotecas

- Listas de distribución de correo electrónico, mail
- Página web: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

Accesible desde la página web de la universidad, donde permite consultar el Catálogo en línea (OPAC), realizar búsquedas de información simples y avanzadas, explorar por jerarquía, búsqueda por autoridad, nube de etiquetas, más populares, historial de búsqueda.



Figura 7. Página web: inicio. Recuperado de: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

A continuación, se describen las pestañas:

Institucional: se puede visualizar la historia, misión, visión y objetivos.

Biblioteca Junín: indica dirección, teléfono, correo electrónico, días y horarios de atención, normativas de funcionamiento: acceso al Reglamento en formato pdf, link al catálogo de búsqueda.



Figura 8. Página web: información general. Recuperado de: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

Biblioteca Pergamino: indica dirección, teléfono, correo electrónico, días y horarios de atención, normativas de funcionamiento: acceso al Reglamento en formato pdf, link al catálogo de búsqueda.



Figura 9. Página web: información general. Recuperado de: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

Catálogo en línea.



Figura 10. Página web: catálogo en línea (OPAC). Recuperado de: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

Biblioteca virtual: links de acceso a Bidi, Mincyt, Normas IRAM.



Figura 11. Página web: material digital. Recuperado de: <http://biblioteca.unnoba.edu.ar/>

→ Redes sociales. Página de Facebook Bibliotecas UNNOBA

<https://es-la.facebook.com/people/Bibliotecas-Unnoba/100054419922359/>

El inicio de la página fue en el año 2015. Actualmente tiene 766 seguidores. La página fue creada con el objetivo de difusión de servicios bibliotecológicos e información necesaria a difundir por este medio, tales como disponibilidad de un nuevo servicio de la biblioteca, cese y retome de

actividades, efemérides, boletín de novedades bibliográficas, eventos que se desarrollan en el espacio físico de la biblioteca.

- Boletín de nuevas adquisiciones
- Cartelería
- Folletos
- Guías
- Señalización de las estanterías abiertas
- Mostrador de atención al público
- Atención telefónica
- Visitas guiadas
- Eventos

Con respecto a los usuarios, no se han realizado estudios de usuarios para conocer la comunidad y la satisfacción con respecto a los servicios bibliotecarios. Tampoco cuentan con un plan de comunicación.

2. Segunda Parte: Diseño metodológico

Se trata de una investigación cuantitativa y cualitativa con un alcance exploratorio.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (Sampieri, 2010, p. 79)

No experimental: estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Se clasifica en transeccional o transversal, recolectan datos en un momento único. (Sampieri, 2010, p. 149)

2.1. Unidades de análisis: 2 Bibliotecas que pertenecen al SIB UNNOBA:

Biblioteca Silvina Ocampo (Junín) y Biblioteca Sede Pergamino
 20 Bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires
 En total 22 bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires

2.2. Definición conceptual de la variable:

Comunicación externa: “Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar las relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios” (Andrade, 2009, p. 17)

2.3. Definición operacional de la variable:

Variable	Sub-variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica
Comunicación externa	Uso de canales de comunicación	Frecuencia de comunicación	Todos los días Casi todos los días Ocasionalmente Casi nunca Nunca	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Canales de comunicación	Mostrador de atención al público (cara a cara) Teléfono (sólo llamadas) Correo electrónico Página de Facebook	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Preferencia de agregar canales de comunicación	Si/No	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA

		Finalidad de la comunicación/vínculo con la Biblioteca	Préstamo a domicilio Préstamo en sala Renovación de préstamos Reserva de libro Devolución de libro Donación de libro BIDI (Biblioteca Virtual) Repositorio institucional Consulta (Orientación al usuario) Uso de lockers Uso de computadoras Uso de OPAC (catálogo en línea)	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Grado de satisfacción	Muy satisfecho Satisfecho Normal Poco satisfecho Nada satisfecho	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Preferencia de canales de comunicación	Mostrador de atención al público (cara a cara) Teléfono Correo electrónico Señalización Cartelería	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA

			Página de Facebook Sitio web	
		Preferencia de información	Nuevas adquisiciones de bibliografía Incorporación de nuevos servicios Préstamos especiales (préstamo por vacaciones)	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Utilidad de la señalización de las estanterías abiertas	Si/No	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Utilidad del OPAC	Si/No	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
		Utilidad de la página de Facebook	Si/No	Cuestionario a usuarios del SIB UNNOBA
	Canales de comunicación	Teléfono Correo electrónico Chat en línea Formulario web / Consulte al bibliotecario Whatsapp Youtube Canales RSS Noticias Blog	Si/No	Grilla de observación Sitios web Bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires

		<p><u>Contextual</u></p> <p><u>Funcional</u></p>	<p>otras bibliotecas</p> <p>Link de acceso a la web</p> <p>Encuesta de satisfacción</p> <p>Carta de servicios</p> <p>Planes estratégicos</p> <p>Estadísticas</p> <p>Reglamento</p> <p>Memorias</p>	
		<p>Canales de comunicación más usados por los usuarios</p>	<p>Aplicación móvil</p> <p>Blog</p> <p>Buzón de quejas y sugerencias</p> <p>Canales RSS (suscripción a canal de noticias de un sitio web)</p> <p>Chat en línea</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Facebook</p> <p>Flickr</p> <p>Formulario web / Consulte al bibliotecario</p> <p>Foros académicos</p> <p>Instagram</p> <p>Noticias</p>	<p>Cuestionario a directores de bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires</p>

			Página web Teléfono Tik tok Twitter Whatsapp Youtube Otro	
	Planificación de la comunicación	Plan de comunicación	Si/No	Cuestionario a directores de bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires

Tabla 1. Definición operacional de las variables.

2.4. Población: Usuarios del SIB UNNOBA

20 Bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires

2.5. Muestra: usuarios activos en el año 2023 del SIB UNNOBA

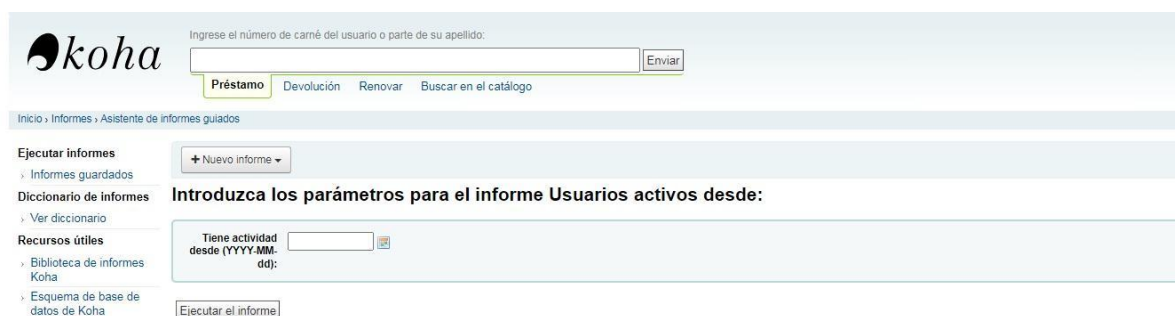
2.6. Técnicas para recolectar datos:

1. Se enviará un cuestionario vía mail a usuarios activos del año 2023 según reporte de Koha del SIB UNNOBA para evaluar la comunicación externa (Anexo 1)
2. Se enviará un cuestionario vía mail a 20 directores de Bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires para conocer qué canales de comunicación son más utilizados por los usuarios, si planifican la comunicación (Anexo 2)
3. Observación de página web de 20 bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires (Anexo 3)

3. Tercera Parte: Análisis y procesamiento de los datos

3.1. Cuestionario a los usuarios del SIB UNNOBA

En la primera etapa de recolección de datos, se utilizó el reporte “Usuarios activos” del sistema Koha brindado por la Dirección del SIB UNNOBA.



The screenshot shows the Koha library system interface. At the top left is the Koha logo. Below it is a search bar with the text "Ingrese el número de carné del usuario o parte de su apellido:" and an "Enviar" button. Below the search bar are navigation tabs: "Préstamo", "Devolución", "Renovar", and "Buscar en el catálogo". Below the navigation tabs is a breadcrumb trail: "Inicio > Informes > Asistente de informes guiados". On the left side, there is a sidebar menu with the following items: "Ejecutar informes", "Informes guardados", "Diccionario de informes", "Ver diccionario", "Recursos útiles", "Biblioteca de informes Koha", and "Esquema de base de datos de Koha". The main content area is titled "Introduzca los parámetros para el informe Usuarios activos desde:". Below the title is a form with a label "Tiene actividad desde (YYYY-MM-dd):" and a date input field. At the bottom of the form is an "Ejecutar el informe" button.

Figura 12. Reporte de Koha.

El cuestionario fue diseñado con Google forms (Anexo 1), mientras que la recolección de datos se realizó desde el 06 de Noviembre al 06 de Diciembre de 2023. Se enviaron por correo electrónico 484 cuestionarios a usuarios de las bibliotecas universitarias del SIB UNNOBA, Biblioteca Silvina Ocampo y Biblioteca Sede Pergamino, obteniéndose 321 respuestas.

Resultados

Biblioteca del SIB UNNOBA

Indique de qué Biblioteca del SIB UNNOBA es usuario

321 respuestas

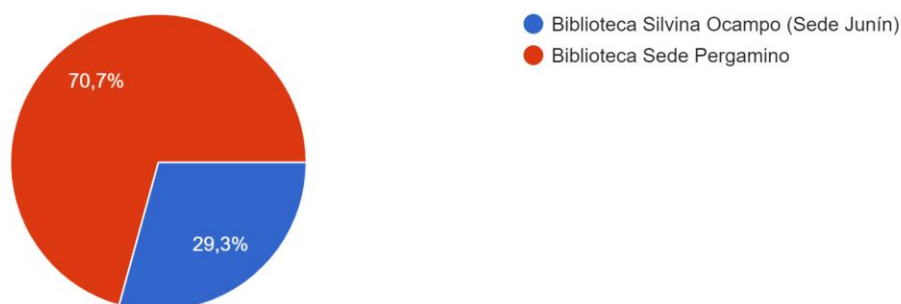


Gráfico 1. Biblioteca a la que pertenece el usuario

La mayoría de respuestas recibidas **son de usuarios de la Biblioteca Sede Pergamino (Buenos Aires) (70,7%)**, y el 29,3% de usuarios de la Biblioteca Silvina Ocampo situada en Junín (Buenos Aires).

Edad

Edad

321 respuestas

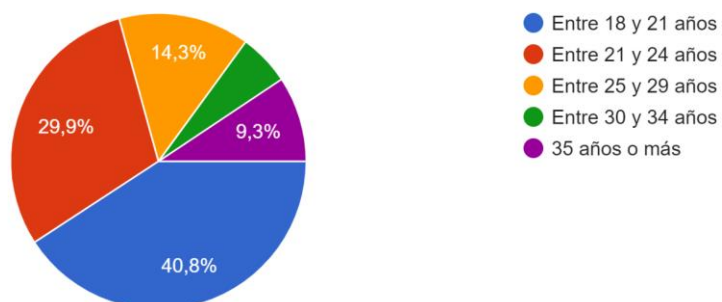


Gráfico 2. Edad de los usuarios.

Sobre la franja etaria, **el 40,8 % corresponde al rango de edad de los usuarios entre 18 y 21 años**, le siguen el 29,9% entre 21 y 24 años, el 14,3% entre 25 y 29 años y por último el 9,3% 35 años o más.

Tipo de usuario

Tipo de usuario (Puede marcar varias opciones)

321 respuestas

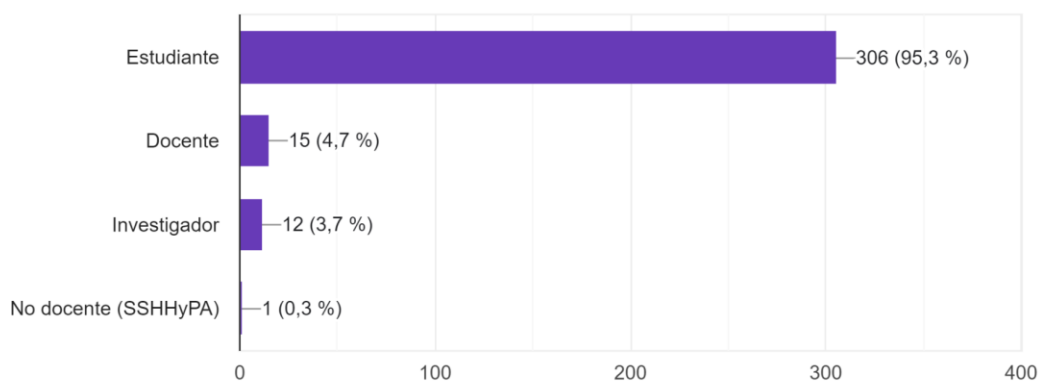


Gráfico 3. Tipo de usuario.

