



Universidad Nacional de Mar del Plata

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencia de la Información

TESIS

**Visibilidad digital de las bibliotecas escolares: análisis de su
representación en los sitios web de escuelas privadas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires**

Para obtener el grado de Licenciada en Bibliotecología y Documentación.

Alumna

Andrea Karina Sergi

Directora

Mag. Laura Daniela Orellano

Buenos Aires, Argentina

2026

Citar/How to cite	(Sergi, 2026)
Referencia/Reference	Sergi, A. K. (2026). <i>Visibilidad digital de las bibliotecas escolares: análisis de su representación en los sitios web de escuelas privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires</i> [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Mar del Plata]. Repositorio Institucional Humadoc.
Estilo/Style: APA (7ma ed.)	

Dedicatoria

A Dios, con humildad.

Agradecimientos

En primer lugar, a la Universidad Nacional de Mar del Plata, por sostener un proyecto académico inclusivo y de excelencia, que hace posible el acceso al conocimiento y garantiza una formación profesional de calidad.

A mi directora de tesis, Mag. Laura Daniela Orellano, por su orientación clara, su compromiso y sus valiosos aportes que enriquecieron cada etapa del trabajo.

A los docentes de la carrera, por sus enseñanzas y el marco formativo que hicieron posible esta investigación.

Y a mi familia, por su confianza. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

Resumen

La presente investigación se centró en la visibilidad que las bibliotecas escolares presentan en el entorno digital de las escuelas de gestión privada de CABA. El objetivo general fue analizar su representación en los sitios web institucionales, con el fin de identificar el lugar que ocupan y proponer estrategias que fortalezcan su presencia.

La metodología adoptada fue mixta, con un diseño no experimental y transeccional, desarrollada en tres fases. En la primera se definió la muestra mediante la identificación y depuración de los sitios web escolares. La segunda fase consistió en el análisis cuantitativo de los 118 sitios que conformaron la muestra definitiva, con el fin de relevar los elementos textuales y paratextuales que representaban a la biblioteca escolar. En la tercera fase se realizó un análisis cualitativo descriptivo de los cuatro sitios con mayor puntaje, seleccionados a partir de los resultados cuantitativos.

Los hallazgos revelaron una presencia digital nula o baja: el 91,7 % de las bibliotecas obtuvo puntajes reducidos, con una media general de 1,07 sobre 14. Esta tendencia se relaciona con una falta de priorización institucional, reforzada por el hecho de que en el 36 % de los casos la biblioteca aparece solo en secciones estáticas como Instalaciones o Infraestructura. Asimismo, se identificaron debilidades recurrentes, como la escasa mención del rol profesional, información desactualizada y un acceso limitado a servicios digitales, como catálogos en línea o materiales interactivos.

Los sitios con mayor visibilidad mostraron una integración institucional sólida y catálogos en línea operativos; sin embargo, persisten limitaciones relativas a la ausencia de la figura del bibliotecario, la baja interacción y la falta de funcionalidades de accesibilidad web.

La investigación concluye que las instituciones necesitan implementar estrategias de marketing educativo y comunicación digital que visibilicen la biblioteca, fortalezcan su presencia y resalten su valor para la comunidad educativa.

Palabras clave— Bibliotecas escolares, sitios web, marketing, escuelas, visibilidad digital.

Tabla de Contenido

CONTENIDO

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
1. Introducción.....	10
1.1. Antecedentes y justificación.....	10
1.2. Descripción del problema de investigación.....	12
1.3. Objetivos del estudio.....	13
1.3.1. Objetivo general.....	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4. Estado del arte.....	13
1.4.1. El rol de la biblioteca escolar y su adaptación al entorno digital.....	13
1.4.2. Visibilidad de las bibliotecas escolares: evidencias cuantitativas.....	14
1.4.3. Factores influyentes en la visibilidad digital.....	15
2. Marco Teórico.....	17
2.1. La escuela en el entorno digital.....	17
2.1.1. Sociedad de la información y cultura digital.....	18
2.1.2. Comunicación institucional y marketing educativo.....	19
2.1.3. El sitio web como espacio de representación y posicionamiento.....	20
2.1.4. Estrategias de visibilidad digital.....	22
2.2. La biblioteca escolar.....	25
2.2.1. Concepto y funciones.....	26
2.2.2. Las bibliotecas escolares en Argentina.....	29
2.2.3. Marketing bibliotecario.....	30
2.2.4. Visibilidad digital y rol del bibliotecario.....	32
2.2.5. Estrategias de visibilidad digital aplicadas.....	34
2.3. Análisis de sitios web educativos.....	36
2.3.1. Indicadores de evaluación para sitios web escolares.....	37
2.3.2. Indicadores de evaluación para sitios web de bibliotecas escolares....	39
2.3.3. Comparación general y tendencias.....	44
3. Metodología.....	46
3.1. Tipo de investigación y enfoque metodológico.....	46
3.2. Métodos y técnicas.....	46
3.2.1. Análisis cuantitativo: instrumento y procedimiento de recolección de datos.....	47
3.2.2. Análisis cualitativo: cuestionario.....	51
3.3. Definición y operacionalización de variables.....	53
3.4. Población y muestra.....	55

3.5. Fuentes de datos.....	55
3.6. Contexto del estudio.....	56
4. Análisis y discusión de resultados.....	58
4.1. Análisis y discusión: resultados cuantitativos.....	58
4.1.1. Primera fase: determinación de la muestra.....	58
4.1.2. Segunda fase: instrumento de evaluación.....	60
4.2. Análisis y discusión: resultados cualitativos (estudio de casos).....	69
4.2.1. Caso 1: Colegio San Martín de Tours.....	69
4.2.2. Caso 2: Colegio Pestalozzi.....	76
4.2.3. Caso 3: Instituto Libre de Segunda Enseñanza (ILSE).....	83
4.2.4. Caso 4: Instituto Sagrado Corazón (Almagro).....	90
4.2.5. Análisis de casos. Aplicación de estrategias de visibilidad.....	97
5. Conclusiones.....	101
6. Referencias bibliográficas.....	106
7. Anexos.....	114
7.1. Anexo 1: Evaluación de sitios web escolares.....	114
7.2. Anexo 2: Evaluación de sitios web de bibliotecas escolares.....	115
7.3. Anexo 3: Matriz de análisis de visibilidad.....	116
7.4. Anexo 4: Instrumento de recolección de datos (Google Forms).....	117

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1: Instrumento de evaluación cuantitativa	48
Tabla 2: Matriz de dimensiones de evaluación de sitios web escolares	114
Tabla 3: Matriz de dimensiones de evaluación de sitios web de bibliotecas	115
Tabla 4: Matriz de análisis de niveles de visibilidad de la biblioteca	116
Tabla 5: Cantidad de sitios web según puntaje	67

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1: Protocolo de navegación	50
Figura 2: Establecimientos educativos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	57
Figura 3: Resultados de la primera fase de relevamiento	59
Figura 4: Resultados de la Dimensión 1: Visibilidad	61
Figura 5: Resultados de la Dimensión 2: Contenido	63
Figura 6: Resultados de la Dimensión 3: Interacción	65
Figura 7: Niveles de visibilidad de las bibliotecas escolares	68
Figura 8: Caso 1: acceso a la biblioteca	70
Figura 9: Caso 1: Actividades de la biblioteca	71
Figura 10: Caso 1: Formación de usuarios	72
Figura 11: Caso 1: Captura de pantalla de celular	74
Figura 12: Caso 1: Nombre de la biblioteca	74
Figura 13: Caso 2: Acceso a la biblioteca	76
Figura 14: Caso 2: Página de la biblioteca	77
Figura 15: Caso 2: Acceso al catálogo	79
Figura 16: Caso 2: Novedades del catálogo	79

Figura 17: Caso 2: Versión del sitio en idioma alemán	80
Figura 18: Caso 2: Captura de pantalla de celular	81
Figura 19: Caso 3: Página de inicio	83
Figura 20: Caso 3: Catálogo en línea	85
Figura 21: Caso 3: Captura de pantalla de celular	86
Figura 22: Caso 3: Código QR para acceder al catálogo desde el celular	87
Figura 23: Caso 3: El lápiz del ILSE, maratón de lectura	87
Figura 24: Caso 3: El lápiz del ILSE, Biblioteca	88
Figura 25: Caso 4: Acceso a la biblioteca (CID)	90
Figura 26: Caso 4: Página del CID	92
Figura 27: Caso 4: Catálogo del CID	93
Figura 28: Caso 4: Biblioteca Digital del CID	94
Figura 29: Caso 4: Captura de pantalla de celular	95

1. Introducción

1.1. Antecedentes y justificación

En el año 2012, mientras finalizaba mis estudios para obtener el título de bibliotecaria, realicé un relevamiento sobre 120 libros de texto escolares publicados entre 1942 y 2012, con el propósito de identificar la presencia de la biblioteca, tanto en referencias textuales como en imágenes.

Los resultados de aquella investigación evidenciaron una inclusión escasa y en retroceso. En términos generales, su presencia resultó nula o irrelevante en la mayoría de los casos: estuvo ausente en el 45 % de los textos, y apareció de manera esporádica en el 42 %. Solo el 13 % de los libros la incorporó de forma significativa, es decir, mediante imágenes, textos o actividades vinculadas. Además, del total de apariciones registradas, el 76 % correspondió a palabras, fragmentos de textos o imágenes aisladas, sin contexto ni articulación con los contenidos pedagógicos.

La visibilidad del rol profesional también resultó mínima. Hallé el término bibliotecario/a únicamente en siete oportunidades en todo el conjunto de libros, y la figura profesional estuvo ausente incluso en capítulos dedicados específicamente a las profesiones.

Además, desde el punto de vista temporal, la investigación mostró que las menciones significativas a la biblioteca disminuyeron de forma sostenida a lo largo de los años, hasta desaparecer a partir de 2010.

En cuanto al contenido, el 71 % de los libros no incluía imágenes representativas. Las actividades propuestas se concentraban principalmente en la organización de la biblioteca del aula, relegando a un segundo plano la visita, el uso y la promoción de bibliotecas escolares o públicas. Además, temas como el acceso a la información en la web, los recursos digitales o el uso de catálogos en línea, no aparecían desarrollados en ninguno de los textos analizados.

No obstante, en aquel relevamiento identifiqué un libro para alumnos de 2° grado, editado en 1995, con características ejemplares, ya que incorporaba la biblioteca de manera transversal en distintas partes del texto, mediante imágenes, explicaciones y actividades específicamente vinculadas a ella.

Esta experiencia previa fue fundamental para orientar mi mirada hacia otros soportes y formas de representación. Si en los libros de texto observé una presencia secundaria y poco significativa de la biblioteca, me pregunté entonces si esa invisibilización se reproducía también en los espacios virtuales y si podrían existir ejemplos de integración efectiva.

Mi interés surgió al observar que, en un contexto en el que la comunicación institucional se desarrolla cada vez más en plataformas digitales, la presencia de la biblioteca escolar —como espacio pedagógico y cultural— no siempre aparece de manera visible, accesible o estratégica. Esta situación me llevó a preguntarme qué lugar ocupa realmente en los sitios web escolares y cómo esa presencia, o ausencia, puede influir en la percepción que la comunidad educativa tiene de su función.

A partir de estas inquietudes, me propuse como objetivo identificar y evaluar el grado de visibilidad de las bibliotecas en los sitios web institucionales de las escuelas privadas de CABA, así como comprender qué tipo de información se ofrece, qué recursos se ponen a disposición y de qué modo las instituciones las integran en su identidad digital. Consideré que este análisis no solo permitiría describir una situación actual, sino también aportar propuestas que contribuyan a fortalecer la presencia de la biblioteca como parte fundamental del proyecto escolar.

Desde el inicio comprendí que estudiar la visibilidad digital implicaba no solo observar la existencia formal de una sección dedicada a la biblioteca, sino también la profundidad y calidad del contenido y los recursos, la presencia del bibliotecario como referente profesional, el grado de interacción ofrecido y las estrategias comunicacionales utilizadas. En este sentido, la investigación se inscribe en un marco donde la sociedad de la información, el marketing digital y los criterios de comunicación institucional adquieren especial relevancia.

A través del desarrollo de esta tesis, busqué mostrar que la biblioteca escolar tiene un potencial significativo para posicionarse como un recurso valioso y estratégico dentro del ámbito educativo, pero que ese potencial solo puede desplegarse si su presencia en los espacios digitales es visible, accesible y acompañada de información relevante. Desde esta perspectiva, este trabajo pretende constituir tanto un diagnóstico como una invitación a repensar la manera en que las escuelas presentan y valoran a sus bibliotecas ante la comunidad educativa.

1.2. Descripción del problema de investigación

Los sitios web escolares funcionan no sólo como un medio de comunicación con las familias, estudiantes y docentes sino además como una carta de presentación ante la sociedad en general. En este contexto, la biblioteca escolar —un espacio clave de apoyo pedagógico y cultural— debería idealmente ocupar un lugar visible que refleje su valor dentro de la comunidad educativa y del proyecto institucional. No obstante, este ideal no suele verse reflejado.

En el ensayo realizado por Birari (2024), la autora resalta la poca difusión y visibilidad de las bibliotecas escolares en la sociedad actual, principalmente post-pandemia:

“La cultura se globalizó y comenzó el fenómeno digital como fuente de cultura, opinión e información. Comienzan así a concretarse falsos conceptos de culturas que menosprecian y desacreditan a la cultura académica y al conocimiento tradicional. En este sentido, las bibliotecas escolares pasaron a un segundo plano, como lugares poco entretenidos con información y conocimiento tangibles que son cuestionados y menospreciados.” (pp. 82–83)

Analizar la representación y visibilidad de las bibliotecas en los sitios web de las escuelas privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires brinda la oportunidad de evaluar no sólo la importancia que se le asigna, sino también las estrategias comunicacionales utilizadas para construir su imagen y su presencia digital.

A partir de este enfoque, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿de qué manera se representa la biblioteca escolar en los sitios web de escuelas privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?; ¿qué recursos textuales y paratextuales se utilizan para construir su presencia institucional en el entorno digital?; ¿qué tipo de información vinculada a servicios, normativa o acceso a catálogos es ofrecida —o no— en los sitios web que incluyen referencias a la biblioteca?; y ¿qué estrategias podrían proponerse para mejorar la visibilidad, el acceso y la funcionalidad de las bibliotecas escolares a través de sus representaciones digitales?

1.3. Objetivos del estudio

1.3.1. Objetivo general

Analizar la visibilidad y representación de las bibliotecas escolares en los sitios web de escuelas de gestión privada de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el fin de identificar su lugar institucional en el entorno digital y proponer estrategias que contribuyan a fortalecer su presencia y accesibilidad.

1.3.2. Objetivos específicos

Construir una muestra de sitios web de escuelas privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que incluyan referencias a sus bibliotecas escolares.

Identificar los recursos textuales y paratextuales utilizados para representar institucionalmente a las bibliotecas escolares en dichos sitios.

Analizar el tipo de información disponible sobre servicios, reglamentos, colecciones o acceso a catálogos.

Proponer estrategias para mejorar la visibilidad, el acceso y la funcionalidad de las bibliotecas escolares en sus representaciones digitales.

1.4. Estado del arte

En este apartado se presenta una revisión de la literatura existente sobre la visibilidad digital de las bibliotecas escolares, reconociendo su rol fundamental, identificando antecedentes de investigaciones afines, tendencias y la ausencia de estudios específicos, lo que justifica el presente trabajo.

1.4.1. El rol de la biblioteca escolar y su adaptación al entorno digital

Las bibliotecas escolares han sido ampliamente reconocidas por su rol pedagógico, cultural y social dentro de las instituciones educativas, dado que constituyen un espacio de aprendizaje compartido, apoyo a la labor docente y formación de hábitos lectores. Documentos de referencia como las Directrices de la IFLA (2015) y el Manifiesto actualizado de IFLA-UNESCO (2025) insisten en la necesidad de que las bibliotecas escolares cuenten con profesionales capacitados y recursos renovados, a fin de garantizar su integración efectiva en los proyectos

educativos y han enfatizado en la importancia de fortalecer su presencia en las escuelas.

En los últimos años, la expansión acelerada de las tecnologías digitales, impulsada por la pandemia, ha transformado la manera en que las bibliotecas ofrecen sus servicios y se relacionan con sus comunidades. La incorporación de catálogos en línea, plataformas educativas y recursos digitales ha abierto nuevas posibilidades de acceso a la información y a la lectura, lo que a su vez ha dado lugar a la realización de estudios sobre las transformaciones de la biblioteca en el entorno virtual.

1.4.2. Visibilidad de las bibliotecas escolares: evidencias cuantitativas

Diversos estudios han abordado la visibilidad de las bibliotecas escolares en el entorno digital, aunque estos trabajos son aún escasos y varían en sus hallazgos según el contexto geográfico y educativo.

En Argentina, un relevamiento realizado en 2010 por el Ministerio de Educación y la OEI en 583 bibliotecas escolares de las provincias de Buenos Aires, Chubut y Formosa, reveló que apenas el 2,2 % contaban con un espacio propio de difusión en la página web institucional.

En España, Miret *et al.* (2013) encontraron que las bibliotecas escolares estaban presentes en el 33,8% de los sitios web de las escuelas primarias y secundarias analizadas. Por su parte, el estudio de Cruz Palacios (2015) reveló que, de una muestra total de 340 bibliotecas escolares españolas, la mayoría apenas contaba con un blog (77,65 %); el 6,47 % disponía de una página web mientras que el 15,88 % sólo aparecía con un espacio dentro del sitio web del centro educativo, con información escasa o nula, bajo epígrafes como *Instalaciones* o *Servicios*. Estos datos reflejaron una presencia digital limitada, concentrada principalmente en espacios informales como los blogs, tanto a nivel nacional como regional. En particular, se realizaron dos estudios en escuelas primarias de las zonas de Andalucía y Extremadura y en ambos se halló que el porcentaje de bibliotecas que poseían un sitio web propio era del 17 % (Jiménez Fernández, 2013; Cremades, 2017a). Posteriormente, Tardío Crespo y Álvarez-Álvarez (2018) realizaron un estudio sobre las páginas web institucionales de escuelas secundarias en la zona de Cantabria, en el cual observaron que el 66,67 % mencionaban a la biblioteca escolar, sin dar más detalles sobre su presencia.

En São Paulo, Brasil, Camillo *et al.* (2019) analizaron sitios web de escuelas privadas, de enseñanza primaria, del Municipio de Ribeirão Preto y hallaron que el 41 % de ellos mencionaban la palabra *biblioteca* en alguna parte.

Por otra parte, el estudio de Becher (2015) sobre la visibilidad de las bibliotecas universitarias reveló que el 85 % de las 357 universidades analizadas incluían, en mayor o menor medida, a sus bibliotecas en sus sitios web institucionales. Este dato refleja un mayor grado de reconocimiento digital, lo que contrasta con otras áreas educativas que aún enfrentan desafíos en términos de representación y accesibilidad en línea.

En conclusión, los estudios analizados evidencian un reconocimiento cada vez mayor de la necesidad de visibilizar las bibliotecas; sin embargo, su presencia no es homogénea y varía considerablemente según el tipo de institución y el nivel educativo.

1.4.3. Factores influyentes en la visibilidad digital

Más allá de la mera presencia, la forma en que las bibliotecas son representadas en los sitios web revela aspectos clave sobre su valoración institucional. Tal como señaló el estudio de Camillo *et al.* (2019), en Brasil el principal interés por parte de los centros educativos fue vincular la imagen de su biblioteca con los recursos físicos y de información, mencionando en segundo lugar otros recursos como humanos y financieros. Las pocas imágenes incluidas a menudo no correspondieron al enfoque textual enfatizado. Asimismo, consideraron que, si bien se veía manifiesta la idea de la biblioteca como espacio educativo, se trataba solamente de un discurso vago y desprovisto de esfuerzos por parte de las escuelas para convencer de sus usos y de la importancia que reviste en el ámbito escolar. Llegaron a la conclusión de que el bibliotecario escolar tampoco estaba incluido en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Esta falta de integración y de representación puede interpretarse también desde la perspectiva del marketing institucional: lo que no se comunica tiende a ser percibido como inexistente o irrelevante. En este sentido, la ausencia de la biblioteca en la comunicación digital transmite un mensaje implícito de menor inversión o compromiso institucional con el aprendizaje integral (Camillo *et al.* 2019).

En línea con esta perspectiva, Becher (2015) analizó la visibilidad de las bibliotecas en sitios web de educación superior, partiendo de la premisa de que la

presencia en línea es tan relevante como la física. Sus hallazgos, aunque centrados en un nivel educativo diferente, resultan extrapolables al ámbito escolar. Becher observó que la visibilidad de la biblioteca en la página de inicio o en enlaces internos puede reflejar la importancia que la institución le otorga. En particular, encontró que las instituciones públicas tienden a darle mayor visibilidad, mientras que las privadas suelen ubicarla en enlaces internos, alineándose con un enfoque de marketing comercial. Los sitios web más orientados a brindar servicios a los estudiantes posicionan a la biblioteca de manera más prominente. Entre las causas de la invisibilidad, identificó el enfoque de la institución, su situación financiera y el nivel de formación ofrecido, todos estrechamente vinculados con las estrategias de marketing adoptadas: “What the institution perceives as the function of its website is very influential, and that perception is itself influenced by the institution's financial status and the level of degrees it offers in relation to marketing.” (p. 628).

Los estudios sobre el tema permiten comprender que la visibilidad digital de las bibliotecas escolares está determinada por factores multidimensionales. Álvarez-Álvarez (2017) y Cruz Palacios (2015) destacan en sus investigaciones la importancia de contar con una presencia en línea sólida, accesible y funcional. Asimismo, subrayan que la información ofrecida debe ser de alta calidad, mantenerse actualizada y responder a las necesidades de las distintas audiencias. En esta misma línea, Palma Gil (2023) sostiene que la biblioteca, en el entorno digital, debe reflejar el trabajo pedagógico y funcionar como una herramienta de interacción y apoyo para toda la comunidad escolar.

A pesar de los avances y los antecedentes mencionados, los estudios existentes revelan que la visibilidad digital de las bibliotecas escolares varía considerablemente según el contexto y el nivel educativo. Específicamente, el caso de las escuelas privadas en Argentina se presenta como un ámbito poco abordado en la literatura académica.

La presente tesis busca llenar este vacío al analizar la visibilidad y representación de las bibliotecas en los sitios web de escuelas de gestión privada de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, identificando su lugar institucional en el entorno digital y proponiendo estrategias para fortalecer su presencia y accesibilidad.

2. Marco Teórico

2.1. La escuela en el entorno digital

El modelo de escuela tradicional se desarrolló alrededor de la cultura impresa y la difusión del conocimiento a través de los libros de texto. La transición de lo impreso a lo digital transformó las formas de producción, circulación y consumo de la información, al tiempo que revolucionó tanto los formatos culturales como las estructuras educativas.

Más allá de la implementación de transformaciones pedagógicas en la enseñanza, también se produjeron cambios dentro del ámbito de la gestión escolar. Las instituciones han incorporado progresivamente medios digitales para organizar y gestionar sus tareas cotidianas. Así, los procesos de matriculación, las convocatorias de reuniones, el intercambio de formularios y documentación administrativa, junto con la elaboración y el almacenamiento de planes de estudio, evaluaciones y materiales didácticos, se realizan de manera habitual mediante plataformas en línea, lo que agiliza la comunicación interna y externa.

En este entorno digital, las páginas web escolares han evolucionado más allá de ser simples espacios informativos. Hoy representan medios virtuales estratégicos que combinan comunicación institucional, gestión educativa, herramientas pedagógicas y marketing. Estas plataformas permiten a las escuelas conectar con su comunidad, transmitir su identidad y su ideario y atraer nuevas familias (Tardío Crespo y Álvarez-Álvarez, 2018). Una página web bien diseñada facilita la comunicación entre la escuela y sus públicos clave: estudiantes, familias, docentes y sectores externos vinculados. Las secciones como *Quiénes somos*, *Noticias*, *Eventos*, *Calendario escolar* y *Contacto* permiten mantener informada a la comunidad educativa, mientras que los formularios interactivos y los enlaces a plataformas como Moodle o Google Classroom agilizan la gestión escolar. Sumado a que fomentan las actividades extracurriculares como deportes, arte, música y proyectos comunitarios. Otro espacio destacado suele ser el de *Admisiones*, destinado a atraer y a gestionar el ingreso de nuevos postulantes (Álvarez-Álvarez, 2017).

En conclusión, los sitios web escolares actúan como una herramienta estratégica que proyecta la identidad institucional en el entorno digital, integrando la

misión, la visión y el modelo pedagógico en coherencia con los objetivos de la institución.

2.1.1. Sociedad de la información y cultura digital

La transformación social consecuencia del desarrollo tecnológico ha dado lugar al concepto de sociedad de la información. Este concepto hace referencia a un modelo en el que el acceso, producción y circulación de información se convierten en ejes centrales de la vida económica, cultural y educativa. Rendón Rojas (2001) lo describe cuando afirma que “los individuos para actuar deben de estar, como siempre, informados, pero ahora de manera actualizada y constante; sus instrumentos de trabajo, educación, recreación, vida cotidiana, relación interpersonal están permeados por la información *tecnologizada*” (p. 15).

La educación y en especial las bibliotecas, se ven directamente atravesadas por los cambios tecnológicos, los cuales impactan tanto en sus prácticas como en sus formas de interacción con la comunidad.