El 95,3% del cuestionario fue respondido por usuarios estudiantes, el 7,7% por usuarios docentes, el 3,7% por usuarios investigadores y el 0,3% por usuarios no docentes.

Carrera

Carrera que estudia

308 respuestas

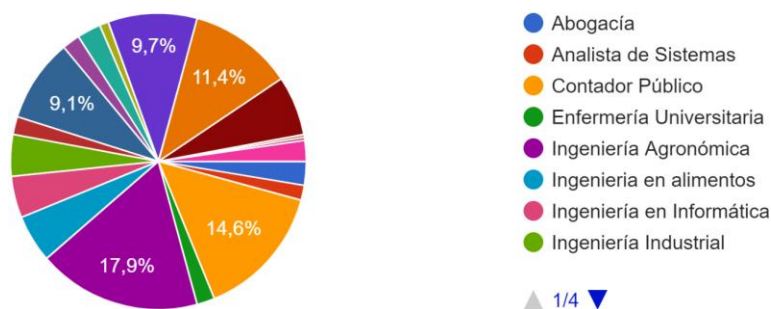


Gráfico 4. Carrera.

Acerca de la carrera que estudian, el **17,9% de usuarios de las bibliotecas que respondieron el cuestionario son estudiantes de la carrera de Ingeniería agronómica**, 14,6% usuarios de la carrera de Contador público, 11,4% usuarios de la carrera de Licenciatura en genética, 9,7% usuarios de la carrera de Licenciatura en enfermería, 9,1% usuarios de la carrera de Licenciatura en administración.

Escuela

Escuela
321 respuestas



Gráfico 5. Escuela.

Por consiguiente, el porcentaje mayor corresponde a **usuarios de la escuela de Ciencias Agrarias, Naturales y Ambientales con un 36,1%**, a continuación con un 26,2% la escuela de Ciencias Económicas y Jurídicas, la Escuela de Tecnología con el 24,9% y por último con un 12,8% el Instituto de desarrollo humano.

Nivel del estudiante

Nivel de estudiante
306 respuestas

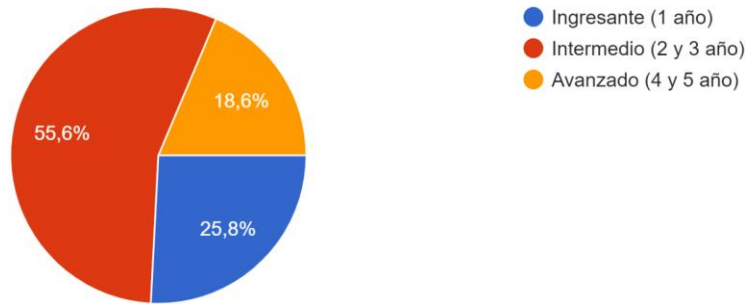


Gráfico 6. Nivel de estudiante.

En cuanto al **nivel de estudiante**, el **55,6% corresponde al nivel intermedio (2 y 3 año)**, el 25,8% al nivel ingresante (1 año) y el 18,6% al nivel avanzado (4 y 5 año).

Frecuencia de comunicación

1. ¿Con qué frecuencia se comunica con la Biblioteca?
321 respuestas

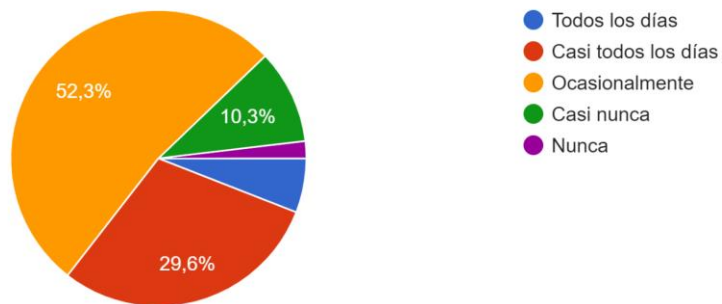


Gráfico 7. Frecuencia de comunicación con las bibliotecas.

Con respecto a la frecuencia que los usuarios se comunican con las bibliotecas, la **mayoría respondió ocasionalmente con un 52,3%**, le siguen “**Casi todos los días**” con un **29,6%** y el 10,3% “**Casi nunca**”.

Canales de comunicación

2. ¿Qué canales de comunicación utiliza para comunicarse con la Biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

321 respuestas

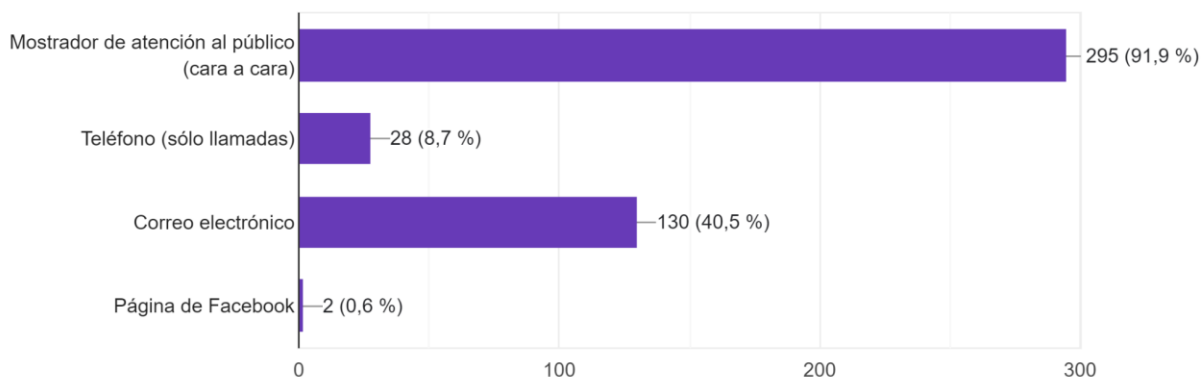


Gráfico 8. Canales de comunicación utilizados.

La pregunta sobre cuáles son los canales de comunicación más usados por los usuarios permite seleccionar más de una opción, de las respuestas se observa que el mayor porcentaje es para mostrador de atención al público (cara a cara) con un 91,9%, a continuación con el 40,5% correo electrónico, el 8,7% teléfono (sólo llamadas) y por último un 2% para la página de Facebook. Se observa que el canal más utilizado por los usuarios de las bibliotecas es el canal oral, seguido de un porcentaje menor el canal electrónico.

Preferencia de agregar canales de comunicación

3. ¿La Biblioteca debería agregar más canales de comunicación con el usuario?

321 respuestas

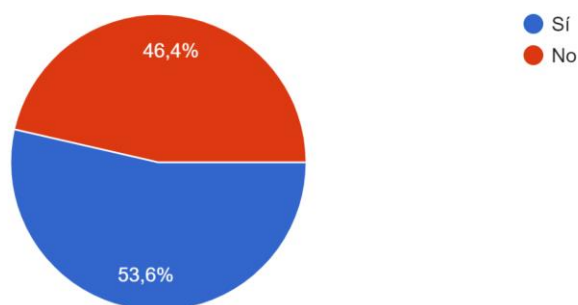


Gráfico 9. Preferencia de agregar canales de comunicación.

Se indagó a los usuarios de las bibliotecas sobre agregar más canales de comunicación, el 53,6% de respuestas fueron positivas, mientras que el 46,4% fueron respuestas negativas.

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Qué canales de comunicación le gustaría que se sumen a la biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

198 respuestas

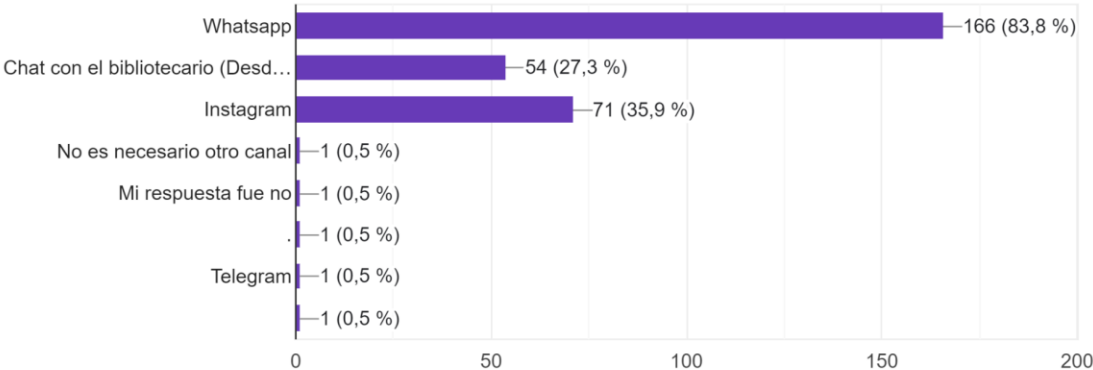


Gráfico 10. Preferencia de canales de comunicación para agregar a las bibliotecas.

En cuanto a la preferencia sobre qué canal de comunicación sugieren agregar a las bibliotecas, se obtuvieron 198 respuestas de las cuales la mayoría contestó **Whatsapp con un 83,8%**, le sigue Instagram con un 35,9 % y chat con el bibliotecario con un 27,3%. Cabe señalar que los usuarios podían seleccionar más de una opción o agregar opciones. Sólo un usuario agregó Telegram.

Finalidad de la comunicación/ vínculo con la Biblioteca

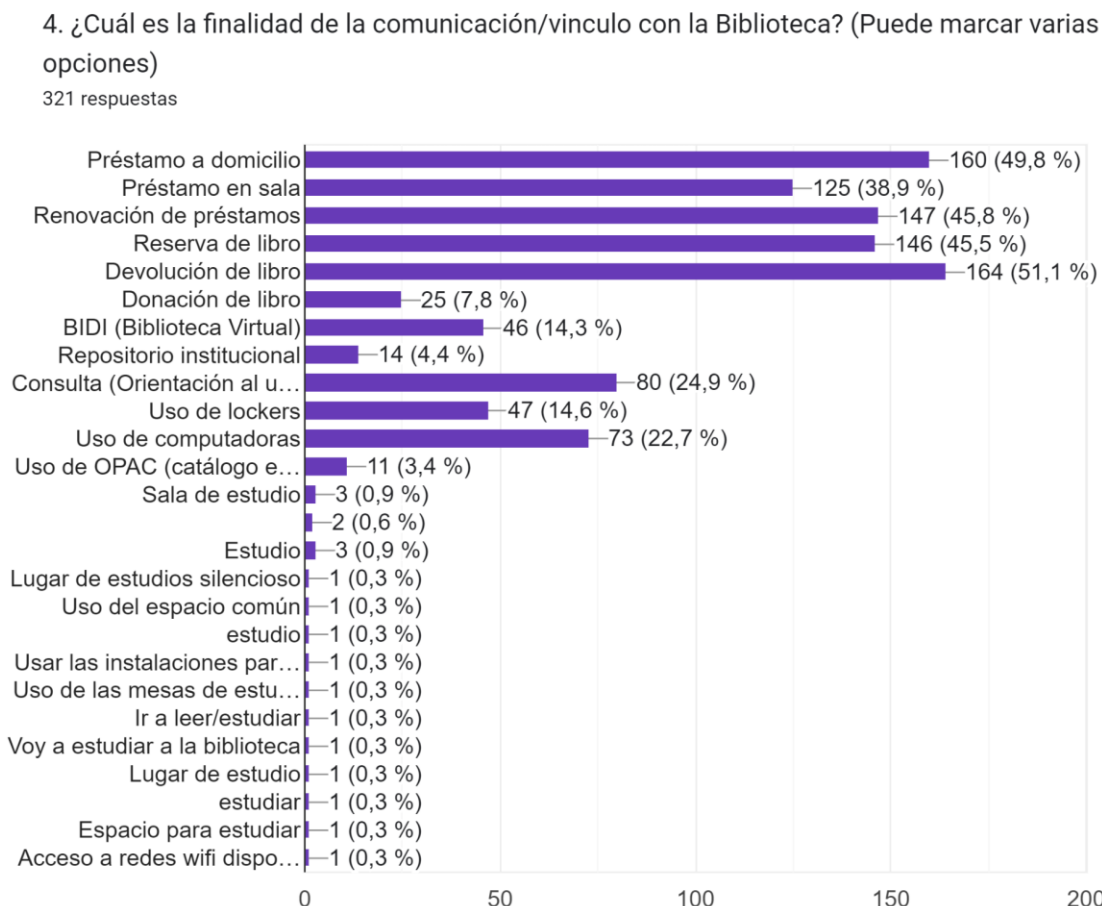


Gráfico 11. Vínculo con la biblioteca.