En este contexto, Martínez *et al.* (2020), reflexionan sobre los desafíos de la revolución tecnológica en América Latina, una región con altos niveles de desigualdad social. Sostienen que, si bien el avance de la tecnología genera nuevas oportunidades para la inclusión social, también se debe poner especial atención en que no amplíe las brechas existentes ni derive en mayores desigualdades en el acceso a dispositivos, conectividad y competencias digitales. Asimismo, describen una forma emergente de analfabetismo:

“Si hace 50 años el no saber leer y escribir era una barrera para la inclusión y desarrollo de las personas, hoy lo es también el no saber interactuar con las nuevas tecnologías ni adaptarse a sus recurrentes cambios. Así, al concepto tradicional de alfabetización se suma un nuevo concepto de alfabetización digital” (p. 36).

En la misma línea, Suaiden (2007) advierte que a lo largo de la historia, los avances tecnológicos han buscado mejorar la calidad de vida, pero no han beneficiado a todos por igual, perpetuando desigualdades sociales. En su análisis explica que el concepto de Tercer Mundo surgió para describir a los países subdesarrollados, en contraste con el Primer Mundo (países ricos) y el Segundo Mundo (economías socialistas) y que actualmente, se habla del Cuarto Mundo, que representa la exclusión social presente en todas partes del planeta.

En un modelo de desarrollo desigual, la revolución tecnológica puede intensificar la exclusión si no se gestiona adecuadamente. Por ejemplo, distribuir computadoras sin una estrategia de acompañamiento y capacitación no garantiza la inclusión en la sociedad digital. Enfatiza la importancia de que las instituciones educativas, en especial las bibliotecas, garanticen que las tecnologías contribuyan a la equidad y no a la exclusión, ya que tienen el potencial de convertirse en una herramienta fundamental para la educación, particularmente en lo relacionado con el aspecto social del conocimiento (Suaiden, 2007).

La pandemia profundizó estos procesos al acelerar la integración de herramientas digitales en la educación. Calo (2022), en su estudio sobre el rol de los bibliotecarios escolares en el Partido de General Pueyrredón, expone cómo la emergencia sanitaria obligó a incorporar plataformas y recursos digitales, posicionando a la biblioteca y fundamentalmente al bibliotecario como un mediador entre los estudiantes, los docentes y la información. Esta situación puso de manifiesto la importancia de la alfabetización digital y del acompañamiento profesional en el uso de entornos virtuales, tarea en conjunto entre escuela y biblioteca.

2.1.2. Comunicación institucional y marketing educativo

La comunicación institucional en el ámbito educativo involucra el conjunto de estrategias que una institución utiliza para transmitir su identidad, su misión y objetivos, su ideario y sus propuestas pedagógicas, tanto a sus destinatarios internos como externos. Esta comunicación no se limita a informar, sino que también construye vínculos, genera confianza y fortalece el sentido de pertenencia. Una gestión eficaz de este proceso posibilita dar visibilidad a los logros académicos y a los proyectos innovadores, al mismo tiempo que promueve los valores y la cultura organizacional, consolidando la relación con las familias y atrayendo a nuevos estudiantes mediante la difusión de su propuesta educativa (Paz Muñoz, 2025).

En este escenario, el marketing educativo se presenta como un complemento estratégico de la comunicación institucional, ya que permite a la escuela diferenciar su oferta, destacar su propuesta formativa y reforzar su vínculo con la comunidad escolar a través de mensajes claros y distintivos (Camillo *et al.*, 2019). En este sentido, puede entenderse el marketing educativo como el “proceso de investigación de las necesidades sociales tendiente a desarrollar y llevar a cabo proyectos

educativos que las satisfagan” (Manes, 1997, citado por Bur, 2014, p. 48), lo que evidencia su rol esencial para alinear la misión institucional con las demandas de la sociedad.

Sin embargo, se suele asociar erróneamente el concepto de marketing con las ventas o el comercio, como si ese fuera su principal objetivo. A esto se suma el prejuicio de que se trata de una herramienta que carece de ética y que busca que la organización consiga sus metas aplicando cualquier medio para lograrlo, incluso si estos resultan cuestionables. Por el contrario, su finalidad es identificar las necesidades de los consumidores para luego crear y ofrecer bienes y/o servicios que los satisfagan, promoviendo una relación mutuamente beneficiosa (Camillo *et al.*, 2019).

En el ámbito específico del marketing aplicado a la educación, su propósito central consiste en fomentar el crecimiento integral de los individuos mediante la oferta de servicios educativos que se fundamentan en estándares de calidad y en la mejora constante de la institución educativa (Bur, 2014).

Cuando se trata de servicios educativos, deben tenerse en cuenta sus características distintivas: son intangibles, no pueden ser evaluados antes de ser adquiridos, no se tiene propiedad sobre ellos, el usuario es parte del servicio, son variables ya que pueden cambiar según quién los brinda, cómo se imparten y en qué contexto se desarrollan, no pueden almacenarse y no pueden patentarse. (Bur, 2014). Estas características impactan de manera directa en la forma en que se ofrecen estos servicios.

En resumen, el marketing educativo permite a las instituciones identificar las necesidades de su público objetivo real y potencial —principalmente los estudiantes y sus familias— y diseñar propuestas de valor que respondan eficazmente a esas demandas. A través de estrategias específicas, el marketing conecta lo que la escuela ofrece y lo que su público busca, generando beneficios tanto para la organización como para su comunidad educativa.

2.1.3. El sitio web como espacio de representación y posicionamiento

Desde el enfoque del marketing institucional, el sitio web escolar se destaca como la principal vía de posicionamiento y comunicación estratégica de las escuelas en el entorno digital. En un contexto marcado por la digitalización de los procesos educativos, la diversificación de la oferta escolar y la creciente competencia entre

instituciones privadas, estos sitios han dejado de ser simples espacios informativos para ofrecer una imagen integral del proyecto educativo. La visibilidad en línea se ha transformado en un factor clave para atraer nuevas familias, consolidar vínculos con la comunidad educativa y proyectar la identidad de la institución hacia el exterior (Álvarez-Álvarez, 2017; Camillo *et al.*, 2019).

A partir de esta perspectiva, Álvarez-Álvarez (2017) identifica tres grandes tendencias en la creación de sitios en línea: la orientación hacia el contenido, la enfocada en el marketing y la centrada en la comunicación con los visitantes. Esta última, aunque considerada la más adecuada para desarrollar portales alineados con los principios de la web 2.0 —al promover la interacción activa con los usuarios—, es también la menos explorada en la práctica. En este marco, el autor subraya la importancia de cuidar la presentación del sitio institucional, ya que cada decisión relacionada con el diseño, la estructura informativa, la redacción de los textos o la selección de imágenes contribuye a construir un relato digital coherente con los valores, objetivos y prioridades del establecimiento. El sitio web no sólo comunica lo que la escuela hace, sino también cómo desea ser percibida por su comunidad y por el entorno social más amplio. Los elementos visuales y textuales no son neutros. La paleta cromática, el estilo discursivo, la organización del menú de navegación y la inclusión o exclusión de determinadas secciones —como la biblioteca escolar, las actividades extracurriculares, los logros estudiantiles o los espacios de participación familiar— funcionan como indicadores de las prioridades institucionales.

En la misma línea, Palma Gil *et al.* (2023) sostienen que el diseño de una página web educativa debe responder a orientaciones pedagógicas claras y ser coherente con la misión, visión y valores de la institución. Su ausencia, desactualización o desorganización puede transmitir una imagen institucional poco sólida o incoherente con el discurso educativo que se desea proyectar.

Por lo tanto, el sitio web no solo cumple una función informativa y formativa, sino también una función representativa. Lo que se muestra y lo que se omite conforman un relato institucional que impacta en la percepción pública de la escuela. Especialmente en el sector privado, donde la competencia es más visible, la comunicación digital se convierte en un recurso estratégico para diferenciarse, consolidar la identidad institucional y alinear la propuesta educativa con las expectativas de las familias y de la comunidad en general. En este marco, la presencia o ausencia de la biblioteca escolar en el sitio web puede leerse como un

indicador de valoración estratégica, en tanto lo que se comunica explícitamente refleja las prioridades que la institución desea proyectar hacia su comunidad.

Si bien la no inclusión de la biblioteca puede interpretarse como un déficit en las estrategias de marketing, la omisión no es neutra, también comunica, ya que aquello que no se muestra transmite igualmente un mensaje implícito. La ausencia o mínima representación de la biblioteca refleja una jerarquización de valores, donde otras áreas (como deportes, idiomas, artes o actividades extracurriculares) se exhiben como pilares institucionales, mientras la biblioteca queda relegada o invisibilizada. Una escuela que no visibiliza su biblioteca proyecta una imagen donde el acceso a la información, la lectura crítica y la alfabetización informacional parecen ocupar un lugar menor frente a otros factores orientados a atraer familias o a mejorar su posicionamiento en la comunidad.

En cambio, aquellas instituciones que le otorgan visibilidad a la biblioteca consolidan un discurso institucional coherente con los desafíos de la sociedad de la información y del conocimiento, posicionándola como un recurso estratégico y no accesorio. Así, la invisibilidad de la biblioteca en este espacio no es solo una omisión táctica de marketing, sino que transmite un mensaje sobre el lugar que la institución le asigna dentro de su propuesta educativa (Becher, 2015; Camillo *et al.*, 2019)

2.1.4. Estrategias de visibilidad digital

En la era digital, la visibilidad institucional depende en gran medida de una presencia activa y accesible en los entornos virtuales. Este principio no sólo se aplica a las escuelas en su conjunto, sino también a la biblioteca escolar: su inclusión en el sitio web institucional no solo potencia su visibilidad, sino que además constituye un indicador de su integración en el proyecto pedagógico y de la valoración que le otorga el equipo directivo.

Desde el enfoque del marketing educativo, Bur (2014) sostiene que captar, fidelizar y retener alumnos implica diseñar propuestas atractivas y alineadas con los valores institucionales, ofreciendo al mismo tiempo un valor diferencial que supere al de la competencia.

En esta línea, las escuelas pueden aplicar diversas estrategias de visibilidad digital, entre las que se destacan:

a. Diseño web coherente con la identidad institucional

El diseño visual del sitio web escolar no solo debe ser estéticamente atractivo, sino reflejar la identidad del establecimiento. Esto implica la elección de la paleta cromática, la tipografía, el logotipo y los elementos gráficos que transmitan coherencia con el proyecto educativo. Como señalan Palma Gil, *et al.* (2023), la estética del sitio comunica, en sí misma, una visión pedagógica y una orientación institucional.

b. Narrativa digital orientada a la comunidad¹

El contenido textual y visual debe construir un relato institucional que dialogue directamente con las familias, estudiantes, docentes y otros actores del entorno social. Se enriquece mediante testimonios, relatos de experiencias escolares, logros académicos y culturales, así como mensajes de bienvenida del equipo directivo, que refuercen el sentido de pertenencia y de identidad colectiva.

Según Álvarez-Álvarez (2017), dado que cualquier persona —sin importar su ubicación geográfica, edad, intereses o vínculo con la institución— puede acceder a la web, el verdadero desafío consiste en ofrecer contenidos que sean útiles, precisos, íntegros, pertinentes y permanentemente actualizados. En relación con la utilidad, el autor subraya la importancia de que los contenidos respondan a las necesidades de los tres actores fundamentales: alumnos, docentes y familias. No obstante, su investigación revela una marcada desigualdad en la percepción de utilidad: mientras que el 66 % de las familias considera útil la información publicada, solo el 34 % de los docentes y el 31 % del alumnado comparten esa valoración. Esta disparidad evidencia la necesidad de replantear los criterios de los contenidos, priorizando una estrategia más inclusiva y equitativa que integre el uso de texto, imagen, animación, video y sonido para favorecer la interacción.

c. Incorporación de secciones claves para la imagen institucional

La imagen institucional de una escuela se construye además mediante la inclusión estratégica de secciones específicas. La estructuración del sitio web

¹ En este contexto se entiende por narrativa digital a una forma de relato construido mediante recursos textuales, visuales, hipertextuales y multimedia, que permite representar el proyecto educativo en el espacio virtual. Moreira-Chóez (2021) define las narrativas digitales como sistemas de lenguajes que integran texto, imagen, animación, video y sonido y que posibilitan la interacción, lo que las convierte en un recurso clave para generar vínculos con los distintos actores de la comunidad educativa. De este modo, la narrativa digital no solo informa, sino que dialoga, emociona, fortalece vínculos y posiciona a la institución.

escolar debe responder a una lógica comunicacional que refleje los rasgos distintivos de la institución.

Por ejemplo, la inclusión de una sección dedicada a la biblioteca escolar, cuya presencia ha demostrado ser un indicador de compromiso con el acceso a la información y el desarrollo de la competencia lectora (Camillo *et al.*, 2019), otras secciones como las que informan sobre las actividades extracurriculares, los proyectos institucionales, la participación de las familias, los servicios de orientación escolar, los espacios de inclusión y diversidad, o el uso de tecnologías educativas, resultan fundamentales para brindar una imagen integral de la escuela.

Cada una de estas secciones actúa como un espacio de visibilidad que permite destacar fortalezas institucionales específicas. Por ejemplo, incluir proyectos comunitarios o acciones de responsabilidad social posiciona a la escuela como un agente activo en su entorno. Del mismo modo, una sección que presente iniciativas como el uso de plataformas virtuales o experiencias con robótica y pensamiento computacional, refuerza su perfil como institución moderna y adaptada a los desafíos tecnológicos actuales.

d. Actualización periódica

Los sitios web estáticos tienden a perder relevancia y posicionamiento. La publicación regular de novedades, eventos, actividades pedagógicas y contenidos multimedia genera una imagen institucional dinámica, abierta y comprometida con su comunidad.

Palma Gil *et al.* (2023) señalan que mantener actualizada una página web permite ofrecer contenidos renovados y de mayor calidad, logrando captar nuevos usuarios y conservar el interés de los existentes, en un entorno digital caracterizado por su constante evolución.

Por el contrario, la presencia de contenidos antiguos o desactualizados puede generar desconfianza y alejar a los usuarios. En cambio, mantener la información vigente favorece su interés y los motiva a regresar (Jiménez Fernández, 2013).

e. Accesibilidad y usabilidad

Una página institucional debe ser fácilmente navegable, accesible desde distintos dispositivos y amigable para usuarios con diferentes niveles de alfabetización digital. Autores como Palma Gil *et al.* (2023) y Rodríguez Palchevich (2019) destacan además la importancia de tener en cuenta la accesibilidad para personas con discapacidad visual y/o auditiva y la accesibilidad multilingüe.

En consonancia, González Mateos y Faba Pérez (2016) y Rodríguez Palchevich (2019) recomiendan modelos de evaluación que consideren estos aspectos, ya que la accesibilidad incide directamente en la equidad y en la percepción de calidad institucional.

En este punto cabe aclarar la diferencia entre accesibilidad y usabilidad. Rodríguez Palchevich (2019) aporta conceptos muy definidos: por un lado la accesibilidad se aplica a todos los usuarios, tanto internos como externos, por eso la autora afirma que es universal, mientras que la usabilidad es específica, para determinados destinatarios y en un contexto de uso puntual. Es decir, el sitio web debe ser accesible para todos los públicos pero necesariamente debe ser usable para su audiencia específica que es su comunidad educativa (alumnos, docentes, familias). En línea con esta distinción, la autora destaca tres vertientes que aportan estrategias de diseño de entornos digitales accesibles y usables: Diseño Universal, Experiencia de Usuario y Lectura Fácil. Para el presente trabajo se tomarán en cuenta las que se enmarcan dentro de Experiencia de Usuario. Estas estrategias tienen su origen en el área de marketing y su objetivo es desarrollar espacios virtuales, servicios y productos que “generen percepciones y vivencias positivas en sus usuarios” (p. 14), destacando la importancia de tomar en cuenta el componente afectivo como factor esencial para alcanzar el éxito.

2.2. La biblioteca escolar

En el marco de esta investigación, se adopta como referencia la definición de biblioteca escolar formulada por la IFLA (2015): “una biblioteca escolar es el espacio de aprendizaje físico y digital de una escuela donde la lectura, la indagación, la investigación, el pensamiento, la imaginación y la creatividad son fundamentales en el viaje de la información al conocimiento de los estudiantes y para su crecimiento personal, social y cultural.” (p. 17)

Esta concepción integral de la biblioteca escolar como espacio dinámico de aprendizaje se articula con su rol dentro del sistema educativo. Como sistema de información, la biblioteca escolar funciona simultáneamente como un subsistema dentro del macrosistema escolar. En consecuencia, su funcionamiento y alcance están condicionados por el lugar que le asigna la institución educativa, siendo esta última la que define las directrices generales. Así, la biblioteca escolar desarrolla sus

propias funciones específicas, pero también contribuye al cumplimiento de los objetivos y metas institucionales (Sleimen *et al.*, 2016).

En un escenario marcado por el desarrollo constante de las tecnologías de la información, se vuelve necesario examinar el modo en que las bibliotecas escolares se integran en los entornos digitales actuales. Desde los inicios de la web, se ha fomentado el desarrollo de las denominadas bibliotecas 1.0 y 2.0 como herramientas indispensables para la evolución integral de las personas en la sociedad de la información. Estas bibliotecas juegan un papel destacado en la alfabetización informacional, permitiendo a los usuarios acceder a una gran cantidad de información de manera rápida, segura y eficiente. Sin embargo, en una primera aproximación, no es fácil encontrar bibliotecas escolares que ofrezcan sus productos y servicios en internet (Furtado, 2009).

La masificación del acceso a la información digital y el predominio de los medios audiovisuales son dos factores que han impactado negativamente en las bibliotecas escolares. Por un lado, el acceso generalizado a la información a través de la web ha llevado a los usuarios a subestimar el valor de las bibliotecas como intermediarias. Por otro lado, el formato impreso sigue siendo predominante en las colecciones bibliotecarias, y debido a la cultura audiovisual y en muchas ocasiones a la comodidad o a la falta de tiempo, los usuarios tienden a evitar las fuentes impresas. En esta sociedad marcada por la información digital, la biblioteca escolar se posiciona como un puente entre la tecnología y el aprendizaje tradicional (Birari, 2024; Fernández Marcial, 2004). En coincidencia, la IFLA (2015) destaca la misión de la biblioteca escolar: “proporciona información e ideas que son fundamentales para desenvolverse exitosamente en la actual sociedad de la información y el conocimiento.” (p. 17)

2.2.1. Concepto y funciones

La biblioteca escolar ha dejado de concebirse únicamente como un espacio destinado al almacenamiento y préstamo de libros. Hoy se reconoce como un apoyo pedagógico estratégico para el desarrollo integral de los estudiantes. Este nuevo concepto de biblioteca escolar propone convertirla en un espacio de aprendizaje activo, en un lugar donde tanto alumnos como docentes puedan trabajar de manera participativa, compartir ideas y desarrollar experiencias. Además, fomenta la autonomía y la responsabilidad de los estudiantes, y se convierte en un ambiente

ideal para aprender a usar fuentes de información y disfrutar de la lectura como actividad recreativa (Gómez Hernández, 2002; Restrepo Nieto, 2023).

La biblioteca debe contar con materiales variados: desde libros impresos hasta fotografías, mapas, CD, películas y recursos digitales como programas informáticos, bases de datos en línea y acceso a Internet. Esta diversidad enriquece el aprendizaje y abre nuevas posibilidades para explorar el conocimiento. Aunque estos materiales puedan estar distribuidos por distintos espacios del colegio, la gestión debe ser centralizada. Esto significa que todo lo que esté relacionado con la información debe estar organizado y supervisado desde la biblioteca, garantizando su disponibilidad para toda la comunidad educativa. Asimismo, es importante que el bibliotecario escolar sea un profesional de la información y que organice toda su gestión de modo integrado a la institución, para hacer que la biblioteca forme parte del proyecto educativo (Gómez Hernández, 2002).

Desde otra perspectiva, Birari (2024) entiende la biblioteca escolar como un espacio en donde se cuestionan los discursos dominantes y se promueven experiencias colectivas de apropiación del conocimiento. Con el surgimiento de un nuevo paradigma impulsado por el uso intensivo de redes sociales y plataformas de streaming, las bibliotecas —especialmente las escolares— han adquirido un rol como espacios contraculturales. En ellas es posible desarrollar una amplia variedad de actividades que trascienden los contenidos curriculares tradicionales, incorporando enfoques vinculados a los derechos humanos, la justicia social, la equidad de género y la inclusión, con el objetivo de promover tanto la conciencia de clase como la empatía.

Esta visión crítica se complementa con el enfoque propuesto por la IFLA (2015), que destaca la función esencial de la biblioteca escolar como facilitadora del acceso físico e intelectual a la información. En este sentido, la biblioteca no solo actúa como puerta de entrada a una sociedad centrada en el conocimiento, sino que también ofrece recursos digitales alineados con el contenido curricular, la diversidad cultural y los intereses particulares de sus usuarios. Así, ambas perspectivas convergen en reconocer a la biblioteca escolar como un espacio dinámico, inclusivo y comprometido con el desarrollo integral de la comunidad educativa.

En consonancia, la versión actualizada del Manifiesto de IFLA/UNESCO (2025) refuerza el rol esencial que desempeña la biblioteca escolar. En dicho documento se detallan con claridad las múltiples funciones que debe asumir: orientar

e instruir a los estudiantes con la guía de profesionales bibliotecarios capacitados; apoyar el plan de estudios institucional y los objetivos educativos de la escuela; ofrecer un entorno seguro de aprendizaje; gestionar y presentar recursos educativos variados; fomentar la lectura; formar a los estudiantes como usuarios éticos de la información; estimular el uso de la biblioteca durante toda la vida como hábito cultural y educativo; fomentar la participación activa de toda la comunidad en el proyecto de biblioteca escolar; defender la libertad intelectual y el acceso a la información como pilares de una ciudadanía democrática; ofrecer formación profesional continua para docentes y personal escolar, especialmente en recursos, tecnologías y metodologías actuales y finalmente trabajar para reducir la brecha digital y otros tipos de exclusión educativa y social.

En contraste con lo señalado anteriormente, la revisión de la literatura realizada por Furtado (2009) concluye que las bibliotecas escolares carecen de visibilidad y desempeñan un papel limitado dentro de la comunidad educativa. Como resultado, no logran cumplir eficazmente su función en la sociedad de la información, especialmente porque su vínculo con las tecnologías es restringido ya que las utilizan únicamente para tareas de procesamiento, organización y recuperación de la colección, sin integrarlas plenamente en prácticas pedagógicas.

En la misma línea, estudios más actuales como el de Silva (2023) advierten que las bibliotecas escolares suelen ocupar un rol secundario, al ser percibidas como espacios destinados al ocio o utilizados por los estudiantes únicamente en los momentos libres para realizar tareas y trabajos grupales. Esta percepción limita su impacto en el proceso educativo y les resta relevancia como centros de aprendizaje, apoyo pedagógico y formación integral. Coincidiendo con esta mirada, Birari (2024) sostiene que la globalización cultural y la consolidación del entorno digital relegaron a las bibliotecas escolares a un papel reducido, comúnmente percibidas como espacios estáticos y vinculados principalmente con recursos de información impresos.

Estas perspectivas coinciden en destacar cómo ciertos imaginarios y cambios culturales han desdibujado el rol pedagógico de la biblioteca escolar. De allí surge la necesidad de una mayor difusión de sus funciones, recursos y potencialidades, a fin de reposicionarlas como un componente estratégico de la vida escolar y no como un espacio secundario.

2.2.2. Las bibliotecas escolares en Argentina

Las bibliotecas escolares en Argentina han atravesado diferentes etapas de institucionalización y desarrollo, en muchos casos marcadas por desigualdades regionales, limitaciones presupuestarias y la falta de políticas sostenidas. No obstante, el país cuenta con marcos normativos que reconocen su importancia.

Un hito relevante en este sentido fue la sanción de la Ley N° 14473 del Estatuto del Docente (1959), en la que se creó el cargo de bibliotecario, junto con sus distintos escalafones, para todas las modalidades de enseñanza escolar. Asimismo, se establecieron las normas de ingreso a cada uno de ellos, siendo la condición principal poseer un título de bibliotecario otorgado por una autoridad oficial.

Con la transferencia de los servicios educativos de jurisdicción nacional a la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires en 1978, las bibliotecas escolares de CABA experimentaron un proceso de descentralización y quedaron bajo la órbita del Área de Extensión Educativa Municipal. Más adelante, en 1989, su dependencia pasó a la Secretaría de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, organismo al que continúan vinculadas en la actualidad (Cavalleri, 2019).

Este proceso de desarrollo se consolidó con la Ley de Educación Nacional N° 26206 sancionada en el año 2006, que estableció en su artículo 91 el compromiso del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología —en acuerdo con el Consejo Federal de Educación— de fortalecer las bibliotecas existentes, asegurar su creación en los establecimientos que aún no las poseen, y promover de manera permanente el acceso al libro y la lectura. (Ley 26206, 2006)

En cumplimiento de lo arriba mencionado, en el año 2014 se sanciona la Ley N° 26917 con el fin de crear el Sistema Nacional de Bibliotecas Escolares y Unidades de Información Educativas, integrado por bibliotecas escolares, archivos, centros de documentación, bibliotecas pedagógicas y museos en todos los niveles y modalidades del sistema educativo, tanto público como privado, en todo el país. Su objetivo principal es garantizar la igualdad en el acceso a la información y al conocimiento, preservar el patrimonio educativo y fomentar la lectura crítica, la diversidad cultural y el desarrollo de competencias informacionales en la comunidad educativa. La norma establece como autoridad de aplicación al Ministerio de Educación de la Nación, a través de la Biblioteca Nacional de Maestros, encargada de coordinar, capacitar al personal, brindar asistencia técnica, monitorear el

funcionamiento y asegurar la asignación de recursos. También define condiciones mínimas para cada unidad (acervo documental, organización técnica, espacio adecuado, tecnología y personal profesional). En ella también se resalta la importancia de la difusión de los servicios y productos en función de las necesidades de la comunidad del sistema educativo y de sus usuarios (Ley 26917, 2014).