La finalidad de la comunicación de las bibliotecas, según las respuestas recolectadas, en primer lugar es para devolución de libros (51,1%), en segundo lugar, préstamo a domicilio (49,9%), en tercer lugar, renovación de préstamos (45,8%) en cuarto lugar, reserva de préstamos (45,5%) y en quinto lugar préstamo en sala (38,9%). **Esto indica que los porcentajes más significativos corresponden a la circulación de préstamos.** A continuación, consulta (Orientación al usuario) (24,9%), uso de computadoras en la sala (22,7%), uso de lockers (14,6%), BIDI (biblioteca virtual) (14,3%), donación de libro (7,8%), sala de estudio (5%) y por último acceso a redes WIFI (0,3%).

Grado de satisfacción

5. Grado de satisfacción con respecto a los canales de comunicación que tiene la Biblioteca
321 respuestas

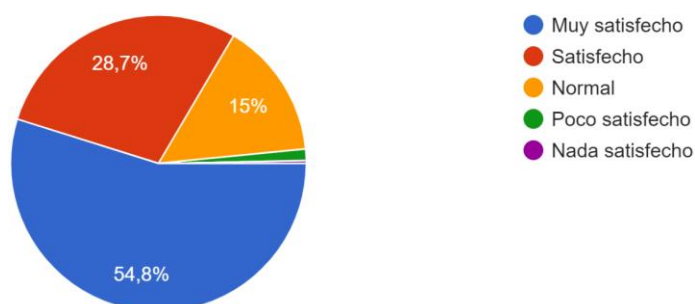


Gráfico 12. Grado de satisfacción.

A través de una escala de valoración, los usuarios manifestaron su satisfacción respecto de los canales de comunicación disponibles en las bibliotecas. Donde **el 54,8% de los usuarios está muy satisfecho**, el 28,7% está satisfecho y el 15% normal, es decir neutral. Estos resultados muestran que **los canales de comunicación disponibles satisfacen las necesidades de comunicación de los usuarios.**

Preferencia de canales de comunicación

6. ¿Cuáles son los canales de información de su preferencia? (puede marcar varias opciones)
321 respuestas

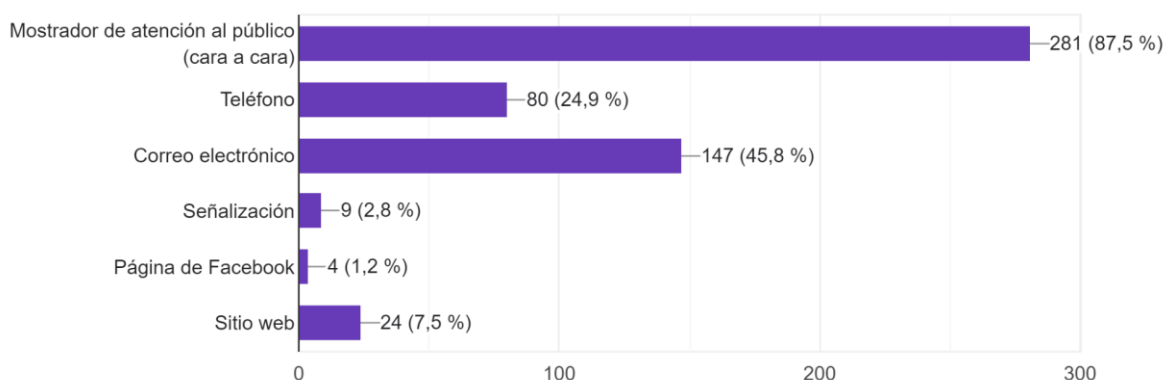


Gráfico 13. Preferencia de canales de comunicación.

De acuerdo al uso de los canales de comunicación disponibles en las bibliotecas, se indaga sobre cuál es la **preferencia de los usuarios**, que manifestaron en **su mayoría el mostrador de atención al público (cara a cara)**. Le sigue el 45,8% correo electrónico y llamada telefónica (24,9%). **Esto muestra que los usuarios de las bibliotecas prefieren en primer lugar, los canales orales y en segundo lugar, los electrónicos, que coinciden con los canales más usados.**

Otros porcentajes menos significativos son el 7,5% que corresponde a la página web, la señalización y la página de Facebook.

Preferencia de información

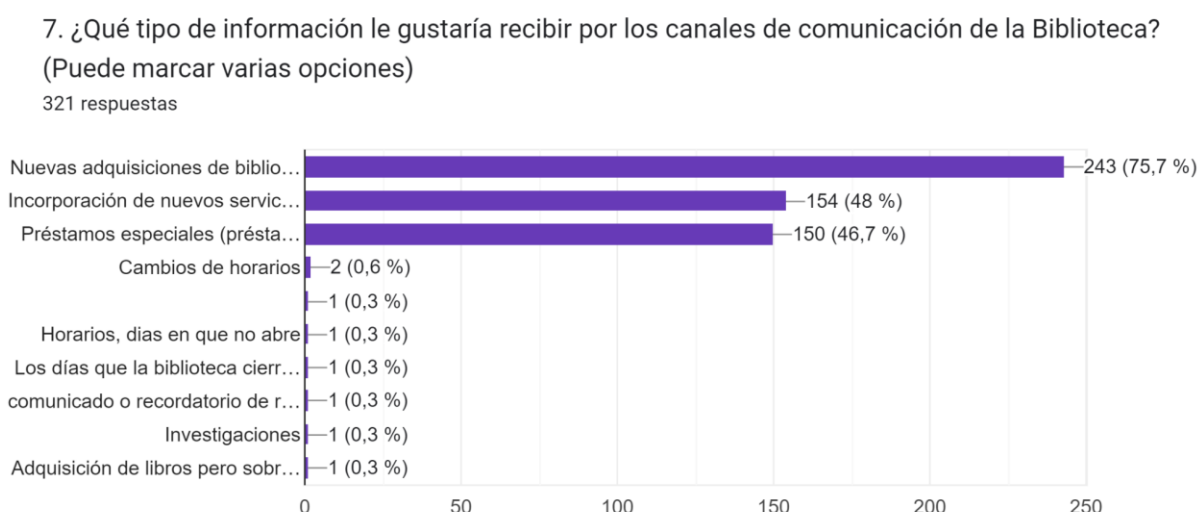


Gráfico 14. Preferencia de información a recibir.

En la siguiente pregunta qué información les gustaría recibir por los canales de comunicación, respondieron: **nuevas adquisiciones (75, 7%)**, **incorporación de nuevos servicios (48%)** y **préstamos especiales (46,7%)**. Entre las opciones de respuesta agregaron cambios de horario (0,12%), recordatorio del vencimiento de los préstamos (0,3%), investigaciones (0,3%) y adquisición de libros pero sobre la carrera que estudia (0,3%), lo que hace referencia a la difusión selectiva de la información (DSI).

Utilidad de la señalización de las estanterías abiertas

8. ¿La señalización que figura en las estanterías le es de utilidad para encontrar las fuentes de información?

321 respuestas

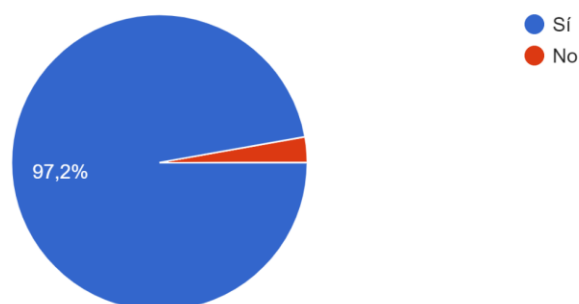


Gráfico 15. Utilidad de la señalización.

El 97,2% de las respuestas fueron afirmativas sobre la utilidad de la señalización de las estanterías para encontrar el material bibliográfico.

Utilidad del OPAC

9. ¿El catálogo en línea de la Biblioteca (OPAC) le ha sido útil para encontrar información bibliográfica?

321 respuestas

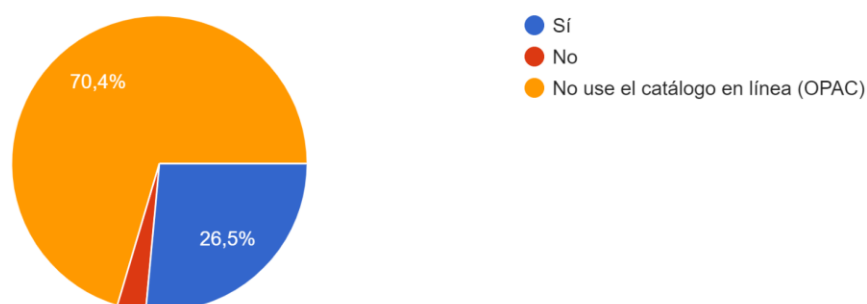


Gráfico 16. Utilidad del OPAC.

El porcentaje mayor de respuestas con el 70, 4% representa que los usuarios no usaron el catálogo en línea (OPAC). Lo que indica un

desaprovechamiento de este recurso a la hora de buscar información en las bibliotecas. Sin embargo, el 26,5 % respondió que les fue útil.

Utilidad de la página de Facebook

10. ¿La información de la página de Facebook de la Biblioteca le ha sido útil?

321 respuestas

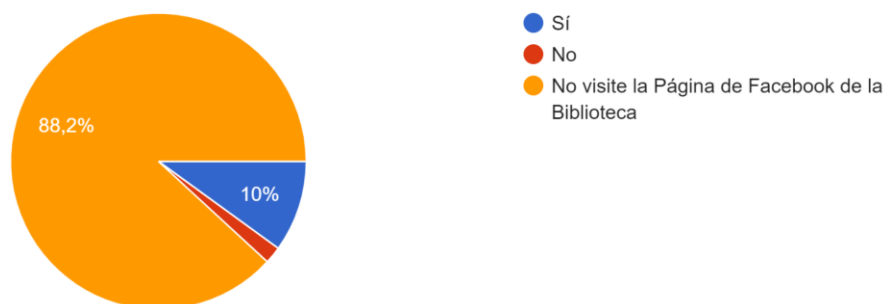


Gráfico 17. Utilidad de la Página de Facebook de las bibliotecas.

Igual que en la pregunta anterior, el porcentaje mayor de respuestas afirma que no ha visitado/utilizado la página de Facebook de las bibliotecas, en este caso un 88,2%. Sólo un 10% de los encuestados visitó la página de Facebook y afirmó que le fué útil.

Comentario o sugerencia sobre la comunicación con la Biblioteca

Se invitó a los encuestados a realizar comentarios o sugerencias sobre la comunicación externa de las bibliotecas. Se recibieron 72 respuestas, de las cuales las más importantes se transcriben a continuación:

“Estaría bueno que dentro de la plataforma virtual haya una redirección a la página de la biblioteca y que esta tenga la posibilidad de un chat con el responsable de cada sede para una comunicación más cómoda y quizás accesible.”

“Me gusta mucho el ambiente que hay en la biblioteca. Me gustaría que se habilite una canal de comunicación por WhatsApp para poder hacer reserva del aula parlante, algún libro o renovar un libro más que nada porque sería más inmediata la comunicación. Muchas gracias!!.”