Según el diagnóstico elaborado por el Ministerio de Educación y la OEI en el año 2010, la mayoría de las escuelas evaluadas (583 establecimientos) contaba con algún tipo de biblioteca o espacio destinado a la lectura, solamente en el 5,8 % no existían servicios bibliotecarios. La mayoría de los directivos de las escuelas sin biblioteca (68,7 %) atribuyó esta carencia a no contar con un cargo de bibliotecario, en menor medida, mencionaron la falta de presupuesto (38,8 %) y de materiales (28,8 %). Esto demostró que, para ellos, lo más importante no era contar con los recursos físicos o financieros, sino con una persona responsable que gestionara de manera eficiente el funcionamiento de la biblioteca. Por otra parte, consultados todos los actores intervinientes (directivos, bibliotecarios, docentes y alumnos) sobre qué aspecto deseaban que se mejorara, ellos coincidieron (>70 %) en desear que la biblioteca contara con más equipamiento tecnológico y acceso a internet (Ministerio de Educación y OEI, 2010)

Este escenario se vio profundizado durante la pandemia, cuando las desigualdades digitales pusieron en evidencia las falencias estructurales del sistema educativo. En su investigación sobre el uso de herramientas digitales por parte de bibliotecarios, Calo (2022) destacó que, ante la emergencia sanitaria, los bibliotecarios asumieron un rol activo en la generación y difusión de contenidos digitales. Lograron continuar con sus funciones adaptándose a las necesidades escolares mediante la digitalización de la información y la implementación de estrategias como blogs institucionales, redes sociales y bibliotecas digitales.

En el contexto actual, resulta crucial no solo fortalecer el equipamiento de las bibliotecas escolares, sino también garantizar su visibilidad institucional, tanto física como digital, para que cumplan su función educativa e inclusiva.

2.2.3. Marketing bibliotecario

El marketing bibliotecario constituye una herramienta clave para fortalecer la visibilidad, la identidad institucional y la conexión con la comunidad educativa. A diferencia de los modelos comerciales tradicionales, el marketing en el ámbito

bibliotecario prioriza la construcción de vínculos significativos, el acceso a los recursos informativos y el posicionamiento de la biblioteca como un servicio esencial. Como señala Fernández Marcial (2004), se trata de un marketing no convencional, centrado en el valor social del servicio más que en su rentabilidad económica.

Como se mencionó anteriormente, el término marketing se suele asociar con las ventas o las actividades comerciales, como si ese fuera su principal objetivo. Desde esa perspectiva, la biblioteca escolar, que no cobra por sus servicios, no tendría motivos para desarrollar un plan de marketing. Sin embargo, esta concepción resulta equivocada porque el verdadero propósito del marketing es satisfacer necesidades. Los bibliotecarios trabajan con personas con distintas necesidades de información, por lo tanto, el marketing puede ayudar a conocer a sus usuarios y a satisfacer sus necesidades de forma más eficaz, promocionando la biblioteca (Coral, 2012).

En las bibliotecas universitarias, especializadas o públicas, la relevancia del marketing suele resultar más evidente. En cambio, en las bibliotecas escolares se tiende a considerar innecesario, bajo la premisa de que estudiantes y docentes requieren de sus servicios para apoyar los procesos de enseñanza y de aprendizaje. No obstante, el uso inadecuado de estas bibliotecas —ya sea por prácticas de los docentes, decisiones administrativas o incluso por la ausencia de personal bibliotecario especializado— genera que los estudiantes no las perciban ni utilicen en su verdadero potencial. El marketing puede contribuir a acercar a los estudiantes a la biblioteca, transformando su percepción para que no la vean como un espacio de silencio, restricciones o sanciones, sino como un entorno amigable que apoya y facilita sus procesos de estudio e investigación (Coral, 2012).

Desde otra perspectiva, De Lima *et al.* (2023) señalan que el marketing, el marketing digital y especialmente el neuromarketing, siguen siendo estrategias subutilizadas en muchas bibliotecas escolares e institucionales y que aún persiste una subestimación de su potencial. Según los resultados de su estudio, las bibliotecas carecen de planificación específica en materia comunicacional y no aprovechan herramientas digitales para captar la atención de su público objetivo. Destacan que el marketing permite una mejor inversión de los recursos financieros destinados a las unidades de información, ya que facilita la planificación, creación y adaptación de productos y servicios según las necesidades de sus usuarios. Además, el neuromarketing aplicado al diseño web contribuye a comprender cómo

los usuarios interactúan emocionalmente con los contenidos digitales, ofreciendo claves para construir sitios que no sólo informen, sino que también generen experiencias agradables, que influyan directamente en la percepción que los visitantes tienen de la institución.

Asimismo, es fundamental que las estrategias de marketing se planifiquen cuidadosamente, se comuniquen de manera efectiva y se acompañen de adaptaciones en las prácticas de todos los actores involucrados. Integrar estas estrategias en las bibliotecas escolares contribuirá a fortalecer su presencia institucional. Tal como señala Pinto (2009), el marketing sólo puede cumplir su función como filosofía de gestión si es plenamente asumido por el bibliotecario y su equipo, quienes deben comprometerse activamente en su aplicación para responder eficazmente a las necesidades de los usuarios.

Desde una perspectiva complementaria, Silva (2023) demuestra en su estudio que una planificación estratégica y sostenida en redes sociales como Instagram y Facebook puede incrementar notablemente la visibilidad de la biblioteca.

Estas experiencias evidencian que una presencia digital bien gestionada transforma la biblioteca en un espacio dinámico e interactivo, capaz de trascender sus límites físicos. El marketing, en este sentido, debe concebirse como una herramienta integral de gestión, orientada no solo a atraer usuarios, sino también a posicionar la biblioteca escolar como un recurso confiable y esencial. Para lograrlo, es necesario que el bibliotecario cuente con autonomía y motivación, y que toda la institución se comprometa en comunicar de forma clara y coherente los valores y beneficios que ofrece.

En un contexto donde las escuelas buscan atraer y fidelizar familias, visibilizar la propuesta de valor es clave. Si la biblioteca no figura en los canales oficiales —como el sitio web—, su aporte se diluye y se pierde la oportunidad de posicionarla como recurso diferenciador. Una estrategia bien articulada no solo incrementará el uso de los servicios bibliotecarios, sino que también generará mayor satisfacción y confianza entre los usuarios, contribuyendo al desarrollo integral de los estudiantes y al fortalecimiento de la calidad educativa (Silva, 2023).

2.2.4. Visibilidad digital y rol del bibliotecario

La visibilidad digital de las bibliotecas escolares se define por su presencia en Internet a través de un sitio web propio o de cualquier espacio en línea destinado a

la difusión de sus servicios, como un blog, redes sociales o un apartado específico dentro de la página institucional (Cruz Palacios, 2015).

Para lograr una visibilidad digital efectiva, la biblioteca escolar debe enfocar su presencia en línea con estrategias claras de posicionamiento y diferenciación. Esto implica que debe formar parte del plan estratégico de la escuela para presentar sus logros e impulsar su posicionamiento, a través de un desarrollo inteligente de los contenidos, un diseño gráfico atractivo y un mantenimiento continuo. En este marco, es imprescindible cuidar la identidad digital del sitio, que incluye rasgos identificativos (título, nombre, logo), servicios ofrecidos e interacción con la comunidad. Fundamentalmente, la biblioteca debe ofrecer información veraz, útil, completa, relevante y actualizada para lograr una visibilidad de calidad (Álvarez-Álvarez, 2017, Palma Gil, 2023).

Además de la imagen y el posicionamiento, la visibilidad digital debe cumplir con objetivos funcionales esenciales para la comunidad educativa, como facilitar el apoyo a los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Un elemento clave es la interacción, que se consigue mediante la incorporación de herramientas de la web 2.0 y las redes sociales, permitiendo la comunicación dinámica y la participación de los usuarios (Silva, 2023).

En consonancia con lo mencionado, la visibilidad de la biblioteca escolar en los entornos digitales no debería limitarse a la infraestructura, los servicios o los recursos, sino que exige también la integración explícita de la figura del bibliotecario escolar como actor pedagógico y estratégico. En los sitios web institucionales, su ausencia refuerza la idea de la biblioteca como un espacio accesorio, desvinculado de los procesos formativos. Sin embargo, desde la perspectiva de la gestión de la información y del conocimiento, el bibliotecario es el mediador entre los usuarios y los recursos, prácticas lectoras y competencias digitales, y por lo tanto su invisibilidad digital profundiza una devaluación de su rol profesional (Camillo *et al*, 2019).

La omisión del bibliotecario puede interpretarse como un mensaje institucional que limita la biblioteca a un espacio físico y no a una unidad dinámica de innovación pedagógica. Por el contrario, integrarlo en la comunicación institucional —mediante perfiles, noticias, proyectos destacados o incluso contenidos firmados— refuerza el reconocimiento de su papel y contribuye a posicionar la biblioteca como un actor clave en la competitividad educativa.

Asimismo, Camillo *et al.* (2019) sostienen que su presencia aporta un elemento de humanización de la propuesta de valor; no solo se comunica un servicio, sino la existencia de un especialista capaz de acompañar y potenciar los aprendizajes. Así como las instituciones destacan en sus sitios web la calidad de su cuerpo docente, la inclusión del bibliotecario permite reforzar la idea de una escuela comprometida con la alfabetización informacional, la formación de lectores críticos y el desarrollo de habilidades en la sociedad de la información. No obstante, su aplicación efectiva aún es limitada. En su estudio, los autores encontraron que el 59 % de los sitios web analizados no mencionan siquiera una vez a la biblioteca, lo que evidencia una falta de reconocimiento institucional y concluyeron que el bibliotecario escolar tampoco estaba incluido en los proyectos escolares lo que refuerza la idea de una invisibilización sistemática de su aporte pedagógico y profesional en el ámbito escolar.

2.2.5. Estrategias de visibilidad digital aplicadas

Para fortalecer la visibilidad institucional de las bibliotecas escolares, reafirmando su papel como espacios clave, resulta fundamental adoptar las estrategias desarrolladas en el apartado 2.1.4, aplicándolas de la siguiente manera:

a. Diseño web coherente con la identidad institucional

La biblioteca debe establecer su propia identidad digital. Esto incluye rasgos identificativos como el nombre, la descripción, la URL, y las imágenes descriptivas. Es fundamental el logo o la mascota de la biblioteca, ya que favorecen su identificación (Cremades 2017a; 2017b; Cruz Palacios, 2015).

El diseño debe ser simple e intuitivo y la presentación debe ser ordenada. Debe cuidar la tipografía y los colores, siempre respetando la paleta cromática institucional (Cremades, 2017a; 2017b; Palma Gil, 2023).

La biblioteca debe estar presente en la página de inicio de la institución o en los enlaces internos, preferentemente a menos de 3 clics. (Álvarez Herrero y Roig Vila, 2019; Palma Gil, 2023).

b. Narrativa digital orientada a la comunidad

La incorporación de estas narrativas permite que la biblioteca trascienda su función tradicional y se convierta en un espacio de interacción y de mediación del conocimiento. Por esta razón la biblioteca debe proveer diferentes tipos de recursos

multimediales, como libros electrónicos interactivos, novelas gráficas, videos documentales o audiolibros. (Restrepo Nieto, 2023).

A su vez, los contenidos textuales, sonoros y visuales producidos por la biblioteca deben estar orientados no sólo a los docentes, estudiantes y familias, sino también al conjunto de actores que conforman su entorno sociocultural. Entre ellos se incluyen por ejemplo otras bibliotecas y sus profesionales, editoriales e instituciones culturales y educativas de la zona. Esta perspectiva permite fortalecer redes de colaboración y fomentar el intercambio de información y conocimiento (Cruz Palacios, 2015).

Para que esta articulación sea efectiva, es fundamental que la biblioteca ofrezca contenido útil, actualizado y variado, evitando la ambigüedad en sus mensajes (Álvarez Herrero y Roig Vila, 2019).

En este sentido, el entorno digital se presenta como un espacio estratégico para potenciar la comunicación institucional, donde el neuromarketing puede ser aplicado mediante el uso de sonidos y animaciones suaves, tipografías cálidas y narrativas visuales que estimulen los sentidos y refuercen el mensaje (De Lima et al., 2023).

c. Estructura y secciones estratégicas

Las secciones clave de la biblioteca para aumentar su visibilidad y funcionalidad son: información sobre la biblioteca, identificación y localización (URL y título identificativos), horario, normas de uso, contacto, así como sus servicios u objetivos; un plano o fotografía de las instalaciones físicas; información sobre planes y proyectos propios (como el Plan de Lectura); acceso al catálogo; recursos para el alumnado y el profesorado; formación de usuarios; actividades de promoción de la lectura; información sobre actividades propias de la biblioteca; enlaces a otras bibliotecas escolares y públicas (Cremades, 2017a; 2017b; Gonzalez Mateos y Faba Pérez, 2013; Cruz Palacios, 2015; Jiménez Fernández, 2013).

d. Actualización periódica

La actualización debe ser continua para generar una web dinámica y vigente, permitiendo acceder fácilmente al material publicado con anterioridad sumado a que siempre deben estar visibles las fechas de actualización. Una forma de dar visibilidad es publicar información sobre actividades que se llevan adelante desde la biblioteca, tales como cursos, talleres o concursos, tanto presentes, como pasadas o

futuras como así también novedades bibliográficas y noticias en general (Cremades, 2017b).

A su vez, la transparencia y la confianza en los contenidos se consolidan al incluir el nombre de la persona responsable de la web y de la biblioteca, junto con un medio de contacto —como correo electrónico, formulario o redes sociales— y al definir claramente la titularidad, autoría y licencias de uso (Palma Gil, 2023).

e. Accesibilidad y usabilidad

La web debe ser accesible a personas con discapacidad visual y/o auditiva, como así también debe ofrecer una opción multilingüe junto con un contraste adecuado de colores. El texto debe ir acompañado de imágenes, sonidos o videos que lo complementen y que refuercen la narrativa digital institucional (Rodríguez Palchevich, 2019; Moreira-Chóez, 2021).

La navegación del sitio debe ser sencilla, ágil y predecible, evitando la sobrecarga informativa, y acompañarse de un menú de ayuda o sección de preguntas frecuentes que facilite la orientación de los usuarios (Palma Gil, 2023).

Por último, la usabilidad constituye el aspecto central que integra todos estos criterios, ya que implica que la página web esté diseñada considerando a la totalidad de sus actores vinculados, es decir, alumnos, docentes y familias (Cruz Palacios, 2015).

2.3. Análisis de sitios web educativos

El análisis de los sitios web educativos, tanto escolares como de bibliotecas, requiere de marcos analíticos específicos que permitan evaluar el cumplimiento de sus funciones: informativa, comunicativa, formativa, de repositorio de recursos, orientadora y lúdica (Álvarez Herrero y Roig Vila, 2019; Bedriñana Ascarza, 2005).

En esta línea, diversos autores han desarrollado modelos de evaluación que contemplan dimensiones como la accesibilidad, la usabilidad, la navegabilidad, la arquitectura del sitio web y la calidad de los contenidos específicamente vinculados a la biblioteca: recursos disponibles, servicios ofrecidos, información de contacto y actividades educativas (Álvarez-Álvarez, 2017; Cremades, 2017a, 2017b; Cruz Palacios, 2015; González Mateos y Faba Pérez, 2016; Jiménez Fernández, 2013; Miret *et al.*, 2010; Palma Gil *et al.*, 2023; Rodríguez Palchevich, 2019; Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez, 2018). Estos enfoques han dado lugar a distintos conjuntos de

indicadores que permiten evaluar los sitios web institucionales desde perspectivas cuantitativas y/o cualitativas.

En los dos subapartados siguientes se presenta una síntesis de las principales propuestas de evaluación, basada en la selección de autores con trayectoria reconocida, cuya contribución se respalda en la solidez metodológica de sus trabajos, su prestigio académico y la frecuencia con que sus modelos son citados en estudios relacionados. El objetivo es ofrecer una visión comparativa y enriquecedora que sirva de base para el diseño metodológico del presente trabajo.

2.3.1. Indicadores de evaluación para sitios web escolares²

Este apartado se centra en los indicadores propuestos por distintos autores para la evaluación de sitios web escolares, principalmente los criterios vinculados con el diseño, organización, accesibilidad, actualización y calidad de los contenidos, a fin de establecer parámetros que permitan valorar su eficacia.

- Álvarez-Álvarez (2017) realizó un estudio exploratorio sobre sitios web de centros de Educación Infantil y Primaria en Cantabria, España, utilizando cinco dimensiones básicas de tipo cualitativo:
 1. Presentación y organización: portal usado, imagen estética y diseño organizativo.
 2. Contenido: informaciones institucionales, cuáles faltan, cuáles son prescindibles, el soporte de contenido predominante (texto, imagen, video) y la accesibilidad para personas con discapacidad.
 3. Utilidad de la información: destinatarios (alumnado, profesorado, familias, sociedad en general)
 4. Papel otorgado a la comunidad educativa: interacción con los usuarios.
 5. Posibilidad de dar a conocer las metodologías docentes y la dinámica interna del centro.

- El estudio de Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018) analizó las sedes web de centros de Educación Secundaria en Cantabria, España, en relación a siete dimensiones específicas:

² En el Anexo 1 se presenta la Tabla 2 que sintetiza los principales indicadores señalados por los autores revisados en este apartado.

1. Contenido: datos de contacto, galería de fotos, historia y metas institucionales, documentos administrativos, información de interés, proyectos y planes, enseñanzas, profesorado y departamentos, servicios/actividades y actualización.
 2. Organización y Navegación: estructura de la información, botoneras, mapa web, facilidad de acceso a la información (cantidad de clicks).
 3. Apariencia: Estilo visual, calidad de imágenes y animaciones, tipografía y combinación de colores, equilibrio entre textos e imágenes.
 4. Diferenciación: Singularidad de la página web, posicionamiento, diseño gráfico, programación, promoción y estrategias de marketing.
 5. Velocidad: Tiempo de carga de la página.
 6. Accesibilidad: Cumplimiento de estándares de accesibilidad para personas con discapacidad.
 7. Utilidad: Valoración de la información ofrecida para los diferentes usuarios (familias, alumnado, profesorado, externos).
- Rodríguez Palchevich (2019) detalla indicadores para la implementación de buenas prácticas que garantizan que los sitios web sean accesibles para todas las personas (especialmente aquellas con diversas discapacidades) y usables para su público objetivo, haciendo especial énfasis en la claridad, organización, relevancia del contenido y el uso de elementos visuales y de interacción de manera efectiva e inclusiva. Los indicadores propuestos están divididos en 2 fases:
1. Elaboración: Contenido Textual (redacción, estructura y jerarquía, claridad visual, enfoque inclusivo, apariencia, títulos); Objetos Multimedia (relevancia, calidad, accesibilidad); Hipervínculos (texto, color, funcionalidad); Tablas (diseño, formato, contenido)
 2. Difusión: Canales; Visibilidad; Horarios.
- Palma Gil (2023) presenta una serie de orientaciones pedagógicas junto con un instrumento de evaluación estructurado en seis dimensiones, las cuales han sido adaptadas a partir de las propuestas de Álvarez Herrero y Roig Vila (2019):
1. Identificación: título, autoría y licencias

2. Presentación y organización de la información: imagen, estética, organización, menú de ayuda o preguntas frecuentes.
3. Contenido: información institucional, actualización, documentos institucionales, calidad del contenido, accesibilidad.
4. Audiencia: destinatarios (alumnado, profesorado, familias, sociedad en general).
5. Navegación, Interacción y/o Comunicación: cantidad de clicks, interacción con la comunidad, redes sociales.
6. Metodologías docentes y servicios.

En síntesis, los diferentes estudios mencionados proponen un conjunto de indicadores para evaluar páginas web escolares, organizados en dimensiones que abarcan tanto aspectos técnicos como pedagógicos. Entre ellos se destacan la presentación, organización y apariencia del sitio; la calidad, relevancia y accesibilidad del contenido; la usabilidad y navegación; la interacción con la comunidad educativa; la difusión y visibilidad institucional; y la posibilidad de mostrar metodologías docentes y servicios. La sumatoria de estos criterios evidencia la necesidad de concebir los sitios web escolares como espacios informativos, de comunicación, inclusión y proyección institucional.

2.3.2. Indicadores de evaluación para sitios web de bibliotecas escolares³

En este apartado se sintetizan los indicadores propuestos por distintos autores para evaluar los sitios web de bibliotecas escolares. El estudio de estos criterios permitirá comprender las estrategias que favorecen y consolidan su presencia en el entorno virtual.

- Miret *et al.*, 2010 presentaron un informe de investigación cualitativa basado en el estudio de casos de buenas prácticas y definieron categorías de análisis (ej. Integración en el Proyecto, Planificación y Evaluación, Difusión y Marketing, Apoyo del Equipo Directivo, Liderazgo) Dentro de la categoría *Difusión y Marketing*, analizaron las webs de 8 bibliotecas escolares y las dimensiones evaluadas fueron las siguientes:

³ En el Anexo 2 se presenta la Tabla 3 que sintetiza los principales indicadores señalados por los autores revisados en este apartado.

1. Acceso desde la portada del centro.
 2. Destinatarios del servicio: profesores, alumnos, familias
 3. Información y documentación de la biblioteca: proyecto de biblioteca, memoria de actividades (varios años), presentación (ppt) de la biblioteca.
 4. Servicios en línea: agenda de actos y convocatorias, Recomendaciones de libros, novedades, selección de recursos electrónicos, acceso al catálogo, guía del usuario
 5. Contenidos de elaboración propia: revista digital, proyectos varios (clubes de lectura, olimpiadas culturales), blogs, talleres, juegos, campañas
 6. Enlaces a otros recursos: relacionados con la lectura y el libro, otras bibliotecas escolares, bibliotecas públicas de la zona, varios.
 7. Acceso al aula virtual u otros servicios del centro para usuarios registrados.
 8. Correo específico de la biblioteca
- Jiménez Fernández (2013) realizó un análisis de contenido de sitios web de bibliotecas escolares de primaria en Andalucía y Extremadura, España, utilizando un esquema de 8 variables para determinar su valor informativo y pedagógico:
1. Enlaces que faciliten la navegación: estructurados, etiquetados, claros y precisos.
 2. Información sobre la biblioteca: plano, horarios, responsable, reglamento de la biblioteca, normativa de préstamo.
 3. Actividades de promoción de la lectura.
 4. Materiales de apoyo a la docencia.
 5. Acceso al catálogo.
 6. Servicios de información y referencia.
 7. Actualización de la web.
 8. Posibilidad de interacción con los usuarios: correo electrónico, teléfono, aplicaciones de la web 2.0, formularios de contacto, desiderata en línea.

- González Mateos y Faba Pérez (2014) desarrollaron un modelo de 30 características para evaluar la calidad de los sitios web de las bibliotecas escolares (10 generales y 20 específicas). Las características mencionadas son:
 1. Características generales: URL clara, fácil navegación, amigabilidad, sobrecarga informativa, lenguaje claro y conciso, buena gramática y ortografía, regularidad en las actualizaciones, diseño, responsables, contacto.
 2. Características específicas: actividades de biblioteca, actividades escolares, fomento de la lectura, enlaces externos, recursos didácticos, materiales de estudio, trabajos de alumnos, comunicación con la comunidad, imágenes con descripción, innovación, material audiovisual, material retrospectivo, catálogo en línea, descarga de recursos, interacción del alumnado, mascota o logo identificativo, promoción del uso de TIC, facilidad de lectura rápida, servicios de apoyo en línea y ser una web multilingüe.

- Cruz Palacios (2015) realiza una revisión bibliográfica de los indicadores propuestos por autores como Cremades García y Jiménez Fernández (2013), y González Mateos y Faba Pérez (2014). A partir de esta revisión, propone un cuestionario de evaluación compuesto por 11 indicadores. La principal diferencia que introduce este autor es la incorporación de una ponderación específica para cada indicador, que varía desde 0,2 (significativamente menos importante) hasta 5 (significativamente más importante):
 1. Presencia en la web: web propia y/o un blog.
 2. Identificación y localización: url propia, título e imagen identificativa, sección con información sobre la biblioteca, enlace a la web del colegio, horario, personal responsable, recursos de la colección, política de préstamo y ubicación física.
 3. Arquitectura de información: secciones para diferentes tipos de usuarios, mapa web y motor de búsqueda.
 4. Redes sociales y herramientas de la Web 2.0.
 5. Servicio de referencia digital.