“La comunicación que tengo es siempre presencial, y no tengo ninguna sugerencia debido a que no encuentro algo que mejorar.”

“Soy docente mayor creo que por eso prefiero la comunicación en mostrador.”

“Me parece gratificante, no considero que deban agregarse más medios de comunicación.”

“Algún medio de comunicación además de mail y presencial. Muy buen espacio para estudiar.”

“Cumplió con mis expectativas cada vez que acudí.”

“Deberían avisar por alguno de los medios de comunicación, los días que la biblioteca cambia el horario o se encuentra cerrada.”

“La comunicación es muy buena! Y las bibliotecarias tienen muy buena predisposición.”

“Muy buena predisposición del personal a cargo, buena asesoría, excelente servicio universitario.”

“Estaría bueno que tengan instagram.”

“100% conforme con la comunicación y el servicio que presta la biblioteca.”

“Excelente recibimiento y orientación a la hora de no encontrar un libro. Siempre muy buena predisposición para todo. Excelente la forma de renovación por mail, facilita a los estudiantes que viajamos.”

“Le agregaría una página de Instagram.”

“Muy buena atención y agradecida por la buena comunicación!!.”

“Crear una cuenta de Instagram con novedades y avisos importantes.”

“Estoy satisfecho con los medios de comunicación de la biblioteca y también con el espacio de estudio.”

“La comunicación está perfecta. Si quieren agregar un whatsapp está bien pero no se compliquen con un chat u otro sistema complicado. Lo simple es mejor.”

“La comunicación con la biblioteca siempre es muy buena!.”

“Muy buena respuesta de la atención en el mostrador.”

“Poder comunicarme en whatsapp.”

3.2. Cuestionario a directores de bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires

Resultados

El cuestionario fue diseñado con Google forms, mientras que la recolección de datos se realizó desde el 06 de Noviembre al 06 de Diciembre de 2023. Se enviaron por correo electrónico 20 cuestionarios a directores de las bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires, obteniéndose 14 respuestas.

Canales de comunicación más utilizados por los usuarios

1. De acuerdo a su experiencia ¿Cuáles son los canales de comunicación más utilizados por los usuarios de su biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

14 respuestas

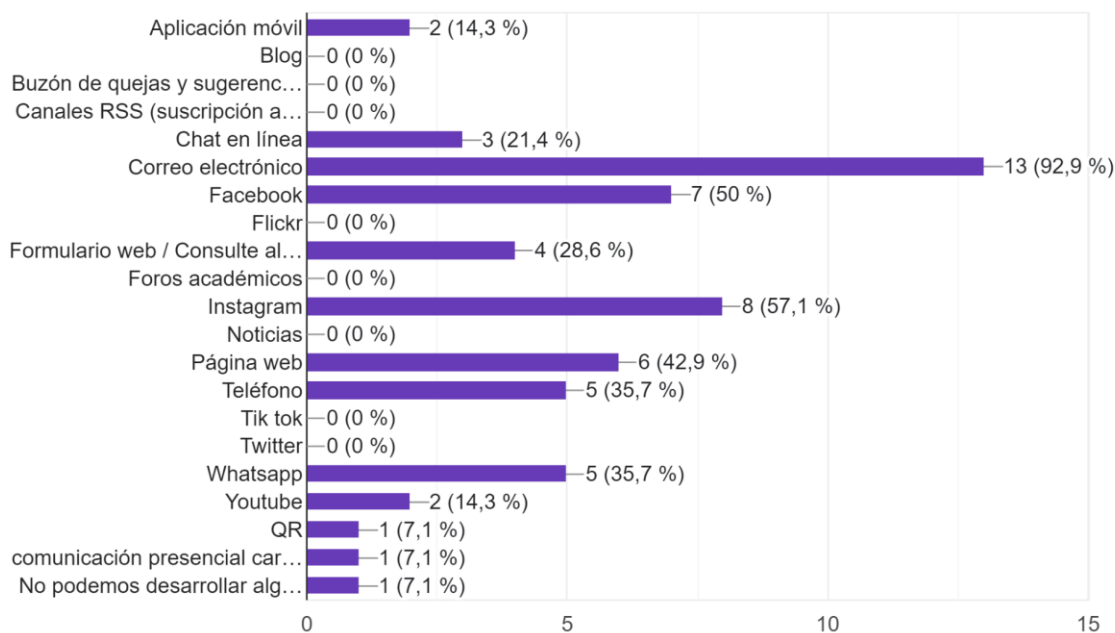


Gráfico 18. Canales de comunicación más utilizados por los usuarios.

Se solicitó a los directores de bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires que indicarán qué **canales de comunicación son más utilizados según sus experiencias con su comunidad de usuarios. Los resultados fueron: correo electrónico (92,9%), Instagram (57,1%), Facebook (50%), página web de la biblioteca (42,9%), Whatsapp (35,7%), teléfono (35,7%), formulario web (28,6%), chat en línea (21,4%), aplicación móvil (14,3%), Youtube (14,3%), QR (7,1%) y comunicación presencial (cara a cara) (7,1%).**

Plan de comunicación

2. Un plan de comunicación externa es un documento estratégico que establece como la biblioteca se comunicará con la comunidad académica. Inc... a compartir. ¿Poseen un plan de comunicación?

14 respuestas

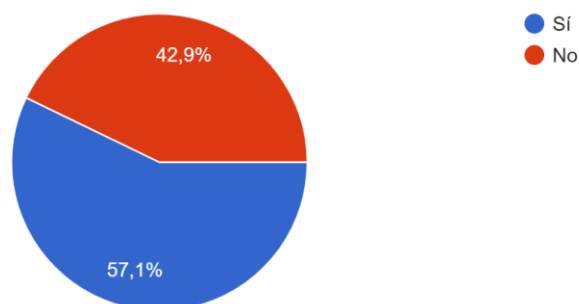


Gráfico 19. Existencia de un plan de comunicación.

El 57,1% de las bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires tiene un plan de comunicación.

Si su respuesta fue negativa indique el motivo

Se solicitó a los encuestados que indiquen el motivo de su respuesta negativa. Se recibieron 8 respuestas, de las cuales las más importantes se transcriben a continuación:

“La comunicación con la comunidad universitaria está centralizada por el área de comunicación institucional de la universidad, por tal motivo no contamos con un canal propio (más allá del email) con el cual comunicarnos con nuestros/as usuarios/as.”

“No es un plan, es un circuito predeterminado de comunicación.”

“Nota aclaratoria: Contamos con un documento interno que tiene los lineamientos generales de un plan de comunicación donde se incluyen los objetivos, responsables, información a compartir, fuentes de donde se toma la información,

cronograma semanal, periodicidad de posteos, bloques fijos semanales y especificidades de acuerdo a cada red social. Por otro lado, contamos con los lineamientos institucionales sobre la gráfica e imagen visual institucional que debemos contemplar en el diseño de las piezas para la comunicación.”

“Falta de personal.”

“Porque está en proceso de armado.”

3.3. Grilla de observación sitio web de bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires

Se seleccionó 20 Bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires pertenecientes al Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y se confeccionó una grilla de observación para registrar lo percibido en los sitios web de cada Biblioteca universitaria analizada, la información que comparten a sus usuarios según tipología de información (Rodriguez Gairin) y los canales de comunicación disponibles (Anexo 3)

Sigla	Institución	URL
UNAJ	Universidad Nacional Arturo Jauretche	https://biblioteca.unaj.edu.ar/
UNDAV	Universidad Nacional de Avellaneda	https://undav.edu.ar/index.php?idcateg=298

UNICEN	Universidad Nacional del Centro de Buenos Aires	https://www.biblio.unicen.edu.ar/
UNGS	Universidad Nacional de General Sarmiento	https://www.ungs.edu.ar/biblioteca/biblioteca
UNAHUR	Universidad Nacional de Hurlingham	https://unahur.edu.ar/biblioteca/
UNPAZ	Universidad Nacional de José C. Paz	https://catalogo.unpaz.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmspage&pageid=6&id_rubrique=85
UNLAM	Universidad Nacional de La Matanza	https://biblioteca.unlam.edu.ar/
UNLP	Universidad Nacional de la Plata	https://www.biblio.unlp.edu.ar/
UNLa	Universidad Nacional de Lanús	http://www.unla.edu.ar/secretarias/academica/direccion-de-biblioteca-y-servicios-de-informacion-documental
UNLZ	Universidad Nacional de Lomas de Zamora	https://biblioteca.unlz.edu.ar/

UNLU	Universidad Nacional de Luján	http://www.biblioteca.unlu.edu.ar/
UNMDP	Universidad Nacional de Mar del Plata	http://biblio1.mdp.edu.ar/
UNM	Universidad Nacional de Moreno	http://biblioteca.unm.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-main.pl
UNO	Universidad Nacional del Oeste	https://institutos.uno.edu.ar/?page_id=186
UNIFE	Universidad Pedagógica Nacional	https://opac.unife.edu.ar/
UNQ	Universidad Nacional de Quilmes	https://biblio.unq.edu.ar/
UNSDa	Universidad Nacional de San Antonio de Areco	https://www.unsada.edu.ar/institucional/biblioteca
UNSAM	Universidad Nacional de San Martín	https://www.unsam.edu.ar/biblioteca_central/
UNS	Universidad Nacional del Sur	http://bc.uns.edu.ar/es

UNTREF	Universidad Nacional de Tres de Febrero	https://biblioteca.untref.edu.ar/home
--------	---	---

Tabla 2. Páginas web de las bibliotecas universitarias de Buenos Aires.

Tipo de información y canales de comunicación en las páginas web de las bibliotecas universitarias centrales de la Provincia de Buenos Aires

Los gráficos y las tablas representan el porcentaje positivo, es decir, el porcentaje de existencia de información publicada en cada caso, en las páginas web de las bibliotecas universitarias de la Provincia de Buenos Aires.

Información estructural

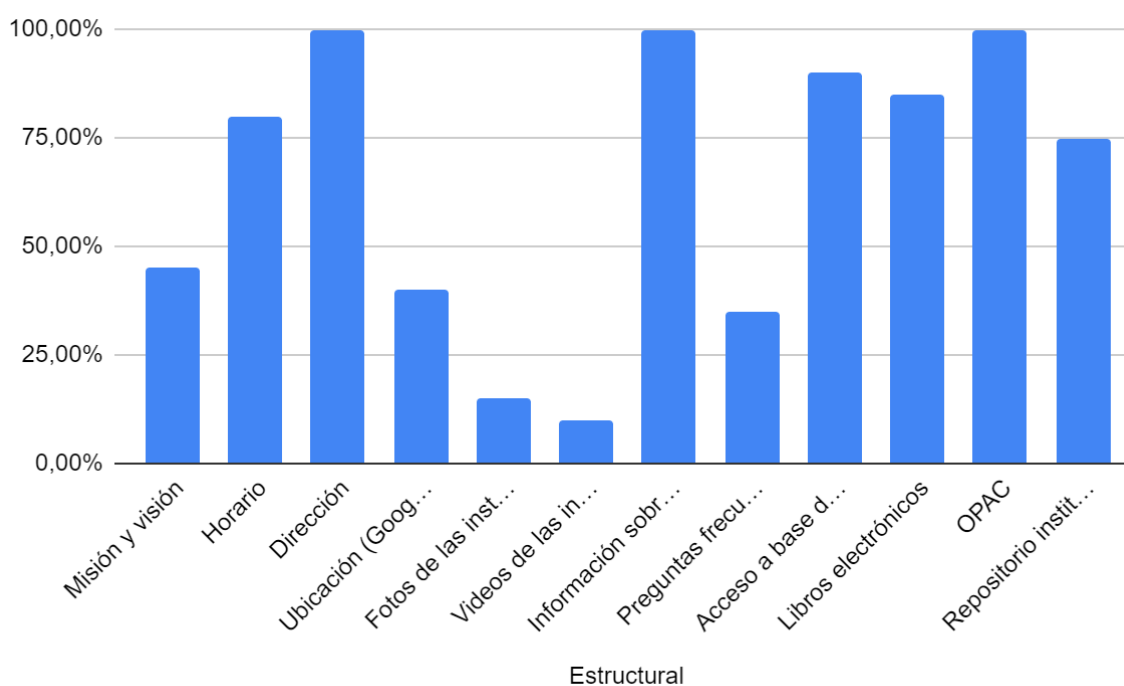


Gráfico 20. Información estructural presente en las páginas web de las bibliotecas universitarias.