6. Automatización: Sistema Integrado de Gestión Bibliotecaria, catálogo en línea.
 7. Formación de usuarios: recursos para ayudar a utilizar los servicios de la biblioteca.
 8. Fomento de la cultura de biblioteca y del hábito lector
 9. Promoción de las actividades de la biblioteca escolar
 10. Apoyo al aprendizaje, a la docencia y a la investigación: recursos específicos para el alumnado, para el profesorado y para los padres.
 11. Conexión con el entorno local: entidades culturales locales y contenidos sobre eventos locales.
- Cremades (2017b) presenta la validación de un instrumento diseñado para el análisis y evaluación de sitios web de bibliotecas escolares, estructurado en torno a dos parámetros, 12 indicadores y un total de 54 subindicadores. Esta propuesta se fundamenta en el modelo de categorización desarrollado previamente por Cremades García y Jiménez Fernández (2013), y sirvió como base para el estudio posterior llevado a cabo por el propio autor en Cremades (2017a). Los parámetros e indicadores propuestos son:

Parámetro 1- Aspectos formales y organizativos. Indicadores:

1. Diseño de la web (5 subindicadores): Evalúa la estética y la presentación de la información para facilitar la lectura y el acceso.
2. Navegación por la web (7 subindicadores): Mide la facilidad y claridad con la que los usuarios pueden moverse por el sitio web.
3. Interactividad y herramientas 2.0 (8 subindicadores): Examina las posibilidades de participación y el uso de tecnologías web modernas.
4. Luminosidad de la web (5 subindicadores): Se refiere a la riqueza y funcionalidad de los enlaces externos que ofrece el sitio web.

Parámetro 2- Contenidos.⁴ Los ocho indicadores propuestos son:

1. Información sobre la biblioteca escolar (7 subindicadores): Evalúa si la web proporciona detalles básicos de identificación y funcionamiento de la biblioteca.

⁴ Los indicadores de este parámetro coinciden con los utilizados en Cremades (2017a)

2. Autoría y responsabilidad (2 subindicadores): Se enfoca en la transparencia acerca de quién es el responsable de la creación y gestión del contenido de la web.
3. Actualización de los contenidos (3 subindicadores): Mide la vigencia y el dinamismo del contenido publicado en la web.
4. Publicaciones periódicas propias o relacionadas (2 subindicadores): Evalúa la oferta de información sobre publicaciones que son propias de la biblioteca o de interés para la comunidad educativa.
5. Actividades propias (4 subindicadores): Analiza cómo la web comunica las actividades que organiza la biblioteca, tanto actuales como pasadas o futuras.
6. Propuesta de actividades a los alumnos (3 subindicadores): Examina si la web ofrece recursos para que el alumnado pueda realizar actividades de forma autónoma.
7. Materiales para alumnos (6 subindicadores): Analiza la variedad y especificidad de los materiales educativos y de ocio que la web pone al alcance de los estudiantes.
8. Material didáctico para docentes y padres (2 subindicadores): Se refiere a la disponibilidad de recursos educativos específicos para el profesorado y las familias.

En conclusión, los distintos autores presentados coinciden en que la evaluación de las webs de bibliotecas escolares requiere un enfoque integral que combine aspectos formales, organizativos y de contenido, con indicadores que van desde el diseño, la navegación, la interactividad y la actualización, hasta la calidad y diversidad de los recursos ofrecidos. Asimismo, se subraya la importancia de que estas plataformas reflejen la identidad de la biblioteca, promuevan la lectura, apoyen la docencia y la investigación, y fortalezcan la comunicación con la comunidad educativa y el entorno local. En conjunto, los modelos analizados aportan instrumentos y criterios que buscan garantizar sitios web más inclusivos, útiles y pedagógicamente significativos.

2.3.3. Comparación general y tendencias

Existe una notable coincidencia en las áreas de evaluación entre los distintos autores y estudios, aunque la especificidad y el énfasis varían según el objetivo de cada investigación. Los criterios más mencionados por los autores fueron:

Contenido e información institucional

Es la dimensión más reconocida y detallada. Todos los estudios evalúan la información básica del colegio o biblioteca (contacto, horarios, servicios) y los documentos institucionales y administrativos.

Organización y navegación

La facilidad de uso y la estructura lógica de la información son constantes. Se evalúan menús, mapas de sitio, enlaces internos y externos, la claridad de la disposición del contenido y la estética en general.

Utilidad para la comunidad educativa (Usabilidad)

Se resalta la importancia de que las webs estén dirigidas a diferentes audiencias (alumnos, profesores, familias) y ofrezcan recursos y/o servicios apropiados para cada grupo.

Interactividad y Web 2.0

La posibilidad de interacción con los usuarios, a través de redes sociales, mails, foros o formularios de contacto, es otro indicador destacado en los estudios.

Actualización de contenidos

La relevancia de que la información sea reciente y se indique la fecha de última actualización es un punto que se destaca en común.

Accesibilidad

Esta dimensión se resalta en estudios como los de Palma Gil (2023), Rodríguez Palchevich (2019) y Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018), que analizan la capacidad de la web para ser utilizada por personas con diversas discapacidades y/o entornos socio-culturales.

Específicos de escuelas

Incluyen la diferenciación y marketing educativo y la velocidad del sitio como indicadores relevantes para la imagen y eficacia.

Específicos de bibliotecas escolares

Ponen un énfasis particular en el acceso al catálogo, el fomento de la lectura y la formación de usuarios en el uso de los recursos de información. Asimismo se destaca la importancia de la mención del bibliotecario.

En general, se observa una evolución hacia marcos de evaluación cada vez más exhaustivos, incluso el estudio de Cremades (2017b) se centra en la metodología de validación de estos instrumentos.

En síntesis, la coincidencia de criterios identificada refleja una preocupación compartida por garantizar que los sitios web educativos y bibliotecarios respondan a las demandas de la sociedad de la información. La incorporación de dimensiones como la accesibilidad, la interactividad y la usabilidad demuestra una evolución hacia modelos de evaluación más integrales y sensibles a las necesidades de la comunidad. Estos enfoques no sólo permiten valorar y comparar instituciones y niveles educativos, sino que además abren la posibilidad de proyectar nuevas líneas de investigación orientadas a fortalecer la presencia digital de bibliotecas y escuelas, así como a comprender con mayor profundidad su papel en los entornos digitales contemporáneos.

3. Metodología

3.1. Tipo de investigación y enfoque metodológico

Se implementó un diseño *no experimental*, de tipo *transeccional*, enfocado en la observación de la visibilidad de las bibliotecas en los sitios web escolares, sin intervención de la realidad, con el objetivo de analizar el estado de situación vigente e identificar fortalezas, debilidades y mejoras potenciales.

La investigación fue de carácter *exploratorio* y *descriptivo*, con el propósito de analizar las formas en que las instituciones educativas representan o comunican la existencia de sus bibliotecas en el entorno web, identificando tendencias comunes, ausencias o estrategias de visibilidad, y de realizar una representación cuantitativa y cualitativa lo más precisa posible. Se llevó a cabo mediante la recopilación de datos sobre cómo se presentaban las bibliotecas en los sitios web, evaluando factores como su visibilidad, organización, accesibilidad, posibilidades de interacción y contenido ofrecido.

El enfoque metodológico adoptado fue *mixto*. En una primera instancia, se aplicó una perspectiva cuantitativa basada en la observación directa, consistente en la verificación de la existencia del sitio web institucional y en la identificación de la presencia o ausencia de la biblioteca en cada caso. Posteriormente, se realizó un análisis cuantitativo sobre aquellos sitios en los que se constató su presencia. Para ello se elaboró un formulario que permitió cuantificar y organizar la información recolectada, asignando puntajes según los indicadores observados. Finalmente, se seleccionaron como estudios de caso los sitios web que obtuvieron las calificaciones más altas; sobre ellos se llevó a cabo un análisis cualitativo de contenido, con el propósito de ser presentados como experiencias modelo que puedan ser replicadas.

3.2. Métodos y técnicas

La investigación se desarrolló en tres fases metodológicas.

En la primera fase, se identificaron los sitios web escolares y se conformó la muestra definitiva. Para ello se realizó una depuración del listado de escuelas de gestión privada de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que ofrecían niveles de enseñanza primaria y/o secundaria, tomando como referencia el padrón oficial de establecimientos educativos (Ministerio de Capital Humano, 2025). A partir de dicho

listado, se efectuó una búsqueda individual en Google del nombre de cada institución, con el fin de identificar y registrar la URL correspondiente a su sitio web y verificar la presencia de al menos una mención de la biblioteca, con el propósito de conformar la muestra no aleatoria que sería objeto de análisis en la siguiente fase⁵.

En la segunda fase, se examinaron los elementos textuales y paratextuales presentes en los sitios web que conformaron la muestra. Se consideraron únicamente aquellos que representaban a la biblioteca, tales como descripciones, imágenes, enlaces, menús de navegación y servicios ofrecidos (préstamo de libros, reglamento, catálogo, acceso a recursos digitales, realización de actividades y organización de eventos).

En la tercera fase se desarrolló un análisis cualitativo basado en estudios de caso correspondientes a los sitios web que obtuvieron los puntajes más altos en la etapa anterior. El objetivo fue identificar las estrategias implementadas en estos espacios, con el fin de establecer referentes que sirvan de guía para la adopción de buenas prácticas en el uso e integración de las bibliotecas en entornos digitales.

3.2.1. Análisis cuantitativo: instrumento y procedimiento de recolección de datos

Tras el análisis de los modelos de evaluación incluidos en el marco teórico, y en función de su adecuación a una lógica de verificación binaria (presencia/ausencia), se definió un instrumento basado en los indicadores específicos para bibliotecas escolares desarrollados por Cremades (2017b) y Cruz Palacios (2015). La elección de Cremades se basó en la rigurosidad metodológica y el enfoque integral de su propuesta; por su parte, Cruz Palacios fue seleccionado por ofrecer un enfoque complementario centrado en la visibilidad de los servicios digitales. La combinación de ambos referentes permitió construir un instrumento que contempla dimensiones técnicas, comunicacionales y estratégicas, centradas en la visibilidad, contenido e interacción, dejando para la siguiente fase cualitativa otros factores como la accesibilidad y usabilidad. Como los autores analizan sitios web de bibliotecas (subsitios) y el estudio se centró en sitios web escolares completos (el macrosistema institucional), fue necesario adaptar sus propuestas. (Tabla 1).

⁵ Los criterios que determinaron la inclusión o exclusión de los sitios web en la muestra se especifican en el apartado 3.4.

Tabla 1

Instrumento de evaluación cuantitativa

Dimensiones	Indicadores	Criterios observables
1. Visibilidad	1.1 Presencia de la biblioteca	Mención en menú principal o página de inicio
	1.2 Sección de la biblioteca	La biblioteca posee una sección propia o sitio web propio
	1.3 Mención de la biblioteca en otras secciones del sitio	Referencias en otras áreas del sitio como noticias, servicios o actividades
2. Contenido	2.1 Descripción de la biblioteca y sus funciones	Texto informativo, horarios, historia, misión, objetivos
	2.2 Nombre del bibliotecario o responsable	Nombre y rol claramente visibles
	2.3 Servicios ofrecidos	Servicios disponibles, como préstamos o referencia.
	2.4 Recursos digitales	Bases de datos, bibliotecas virtuales, catálogos, guías, enlaces útiles.
	2.5 Consulta al catálogo	Acceso al OPAC de la biblioteca
	2.6 Contenido actualizado	Fechas visibles, noticias recientes, publicaciones nuevas
3. Interacción	3.1 Información de contacto	Mail, redes sociales, formulario, Whatsapp
	3.2 Publicación de eventos, actividades o noticias	Sección de novedades con talleres, encuentros, actividades
	3.3 Formación de usuarios	Ayudas para utilizar los servicios de la biblioteca y el catálogo, preguntas frecuentes.
	3.4 Imágenes reales de la biblioteca	Fotos del espacio, recorridos visuales
	3.5 Representación de actividades con la comunidad educativa	Imágenes o videos de estudiantes y docentes participando en actividades de la biblioteca

La puntuación asignada se basó en el cumplimiento del criterio: cada criterio cumplido recibió un punto (Sí = 1 punto) y cada criterio no cumplido no sumó puntos (No = 0 puntos). La lógica binaria (1/0) se eligió por su adecuación a la verificación objetiva en una muestra amplia, ya que garantiza consistencia y replicabilidad. El puntaje máximo posible fue de 14 puntos. A partir de estos resultados, se establecieron tres niveles de visibilidad digital: una puntuación entre 10 y 14 indicó alta visibilidad; entre 5 y 9 puntos correspondió a una visibilidad media; y menos de 5 puntos reflejó baja visibilidad. En el caso de cero puntos, se consideró ausencia de la biblioteca. Esta escala permitió evaluar de manera objetiva el grado de presencia digital alcanzado.

Como complemento, en el Anexo 3 se presenta una matriz de análisis cuantitativo que clasifica la visibilidad de las bibliotecas escolares en los tres niveles mencionados, según el puntaje total obtenido. Cada nivel describe de manera progresiva el grado de visibilidad, la cantidad y calidad de los contenidos ofrecidos, las posibilidades de interacción con la comunidad educativa y la interpretación general que se desprende de la presencia en línea. Esta matriz permite valorar no sólo la existencia de la biblioteca en el entorno digital, sino también el modo en que se proyecta su rol.

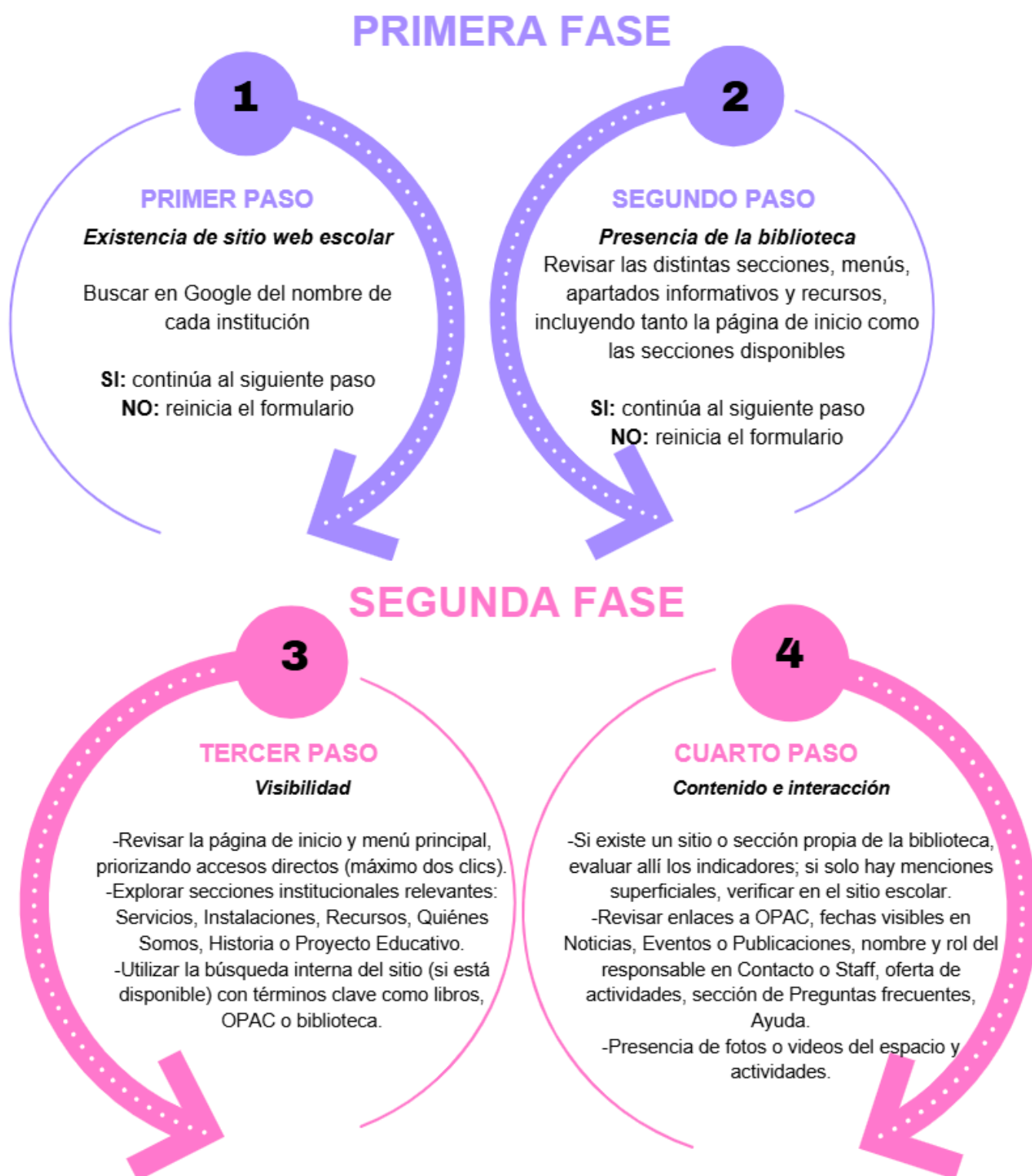
Para llevar a cabo la evaluación y optimizar la recolección y el análisis de datos, se empleó un formulario estructurado elaborado en Google Forms⁶, configurado en modo cuestionario con asignación de puntaje para cada ítem, cuyos resultados se vincularon a una hoja de cálculo en Excel. Este formulario integró los ítems correspondientes a las dos primeras fases metodológicas, a fin de unificar su aplicación, evitando la duplicación de instrumentos y tareas. Su aplicación se desarrolló siguiendo un protocolo de navegación, con un orden preestablecido, lo que permitió estandarizar la recolección de información (Figura 1).

En conjunto, la implementación del formulario y del protocolo de navegación, permitió garantizar que la recolección de datos fuera consistente, objetiva y replicable en todos los sitios web analizados. Asimismo, aseguró que la evaluación de las tres dimensiones —visibilidad, contenido e interacción— se realizara de manera sistemática, facilitando el análisis comparativo, proporcionando las bases para la interpretación de los resultados del estudio y para el desarrollo de la fase cualitativa posterior.

⁶ Nota: El formulario Google se encuentra disponible en el Anexo 4.

Figura 1

Protocolo de navegación



3.2.2. Análisis cualitativo: cuestionario

El enfoque cualitativo se centró en la experiencia del usuario y la calidad y relevancia del contenido, más allá de la sola verificación de los elementos presentes. El objetivo fue trascender la verificación binaria y realizar un estudio descriptivo de los sitios que obtuvieron los puntajes más altos en la fase cuantitativa (de 10 a 14 puntos). Se buscó identificar prácticas que favorezcan la visibilidad, la accesibilidad, la usabilidad y el apoyo al aprendizaje, de modo que puedan constituirse en referentes para motivar a otras escuelas y bibliotecas a desarrollar iniciativas similares.

El cuestionario de evaluación presentado a continuación es de elaboración propia y se desarrolló en base a los indicadores propuestos por los distintos autores mencionados en el marco teórico (ver el apartado 2.3), con el propósito de servir como una guía orientativa y no taxativa, para lograr la valoración de la calidad de los sitios web mediante un enfoque integral y desde una perspectiva de marketing educativo.

Cuestionario para la evaluación cualitativa de la presencia digital de bibliotecas escolares

Visibilidad y contexto institucional

¿Cómo se alinea el contenido y la presentación de la biblioteca con la misión general de la escuela y los objetivos educativos?

¿Qué grado de integración tiene la biblioteca en el diseño general?

¿Se percibe la biblioteca como un elemento central o periférico?

¿Existen conexiones claras con otras secciones?

Calidad del contenido y estrategias de información

¿La descripción de la biblioteca y sus servicios es detallada y actualizada?

¿La información sobre reglamento y contacto es clara y accesible?

¿Qué calidad y valor educativo tienen las imágenes, videos y recursos multimedia?

¿Son visibles las fechas de actualización de la información?

¿Se destaca el rol del bibliotecario como guía y mediador o se describe su impacto en la comunidad educativa?

¿Se facilita la interacción directa con el bibliotecario?

¿Qué funcionalidad y usabilidad tienen el acceso al catálogo y otros recursos digitales?

¿Qué tipos de recursos multimedia se ofrecen (libros electrónicos interactivos, novelas gráficas, videos, audiolibros)?

¿Se explican claramente los servicios?

¿Con qué frecuencia y atractivo se publican actividades, talleres y eventos?

¿Se usan recursos interactivos para fomentar la participación de la comunidad educativa?

¿El sitio facilita el acceso al material publicado con anterioridad?

Usabilidad, accesibilidad e inclusión

¿Es intuitivo y fácil de navegar?

¿El diseño (colores, tipografía, disposición) contribuye a una experiencia agradable?

¿Qué características de accesibilidad para personas con discapacidad visual y/o auditiva están presentes (texto alternativo, contraste, navegación por teclado, tamaño ajustable)?

¿El sitio es multilingüe?

¿El sitio se adapta correctamente a distintos dispositivos, como celulares y computadoras? ¿La experiencia se mantiene funcional en todos los dispositivos?

¿El lenguaje utilizado es claro y apropiado para el público objetivo?

¿Hay recursos específicos adaptados para cada público (alumnos, docentes y familias)?

Marketing institucional e interacción

¿Hay elementos como slogans, banners, testimonios o secciones que promuevan la biblioteca como recurso clave?

¿Incluye rasgos identificativos como el nombre, el logo o la mascota, para favorecer su reconocimiento por parte de los usuarios?

¿Cómo se fortalece la conexión entre la biblioteca y la comunidad educativa?

¿Se promueven actividades de participación?

¿Existen elementos que invitan a la participación y colaboración, como encuestas, espacios para comentarios o redes sociales?

¿El sitio presenta la biblioteca como un espacio dinámico y proactivo?

¿Hay recursos destinados a la formación de usuarios?

Conclusiones y propuestas

Identificar tres fortalezas o estrategias ejemplares del sitio web.

Identificar tres áreas de mejora que podrían potenciar la visibilidad y funcionalidad de la biblioteca.

¿Podría este sitio servir como modelo replicable? ¿Qué aspectos serían los más inspiradores y por qué?

3.3. Definición y operacionalización de variables

Variables independientes

- Sitios web escolares

En el marco de la presente investigación se adoptó la definición de sitios webs escolares propuesta por Álvarez-Álvarez (2017) quien las define como “un mecanismo para la difusión de informaciones a la par que permiten dar una imagen del centro: pueden mostrar sus actividades educativas, servir en la comunicación entre estudiantes, profesorado y familias, contribuir al marketing escolar, fomentar la colaboración entre la escuela y el entorno y rendir cuentas ante la sociedad” (p. 50). Esta definición pone de relieve la naturaleza integral de estos sitios como espacios de comunicación, representación institucional y participación educativa.

Variables dependientes

- Existencia de sitio web escolar

La existencia de un sitio web escolar se entiende como la presencia institucional de una escuela en el entorno digital, materializada a través de un espacio web propio, oficial y públicamente accesible, que representa la identidad, misión y actividades de la institución educativa (Álvarez-Álvarez, 2017). Para determinar esta variable, se realizó una búsqueda sistemática en Google utilizando

el nombre completo de cada escuela como palabra clave. En los casos en que se identificó un sitio web, se procedió a registrar la dirección URL correspondiente. La elección de Google como herramienta de búsqueda respondió a su uso extendido por la población en general, lo que garantizó una aproximación representativa al modo en que los usuarios suelen acceder a la información en línea. De este modo, la localización de un sitio web institucional a través de Google se asumió como un indicador relevante de visibilidad digital.

- *Presencia de la biblioteca en el sitio web*

La presencia de la biblioteca escolar en el sitio web institucional se entiende como su manifestación explícita a través de menciones, recursos o secciones específicas (Camillo *et al.*, 2019). Para determinarla, se realizó un examen de cada uno de los sitios web institucionales identificados, revisando las distintas secciones, menús, apartados informativos y recursos, incluyendo tanto la página de inicio como las secciones disponibles. Se consideró que estaba presente cuando era mencionada explícitamente al menos una vez en el contenido del sitio, ya fuera mediante una referencia textual, una sección específica, una imagen o un enlace que aludiera a su existencia o funcionamiento.

- *Dimensión de la biblioteca dentro de la web institucional*

La dimensión de la biblioteca dentro de la web institucional se entiende como el grado y la forma en que es representada, integrada y visibilizada en dicho entorno digital (Becher, 2015). Esta variable se evaluó a partir del conjunto de apariciones y recursos vinculados con la biblioteca. Para ello se consideraron tanto los elementos textuales —como descripciones, noticias, menciones en proyectos, actividades o servicios— como los componentes paratextuales —imágenes, iconografía, enlaces, menús de navegación o recursos multimedia— que contribuyen a su visibilidad y reconocimiento institucional. La observación de cada sitio se registró en un formulario al cual se le asignaron indicadores con puntaje según la lógica binaria presencia(1)/ausencia(0). Las dimensiones analizadas fueron: visibilidad, contenido, interacción, accesibilidad y usabilidad.

3.4. Población y muestra

Para llevar a cabo el presente estudio, se tomó como punto de partida el padrón oficial de establecimientos educativos (Ministerio de Capital Humano, 2025). Según dicho registro, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires contaba con un total de 2737⁷ establecimientos de todos los niveles y modalidades. Entre ellos, se obtuvieron 495 como población inicial, la que incluye exclusivamente a todos aquellos establecimientos correspondientes a instituciones de gestión privada, con enseñanza común de nivel primario y/o secundario.

En este marco, las unidades de análisis estuvieron conformadas por las bibliotecas escolares asociadas a los establecimientos seleccionados y por los sitios web institucionales correspondientes. Esto permitió examinar cómo las bibliotecas se representan, visibilizan e integran dentro del entorno digital de cada escuela.

Se trabajó con una muestra no aleatoria, que incluyó aquellos sitios web que cumplieron con los siguientes criterios:

Criterios de inclusión:

- Sitios web oficiales.
- Sitios activos y con información vigente (antigüedad < 1 año).
- Presencia de al menos una referencia explícita a la biblioteca escolar.

Criterios de exclusión:

- Redes sociales o sitios no oficiales.
- Sitios en construcción o sin contenido navegable.
- Ausencia absoluta de menciones a la biblioteca escolar.