Información estructural	Cantidad	Porcentaje
Misión y visión	9	45%
Horario	16	80%
Dirección	20	100%
Ubicación (Google maps)	8	40%
Fotos de las instalaciones	3	15%
Videos de las instalaciones	2	10%
Información sobre los servicios	20	100%
Preguntas frecuentes	7	35%
Acceso a Base de datos	18	90%
Libros electrónicos	17	85%
OPAC	20	100%
Repositorio institucional	15	75%

Tabla 3. Cantidad de respuestas y porcentajes de Información estructural.

En el tipo de **información estructural**, como se puede observar en la tabla anterior, **todas las bibliotecas universitarias** publicaron en sus páginas web **su dirección, información sobre los servicios y el acceso al OPAC**. El 90% tiene acceso a bases de datos, el 85% tiene acceso a libros electrónicos, el 80% publicó su horario de atención y el 75% tiene acceso al repositorio institucional. Seguido por un 45% que tiene publicada su misión y visión, un 40% la ubicación de Google maps y

un 35% dispone de Preguntas frecuentes. Por último, el 15% tiene fotos y el 10% videos de las instalaciones.

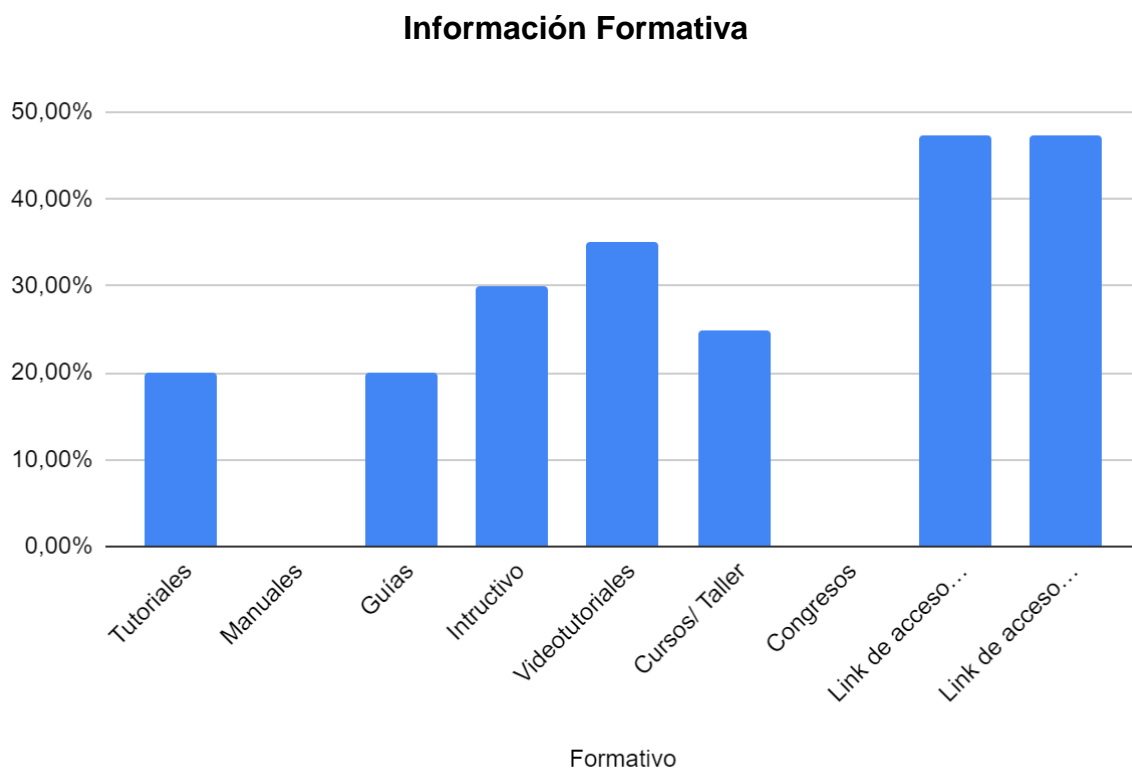


Gráfico 21. Información formativa presente en las páginas web de las bibliotecas universitarias.

Información Formativa	Cantidad	Porcentaje
Tutoriales	4	20%
Manuales	0	0%
Guías	4	20%
Instructivo	6	30%
Videotutoriales	7	35%
Cursos/ Taller	5	25%
Congresos	0	0%
Link de acceso a otras bibliotecas	9	45%

Link de acceso a la web	9	45%
-------------------------	---	-----

Tabla 3. Cantidad de respuestas y porcentajes de Información formativa.

En el tipo de **información formativa**, según los resultados de la tabla anterior, **el 45% de las páginas web de las bibliotecas tienen links de acceso a otras bibliotecas y a otras páginas web de interés.** Continúa con un 35% que provee videotutoriales, un 30% provee instructivos y un 25% ofrece cursos y talleres. Por último, el 20% ofrece guías y tutoriales a los usuarios. **No se publica información sobre congresos, ni manuales.**

Información Contextual

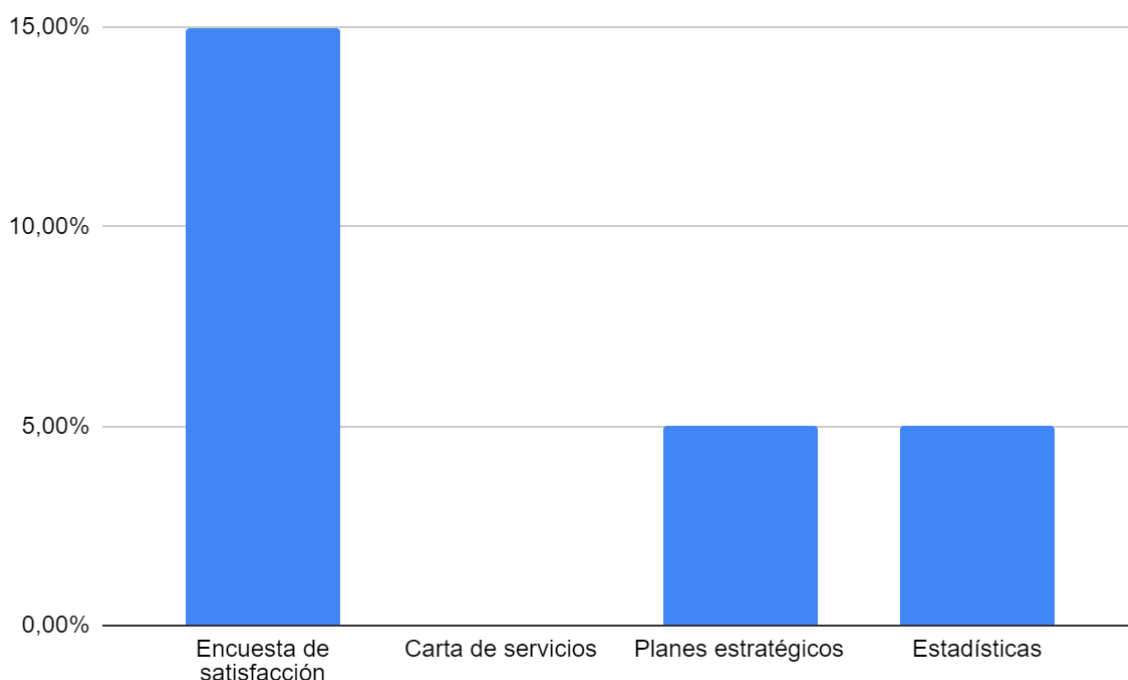


Gráfico 22. Información contextual presente en las páginas web de las bibliotecas universitarias.

Información contextual	Cantidad	Porcentaje
Encuesta de satisfacción	3	15%
Carta de servicios	0	0%
Planes estratégicos	1	5%
Estadísticas	1	5%

Tabla 4. Cantidad de respuestas y porcentajes de Información contextual.

En el tipo de información contextual, se observa en la tabla que el **15% de las páginas web de las bibliotecas universitarias cuenta con encuestas de satisfacción de usuarios**. Seguido por un 5% que posee planes estratégicos y estadísticas. Por último, ninguna biblioteca publicó su carta de servicios.

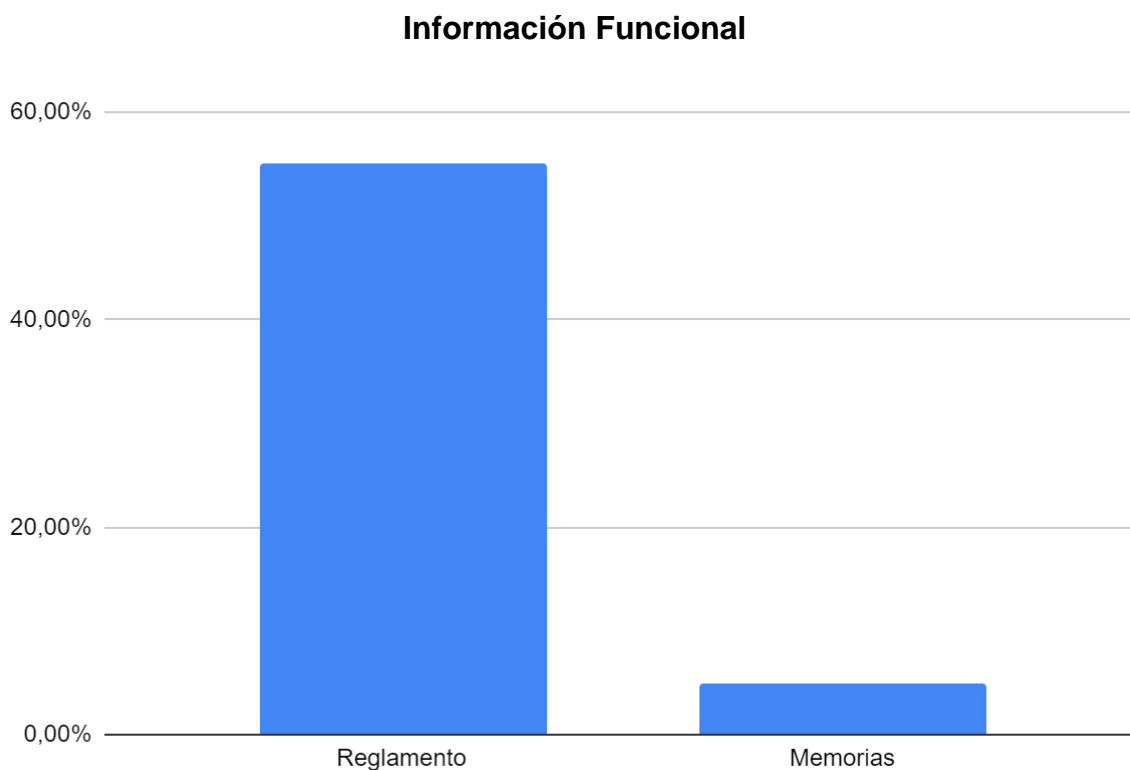


Gráfico 23. Información funcional presente en las páginas web de las bibliotecas universitarias.

Información funcional	Cantidad	Porcentaje
Reglamento	11	55%
Memorias	1	5%

Tabla 5. Cantidad de respuestas y porcentajes de Información funcional.

En el tipo de **información funcional**, como se visualiza en la tabla anterior, el **55% de las bibliotecas universitarias publicaron su reglamento. En cambio, solamente el 5% publicó memorias.**

Canales de comunicación

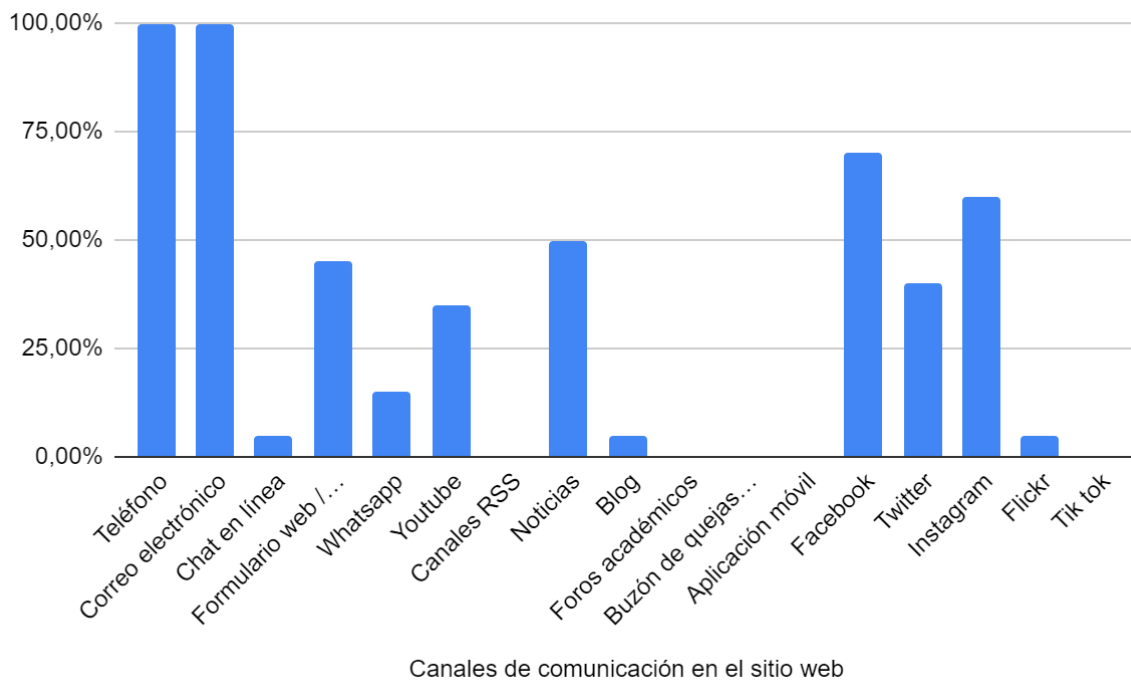


Gráfico 24. Canales de comunicación presentes en las páginas web de las bibliotecas universitarias.

Canales de comunicación	Cantidad	Porcentaje
Teléfono	20	100%
Correo electrónico	20	100%
Chat en línea	1	5%
Formulario web / Consulte al bibliotecario	9	45%
Whatsapp	3	15%
Youtube	7	35%
Canales RSS	0	0%
Noticias	10	50%
Blog	1	5%
Foros académicos	0	0%
Buzón de quejas y sugerencias	0	0%
Aplicación móvil	0	0%
Facebook	14	70%
Twitter	8	40%
Instagram	12	60%
Flickr	1	5%
Tik tok	0	0%

Tabla 6. Cantidad de respuestas y porcentajes de canales de comunicación.

En cuanto a **canales de comunicación publicados en las páginas web de las bibliotecas universitarias**, de acuerdo a los resultados de la tabla anterior, **todas las bibliotecas cuentan con teléfono y correo electrónico**. A continuación, se encuentran las **redes sociales más conocidas** donde el 70% corresponde a **Facebook**, 60% **Instagram** y el 40% **Twitter**. Un 50% publica noticias y un 45%

provee formularios web o consulta al bibliotecario. Seguidamente Youtube con el 35%. Por último, el 15% whatsapp y el 5% para Flickr y Chat en línea.

Luego de analizar la información recolectada en la grilla de las veinte bibliotecas universitarias de la provincia de Buenos Aires, se puede realizar una comparación con la página web de las bibliotecas del SIB UNNOBA a fines de considerar la situación de comunicación externa en bibliotecas de similares características. **Se observó que mayormente comparte información de tipo estructural con sus usuarios:** misión y visión, horario, dirección, información sobre servicios, acceso a base de datos, libros electrónicos y al catálogo en línea (OPAC). Esto se ajusta a la situación de las otras bibliotecas, siendo el tipo de información más difundido. **También se observa información de tipo funcional, en este caso el reglamento como el 55% de las otras bibliotecas universitarias. En contraste no comparte información de tipo formativo y contextual.**

Por lo que se refiere a los canales de comunicación, cuenta solamente con los canales básicos de comunicación como el teléfono, correo electrónico y página web. De las redes sociales, tiene solamente una página de Facebook que está desactualizada en sus publicaciones. **Por lo tanto, en lo que concierne a canales de comunicación son más limitados en comparación con las otras bibliotecas.**

Es importante mencionar que, con respecto a la planificación de la comunicación, las bibliotecas del SIB UNNOBA no tienen un plan de comunicación. Por el contrario, la mayoría de las bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires cuentan con un plan.

4. Conclusiones

De acuerdo al análisis nos permite conocer: en primer lugar, cómo se desarrolla la comunicación externa de las bibliotecas universitarias del SIB UNNOBA. En segundo lugar, conocer el estado de situación de la comunicación externa de veinte bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires con características similares. Además, se realiza una vinculación con la problemática sobre la falta de planificación de la comunicación en bibliotecas universitarias. Luego de procesar y analizar los resultados obtenidos de la recolección de datos, se logra dar respuesta a los problemas planteados en el inicio del trabajo de investigación.

Problema:

¿Cuál es el estado actual de la comunicación externa del Sistema Integrado de Bibliotecas UNNOBA con su comunidad de usuarios? ¿Qué aspectos son oportunos y cuáles necesitan mejorar?

Problemas conexos:

¿Cuáles son los canales/medios escritos, orales y electrónicos destinados a la comunicación externa?

¿Cuál es la utilidad y finalidad de los canales utilizados por los usuarios en las bibliotecas analizadas?

¿Cuáles son los canales de comunicación externa de mayor y menor preferencia de acuerdo a las bibliotecas analizadas?

¿Qué información sobre los servicios bibliotecarios es necesario difundir a los usuarios?

¿Cómo es la metodología de comunicación externa que utilizan las bibliotecas analizadas?

Para comenzar, se realiza una descripción de la composición de la comunidad de usuarios, se observó que la mayoría de los usuarios encuestados pertenecen a la **Biblioteca Sede Pergamino (70,7%) y son estudiantes (95, 3%) de la Escuela de Ciencias Agrarias Naturales y Ambientales (36,1%), específicamente las carreras de Ingeniería agronómica (17 %) y Licenciatura en genética (11,4%).** Le siguen la escuela de Ciencias Económicas y Jurídicas (26,2%), especialmente la carrera de contador público (14,6%). **La mayoría de los estudiantes se encuentran en el nivel intermedio, que representa el 55,6% del total, lo cual corresponde a los años 2 y 3 de estudio. Además, el rango de edad de estos estudiantes se sitúa entre los 18 y 21 años, abarcando el 40,8% del grupo.** Estos datos brindan información acerca de la distribución de los estudiantes en función de su nivel de estudio y rango de edad en el contexto mencionado. **Permite caracterizar la comunidad usuaria.**

A continuación, se ha propuesto abordar el problema mediante el análisis del estado actual de la comunicación externa del SIB UNNOBA. **En la actualidad, el SIB UNNOBA utiliza varios canales de comunicación, que incluyen un mostrador de atención al público, llamadas telefónicas, correo electrónico, señalización, cartelería, página web y página de Facebook.** Estos diversos canales de comunicación permiten al SIB UNNOBA establecer una amplia presencia y facilitar la interacción con los usuarios en diferentes niveles.

Se ha demostrado que existe una conexión significativa entre las bibliotecas y las necesidades de información de los usuarios. La frecuencia con la que los usuarios se comunican con las bibliotecas varía, con un 52,3% que lo hace ocasionalmente, un 29,6% que lo hace casi todos los días y un 10,3% que lo hace casi nunca.

La comunidad de usuarios se mostró satisfecha con la evaluación de la comunicación externa. Sin embargo, la mayoría sugirió la incorporación de más canales de comunicación, siendo Whatsapp la opción más mencionada, seguida de

Instagram y un chat con el bibliotecario. Esta opinión también se reflejó al final del cuestionario, cuando se les pidió sugerencias sobre la comunicación externa.

Es relevante destacar que las bibliotecas del Sistema de Integrado de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (SIB UNNOBA) no han llevado a cabo estudios de usuarios para conocer la comunidad y evaluar la satisfacción en relación a los servicios bibliotecarios.

Otra respuesta al problema consiste en identificar tanto los aspectos positivos como aquellos que pueden mejorarse en la comunicación externa de las bibliotecas del SIB UNNOBA. En primer lugar, **se destacan los siguientes aspectos favorables:**

- La comunidad de usuarios tiene una buena percepción de la comunicación externa de las bibliotecas, según el nivel de satisfacción expresado.
- Los diferentes canales de comunicación utilizados, ya sean escritos, orales o electrónicos, resultan efectivos para interactuar con los usuarios.
- El personal encargado muestra una actitud muy positiva en la atención al público en el mostrador y en la comunicación externa.

Por otro lado, **se identificaron aspectos que podrían mejorarse:**

- Página de Facebook: se ha identificado que los usuarios no visitan la Página de Facebook de las bibliotecas y que las publicaciones en esta plataforma se encuentran desactualizadas.
- Canales de comunicación: se observó que existe una menor cantidad de canales de comunicación disponibles en comparación con otras bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires.
- Página web: se ha observado que la página web de las bibliotecas carece de información formativa y contextual en comparación con otras bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires.
- Planificación de la comunicación externa: se ha detectado la falta de planificación en la comunicación externa. Las bibliotecas no cuentan con un plan de comunicación específico para esta área

En relación a los problemas identificados, se ha observado la existencia de distintos canales de comunicación externa disponibles para la comunidad de usuarios de las bibliotecas universitarias del SIB UNNOBA. **Estos canales se dividen en escritos (señalización, cartelería), orales (mostrador de atención al público cara a cara, llamadas telefónicas) y electrónicos (correo electrónico, página web de la biblioteca y página de Facebook).**

Se ha observado que los usuarios tienen preferencias específicas en cuanto a la información que desean recibir a través de los canales de comunicación. Principalmente, buscan información sobre nuevas adquisiciones de material bibliográfico, la incorporación de nuevos servicios y los préstamos especiales.

Entre todos los medios disponibles, **los usuarios eligen principalmente el mostrador de atención al público (cara a cara), el correo electrónico y la llamada telefónica.** Esto demuestra que los usuarios de las bibliotecas priorizan los canales de comunicación orales en primer lugar, seguidos de los canales electrónicos, lo cual coincide con los canales más utilizados.

Es importante destacar que el canal oral es el que posee la mayor riqueza de información, según Robbins y Judge (2009). Durante la comunicación oral, se transmiten una variedad de señales informativas, como palabras, gestos, expresiones faciales y entonación. Además, este canal permite una retroalimentación inmediata, tanto verbal como no verbal, enriqueciendo aún más la comunicación.

En cuanto a los canales escritos, los usuarios han encontrado útil la señalización al buscar información en las estanterías abiertas de las bibliotecas. Esta práctica está estrechamente relacionada con el uso de las estanterías abiertas y la búsqueda de fuentes de información, ya que permite un acceso directo a las colecciones y brinda la oportunidad de descubrir opciones de material bibliográfico más allá de las recomendaciones de los docentes. Además, esta forma de organización brinda a los bibliotecarios la posibilidad de interactuar directamente con los usuarios, lo cual se alinea perfectamente con el propósito principal de la comunicación externa de las bibliotecas, que es facilitar los préstamos y brindar un servicio personalizado.

Según los comentarios de la comunidad de usuarios, el personal encargado exhibe una actitud sumamente positiva y ofrece una atención de alta calidad. Se

destaca la presencia de un ambiente propicio para el estudio y la comunicación externa es calificada como satisfactoria.

En conclusión, se subraya que el personal bibliotecario brinda una atención de calidad al usuario. Esta actitud favorable tiene un impacto directo en la comunicación externa de las bibliotecas, ya que no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también fortalece la relación entre la biblioteca y su comunidad.

Es importante tener en cuenta que en las bibliotecas estudiadas, los profesionales bibliotecarios demuestran cualidades apropiadas que marcan una diferencia significativa en el funcionamiento de una biblioteca. Su conocimiento, habilidades de comunicación, orientación al usuario y actitud de servicio influyen en la preferencia del usuario por la comunicación oral y presencial.