Finalmente, se realizó un análisis cualitativo de los sitios que obtuvieron los puntajes más altos en la evaluación.

3.5. Fuentes de datos

Las fuentes de datos incluyeron el padrón oficial de establecimientos educativos (Ministerio de Capital Humano, 2025), los correspondientes sitios web institucionales escolares y los indicadores de evaluación de sitios web detallados en el marco teórico (Álvarez-Álvarez, 2017; Cremades, 2017a; 2017b; Cruz Palacios,

⁷ Fecha de última actualización 24/09/2025

2015; González Mateos y Faba Pérez, 2016; Jiménez Fernández, 2013; Miret *et al.*, 2010; Palma Gil *et al.*, 2023; Rodríguez Palchevich, 2019; Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez, 2018).

3.6. Contexto del estudio

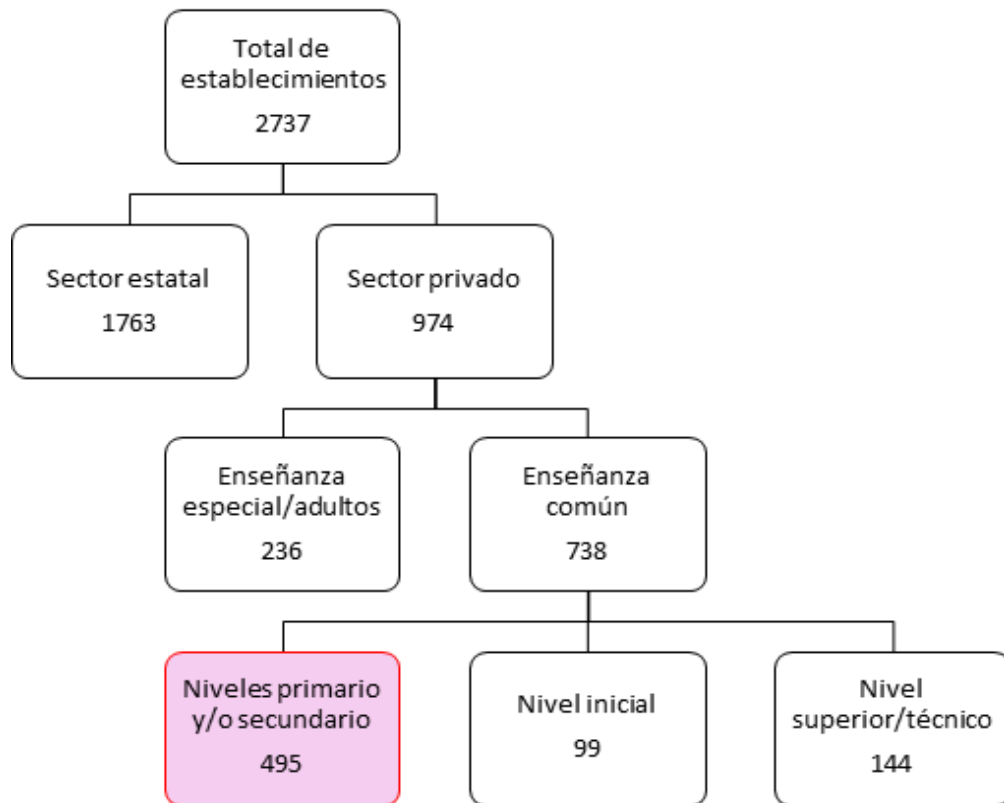
La presente investigación se enfocó en un ámbito geográfico e institucional específico. El área geográfica seleccionada fue la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que el enfoque institucional se centró exclusivamente en las escuelas del sector privado que ofrecen enseñanza de modalidad común en los niveles primario y/o secundario.

En este marco, según el padrón oficial de establecimientos educativos publicado por el Ministerio de Capital Humano (2025), la ciudad contaba con un total de 2737 instituciones que abarcaban todos los niveles y modalidades, distribuidas en las 15 comunas que la conforman. De ese total, eran 974 las que pertenecían al sector privado, de las cuales 738 ofrecían enseñanza de modalidad común. A partir de este universo, la población inicial quedó conformada por las 495 instituciones que impartían educación en los niveles primario y/o secundario (Figura 2).

Por otra parte, no se halló información oficial ni actualizada sobre la existencia de sitios web correspondientes a las escuelas seleccionadas. Ante esta situación, fue necesario complementar los datos oficiales con un relevamiento exploratorio consistente en una búsqueda sistemática en línea, con el objetivo de identificar los sitios web activos de las instituciones incluidas en la población inicial. La combinación de ambas fuentes —el padrón oficial y el relevamiento exploratorio— permitió conformar la muestra definitiva del presente estudio.

Figura 2

Establecimientos educativos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires



Nota: datos extraídos del padrón oficial de establecimientos educativos (Ministerio de Capital Humano, 2025)

4. Análisis y discusión de resultados

En este apartado se presentan los hallazgos derivados de la implementación de la metodología mixta utilizada en la investigación. La estructura se desarrolla de la siguiente manera:

Resultados cuantitativos: se exponen los resultados obtenidos en las primeras dos fases, con la implementación del instrumento de evaluación cuantitativa, el cual se basó en indicadores de Cremades (2017b) y Cruz Palacios (2015). Estos resultados permitieron cuantificar la presencia digital de las bibliotecas escolares en la muestra analizada; evaluar la visibilidad, el contenido y la interacción y finalmente clasificarlas según los niveles definidos: ausencia (0), bajo (1 a 5 puntos), medio (5 a 9 puntos) y alto (10 a 14 puntos).

Resultados cualitativos (estudios de caso): se realiza un estudio descriptivo de los sitios web que obtuvieron las puntuaciones más altas en la fase cuantitativa.

4.1. Análisis y discusión: resultados cuantitativos

4.1.1. Primera fase: determinación de la muestra

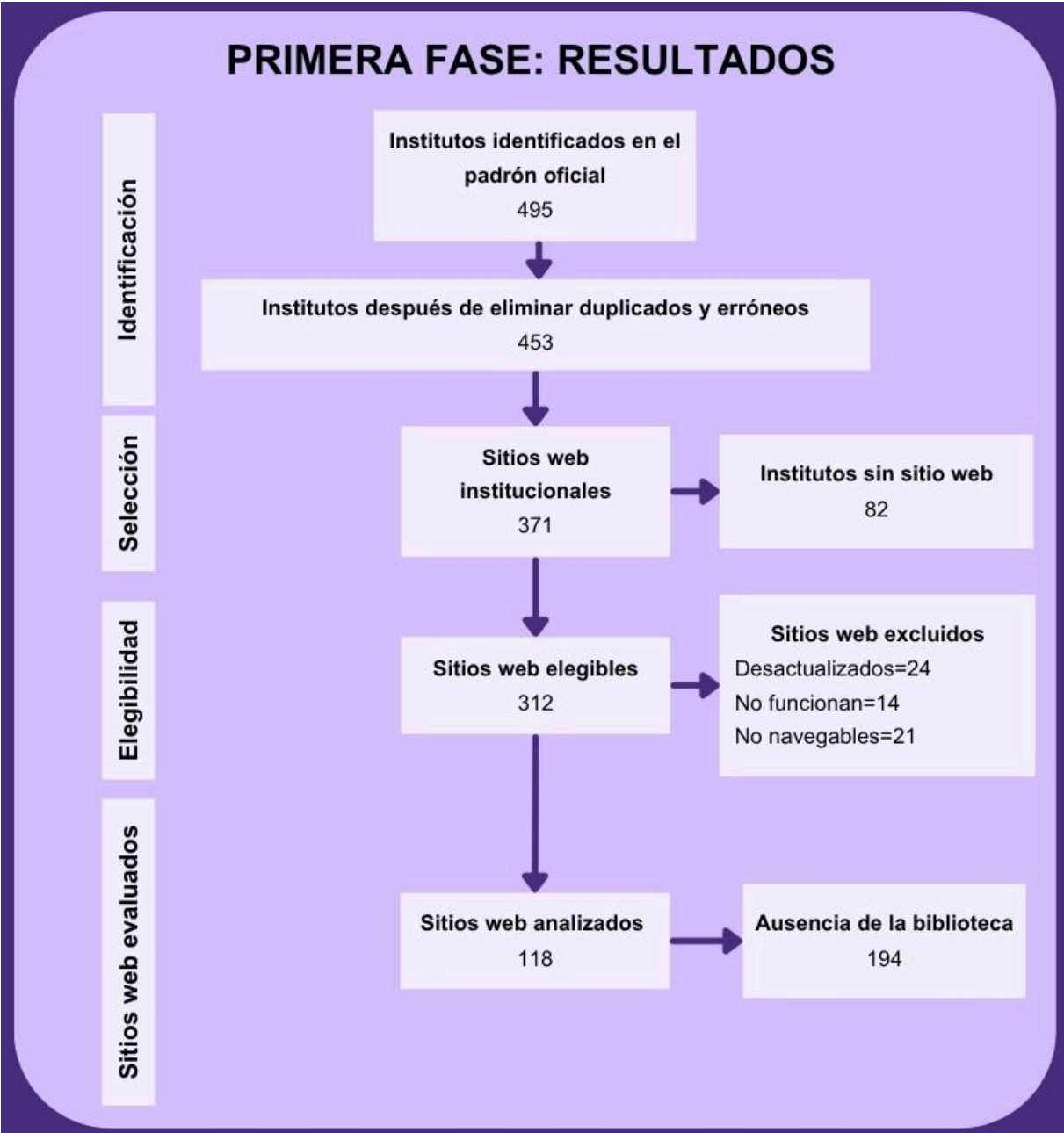
La primera fase consistió en verificar la existencia de sitios web institucionales y la presencia de la biblioteca escolar en ellos. Durante este proceso se identificaron y eliminaron 39 nombres duplicados, correspondientes a instituciones con distintas sedes, y 3 registros clasificados erróneamente como establecimientos de enseñanza común, cuando en realidad pertenecían a la modalidad técnica. Estas depuraciones redujeron la población inicial de 495 a 453 escuelas, de las cuales 82 no disponían de sitio web.

A partir de las 371 instituciones con sitio web localizado, se procedió a una nueva depuración, excluyéndose aquellos desactualizados (24), con fallas de funcionamiento (14) o que no permitían la navegación (21). Como resultado, se obtuvieron 312 sitios web elegibles para el análisis.

Finalmente, la muestra quedó conformada por 118 sitios en los que se identificó al menos una mención de la biblioteca, ya sea en formato textual o visual (Figura 3). Este número representa el 37,8 % del total elegible. Este porcentaje se aproxima a los resultados de Camillo *et al.* (2019), quienes reportaron un 41 % de presencia de bibliotecas en los sitios web analizados. De igual modo, se asemeja a

los hallazgos de Miret *et al.* (2013), quienes encontraron que las bibliotecas escolares estaban presentes en el 33,8 % de los sitios de las escuelas primarias y secundarias incluidas en su estudio.

Figura 3
Resultados de la primera fase de relevamiento



4.1.2.Segunda fase: instrumento de evaluación

A continuación se presentan los resultados obtenidos para cada dimensión de análisis, junto con sus respectivos indicadores (Tabla 1).

- Dimensión 1: Visibilidad (Figura 4)

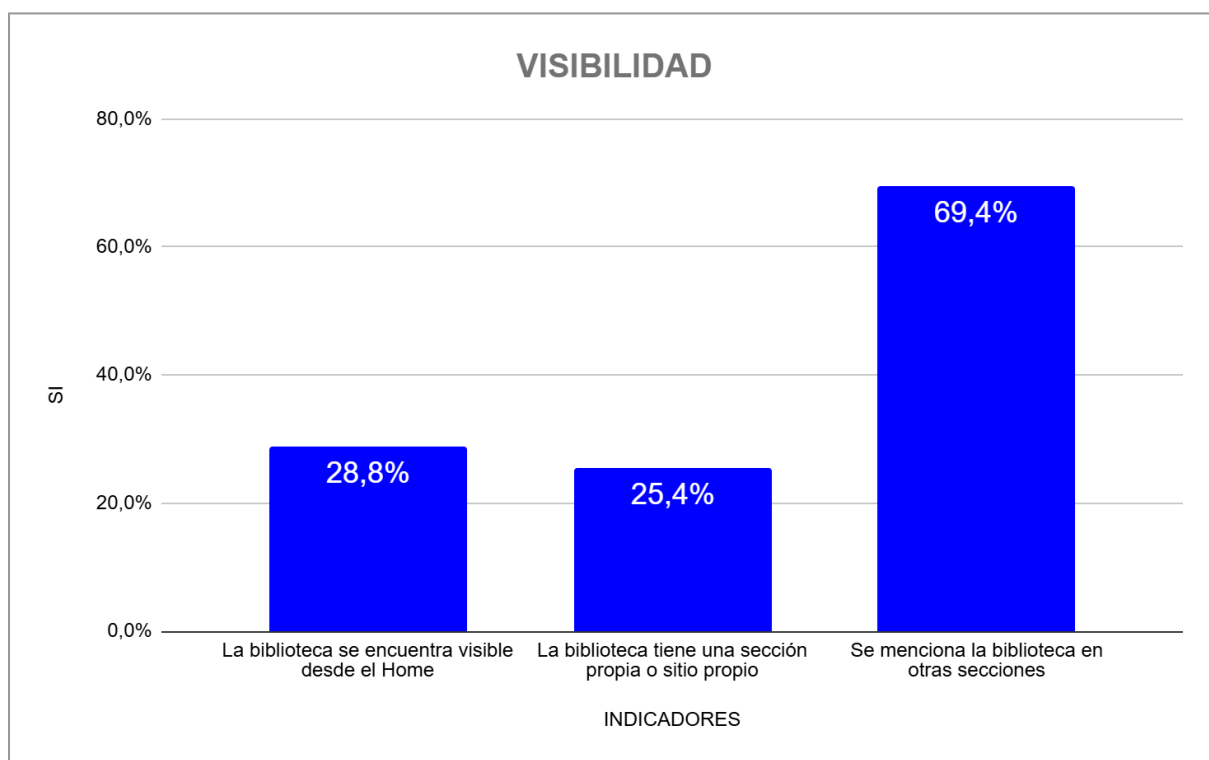
1.1 Presencia de la biblioteca: se obtuvieron 34 respuestas afirmativas, lo que indica que el 28,8 % de las bibliotecas fue accesible desde la página de inicio. Este porcentaje contrasta con lo reportado por Becher (2015) para bibliotecas universitarias, donde el 69 % se ubicaba también en la página inicial.

1.2 Sección de la biblioteca: se obtuvieron 28 respuestas afirmativas, lo que significa que el 25,4 % posee un sitio web propio o una sección propia dentro del sitio institucional. Este porcentaje es considerablemente superior a lo informado por Cruz Palacios (2015) quien reveló que solamente el 6,47 % disponía de una página web propia de la biblioteca y con Miret *et al.* (2013) quien encontró un valor similar del 7,6 %.

1.3 Mención de la biblioteca en otras secciones del sitio: se obtuvieron 82 respuestas afirmativas, lo que representa el 69,4 %. Este dato se aproxima a los resultados de Tardío Crespo y Álvarez Álvarez (2018), quienes hallaron una mención del 66,67 % de la biblioteca en la web del centro. Sin embargo, cabe aclarar que, del total de respuestas del presente estudio, en 43 casos (36 %) la biblioteca se menciona únicamente dentro de secciones generales —como Instalaciones, Servicios o Infraestructura—, sin ningún otro tipo de presencia en el sitio. Aún así este porcentaje duplica lo señalado por Cruz Palacios (2015), quien encontró que el 15,88 % de las bibliotecas aparecía únicamente como un apartado dentro del sitio web del centro educativo, con información escasa o nula.

Figura 4

Resultados de la Dimensión 1: Visibilidad



Los resultados de esta primera dimensión evidencian la baja visibilidad que aún presentan las bibliotecas escolares en los sitios web institucionales, dado que sólo una minoría es accesible desde la página de inicio o cuenta con una sección propia. Se observó que, en la mayoría de los casos, la biblioteca aparecía solo como una referencia secundaria y carecía de un espacio propio dentro del sitio institucional. Asimismo, que la mención se restrinja a Instalaciones o Infraestructura en un tercio de los casos, refuerza la interpretación de que la biblioteca es percibida como un recurso físico, edilicio y estático y no como un espacio pedagógico o estratégico dinámico.

No obstante, se observa un avance respecto del relevamiento realizado por el Ministerio de Educación y la OEI en 2010, el cual indicó que apenas el 2,2 % de las bibliotecas escolares de las provincias de Buenos Aires, Chubut y Formosa disponían de un espacio específico de difusión en el sitio web institucional.

- *Dimensión 2: Contenido* (Figura 5)

2.1 Descripción de la biblioteca y sus funciones: se obtuvieron 20 respuestas afirmativas, lo que representa el 16,9 %. En comparación, los resultados de Cruz Palacios (2015) mostraron un porcentaje superior (36,01 %) de sitios web que incluían una sección con información específica sobre la biblioteca.

2.2 Nombre del bibliotecario o responsable: se obtuvieron 15 respuestas afirmativas, lo que representa el 12,7 %. En el estudio de Cruz Palacios (2015) se obtuvo un resultado cercano, con un 8,74 %. Este es un dato crítico, la mención del bibliotecario aporta un elemento de humanización, comunicando la existencia de un especialista capaz de acompañar y potenciar los aprendizajes.

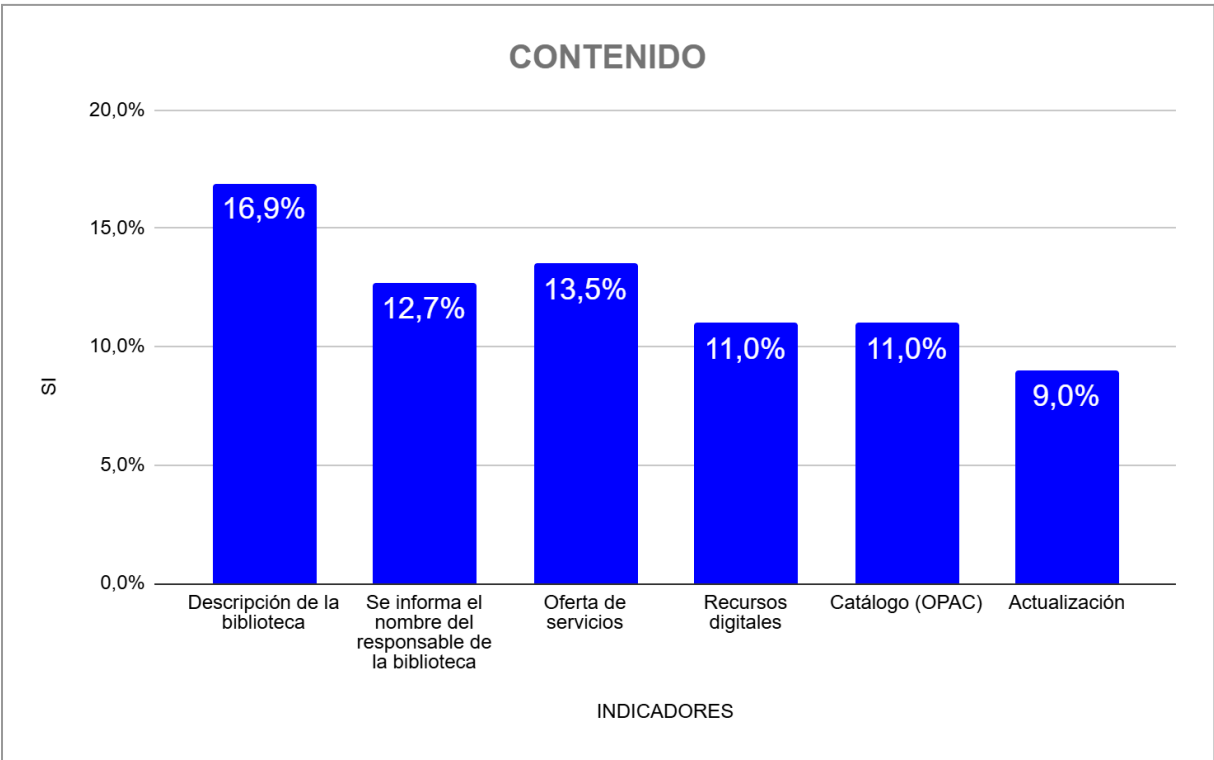
2.3 Servicios ofrecidos: se obtuvieron 16 respuestas afirmativas lo que representa el 13,5 %. Este resultado se asemeja a Cremades (2017a) quien obtuvo un porcentaje de 15,42 % para este indicador. Este bajo porcentaje sugiere que las instituciones no están aprovechando el potencial de la web para comunicar los servicios de la biblioteca, en consecuencia, no se la posiciona como un recurso clave en la competitividad educativa.

2.4 Recursos digitales: se obtuvieron 13 respuestas afirmativas, lo que representa el 11 % de oferta de materiales de apoyo al aprendizaje y a la docencia. Es un número bajo, considerando la comparación con los resultados de Cruz Palacios (2015) quien halló que el 56,99 % tenían recursos para el alumnado y el 24,48 % para el profesorado.

2.5 Consulta al catálogo: se obtuvieron 13 respuestas afirmativas, lo que representa el 11 %. Este resultado coincide con lo expuesto por Cremades (2017a) quien halló que sólo el 10,41 % de las bibliotecas ofrecían el catálogo en línea, ya sea en formato de OPAC o de documento visualizable y/o descargable o imprimible. En la misma línea, Jiménez Fernández (2013) registró un porcentaje similar del 8,12 %.

2.6 Contenido actualizado: se obtuvieron 11 respuestas afirmativas, lo que representa el 9 %. Esto no significa que el contenido sobre la biblioteca no estuviera actualizado, sino que no se informa de manera explícita la fecha de la última actualización. Es un número muy bajo si se lo compara con los resultados de Cremades (2017a) quien obtuvo un porcentaje afirmativo de 47,96 % para este indicador.

Figura 5
Resultados de la Dimensión 2: Contenido



El promedio de los indicadores del contenido de la biblioteca es del 12,3 % del total de los 118 sitios evaluados. Esta baja proporción refleja su escasa presencia dentro de los portales institucionales. En este sentido, la ausencia de una descripción clara —que incluya aspectos como horario, historia, misión u objetivos— en la mayoría de los casos (83,1 %) implica que la biblioteca carece de una identidad digital definida, lo que contribuye a su percepción como un espacio secundario y desvinculado del proyecto educativo.

Asimismo, la baja visibilidad del bibliotecario refuerza esta tendencia, ya que supone una devaluación de su rol como actor pedagógico dentro de la comunidad escolar. A ello se suma la falta de acceso a la oferta de servicios, a los recursos digitales y al catálogo, situación directamente relacionada con la limitada disponibilidad de materiales para el alumnado y el profesorado, lo que dificulta el apoyo efectivo al aprendizaje y a la docencia.

Por otra parte, la ausencia de una indicación explícita de actualización impacta negativamente en la confiabilidad de la información publicada en el sitio; corre el riesgo de parecer obsoleto o descuidado.

En conjunto, estos resultados evidencian que la biblioteca continúa ocupando un lugar periférico en la narrativa institucional en línea, lo que limita su potencial como espacio pedagógico, comunicativo y estratégico dentro del entorno digital escolar.

- *Dimensión 3: Interacción* (Figura 6)

3.1 Información de contacto: se obtuvieron 12 respuestas afirmativas, lo que representa el 10 %. Este resultado duplica al de Cremades (2017a) quien obtuvo un porcentaje de tan sólo 4,07 % de cumplimiento de este indicador. Aún así sigue siendo un número bajo considerando la importancia de la interacción con los usuarios.

3.2 Publicación de eventos, actividades o noticias: se obtuvieron 10 respuestas afirmativas, lo que representa el 8 %. Estos resultados distan mucho de lo obtenido por Cruz Palacios (2015) quien halló que hay más bibliotecas escolares que promocionan las actividades que se han realizado (79,02 %), que las que promocionan las actividades que van a realizarse (52,45 %).

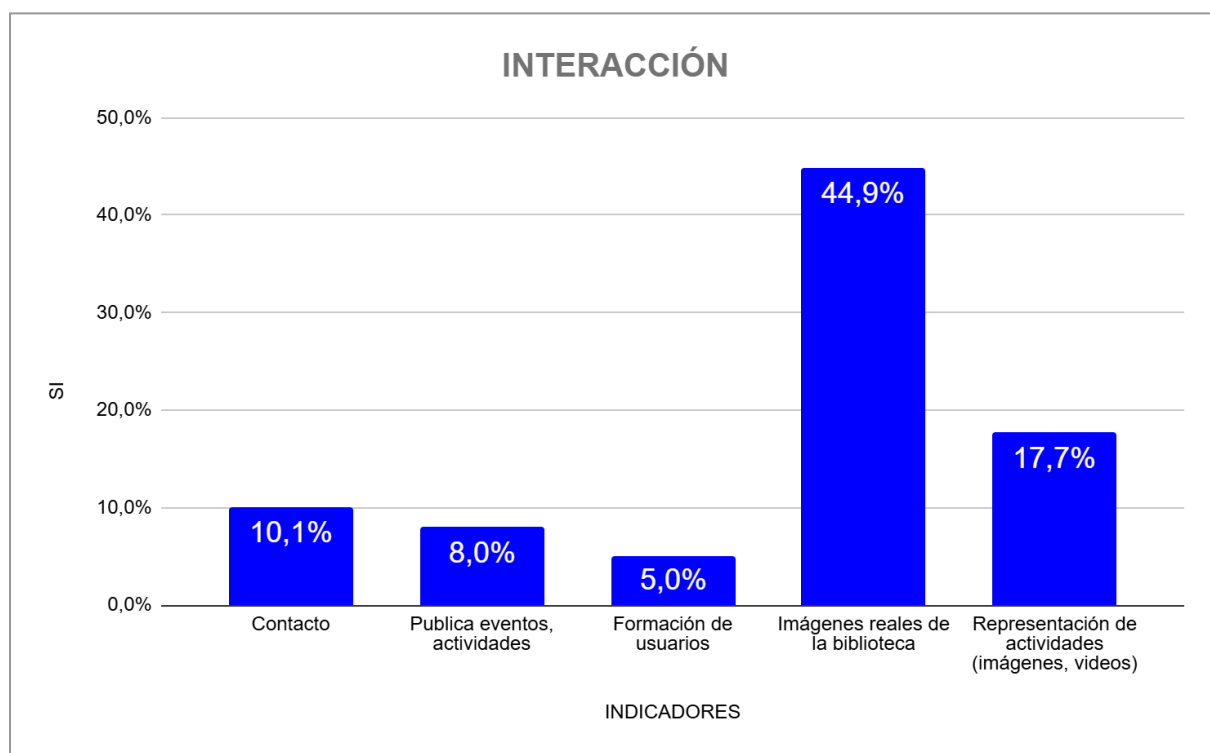
3.3 Formación de usuarios: se obtuvieron 6 respuestas afirmativas, lo que representa el 5 %. Este dato coincide con el promedio informado por Cruz Palacios (2015), quien halló un 5,2 % en relación con la formación de usuarios. En particular halló que 6,29 % ofrecían recursos de ayuda para utilizar los servicios de la biblioteca, 2,10 % recursos sobre las distintas fuentes de información, 9,79 % ayuda para utilizar el sistema de clasificación y 2,80 % para aprender a utilizar el OPAC.

3.4 Imágenes reales de la biblioteca: se obtuvieron 53 respuestas afirmativas, lo que representa el 44,9 %. Si bien casi la mitad de los sitios mostraron alguna imagen, la discusión se centra en su calidad y contexto ya que sólo en el 14,4 % de los casos las imágenes correspondían a actividades desarrolladas. La mayoría se presentó de forma aislada en secciones como Instalaciones o Infraestructura, lo que refuerza la visibilidad de la biblioteca como un espacio físico, desaprovechando la oportunidad de mostrar su rol pedagógico

3.5 Representación de actividades con la comunidad educativa: se obtuvieron 21 respuestas afirmativas, lo que representa el 17,7 %. Este porcentaje bajo se relaciona con el punto anterior: se la incluye en la galería de imágenes, pero no se utiliza para mostrar el trabajo cotidiano de los bibliotecarios con los alumnos y los docentes.

Figura 6

Resultados de la Dimensión 3: Interacción



En esta dimensión se destacó la presencia de imágenes de la biblioteca, que alcanzó un porcentaje cercano al 45 %. Sin embargo, solo en 17 casos (14,4 %) dichas imágenes correspondían efectivamente a actividades desarrolladas en el ámbito escolar. En consecuencia, la mayoría de las imágenes se presentan de manera aislada, ubicadas en secciones como Instalaciones, Servicios o Infraestructura, sin vinculación con acciones concretas o proyectos pedagógicos.

En relación con la falta de información de contacto, cabe señalar que la comunicación constituye un elemento esencial para la retroalimentación y la participación de los usuarios. Su ausencia limita la posibilidad de ofrecer servicios de apoyo en línea —como foros o chats— y reduce las oportunidades para que los usuarios expresen sus necesidades o sugerencias mediante encuestas o encuestas.

Asimismo, el bajo porcentaje de promoción de actividades sugiere que las bibliotecas no aprovechan el sitio web como un medio para proyectarse como espacios dinámicos y proactivos, perdiendo la oportunidad de fomentar la lectura, la participación y la vinculación con la comunidad educativa, lo que, a su vez, puede ser un indicio de la falta de un plan integrado de lectura y biblioteca en la escuela. De igual modo, la escasa presencia de iniciativas orientadas a la formación de usuarios representa una oportunidad desaprovechada para acompañar los procesos de enseñanza y de aprendizaje, así como para favorecer el desarrollo de competencias informacionales.

En suma, estos hallazgos revelan una escasa participación proactiva de las bibliotecas escolares en el entorno digital, lo que contribuye a que su valor pedagógico no se comunique de manera efectiva. La invisibilidad y el contenido estático dificultan su plena integración en la estrategia digital y de marketing institucional.

- *Niveles de Visibilidad*

Para clasificar de manera objetiva el grado de presencia digital de las bibliotecas escolares en los sitios web institucionales, se estableció un sistema de puntuación a partir del instrumento de evaluación cuantitativa (Tabla 1). Este instrumento asignó un punto por cada criterio cumplido, resultando en un puntaje máximo posible de 14 puntos.

En la Tabla 5 se presenta la cantidad de sitios web y los puntajes obtenidos a partir del relevamiento realizado sobre la muestra inicial de 312 sitios elegibles.

Tabla 5

Cantidad de sitios web según puntaje

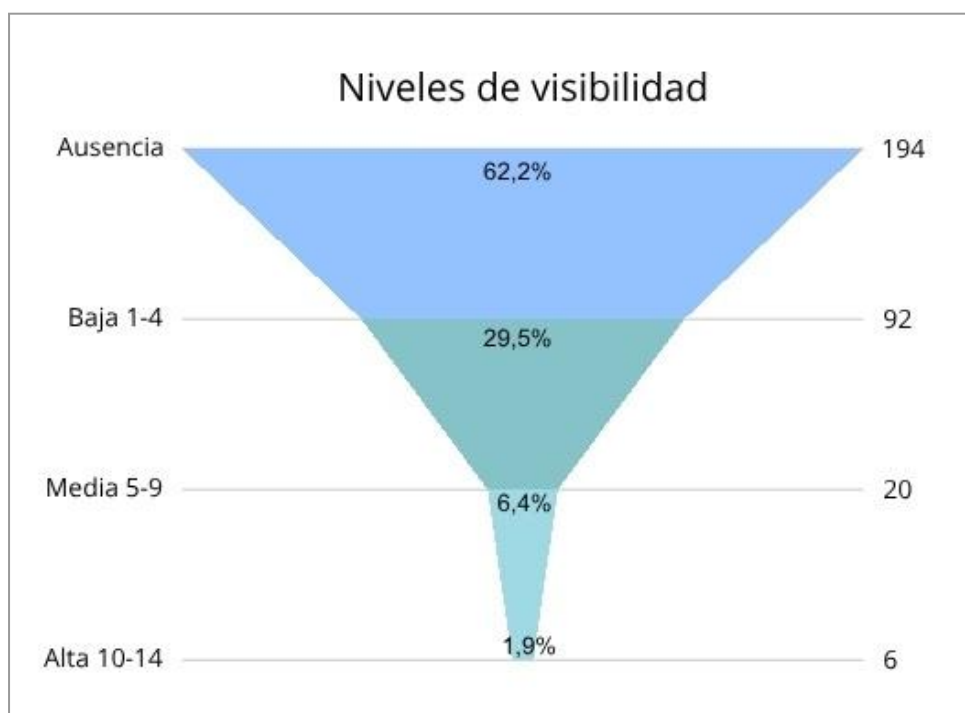
<i>Puntaje</i>	<i>Cantidad de sitios web</i>
0	194
1	63
2	18
3	3
4	8
5	6
6	3
7	6
8	5
9	0
10	2
11	4
12	0
13	0
14	0

Predominó la ausencia de la biblioteca, que alcanzó el 62,2 %, seguida por los sitios con baja visibilidad, que representaron el 29,5 %. En conjunto, estos valores mostraron que el 91,7 % de las bibliotecas escolares presentó una visibilidad nula o escasa en los sitios web institucionales. En contraste, solo el 6,4 % alcanzó una visibilidad media y apenas el 1,9 % una visibilidad alta, totalizando un 8,3 % de bibliotecas con mayor presencia (Figura 7)

Cabe señalar que el puntaje máximo registrado fue de 11 puntos, con una media⁸ de 1,07 puntos sobre un total deseable de 14. Esta situación coincide con lo observado por Cruz Palacios (2015), quien encontró que la puntuación media de las sedes web evaluadas también se ubicó muy por debajo del máximo posible: 200,46 sobre 1000 puntos.

Figura 7

Niveles de visibilidad de las bibliotecas escolares



La clasificación presentada confirma el diagnóstico general de baja presencia y reconocimiento digital de las bibliotecas escolares en la muestra.

Los resultados son contundentes, el hecho de que el 91,7 % de las bibliotecas exhiba una visibilidad nula o escasa se interpreta como que la institución no prioriza la visibilidad de la biblioteca. Esta aparece como un espacio secundario, desvinculado, sin rol pedagógico visible ni valor estratégico en el entorno digital.

El promedio de puntuación, de solo 1,07 puntos sobre un total deseable de 14, evidencia que la mayoría de las instituciones pierde la oportunidad de posicionar a la biblioteca como un recurso diferenciador. Además, en un contexto donde el sitio

⁸ Para calcular la media, o promedio ponderado, se utilizó la fórmula:

$$Media = (\sum \text{valor} \times \text{frecuencia}) / (\sum \text{frecuencias})$$

Donde valor= puntaje y frecuencia= cantidad de sitios web. Se obtuvo:

$$Media = 334 / 312 = 1,07$$

web es clave para el posicionamiento y la comunicación estratégica, la baja presencia de la biblioteca dificulta que cumpla eficazmente su función en la sociedad de la información.

Finalmente, es importante señalar que el puntaje máximo registrado fue de 11 puntos, demostrando que la visibilidad alta (10 a 14 puntos) fue muy limitada. Estos 4 sitios web que obtuvieron las calificaciones más altas fueron seleccionados como estudios de caso para la fase de análisis cualitativo, con el objetivo de identificar estrategias implementadas que puedan servir como referentes de buenas prácticas.

4.2. Análisis y discusión: resultados cualitativos (estudio de casos)

Con el fin de complementar los resultados cuantitativos y profundizar en el modo en que las bibliotecas escolares se representan en los sitios web institucionales, se realizó un estudio cualitativo sobre los cuatro casos que obtuvieron un puntaje de 11 sobre 14. El relevamiento se llevó a cabo tomando como guía orientativa y no taxativa el *Cuestionario para la evaluación cualitativa de la presencia digital de bibliotecas escolares* (apartado 3.2.2).

Este enfoque permitió analizar no solo la presencia de determinados elementos, sino también su integración en el discurso institucional y en la propuesta comunicacional de cada escuela, dado que la mera aparición de contenidos no asegura su calidad ni una visibilidad efectiva de la biblioteca.

Los cuatro casos seleccionados se distinguen por la forma en que representan a la biblioteca en el entorno digital, lo que los convierte en posibles modelos de referencia.

Los resultados se presentan a continuación según las dimensiones analíticas definidas en el cuestionario: visibilidad, contenido, interacción, marketing institucional, accesibilidad y usabilidad.

4.2.1. Caso 1: Colegio San Martín de Tours

Se accede al sitio web desde el siguiente enlace: <https://www.smt.edu.ar/>

En este primer caso se trata de un colegio católico, mixto, bilingüe, que ofrece los tres niveles de enseñanza: inicial, primaria y secundaria. Su lema es: "Formamos

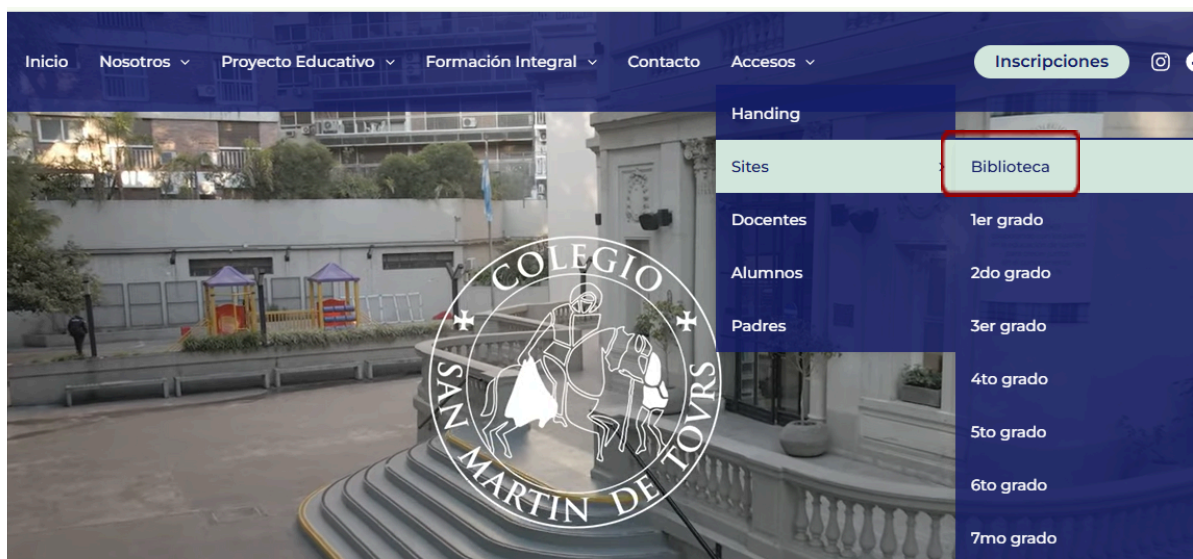
mujeres y varones con espíritu transformador, solidario y cristiano, abiertos al mundo y al prójimo, a través de su desarrollo integral, académico y humano.” ([Enlace](#))

Se accede a la biblioteca desde el menú principal: *Inicio/Accesos/Sites/Biblioteca* (Figura 8). La URL de la biblioteca es:

<https://sites.google.com/smt.edu.ar/biblioteca-secundaria/inicio>

Figura 8

Caso 1: acceso a la biblioteca



Nota: imagen tomada de <https://www.smt.edu.ar/>

Visibilidad y contexto institucional

Aunque el enlace “Biblioteca” existe, funciona como un subsitio externo alojado en Google Sites y no aparece plenamente integrado en el sitio institucional —por ejemplo, no está dentro del mismo dominio *.edu.ar* del colegio— lo que puede dar la impresión de que es una unidad separada. No obstante, la coherencia estética y el mantenimiento de la identidad visual institucional atenúan esa sensación.

No se encontró en la página institucional principal una mención que hable de la biblioteca como eje o componente de la misión del colegio. Tampoco se mencionan la misión y los objetivos de la biblioteca de manera explícita. No se observan otros accesos hacia el subsitio de la biblioteca, sino que aparece únicamente de manera puntual. Las conexiones son claras dentro del propio subsitio, pero no se encontraron enlaces directos o destacados hacia otras

secciones. Es así que se la percibe como un elemento importante, pero sólo de apoyo.

Presenta información sobre actividades formativas (p. ej., espacios de recreación, lectura silenciosa, préstamos, reservas) que se vinculan con los objetivos educativos del colegio de fomentar la participación, la lectura, la creatividad y el aprendizaje autónomo. Por ejemplo, se menciona que “mediante los juegos se potencian relaciones afectivas y cognitivas, se aprenden pautas y reglas, y echan pistas sobre la manera en las que interactuamos en el mundo social.” ([Enlace](#)).

Calidad del contenido y estrategias de información

La descripción es breve pero informativa: presenta la biblioteca como un espacio activo de lectura, préstamo de libros y recreación, destacando su función educativa y social. Se mencionan las actividades semanales y su horario (Figura 9).

En la parte superior de la página se localizan las secciones que componen el sitio: Inicio; Recursos; Efemérides; Escritoras SMT; Verdades que importan; Ética Tecnología e IA; Servicios; y Entre Lecturas.

Figura 9

Caso 1: Actividades de la biblioteca



Nota: imagen tomada de

<https://sites.google.com/smt.edu.ar/biblioteca-secundaria/inicio?authuser=0>

La información sobre el reglamento y los datos de contacto resulta clara y accesible. El sitio ofrece además un formulario para enviar sugerencias de mejora, aunque requiere solicitar permiso de acceso para completarlo y constituye el único recurso participativo disponible. No se identifican otros espacios de interacción digital, como foros, encuestas, redes sociales o secciones de comentarios, ni se incluyen recorridos virtuales o materiales interactivos.

Si bien las fechas de publicación de los contenidos son visibles, no se presenta una indicación explícita acerca de la última actualización general de la información del sitio.

La labor del bibliotecario se intuye en el tono del discurso, pero no se lo visibiliza como figura mediadora: no se incorpora presentación personal, mensaje institucional ni firma que permita reconocer su rol dentro de la comunidad educativa.

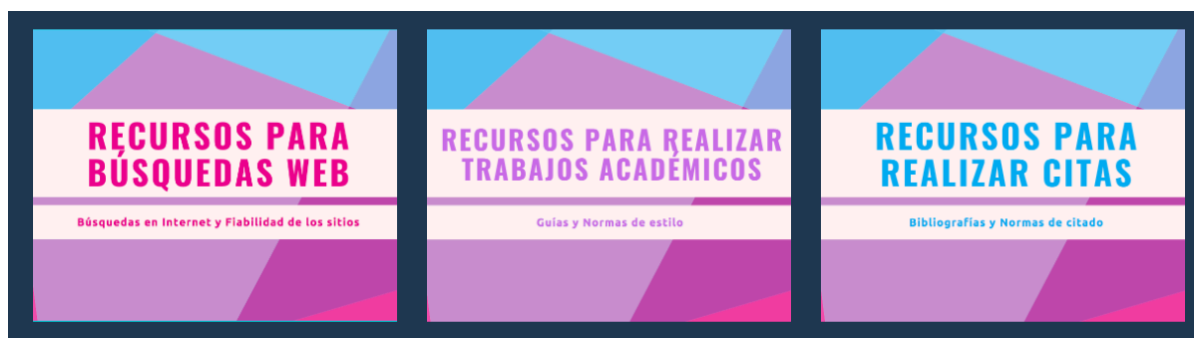
No fue posible acceder al catálogo. El enlace proporcionado parece corresponder a un recurso interno disponible únicamente dentro de la institución, ya que remite a una dirección IP privada (<http://172.16.17.248>).

En el reglamento se explican claramente las políticas de uso y préstamo. ([Enlace](#))

Tanto en la sección *Inicio* como en la de *Recursos*, se ofrece una variedad de contenidos: recomendaciones de lectura, acceso a la biblioteca digital (con 4 libros y 2 guías de lectura), materiales para docentes de los tres niveles —como los diseños curriculares vigentes—, materiales imprimibles y diversos enlaces de interés a cursos, herramientas de IA, revistas y formación de usuarios (Figura 10).

Figura 10

Caso 1: Formación de usuarios



Nota: imagen tomada de

<https://sites.google.com/smt.edu.ar/biblioteca-secundaria/recursos?authuser=0>

Por otra parte, se destacan tres secciones que visualizan el trabajo de los alumnos en conjunto con los docentes y la biblioteca: *Escritoras SMT* (recomendaciones de lecturas en formato podcast, antologías y análisis de cuentos), *Verdades que importan* (afiches y trabajos sobre la desinformación y el exceso de información) y *Ética, tecnología e IA* (videos y afiches realizados por lo alumnos en torno a la temática).

Se publica un Newsletter, actualizado con fecha de junio 2025, denominado "Entre lecturas" que incluye recomendaciones literarias, novedades editoriales, recursos, servicios, actividades y propuestas culturales. ([Enlace](#))

No hay un registro cronológico de eventos ni de actividades pasadas, presentes o futuras. La estructura del sitio parece organizada por secciones temáticas más que por cronología. Tampoco se encontraron imágenes reales de la biblioteca.

Usabilidad, accesibilidad e inclusión

El sitio presenta una estructura sencilla y de navegación intuitiva. La organización por secciones facilita el acceso a la información, lo que genera una experiencia de uso clara. La disposición del contenido es ordenada y coherente, aunque la sección de *Recursos* podría beneficiarse de una jerarquía visual más marcada que permita distinguir mejor los distintos apartados.

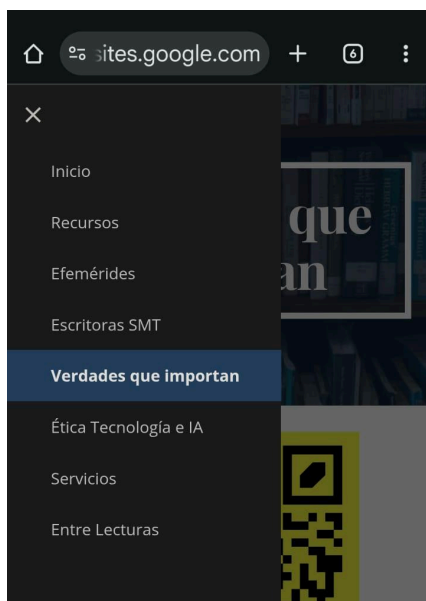
El diseño utiliza una paleta de colores suaves, predominan el azul y blanco y una tipografía en consonancia con el entorno educativo. Si bien el aspecto general es agradable, no se observan elementos específicos de accesibilidad digital, como descripciones alternativas en las imágenes o herramientas para ajustar el tamaño de la letra. Tampoco se identifican versiones adaptadas para personas con discapacidad auditiva ni opciones multilingües.

En términos de adaptabilidad, el sitio responde adecuadamente en distintos dispositivos, incluidos celulares, gracias al formato de Google Sites. La lectura y navegación se mantienen funcionales en pantallas pequeñas, lo que contribuye a una buena experiencia general. (Figura 11)

El lenguaje empleado es claro y apropiado para el público escolar, con un tono motivador. No obstante, no se identifican recursos diferenciados para públicos específicos, como familias o docentes; la mayor parte del contenido parece estar dirigida principalmente a los estudiantes.

Figura 11

Caso 1: Captura de pantalla de celular



Nota: captura de pantalla del menú tomada con un celular desde el enlace:

<https://sites.google.com/smt.edu.ar/biblioteca-secundaria/verdades-que-importan?authuser=0>

Marketing institucional e interacción

El sitio proyecta una imagen de la biblioteca como espacio activo y formativo. No incorpora slogans, banners ni testimonios que la promocionen de manera directa, y tampoco incluye logos propios u otros recursos gráficos que refuercen su reconocimiento. En consecuencia, su identificación depende de la identidad visual del colegio. El nombre de la biblioteca se presenta de forma clara (Figura 12) y se integra al estilo visual institucional, manteniendo coherencia con el resto del sitio.

Figura 12

Caso 1: Nombre de la biblioteca



Nota: imagen tomada de

<https://sites.google.com/smt.edu.ar/biblioteca-secundaria/inicio?authuser=0>

La conexión con la comunidad educativa es limitada y se basa sobre todo en la difusión de actividades y un formulario para enviar sugerencias. Aunque esto permite cierta participación, la interacción continúa siendo reducida y carece de recursos más dinámicos como redes sociales, foros o encuestas.

El sitio proyecta una imagen de biblioteca activa, con actividades recreativas y propuestas culturales, lo que le otorga dinamismo.

Conclusiones y propuestas

El sitio presenta varias fortalezas. En primer lugar, la claridad organizativa y la navegabilidad intuitiva permiten un acceso sencillo a la información, favoreciendo la experiencia del usuario. En segundo lugar, se destaca la diversidad de recursos disponibles, que abordan temáticas actuales y ofrecen materiales de interés tanto para alumnos como para docentes. Finalmente, su integración dentro del sitio institucional contribuye a la visibilidad de la biblioteca como parte del proyecto educativo del colegio, evidenciando coherencia con la identidad escolar.

No obstante, se identifican aspectos de mejora que podrían fortalecer su presencia digital. En primer lugar, no se incluyen referencias al bibliotecario ni a su rol dentro de la comunidad educativa. Además, la ausencia de herramientas de accesibilidad limita el alcance inclusivo del sitio, especialmente para personas con discapacidad visual o auditiva. Finalmente, la falta de imágenes del espacio reduce las posibilidades de brindar una representación visual que favorezca su identificación y el vínculo con el entorno escolar.

En cuanto a su valor como modelo replicable, el sitio puede considerarse una buena referencia inicial. Su estructura simple y su lenguaje accesible resultan inspiradores para instituciones que deseen crear un espacio web funcional sin requerir grandes recursos técnicos. Sin embargo, para ser un modelo plenamente replicable sería necesario incorporar estrategias más activas de comunicación y participación, ampliar los recursos digitales y fortalecer la visibilidad del rol del bibliotecario como mediador y formador.

4.2.2.Caso 2: Colegio Pestalozzi

Se accede al sitio web institucional desde el siguiente enlace:

<https://www.pestalozzi.edu.ar/>

Es un colegio mixto, multilingüe, que abarca los niveles inicial, primario y secundario e incluye la enseñanza intensiva de dos lenguas extranjeras (alemán e inglés). En el último año del nivel secundario se agrega portugués.