Por otro lado, se conoció la situación de la comunicación externa de veinte bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires. Se observó en sus páginas web, el tipo de información compartida con la comunidad usuaria y público en general:

Información estructural: todas las bibliotecas publican su dirección, información sobre los servicios y el acceso al OPAC. Seguidamente con un alto porcentaje tienen acceso a bases de datos y libros electrónicos, horario de atención y link de acceso al repositorio institucional.

Información formativa: varias publican links de acceso a otras bibliotecas y a otras páginas web de interés.

Información contextual: solamente una cantidad escasa de bibliotecas cuenta con encuestas de satisfacción de usuarios en sus páginas web.

Información funcional: una cantidad considerable de bibliotecas publicó sus reglamentos.

La información estructural es la que más relevancia tiene en las páginas web de las bibliotecas universitarias, le sigue en menor medida la información formativa. Tanto la información contextual y la información funcional son escasas.

En cuanto a los canales de comunicación disponibles, **todas las bibliotecas universitarias cuentan con teléfono y correo electrónico**. A continuación, se encuentran las **redes sociales más conocidas como Facebook, Instagram y Twitter**. Además publican noticias y proveen formularios web o consulta al bibliotecario.

En comparación con la situación de comunicación externa, se observó que las bibliotecas del SIB UNNOBA comparten información estructural al igual que las otras bibliotecas universitarias y de tipo funcional solo el reglamento como la mitad de las bibliotecas. Sin embargo no comparte información de tipo formativo y contextual.

En lo que concierne a canales de comunicación son más limitados en comparación con las otras bibliotecas, solamente cuenta con los canales primarios: teléfono, correo electrónico, página web y una red social (Facebook) con publicaciones desactualizadas.

Se indagó a los directores de las bibliotecas mencionadas sobre los canales más usados por su comunidad usuaria. Según su experiencia, los resultados más destacados fueron **correo electrónico, Instagram, Facebook, página web de la biblioteca, Whatsapp y teléfono**. En este sentido, coincide con algunos de los canales de comunicación más usados por las bibliotecas del SIB UNNOBA, es decir, correo electrónico y llamadas telefónicas. También en algunos de los canales sugeridos para agregar a las bibliotecas, como Whatsapp e Instagram.

En relación con la planificación, en varios estudios Luceri (2015), VII Jornadas de Temas Actuales en Bibliotecología (2016), Villafin (2017), Gallo, León y Quílez-Simón (2020) y Rodríguez (2023) se menciona la problemática sobre la falta de planificación de la comunicación en bibliotecas y se remarca la importancia de la comunicación con la comunidad usuaria. Las bibliotecas del SIB UNNOBA no tienen un plan de comunicación. En cambio, **una gran parte de las veinte bibliotecas centrales de la provincia de Buenos Aires encuestadas afirma que tienen un plan de comunicación**. Lo que revelaría que en la provincia de Buenos Aires no sería una problemática.

En el caso de bibliotecas que no lo tienen, una de las razones es que **la comunicación con la comunidad universitaria está centralizada por el área de la comunicación institucional de la universidad**. Uno de los mayores condicionantes para que las bibliotecas tengan un plan de comunicación es la falta de personal bibliotecario que realice esa tarea.

Se destacan los beneficios de la planificación de la comunicación externa de las bibliotecas universitarias con su comunidad usuaria:

→ Promoción de servicios y recursos a largo plazo

- Visibilidad de las bibliotecas: establece una presencia en línea utilizando los canales de comunicación electrónicos (redes sociales, página web, boletín electrónico) que tienen mayor llegada a usuarios potenciales y a la comunidad usuaria
- Fomento a la participación de los usuarios en actividades propuestas
- Retroalimentación y mejora continua: facilita la recopilación de comentarios y sugerencias por parte de los usuarios

Es importante destacar que la comunicación en las bibliotecas universitarias no debe ser subestimada. Este tema está adquiriendo cada vez más relevancia, como lo demuestran diversos estudios que resaltan la inclusión de la comunicación en los planes estratégicos y sus líneas estratégicas (Herrera Morillas). Además, se analiza el contenido y el estilo de redacción de los mensajes en los reglamentos de las bibliotecas (Verde). También se aborda el diseño e implementación de planes de comunicación.

Estos enfoques demuestran la importancia de tener una comunicación efectiva en las bibliotecas universitarias, ya que esto puede tener un impacto significativo en la satisfacción de los usuarios y en el logro de los objetivos institucionales. Por lo tanto, es necesario considerar y desarrollar estrategias de comunicación adecuadas para asegurar una interacción eficiente y exitosa con la comunidad de usuarios.

4.1. Recomendaciones

En conclusión, las recomendaciones presentadas buscan mejorar el vínculo y la comunicación externa entre las bibliotecas del SIB UNNOBA y la comunidad universitaria:

- Realizar un estudio de usuarios detallado para definir el perfil de los diferentes tipos de usuarios en cuanto a sus necesidades de información y uso de la unidad de información. Este enfoque permitirá comprender y evaluar el nivel de satisfacción en relación a las bibliotecas y sus servicios.
- Diseñar y ejecutar un plan de comunicación específico para las bibliotecas del SIB UNNOBA, adaptado al perfil y las necesidades de la comunidad. Un plan de comunicación bien estructurado puede contribuir a que las bibliotecas

alcancen sus objetivos estratégicos y se mantengan relevantes en un entorno digital en constante evolución. Esto implica establecer una comunicación efectiva con los usuarios, promover los servicios y recursos de la biblioteca, fomentar la participación de la comunidad y ajustarse a las necesidades cambiantes de los usuarios.

- Ampliar la variedad de canales de comunicación, considerando especialmente la incorporación de Whatsapp e Instagram, tal como lo sugirieron los usuarios. Es esencial diseñar e implementar la difusión de estos nuevos canales de comunicación de manera efectiva.
- Canalizar y evaluar las diversas sugerencias planteadas por los usuarios a las áreas correspondientes de la unidad de información, con el fin de su evaluación y posible implementación.
- Investigar en futuros estudios las razones subyacentes por las cuales los usuarios no utilizan el catálogo en línea (OPAC) y promover activamente su uso entre la comunidad de usuarios.
- Promover el uso del catálogo en línea (OPAC) entre los usuarios, resaltando sus beneficios y funcionalidades para una experiencia de búsqueda de información más eficiente.
- Realizar investigaciones adicionales para comprender las razones detrás de la falta de visitas a la página de Facebook de las bibliotecas y abordar la falta de actualización de las publicaciones en esta plataforma.
- Considerar la inclusión de recursos y servicios de formación y alfabetización en la página web de las bibliotecas con el propósito de brindar herramientas que permitan a los usuarios adquirir habilidades para la búsqueda de información y que favorezcan el autoaprendizaje.
- Considerar la incorporación de información de tipo contextual en la página web de las bibliotecas como por ejemplo encuestas de satisfacción de usuarios, planes estratégicos y estadísticas.
- Continuar fortaleciendo la circulación de préstamos con capacitaciones y servicios acordes a las necesidades de información de los usuarios.

Es importante enfatizar que estas recomendaciones son adaptables y pueden ajustarse a las necesidades y contextos específicos de las bibliotecas del SIB

UNNOBA. Al colaborar estrechamente con la comunidad universitaria y estar receptivos a la retroalimentación, las bibliotecas podrán mejorar de manera continua su comunicación externa y ofrecer servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de información de los usuarios.

La comunicación externa desempeña un papel fundamental en las bibliotecas universitarias al establecer y mantener relaciones sólidas con la comunidad universitaria y otros usuarios externos, promover los servicios y recursos de la biblioteca, mejorar su imagen y reputación, así como recopilar sugerencias para la mejora continua. Este tipo de comunicación es crucial para el éxito y la visibilidad de la biblioteca dentro del entorno académico. A través de una comunicación eficaz, puede construir y mantener relaciones sólidas con el público, promover los servicios y recursos bibliotecarios y adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios.

Una comunicación externa efectiva fortalece la biblioteca y satisface las necesidades de los usuarios.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario para usuarios del SIB UNNOBA

link formulario de Google:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdc4dRaEEs8zXoOyVklm8xm2SnbCwknbTSq3x6AZhQEP_a0cq/viewform?usp=sf_link

El presente cuestionario se realiza con el fin de recopilar información para analizar la comunicación de la biblioteca con los usuarios, en el marco de una tesina de la Licenciatura en Bibliotecología de la UNMDP. Responder este cuestionario no llevará más de 10 minutos y sus respuestas son anónimas.

¡Muchas gracias por su colaboración!

Indique de qué Biblioteca del SIB UNNOBA es usuario:

Biblioteca Silvina Ocampo (Sede Junín)

Biblioteca Sede Pergamino

Edad

Entre 18 y 21 años

Entre 21 y 24 años

Entre 25 y 29 años

Entre 30 y 34 años

35 años o más

Tipo de usuario (Puede marcar varias opciones)

Estudiante

Docente

Investigador

Otro: especificar

Carrera que estudia

Abogacía

Analista de Sistemas

Contador Público

Enfermería Universitaria

Ingeniería Agronómica

Ingeniería en alimentos

Ingeniería en Informática

Ingeniería Industrial

Ingeniería Mecánica

Licenciatura en Administración

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Licenciatura en Diseño Gráfico

Licenciatura en Diseño Industrial

Licenciatura en Enfermería

Licenciatura en Genética

Licenciatura en Sistemas

Tecnicatura en Diseño Gráfico

Tecnicatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Tecnicatura en Diseño Industrial

Tecnicatura en Gestión de Pymes

Tecnicatura en Gestión Pública

Tecnicatura en Mantenimiento Ferroviario

Tecnicatura en Mantenimiento Industrial

Tecnicatura Universitaria en Producción de Alimentos

Tecnicatura Universitaria en Soporte Informático

Escuela

Escuela de Tecnología
Escuela de Ciencias Agrarias, Naturales y Ambientales
Escuela de Ciencias Económicas y Jurídicas
Instituto Académico de Desarrollo Humano

Nivel de estudiante

Ingresante (1 año)
Intermedio (2 y 3 año)
Avanzado (4 y 5 año)

1) ¿Con qué frecuencia se comunica con la Biblioteca?

Todos los días
Casi todos los días
Ocasionalmente
Casi nunca
Nunca

2) ¿Qué canales de comunicación utiliza para comunicarse con la Biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

Mostrador de atención al público (cara a cara)
Teléfono (sólo llamadas)
Correo electrónico
Página de Facebook

3) ¿La Biblioteca debería agregar más canales de comunicación con el usuario?

Sí
No

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Qué canales de comunicación le gustaría que se sumen a la biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

Whatsapp
Chat con el bibliotecario (Desde un sitio web de la Biblioteca)
Instagram

Otros, ¿Cuáles?.....

**4) ¿Cuál es la finalidad de la comunicación/ vínculo con la Biblioteca?
(Puede marcar varias opciones)**

Préstamo a domicilio

Préstamo en sala

Renovación de préstamos

Reserva de libro

Devolución de libro

Donación de libro

BIDI (Biblioteca Virtual)

Repositorio institucional

Consulta (Orientación al usuario)

Uso de lockers

Uso de computadoras

Uso de OPAC (catálogo en línea)

Otros, ¿Cuáles?.....

**5) Grado de satisfacción con respecto a los canales de comunicación que
tiene la Biblioteca**

Muy satisfecho

Satisfecho

Normal

Poco satisfecho

Nada satisfecho

**6) ¿Cuáles son los canales de información de su preferencia? (Puede marcar
varias opciones)**

Mostrador de atención al público (cara a cara)

Teléfono

Correo electrónico

Señalización

Cartelería

Página de Facebook

Sitio web

7) ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por los canales de comunicación de la Biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

Nuevas adquisiciones de bibliografía

Incorporación de nuevos servicios

Préstamos especiales (préstamo por vacaciones)

Otros, ¿Cuáles?.....

8) ¿La señalización que figura en las estanterías le es de utilidad para encontrar las fuentes de información?

Si

No

9) ¿El catálogo en línea de la Biblioteca (OPAC) le ha sido útil para encontrar información bibliográfica?

Si

No

No use el Opac

10) ¿La información de la página de Facebook de la Biblioteca le ha sido útil?