En la presentación del colegio se expresa que su misión es “desarrollar la autonomía moral e intelectual de sus más de 1200 alumnos y alumnas y promover la educación para la libertad y el encuentro de culturas.” ([Enlace](#))

Se accede a la biblioteca desde el menú principal:

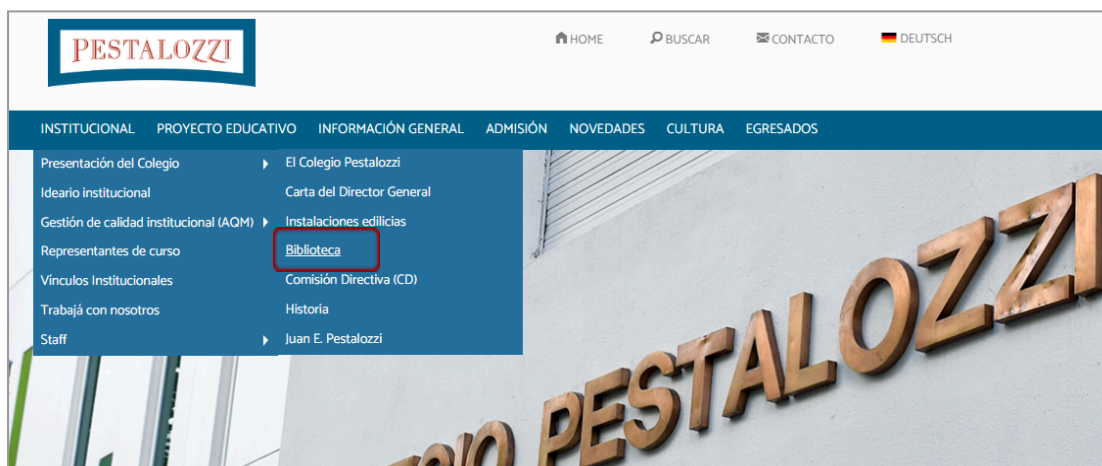
Institucional/Presentación del colegio/Biblioteca

La URL de la biblioteca es:

<https://www.pestalozzi.edu.ar/es/institucional/colegio-pestalozzi/biblioteca.html>

Figura 13

Caso 2: Acceso a la biblioteca



Nota: imagen tomada de <https://www.pestalozzi.edu.ar/es/>

Visibilidad y contexto institucional

La biblioteca está claramente alineada con la misión institucional del colegio. Se presenta como un “espacio educativo dentro de la escuela que no sólo fomenta la lectura sino también la investigación, el descubrimiento, el estudio y la autoformación” ([Enlace](#)), en coincidencia con el ideario institucional.

Tiene una sección propia en el sitio del colegio, lo que indica que está integrada, aunque de manera no excesivamente destacada. No hay enlaces desde la página de la biblioteca hacia otras secciones, mientras que en otras secciones sí hay enlaces a la biblioteca. Desde la navegación web y el diseño, podría considerarse como un recurso institucional importante, pero su potencial no se encuentra aprovechado al máximo.

Hay un archivo histórico alojado en la biblioteca, lo que demuestra integración con la memoria institucional y la historia del colegio. ([Enlace](#))

Calidad del contenido y estrategias de información

En la figura 14 se observa la sección completa de la biblioteca. Posee dos subsecciones: *Recursos útiles* y *Archivo histórico institucional*.

Figura 14

Caso 2: Página de la biblioteca



PRESENTACIÓN DEL COLEGIO

Biblioteca

La Biblioteca institucional es un espacio educativo dentro de la escuela que no sólo fomenta la lectura sino también la investigación, el descubrimiento, el estudio y la autoformación. Se trata de un lugar de aprendizaje, de comunicación y de encuentro abierto a toda la comunidad educativa.

Posee un **fondo bibliográfico** muy completo y actualizado, que consta de **15.000 volúmenes** con materiales en los idiomas **castellano, alemán e inglés** y abarca:

- libros de texto
- libros especializados en distintas áreas
- literatura en general
- material de referencia (diccionarios, enciclopedias, atlas, anuarios)
- fondo especial formado por revistas, mapas, videos y una colección de CD y DVD.

Además, el Nivel Primario cuenta con una **sala de lectura** provista de literatura infantil para la promoción de la lectura recreativa.

📄 Descargas

- Reglamento de la Biblioteca [pdf; 303,99 KB]
- Estrategias de búsqueda en Internet [pdf; 22,04 KB]
- Política de honestidad académica [pdf; 532,10 KB]

🌐 Links externos

- Catálogo bibliográfico



Biblioteca

- Recursos útiles
- Archivo histórico institucional

Nota: imagen tomada de

<https://www.pestalozzi.edu.ar/es/institucional/colegio-pestalozzi/biblioteca.html>

El sitio inicia con una breve descripción que informa que la biblioteca cuenta con 15.000 volúmenes en varios idiomas (castellano, alemán e inglés) y enumera sus tipos de materiales: libros de texto, obras especializadas, literatura, mapas, CD y DVD. También se menciona una sala de lectura destinada al nivel primario, orientada a promover la lectura recreativa. Sin embargo, no se ofrecen detalles adicionales sobre políticas de préstamo, horarios, vías de contacto o una sección de preguntas frecuentes.

La biblioteca no presenta materiales audiovisuales en línea —como libros electrónicos interactivos, audiolibros o novelas gráficas—, por lo que su oferta digital multimedia resulta limitada o, al menos, no está documentada de manera visible. Se incluye, no obstante, un apartado para descargar tres documentos en formato PDF: el Reglamento de la Biblioteca, las Estrategias de búsqueda en Internet y la Política de honestidad académica. El reglamento detalla horarios, servicios, normas de uso y datos de contacto (correo electrónico y teléfono), aunque su última actualización data de 2013.

El sitio incluye un pequeño carrusel con cuatro imágenes reales de la biblioteca; sin embargo, no presenta fotografías ni videos de actividades pasadas, presentes o futuras, ni menciona la realización de eventos, charlas o talleres de lectura. Tampoco se indica una fecha de actualización visible, lo que dificulta determinar la vigencia de la información publicada.

Se incorpora un enlace público al catálogo, desarrollado en el software Pégamo. En su página inicial se reiteran los horarios y datos de contacto de la biblioteca (Figura 15). La sección de ayuda corresponde a la versión estándar del sistema, con instrucciones generales sobre el uso del OPAC. El catálogo se considera actualizado, dado que los últimos ingresos registran fecha del 15/10/2025 (Figura 16).

Finalmente, no se encontró ninguna referencia al bibliotecario: no aparece presentación personal, mensaje institucional ni firma que visibilice su rol dentro de la comunidad educativa.

Figura 15

Caso 2: Acceso al catálogo

PESTALOZZI Colegio Pestalozzi
Biblioteca
Catálogo Bibliográfico

Buscar Guardados Ayuda Inicio Volver

Tipo de Búsqueda **Simple** Avanzada Novedades ISBN/ISSN

[Ver consejos para mejorar la búsqueda](#)

Buscar: **Comenzar**

Puede ingresar palabras del título, autor, editorial, materia, etc.

Volver Imprimir [RSS] [?]

Horario de atención: L a V de 8 a 13:15 y de 13.55 a 16.15
Teléfono: 4555-3688 int. 120
E-Mail: biblioteca@pestalozzi.edu.ar

Pérgamo® OPAC Web
©2016 WalySoft® Sistemas

Nota: imagen tomada de

<https://biblioteca.pestalozzi.edu.ar/pergamo/opac/cgi-bin/pgopac.cgi?form=Default>

Figura 16

Caso 2: Novedades del catálogo

PESTALOZZI Colegio Pestalozzi
Biblioteca
Visualización de Resultados

Buscar Guardados Ayuda Inicio Volver

Se encontraron **3** registros

Página: 1 / 1

Guardar

<input type="checkbox"/>	J..Mat. (NB.)	Título ▲	Autor ⓘ	Editorial	Año	Ed.	Existencia Orden Col./Ser.
<input type="checkbox"/>	Libro (M)	Dear Evan Hansen	Emmich, Val	Penguin Books			
<input type="checkbox"/>	Libro (M)	Fish in a tree	Hunt, Lynda Mullay	Nancy Paulsen books			
<input type="checkbox"/>	(M)	Mil soles esplendidos	Housseini, khaled	Salamandra			

Página: 1 / 1

Datos Parciales:
area: FECHA DE INGRESO [=] termino: 20251015 (24)
Depuración: 3

Nota: imagen tomada de la opción Novedades del catálogo

<https://biblioteca.pestalozzi.edu.ar/pergamo/opac/cgi-bin/pgopac.cgi?a=ISRC&Profile=DEFAULT&cArea1=MATSTOCK%3A%3ACodBiblioteca&cTermino1=&cTodas1=N&cOperacion1=AND&cArea2=MATERIAL%3A%3AFechaAlta&cRelacion2=%3E%3D&cOperacion2=FIN&cTermino2=20251015&bBuscar=Buscar>

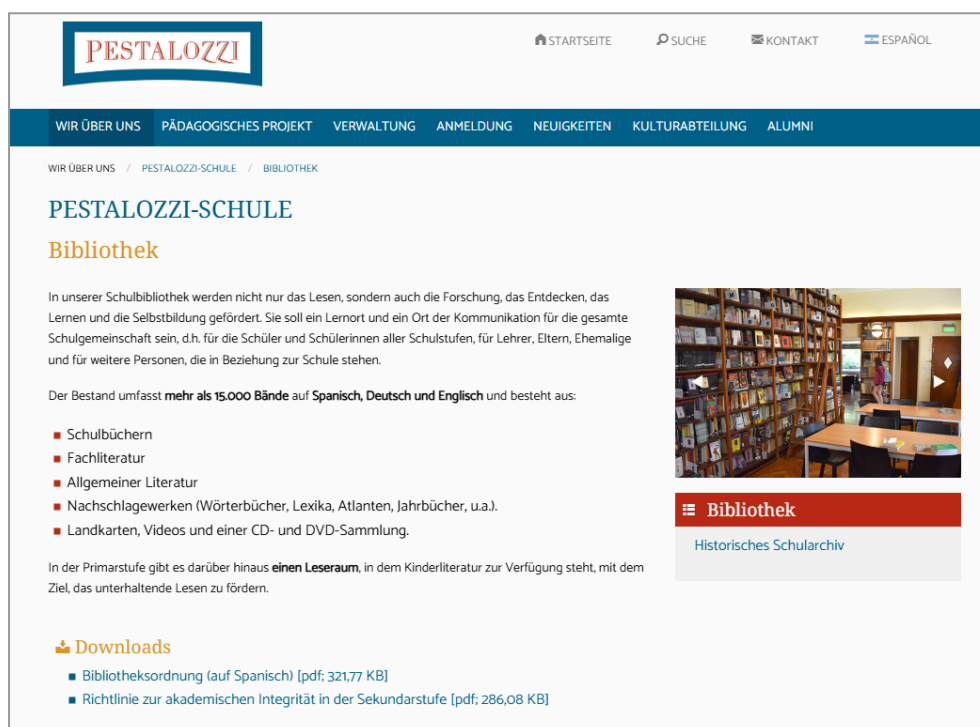
Usabilidad, accesibilidad e inclusión

Como se observa en la Figura 14, las opciones de navegación son simples e intuitivas, lo que facilita que los usuarios encuentren la información. Sin embargo, no todas las secciones ofrecen un contenido visual o explicativo suficientemente desarrollado. El diseño general no transmite una estética moderna, la página resulta funcional, sobria e institucional, pero carece de atractivo visual. La tipografía y la disposición mantienen un estándar adecuado para un entorno escolar, aunque sin elementos distintivos. Por último, no se identifican características claras de accesibilidad web dentro del sitio; únicamente el catálogo Pέργamo permite ajustar el tamaño de la tipografía (Figuras 15 y 16).

El sitio del colegio es bilingüe (español-alemán), en consonancia con su ideario institucional. No obstante, la versión en alemán de la página de la biblioteca está incompleta, no reproduce todo el contenido disponible en español —por ejemplo, no muestra el acceso al catálogo— lo que dificulta la experiencia de los usuarios (Figura 17).

Figura 17

Caso 2: Versión del sitio en idioma alemán



Nota: imagen tomada de

<https://www.pestalozzi.edu.ar/de/wir-uber-uns/pestalozzi-schule/bibliothek.html>

En términos de adaptabilidad, el sitio responde adecuadamente en distintos dispositivos, incluidos celulares, gracias a su diseño sencillo. La lectura y la navegación se mantienen funcionales en pantallas pequeñas, lo que contribuye a una experiencia general satisfactoria (Figura 18).

El lenguaje empleado es institucional, claro y profesional, apropiado para alumnos, docentes y familias. Si bien se incluyen documentos y enlaces potencialmente útiles para estos grupos, no se identificó contenido específicamente segmentado para cada público dentro de la página de la biblioteca.

Figura 18

Caso 2: Captura de pantalla de celular



Nota: captura de pantalla del sitio tomada con un celular desde el enlace:

<https://www.pestalozzi.edu.ar/es/institucional/colegio-pestalozzi/biblioteca.html>

Marketing institucional e interacción

La biblioteca no presenta una identidad visual propia claramente diferenciada, no cuenta con un slogan, logo o banner específico que la destaque dentro del sitio. Se percibe más como un recurso institucional esencial que como una unidad con estrategias de promoción o marketing propias. En esta línea, utiliza el logo del colegio y su paleta cromática, lo que asegura coherencia visual.

Tampoco se menciona el nombre de la biblioteca ni se incluyen secciones dinámicas con eventos, charlas o talleres de lectura, y no se identifican encuestas, formularios de comentarios o espacios de participación para la comunidad. Asimismo, no se observan redes sociales propias vinculadas desde la página institucional.

En su descripción, la biblioteca se proyecta como un espacio de investigación, estudio y encuentro, transmitiendo una imagen dinámica; sin embargo, esta proyección no se refleja en la práctica digital, dado que no se evidencian iniciativas o actividades alineadas con esa visión. La presencia del documento “Estrategias de búsqueda en Internet” constituye un aporte relevante a la alfabetización informacional, aunque no se encontraron otros recursos formativos, como cursos en línea, tutoriales interactivos o guías complementarias más allá de ese PDF.

Conclusiones y propuestas

Como fortaleza del sitio se destaca en primer lugar su visibilidad y alineación con la misión institucional, la biblioteca está integrada con los valores del colegio y aparece mencionada desde la página de inicio y en diferentes secciones. En segundo lugar, su catálogo en línea actualizado, el cual es amplio y diverso en variedad de formatos e idiomas. En tercer lugar, las fotografías de la biblioteca, que aportan visibilidad y contextualizan el espacio físico.

Dentro de las áreas de mejora, en primer lugar, se destaca la necesidad de incorporar el nombre y el rol del bibliotecario dentro de la comunidad educativa. En segundo lugar, sería conveniente integrar herramientas interactivas —como foros, encuestas, redes sociales o un calendario de actividades— que permitan convertir la biblioteca en un espacio digital más dinámico y participativo. En tercer lugar, avanzar en medidas de accesibilidad, incluyendo alto contraste, textos alternativos y versiones accesibles de los documentos. Finalmente, sería recomendable sumar materiales interactivos y/o audiovisuales orientados a los distintos grupos de usuarios, con el fin de enriquecer la experiencia de navegación.

El sitio podría servir de modelo por su alineación clara entre misión educativa y la función de la biblioteca, así como por la visibilidad que se le otorga mediante una sección específica dentro del sitio. Entre los aspectos inspiradores pueden mencionarse su carácter bilingüe, la presencia de un catálogo en línea y la difusión de documentos para la comunidad educativa.

4.2.3.Caso 3: Instituto Libre de Segunda Enseñanza (ILSE)

Se accede al sitio web institucional desde el siguiente enlace:
<https://ilse.esc.edu.ar/home>

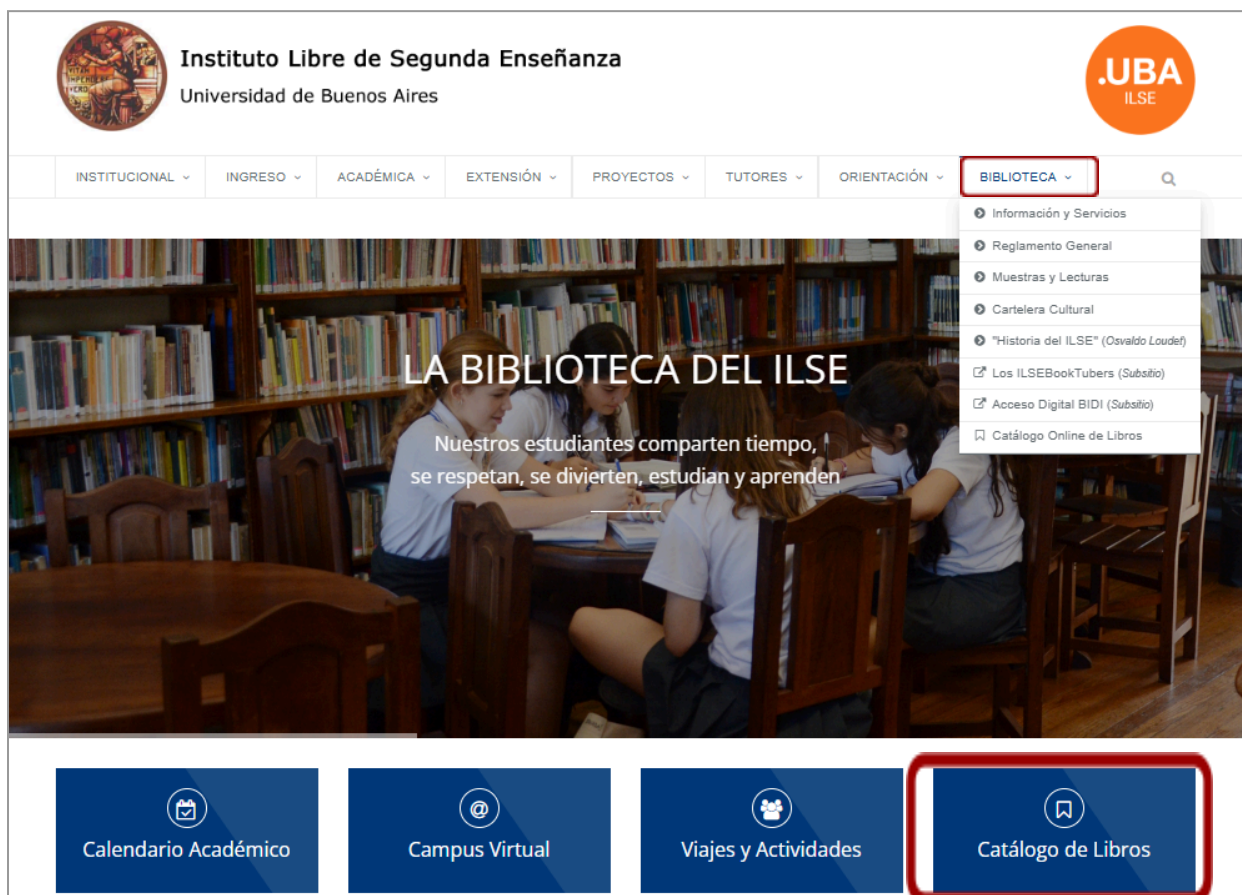
En este caso se trata de un colegio secundario privado, dependiente de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Su plan de estudios incluye cinco años de carácter obligatorio y un sexto año articulado con el Ciclo Básico Común de la UBA.

La biblioteca se encuentra visible desde la página de inicio, al mismo nivel que el resto de las secciones del sitio. Cabe destacar que una de las imágenes del carrusel de presentación corresponde a la biblioteca (Figura 19).

No posee una página web ni una URL en sí misma sino que desde la sección de *Biblioteca* se accede a los distintos subsitios y subsecciones que la componen.

Figura 19

Caso 3: Página de inicio



Nota: imagen tomada de <https://ilse.esc.edu.ar/home>

Visibilidad y contexto institucional

La Biblioteca aparece en la página de inicio como uno de los bloques destacados. Esto sugiere que se la concibe como parte importante de la propuesta educativa; no es un elemento periférico, sino integrado al discurso institucional y a la vida escolar. Sumado a ello en la página inicial también hay un enlace directo a la consulta del catálogo de libros (Figura 19).

En el slide de la página de inicio se presenta a la biblioteca como el lugar donde los “estudiantes comparten tiempo, se respetan, se divierten y aprenden” ([Enlace](#)). Esta definición se alinea con los objetivos de la institución que pueden resumirse en: brindar una educación integral y flexible, basada en valores éticos, en un ambiente contenedor que favorezca aprendizajes participativos y de calidad.

Calidad del contenido y estrategias de información

La página *Biblioteca/Información y Servicios* menciona la historia, la cantidad de volúmenes, el horario de atención y los servicios disponibles. Se aprecian además cuatro imágenes reales de las salas de lectura ([Enlace](#)).

Contiene una sección destinada al reglamento general y pautas de convivencia ([Enlace](#)) donde se detallan las condiciones de uso de la biblioteca.

No se encontró ningún contacto, ya sea mail, teléfono, formulario, chat o redes sociales. Sólo se menciona el nombre de la bibliotecaria en otras secciones como por ejemplo en *Institucional/Personal* ([Enlace](#)) que se ubica por fuera de la sección de la biblioteca. Asimismo aparece mencionada en el anuario *El lápiz del ILSE* pero no se encontró presentación personal, mensaje o firma.

En la sección *Muestras y lecturas* sólo hay un video homenaje a poetisas argentinas. En la sección *Cartelera cultural* se ofrecen una serie de enlaces a sitios de interés como bibliotecas, museos, centros culturales y material de lectura. Asimismo se ofrece para descargar el libro “Historia del Instituto Libre de Segunda Enseñanza”, de Osvaldo Loudet ([Enlace](#)).

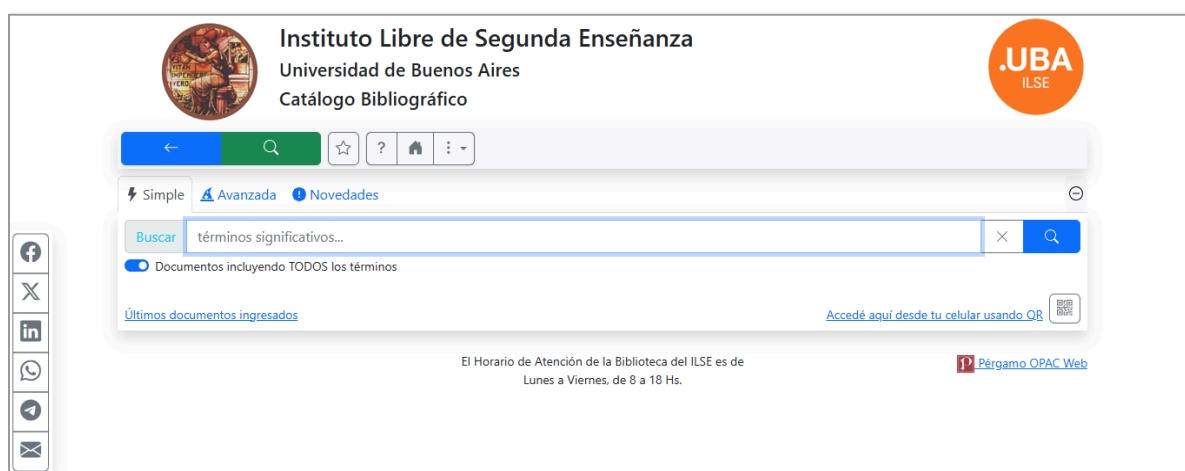
Entre las secciones mencionadas hay un subsitio denominado ILSEbooktubers con videos realizados por los alumnos con la finalidad de promocionar la lectura. Esta iniciativa fue discontinuada, ya que la fecha del video más reciente es del 2019. Otro subsitio es un acceso digital BIDI, pero parece ser una acceso local que no funciona, al menos por fuera de la institución.

No se encontraron fechas de actualización visibles. Las únicas fechas son las de los ILSEbooktubers que datan del 2019.

El catálogo está desarrollado en Pégamo y se encuentra disponible en línea, con acceso libre para el público en general (Figura 20). La fecha de actualización de los últimos ingresos es del mes en curso, por lo que se desprende que se mantiene actualizado.

Figura 20

Caso 3: Catálogo en línea



Nota: imagen tomada de <https://pergamo.egscloud.ar/pergamo/opac.php>

No se identificaron recursos multimedia o interactivos, ni materiales pedagógicos diferenciados para el profesorado y el alumnado. Tampoco se encontró un calendario de talleres o eventos organizados explícitamente desde la biblioteca, solo se registra la iniciativa ILSEbooktubers, finalizada en 2019. Desde la institución se organiza una Maratón de lectura que se realiza de manera anual en conjunto con la biblioteca. Por otra parte, no se hallaron foros, encuestas, redes sociales ni ningún tipo de comunidad virtual específicamente vinculada a la biblioteca.

Usabilidad, accesibilidad e inclusión

La sección de biblioteca tiene su propio espacio desde la página de inicio, lo que facilita a los usuarios encontrarla.

El diseño del sitio es sobrio, institucional, con imágenes grandes en el encabezado. No es un sitio visualmente innovador, pero cumple su función educativa

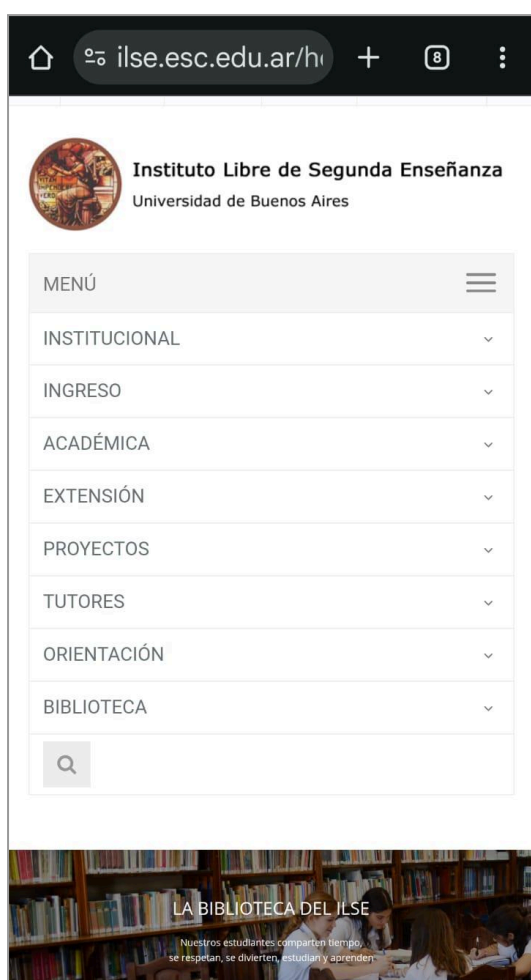
e institucional. La tipografía es legible y la disposición de la información es ordenada, lo que ayuda a una experiencia de usuario clara.