Si

No

No visite la Página de Facebook

Comentario o sugerencia sobre la comunicación con la Biblioteca.....

.....

.....

.....

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Anexo 2. Cuestionario para directores de bibliotecas universitarias centrales de la provincia de Buenos Aires

link formulario de Google:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfLD3LMWrUc_RZ6Gv5k70Xe1avXiBdlCXVRXMceD14UWGJ6Pg/viewform?usp=sf_link

El presente cuestionario se realiza con el fin de recopilar información sobre la comunicación externa de la biblioteca universitaria, en el marco de una tesina de la Licenciatura en Bibliotecología y Documentación de la UNMDP.

1. De acuerdo a su experiencia ¿Cuáles son los canales de comunicación más utilizados por los usuarios de su biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

Aplicación móvil

Blog

Buzón de quejas y sugerencias

Canales RSS (suscripción a canal de noticias de un sitio web)

Chat en línea

Correo electrónico

Facebook

Flickr

Formulario web / Consulte al bibliotecario

Foros académicos

Instagram

Noticias

- Página web
- Teléfono
- Tik tok
- Twitter
- Whatsapp
- Youtube
- Otros ¿Cuáles?.....

2. Un plan de comunicación externa es un documento estratégico que establece como la biblioteca se comunicará con la comunidad académica. Incluye objetivos, destinatarios, canales de comunicación, responsables, información a compartir. ¿Poseen un plan de comunicación?

Si

No. ¿Por qué motivo?.....

Anexo 3. Grilla de observación de los sitios web de las bibliotecas universitarias

Tipología de la Información	Biblioteca
Estructural	
Misión y visión	
Horario	
Dirección	
Ubicación (Google Maps)	
Fotos de las instalaciones	
Videos de las	

instalaciones	
Información sobre servicios	
Preguntas frecuentes	
Acceso a base de datos	
Libros electrónicos	
OPAC	
Repositorio institucional	
Formativo	
Tutoriales	
Manuales	
Guías	
Instructivos	
Videotutoriales	
Cursos/ Talleres	
Congresos	
Link de acceso a otras bibliotecas	
Link de acceso a la web	
Contextual	
Encuesta de satisfacción	
Carta de	

servicios	
Planes estratégicos	
Estadísticas	
Funcional	
Reglamento	
Memorias	
Canales de comunicación en el sitio web	
Teléfono	
Correo electrónico	
Chat en línea	
Formulario web / Consulte al bibliotecario	
Whatsapp	
Youtube	
Canales RSS	
Noticias	
Blog	
Foros académicos	
Buzón de quejas y sugerencias	
Aplicación móvil	
Facebook	

Twitter	
Instagram	
Flickr	
Tik tok	

Anexo 4. Fotos de las bibliotecas



Figura 1. Sala de lectura Biblioteca Silvina Ocampo. Extraída de “Bibliotecas UNNOBA”, Facebook.

Recuperado de: https://www.facebook.com/p/Bibliotecas-Unnoba-100054419922359/?locale=es_LA&_rdr



Figura 2. Estanterías abiertas. Extraída de “Bibliotecas UNNOBA”, Facebook. Recuperado de: https://www.facebook.com/p/Bibliotecas-Unnoba-100054419922359/?locale=es_LA&_rdr



Figura 3. Estanterías abiertas. Extraída de “Bibliotecas UNNOBA”, Facebook. Recuperado de: https://www.facebook.com/p/Bibliotecas-Unnoba-100054419922359/?locale=es_LA&_rd=1

Referencias bibliográficas

Aguilar González, A. Fernández Toca, P. y Puyuelo Ramiz, P. (2007). *Gestión de la calidad en las bibliotecas: norma ISO 9001*. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/24256/>

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna : proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6a ed.). Caracas: Episteme.

Báez Evertsz, C. J. (2000). *La comunicación efectiva*. Santo Domingo: Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Recuperado de: <https://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/items/1e0d59a9-4ee2-4702-b184-96680d1daba9>

Benítez M., Calzas, I, Contreras Navarro, H, Martín, M, Moreno Pulido, M., Rubio, M., Sampedro Rodríguez, A., Sanz, F. y Tejada, B. (2009) Senda. Plan de comunicación interna de la Biblioteca de la UNED. En *Interinformación. XI Jornadas Españolas de Documentación*: 20, 21 y 22 de mayo de 2009 (pp. 221-224). Recuperado de: <http://www.fesabid.org/zaragoza2009/actas-fesabid-2009/221-224.pdf>

Biblioteca de la Universidad de Málaga. Grupo de mejora de la Comunicación; García Reche, Gregorio; Acosta-Mira, María Dolores; Barranco-Santos, María Pilar; Misas-Gento, María Goretti; Peña Jurado, Victoriano; Yáñez-Caballero, Juan Antonio (2007). *Estrategias de acercamiento entre biblioteca universitaria y sociedad: "el Plan Hermes" de la Biblioteca de la Universidad de Málaga*. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/2746>

Brandolini, A., González Frígoli, M. y Hopkins, N. (2008). *Comunicación interna: claves para una gestión exitosa*. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carrión Gútiérrez, M. (1993). *Manual de bibliotecas*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7a. ed). México: McGraw-Hill Interamericana.

Corda, M.C.; Kessler, M.I. (2016). Redes sociales en bibliotecas argentinas: Lineamientos para la formulación de una política comunicacional. *VII Jornadas de Temas Actuales en Bibliotecología*, 11 de noviembre de 2016, Mar del Plata, Argentina. Recuperado de:

http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7766/ev.7766.pdf

Domínguez Covarrubias, A. (2009). *Estrategias de Comunicación Interna en Bibliotecas Académicas*. (Tesis de grado. Instituto Tecnológico de Monterrey). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11285/569224>

Fernández Collado, C. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. Trillas.

Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Colombia: Editorial Norma.

Fuentes Caballos, A. L. (2014). *Evaluación de los canales de comunicación y su incidencia en la gestión integral del gobierno autónomo descentralizado de julio andrade, cantón tulcán. durante el año 2014". propuesta alternativa de una guía estratégica*. (Tesis de grado. Universidad Técnica del Norte). Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4697/1/05%20FECYT%202268%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Gallo-León y Quílez-Simón (2020). La biblioteca pública como comunicadora: procedimientos, canales y dificultades. El ejemplo de la Región de Murcia (España). *Anales de Documentación*, 23(2), 1-18. doi:<https://doi.org/10.6018/analesdoc.403411>

García Gómez, A., Pérez Calderón, M. de los A. y Vargas Rodríguez, M. (2019). La comunicación de información desde la biblioteca universitaria, *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/atlante1902comunicacion-informacion-biblioteca>

Gordillo, A. M. (2015). El valor agregado de la comunicación al interior de las organizaciones. *Razón y palabra*, 90. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/31_Gordillo_V90.pdf

Hellriegel, D. y Slocum, J. W. (2009). *Comportamiento organizacional*. (12a ed.). México, D.F. CENGAGE Learning.

Herranz de la Casa, J. M. (2006). *La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de: <https://docta.ucm.es/entities/publication/2c5fb879-c97e-40f3-b239-c04d315cc825>

Herrera Morillas, J. L., y Castillo Díaz, A. (2012). Bibliotecas universitarias 2.0. El caso de España. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología e información*, 25(55), 175–200. doi: <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2011.55.32861>

Herrera Morillas, J. L. (2021). La comunicación en los planes estratégicos de bibliotecas universitarias españolas. *Palabra Clave (La Plata)*, 10(2).doi: <https://doi.org/10.24215/18539912e127>

IFLA (2014). Definiciones para el mapa mundial de bibliotecas. Recuperado de: <https://librarymap.ifla.org/files/lmw-library-types-definitions-es.pdf>

Luceri, M. (2015). *Estrategias de comunicación en las bibliotecas universitarias de la Universidad Nacional de La Plata: Promoción de sus servicios documentales*. (Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata). Recuperado de: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1110/te.1110.pdf>

Muriel, M. L. y Rota, G. (1980). *Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas*.

Orera Orera, L. (2007). La biblioteca universitaria ante el nuevo modelo social y educativo. *El profesional de la información*, 16(4), 329-337. doi: 10.3145/epi.2007.jul.07

Orera Orera, L. (1996). *Manual de biblioteconomía*. España: Síntesis.

Patalano, M. (2007). *Prácticas de las bibliotecas universitarias argentinas en el proceso de comunicación académica : representaciones en la web*. (Tesis de maestría. Universidad de Buenos Aires). Recuperado de: https://repositorioubi.sisbi.uba.ar/gsd/cgi-bin/library.cgi?a=d&c=masteruba&cl=CL1&d=HWA_172

Real academia Española (s.f.). Comunicación. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>

REBIUN (2002). Comunicación interna en las bibliotecas universitarias. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11967/638>

Reitz, J. M. (2002). Biblioteca académica. En *ODLIS: Online Dictionary of Library and Information Science*. Recuperado de: https://odlis.abc-clio.com/odlis_a.html#academiclib

Rodríguez, M. (2023). *Gestión estratégica de la comunicación organizacional externa en la era de los medios sociales. Desafíos de las bibliotecas integrantes de la*

red BUCOC. Información, Cultura Y Sociedad, (49), 91-114. doi: <https://doi.org/10.34096/ics.i49.13086>

Robbins, S. P. y Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional* (13a ed.). México: Pearson Prentice Hall

Sáez Fernández, J. A. (2014). *La comunicación externa de la Biblioteca de la Universidad de Cádiz*. (Tesis de maestría. Universidad de Cádiz). Recuperado de: <https://rodin.uca.es/handle/10498/15931>

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. 5a ed. Buenos Aires: McGraw Hill

Timoteo Álvarez, J. (1997). Gestión de la comunicación en organizaciones consolidadas. *Historia y comunicación social*, 2, 251-258. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9797110251A/19935>

Torres Santa Domingo, M (2005). La función social de las bibliotecas universitarias. *Boletín de la Asociación Andaluza de bibliotecarios*, 20(80), 43-70. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/353/35308004.pdf>

Universidad Complutense de Madrid. Biblioteca (2010). Plan de comunicación interna de la BUC 2010-2013. Madrid: Biblioteca de la Universidad Complutense. Recuperado de: https://eprints.ucm.es/id/eprint/54930/1/comunicacion_interna_buc.pdf

Universidad de Extremadura. Biblioteca (2019). Plan de Comunicación Externa. Extremadura: Biblioteca de la Universidad de Extremadura. Recuperado de: <https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/10060/1/SBAD-PC-002.pdf>

Universidad de Málaga. Biblioteca (2005). Hermes plan de comunicación de la biblioteca de la universidad de Málaga. Málaga: Biblioteca de la Universidad de Málaga. Recuperado de: <https://www.uma.es/publicadores/biblioteca/wwwuma/PlanHermes.pdf>

Universidad de Sevilla. Biblioteca (2012). Plan de comunicación externa de la biblioteca de la Universidad de Sevilla 2012-2014. Sevilla: Biblioteca de la Universidad de Sevilla. Recuperado de: https://bib.us.es/sites/bib3.us.es/files/plan_ce_1214.pdf

Universidad de Zaragoza. Biblioteca (2014). Plan de Comunicación Externa y Marketing de la biblioteca de la Universidad de Zaragoza (BUZ) 2014-2016. Zaragoza: Biblioteca de la Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <http://blog.biblioteca.unizar.es/wp-content/uploads/2015/01/plan-comu-externa-BUZ.pdf>

Vallefin, C. (2017). *Plan de comunicación digital #BibPublicaUNLP: una propuesta de rediseño del sitio web institucional y evaluación de las redes sociales*. (Trabajo final de grado. Universidad Nacional de La Plata). Recuperado de: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1781/te.1781.pdf>

Vallefin, C. (2020). *La gestión de la comunicación digital en bibliotecas de la UNLP: Construcción de espacios interactivos e innovadores en un contexto de riesgo*. (Trabajo final de grado. Universidad Nacional de La Plata). Recuperado de: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1920/te.1920.pdf>

Van Riel, C. (1997). *Comunicación corporativa*. Madrid: Editorial Prentice Hall.

Young, H. (ed.) (1988). *Glosario ALA de bibliotecología y ciencias de la información*. Madrid: Díaz de Santos.