No se encontraron herramientas de accesibilidad ni versiones multilingües. El lenguaje es institucional, formal y acorde con su público.

En términos de adaptabilidad, el sitio responde adecuadamente en distintos dispositivos, incluidos celulares. La lectura y navegación se mantienen funcionales en pantallas pequeñas, lo que contribuye a una buena experiencia general (Figura 21).

Figura 21

Caso 3: Captura de pantalla de celular



Nota: captura de pantalla del sitio tomada con un celular desde el enlace:

<https://www.ilse.esc.edu.ar/home>

El catálogo ofrece un código de acceso QR para realizar búsquedas desde el celular (Figura 22).

Figura 22

Caso 3: Código QR para acceder al catálogo desde el celular



Nota: imagen tomada de <https://pergamo.egscloud.ar/pergamo/qr.php>

Marketing institucional e interacción

El sitio de inicio presenta banners fotográficos institucionales que muestran distintos espacios del colegio, incluida la biblioteca, lo que ya constituye una forma destacada de promoción. Fuera de esa presencia visual, no se identificaron otros elementos distintivos —como un nombre, una mascota o un logo propio—; la biblioteca utiliza el logo institucional del ILSE, lo cual, por otra parte, refuerza su integración con la estética general del sitio.

Entre las iniciativas institucionales se destaca la *Maratón de Lectura*, una actividad anual en la que la biblioteca tiene una participación central. Esta iniciativa se ve reflejada en el anuario *El lápiz del ILSE* (Figura 23).

Figura 23

Caso 3: *El lápiz del ILSE*, maratón de lectura



Nota: imagen tomada de *El lápiz del ILSE 2024*, p. 17:

https://www.ilse.esc.edu.ar/documents/lapiz_del_ilse/el_lapiz_del_ilse_2024.pdf?u=1

[486642212](https://www.ilse.esc.edu.ar/documents/lapiz_del_ilse/el_lapiz_del_ilse_2024.pdf?u=1)

Puede observarse que la biblioteca está integrada al proyecto escolar. Su presencia en la web y la referencia a eventos como la Maratón de lectura sugieren que es parte activa de la vida institucional.

Además, el anuario del colegio incluye distintas menciones a la biblioteca así como una sección propia, lo que indica compromiso con la comunidad (Figura 24).

Figura 24

Caso 3: El lápiz del ILSE, Biblioteca



Nota: imagen tomada de *El lápiz del ILSE 2024*, p. 21:

https://www.ilse.esc.edu.ar/documents/lapiz_del_ilse/el_lapiz_del_ilse_2024.pdf?u=1486642212

No se encontraron actividades específicas de formación de usuarios, alfabetización informacional y uso de TIC.

Tampoco se hallaron tutoriales, guías interactivas o módulos específicos de ayuda (a excepción del apartado de Ayuda de Pergamo que describe cómo realizar una búsqueda en el catálogo).

Conclusiones y propuestas

La principal fortaleza identificada en este caso es su sólida presencia institucional. La biblioteca se integra de manera destacada en la página principal del sitio web del colegio, lo que refuerza su rol como un componente esencial del proyecto educativo. En segundo lugar, los servicios bibliotecarios claramente definidos, tanto en la sección *Información y Servicios* como en la sección *Reglamento general*, donde se describe de forma precisa el tamaño del fondo, los tipos de sala, los servicios disponibles, las condiciones y normas de uso, lo que brinda transparencia. Por último, la importancia de ofrecer un catálogo de consulta pública, lo que permite a cualquier usuario conocer el fondo documental de la colección.

Entre las áreas de mejora se pueden mencionar la visibilidad del personal bibliotecario, que si bien se lo nombra en distintas oportunidades, se debería incorporar una sección con la presentación formal, su rol pedagógico, y cómo se relacionan con estudiantes y docentes, junto con un canal directo de comunicación. Otra área de mejora es la de accesibilidad como alto contraste, textos alternativos y versiones de documentos accesibles para personas con discapacidad. Finalmente es importante que haya oportunidades de interacción y participación de usuarios, como formulario para sugerencias, encuestas, calendario de talleres, espacio de feedback, lo que permitiría que la comunidad educativa participe activamente en la vida de la biblioteca.

Puede considerarse un modelo inspirador para otras bibliotecas por su sólida integración institucional. Entre los elementos particularmente replicables se encuentran la sección de servicios y reglamento claramente detallada, la disponibilidad de un catálogo en línea, la presencia digital en el anuario *El Lápiz del ILSE*, su incorporación destacada en la página principal y la concepción de la biblioteca como un espacio de aprendizaje. Para sumar dinamismo y favorecer una mayor inclusión, sería recomendable mejorar la accesibilidad web y promover una participación más activa de la comunidad.

4.2.4.Caso 4: Instituto Sagrado Corazón (Almagro)

Se accede al sitio web institucional desde el siguiente enlace:
<https://www.sagrado.edu.ar/index.php>

En este caso se trata de una institución católica que imparte enseñanza en los cuatro niveles: inicial, primario, secundario y superior.

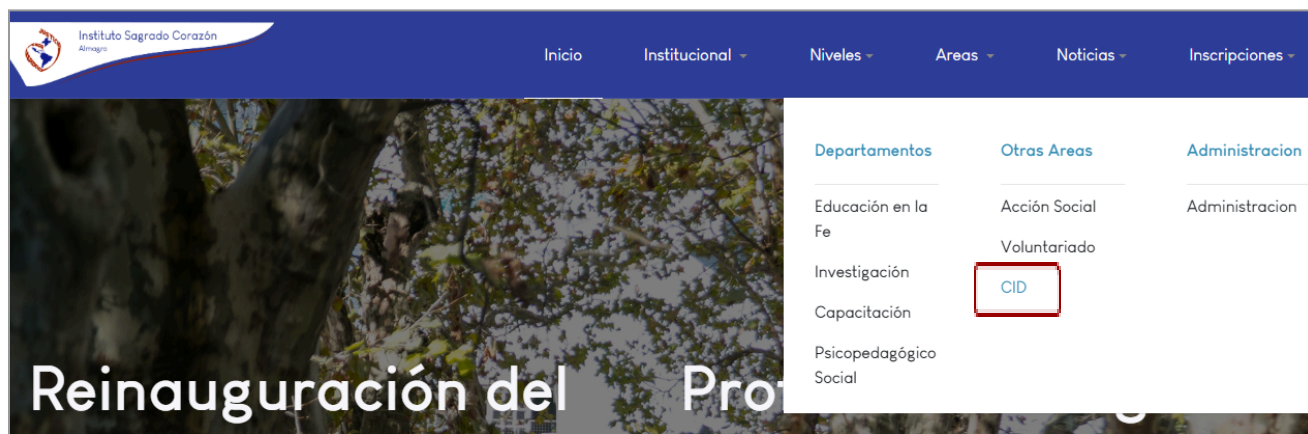
El ideario puede resumirse en un propuesta educativa que sitúa a niños y jóvenes en el centro, ofreciendo una formación contextualizada en el barrio de Almagro y comprometida con la justicia desde una mirada de fe ([Enlace](#)).

En la página principal se identifican dos accesos a la biblioteca. El primero se encuentra dentro de *Áreas/Otras Áreas/CID* (Figura 25), mientras que el segundo aparece en la parte inferior del sitio junto con un ícono en forma de libro. Ambos accesos denominan a la biblioteca como "CID", manteniendo la misma identificación. La URL correspondiente es:

<https://www.sagrado.edu.ar/index.php/areas/otras-areas/cid>

Figura 25

Caso 4: Acceso a la biblioteca (CID)



Nota: imagen tomada de <https://www.sagrado.edu.ar/index.php>

Visibilidad y contexto institucional

El espacio se presenta como *Centro de Documentación e Información "Manuel Ugarte"* aunque en su visión y objetivos se la denomina como *biblioteca*.

Es importante señalar un detalle: existe una inconsistencia en la denominación, ya que en el sitio se utiliza la abreviatura CID, mientras que, según el

nombre declarado explícitamente, las siglas correctas deberían ser CDI. Esta discrepancia puede generar confusión en su identificación.

Su misión, visión y objetivos están detallados de manera explícita y se alinean con el ideario institucional. Pueden resumirse en fomentar la lectura para formar lectores críticos y creativos, promover la autonomía en el aprendizaje mediante el uso adecuado de los servicios y recursos en distintos soportes, y desarrollar usuarios capaces de buscar y seleccionar información de manera independiente. Además, ofrece apoyo informativo a docentes y directivos para acompañar la toma de decisiones y el perfeccionamiento institucional ([Enlace](#)).

El CID cuenta con una página propia dentro del sitio institucional, lo que evidencia su plena integración a la propuesta del colegio. Esta sección presenta misión, objetivos, historia y un menú estructurado que incluye *Catálogo*, *Biblioteca Digital*, *Servicios* e *Instagram*, conformando un espacio con identidad propia pero alineado con la estética general de la institución.

Si bien su presencia y relevancia resultan claras, la denominación CID puede generar cierta confusión, dado que no es una sigla habitualmente utilizada en el ámbito escolar. Por otra parte, aunque la navegación interna del CID es clara, no se encontraron enlaces destacados que conecten esta sección con otras áreas del sitio institucional, ni referencias inversas que faciliten un recorrido más integrado.

Calidad del contenido y estrategias de información

Como se mencionó antes, en el inicio del sitio se presentan de manera explícita la misión, visión y objetivos del CID, junto con una imagen y un video presentación con la historia de su creación (Figura 26).

El menú del CID, ubicado en el margen derecho de la página, brinda acceso al Catálogo, la Biblioteca Digital, los Servicios y el perfil de Instagram. Sin embargo, no se incluyen datos de contacto específicos ni se menciona el nombre o el rol del bibliotecario. El sitio ofrece un correo institucional como vía de comunicación general, pero no dispone de formularios de consulta, chats u otras herramientas de mediación directa. El enlace a Instagram podría funcionar como un canal alternativo para el contacto, aunque no está presentado explícitamente con esa finalidad.

Asimismo, no se identifica un calendario de eventos ni una sección actualizada con talleres o convocatorias recientes dentro de la página del CID.

Figura 26

Caso 4: Página del CID

Centro de Documentación e Información "Manuel Ugarte"

Misión:

Asistir a la comunidad educativa del Sagrado Corazón, de todos los niveles y modalidades (Directivos, Docentes, Investigadores, Alumnos) en los aspectos referidos a la documentación y a la información educativa.

Visión:

La Biblioteca se propone ser un centro promotor de aprendizajes, apoyando la tarea pedagógica de directivos y docentes, asistiendo a los alumnos en el proceso de formación, a través de la documentación e información referida a cada nivel participando activamente a través de talleres y actividades de animación de la lectura organizadas a partir de la propuesta curricular.

Teniendo como principio rector trabajar para la igualdad de oportunidades y posibilidades en el acceso a la información de todos los miembros de la comunidad educativa.

Objetivos:

Incentivar la lectura recreativa a fin de lograr lectores expertos que desarrollen el juicio crítico y la capacidad creadora.

Contribuir a la formación de alumnos autónomos generadores de su propio aprendizaje, aprender a aprender. Introducir a los alumnos en el uso de los servicios bibliotecarios y los materiales de consulta en todos sus soportes.

Formar usuarios capaces de desarrollar por sí mismos la búsqueda de materiales en la biblioteca con capacidad para seleccionar la información más adecuada.

Asistir a docentes y directivos con la información necesaria para la toma de decisiones y el perfeccionamiento.

Un poco de historia



Presentación Cid

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN
"MANUEL UGARTE"
NUESTRA HISTORIA...

MÁS VÍDEOS

0:00 / 2:43

YouTube

Menu CID.

- Catálogo
- Biblioteca digital
- Servicios
- Instagram



Sociedad del Sagrado Corazón ·
Society of the Sacred Heart ·
Société du Sacré-Coeur ·

Nota: imagen tomada de <https://www.sagrado.edu.ar/index.php/areas/otras-areas/cid>

La página principal del CID presenta un diseño sobrio, con predominio de texto, y utiliza una tipografía y paleta cromática con predominio de los colores azul, celeste y blanco, acordes con la identidad institucional. Allí no se observan galerías de imágenes ni recursos multimedia de forma visible; únicamente se incluye una imagen y un video. No obstante, en el subsitio de *Biblioteca Digital* y en la cuenta de Instagram se incluyen elementos audiovisuales que complementan el sitio.

No se observa una fecha de última actualización visible en la página del CID, lo que dificulta saber cuán reciente es la información. Dentro de la *Biblioteca Digital* hay un repositorio web con archivos históricos, boletines del CID y recursos en línea. La red social Instagram⁹ se encuentra activa con publicaciones recientes.

⁹ La presente evaluación se limita al sitio web institucional; no se analizaron las redes sociales vinculadas.

El catálogo en línea, desarrollado con el software PMB, está disponible para el público en general ([Enlace](#)). No se encontró ninguna fecha de actualización de los registros ni de ingreso de materiales, lo que dificulta conocer si la información se mantiene al día. En el subsitio del catálogo no se encontró una sección de ayuda para la realización de búsquedas. En el banner superior se observan imágenes del CID (Figura 27).

Figura 27

Caso 4: Catálogo del CID



Nota: imagen tomada de:

http://scorazon.ddns.net/pmbcid/opac_css/index.php?lvl=index

En la sección *Servicios* se enumera y describe cada uno de ellos de manera genérica, sin precisiones sobre fechas, horarios, reglamentos, políticas de préstamos y normas de uso.

No se observa una sección de noticias o novedades específicas dentro de su página para resaltar actividades recientes, pasadas o futuras.

El enlace de la *Biblioteca Digital* conduce a un subsitio web ([Enlace](#)). En este espacio es donde se encuentran elementos audiovisuales, como un videotutorial para consultar en el catálogo online, un carrusel con imágenes de la biblioteca y de actividades de interacción con docentes y alumnos y una serie de enlaces a distintas colecciones digitales, entre las que se incluye un boletín del CID discontinuado en el 2021. Este menú incluye las siguientes secciones: Biblioteca de Autor, Biblioteca

Hablada, Desafío Lector 2023, Memoria Institucional, Documentos Curriculares, Clásicos, Recursos en línea para los niveles Inicial, Primario y Medio, Preguntas y Recomendaciones Literarias. Cada uno de ellos aporta materiales de interés para la comunidad educativa (Figura 28).

Figura 28

Caso 4: Biblioteca Digital del CID



Nota: imagen tomada de:

<https://sites.google.com/sagrado.edu.ar/cidmanuelugarte/inicio?authuser=0>

Usabilidad, accesibilidad e inclusión

Por un lado, la página del CID posee una estructura clara y contenido principalmente textual, por lo que la navegación es directa, aunque plana por la ausencia de elementos visuales atractivos. Su diseño (colores, tipografía, disposición) es formal y funcional, con tipografía legible y buena disposición del texto. No hay un diseño muy moderno ni recursos gráficos que destaquen la biblioteca, lo que limita su atractivo visual.

Por otro lado, el subsitio de *Biblioteca digital* ofrece múltiples opciones de materiales audiovisuales y enlaces de interés. Sin embargo, su menú lateral, compuesto por doce secciones, aunque es muy completo, puede saturar al usuario y hacer que algunos apartados pasen inadvertidos. Esta estructura, con una jerarquía

poco evidente y sin una guía clara, puede dificultar que los nuevos visitantes encuentren con facilidad la información que buscan.

No se advierten herramientas de accesibilidad como tampoco hay versiones del sitio en otros idiomas.

En términos de adaptabilidad, el sitio responde adecuadamente en distintos dispositivos, incluidos celulares. La lectura y navegación se mantienen funcionales en pantallas pequeñas, lo que contribuye a una buena experiencia general (Figura 29)

Figura 29

Caso 4: Captura de pantalla de celular



Nota: captura de pantalla del sitio tomada con un celular desde el enlace: <https://www.sagrado.edu.ar/index.php/servicios>

El lenguaje es formal, institucional, apropiado para su público en general. En el subsitio *Biblioteca digital*, se observan secciones segmentadas explícitamente para distintos públicos distinguidos por niveles de enseñanza.

Marketing institucional e interacción

La página del CID, más allá del logo institucional, no tiene slogans llamativos ni banners destacados promocionando la biblioteca.

Utiliza el nombre completo *Centro de Documentación e Información Manuel Ugarte*, lo que le otorga una identidad institucional sólida; sin embargo, en el sitio se la menciona como “CID”, abreviatura que puede generar cierta confusión respecto de su denominación oficial. Además, en el ámbito educativo es más habitual el uso del término “biblioteca”, lo que podría dificultar aún más su identificación para algunos usuarios.

No se hallaron en la página del CID mecanismos explícitos de participación digital (como sugerencias, formularios o encuestas); sin embargo, la cuenta de Instagram ofrece un espacio para la interacción a través de comentarios.

Entre los servicios mencionados se encuentra la formación de usuarios y la promoción de la lectura, en este sentido se observan algunas iniciativas discontinuadas desde la *Biblioteca digital*, como el “Desafío lector 2023” y las “Recomendaciones literarias 2021”. No se encontraron ofertas de talleres u otras actividades vigentes.

Conclusiones y propuestas

Entre las fortalezas del sitio puede mencionarse, en primer lugar, que el CID está plenamente institucionalizado dentro del sitio del colegio mediante una página propia, lo que refleja su relevancia en el proyecto educativo. En segundo lugar, se destaca el subsitio *Biblioteca digital*, cuya estructura incluye múltiples secciones dedicadas a literatura, materiales multimedia y recursos para docentes. Esto evidencia la intención de ofrecer una colección amplia y diversa, valiosa para usuarios con distintos intereses literarios y académicos. En tercer lugar, la disponibilidad de un catálogo en línea accesible al público otorga mayor visibilidad a la colección y facilita su consulta.

Entre las debilidades cabe mencionar que sería conveniente mejorar la visibilidad del personal del CID incorporando el nombre y rol del bibliotecario o de los responsables del servicio, de modo de aportar una dimensión más humana a la página. Asimismo, resultaría valioso integrar mecanismos de interactividad —como formularios de sugerencias, encuestas de usuarios, novedades o un calendario de talleres— para dinamizar la comunicación con la comunidad. Finalmente, la

incorporación de medidas de accesibilidad, tales como alto contraste, textos alternativos y documentos accesibles, contribuiría a garantizar una experiencia inclusiva para todos los usuarios.

Puede considerarse un modelo inspirador para otras bibliotecas por su sólida integración institucional, la claridad con que se describen sus servicios, y la disponibilidad de un catálogo en línea. Entre los elementos particularmente replicables se encuentran la sección de *Biblioteca digital* que ofrece materiales audiovisuales, recursos literarios y académicos y enlaces de interés.

Sin embargo, para ser un modelo plenamente replicable sería necesario incorporar estrategias más activas de comunicación y participación y fortalecer la visibilidad del rol del bibliotecario como mediador y formador.

4.2.5. Análisis de casos. Aplicación de estrategias de visibilidad

Los cuatro casos que integraron la fase cualitativa (Colegio San Martín de Tours, Colegio Pestalozzi, Instituto Libre de Segunda Enseñanza e Instituto Sagrado Corazón) fueron seleccionados por obtener las puntuaciones más altas (11 de 14 puntos) en la fase cuantitativa, lo que los posiciona en el nivel de alta visibilidad. Este análisis cualitativo se realizó con el objetivo de identificar las estrategias implementadas que pudieran servir como referentes de buenas prácticas.

A continuación, se detallan los puntos en común identificados en sus fortalezas y debilidades, de acuerdo con el análisis de los resultados cualitativos y tomando en cuenta las estrategias mencionadas en los apartados 2.1.4 y 2.2.5.

Diseño web coherente con la identidad institucional

Todos los sitios web han adoptado la estrategia de integrar la biblioteca como una sección o subsitio propio dentro de la página web institucional, apareciendo en un lugar prominente como el menú principal o la página de inicio. La visibilidad otorgada refuerza su rol como componente esencial del proyecto educativo. Esto coincide con lo expresado por Álvarez Herrero y Roig Vila (2019) y Palma Gil (2023) quienes afirman que la biblioteca debe estar presente en la página de inicio de la institución o en los enlaces internos, preferentemente a menos de 3 clics. No obstante no se observaron rasgos identificatorios propios que favorezcan su reconocimiento, como el logo, un banner o la mascota (Cremades 2017a; 2017b; Cruz Palacios, 2015).

El diseño que presentaron es simple e intuitivo, y la tipografía y los colores, respetan la paleta cromática institucional (Cremades, 2017a; 2017b; Palma Gil, 2023).

Narrativa digital orientada a la comunidad

La incorporación de estas narrativas no se vio reflejada en los casos estudiados. Los recursos multimedia se limitaron a algunas imágenes o videos; no se identificaron libros electrónicos interactivos, novelas gráficas, videos documentales ni audiolibros (Restrepo Nieto, 2023). Aun así, vale destacar las iniciativas de los casos 1 y 4, que aplicaron parcialmente esta estrategia al ofrecer colecciones digitales, materiales para docentes y recursos que visibilizan el trabajo de los alumnos mediante subsitios.

Aunque el contenido se dirige a la comunidad educativa en general, excepto en los casos 1 y 4 —que organizan algunos materiales por niveles— no se identificó una segmentación clara de información destinada específicamente a docentes, familias y alumnos dentro de la página de la biblioteca (Cruz Palacios, 2015).

No se observó el uso de sonidos y animaciones suaves, tipografías cálidas y narrativas visuales que estimulen los sentidos y refuercen el mensaje, los sitios adoptaron el mismo estilo formal de la institución (De Lima et al., 2023).

Estructura y secciones estratégicas

Las secciones principales estuvieron presentes en todos los casos, en mayor o menor medida. Predominaron la información básica sobre la biblioteca, las imágenes reales, alguna forma de contacto, el acceso al catálogo, los recursos para el alumnado y el profesorado, las actividades de promoción de la lectura y los enlaces de interés (Cremades, 2017a; 2017b; González Mateos y Faba Pérez, 2013; Cruz Palacios, 2015; Jiménez Fernández, 2013).

En los cuatro casos se identificó alguna iniciativa de formación de usuarios, aunque con escasa frecuencia y poca visibilidad. Mientras que en el caso 1 se observaron algunos recursos puntuales, los otros casos presentaron algún tutorial o videotutorial, aunque sin una integración destacada dentro del sitio.

En los cuatro casos se observó la falta de una presentación formal del bibliotecario y de información sobre su rol como guía o mediador pedagógico en la comunidad educativa (Camillo *et al.*, 2019; Palma Gil, 2023).

Actualización periódica

En ningún caso se observó una fecha de última actualización de la información, visible desde la página web, lo que dificulta al usuario determinar la vigencia del contenido y puede impactar negativamente en la confiabilidad. (Álvarez Herrero y Roig Vila, 2019).

No se encontró información sobre actividades que se llevan adelante de manera continuada desde la biblioteca, tales como cursos, talleres o concursos. La mayoría de las iniciativas dinámicas que se encontraron (como ILSEbooktubers o el Desafío Lector del CID) estaban discontinuadas o eran poco visibles, a excepción del Maratón de Lectura del ILSE que se realiza de manera anual, aunque es organizado a nivel institucional en coordinación con la biblioteca (Cremades, 2017b).

De los cuatro sitios evaluados, la única biblioteca que contaba con una red social activa —Instagram— fue el CID del caso 4. Si bien este estudio no incluyó una evaluación sistemática de redes sociales, se señala este dato por su potencial como canal de comunicación y difusión, complementario al sitio web institucional.

Accesibilidad y usabilidad

Todos los sitios se adaptaron adecuadamente a distintos dispositivos (celulares y computadoras), manteniendo la funcionalidad en pantallas pequeñas. El caso 2 fue el único que aplicó la dimensión multilingüe del sitio institucional (español–alemán), en consonancia con su ideario, aunque su implementación resultó incompleta.

Una debilidad general fue la ausencia de funcionalidades específicas de accesibilidad web (como textos alternativos en imágenes, opciones de alto contraste o versiones accesibles de documentos), lo que restringe el alcance inclusivo para personas con discapacidades (Moreira-Chóez, 2021; Rodríguez Palchevich, 2019).

En ningún caso se encontró un menú amplio de ayuda o una sección de preguntas frecuentes que facilite la orientación de los usuarios, a excepción de los tutoriales de búsqueda en el catálogo (Palma Gil, 2023).

Por último, la usabilidad se percibió limitada, ya que no se observó en general, una segmentación clara de los contenidos acorde al público (Cruz Palacios, 2015).

En síntesis, aunque los cuatro casos alcanzaron una alta visibilidad gracias a una integración institucional sólida, a la inclusión de diversos recursos multimedia y enlaces de interés, y a la disponibilidad de un catálogo funcional que facilita el acceso a la información, persisten limitaciones significativas. La ausencia de una presentación formal del bibliotecario, la falta de instancias de participación interactiva que fortalezcan el vínculo con la comunidad educativa y la carencia de herramientas de accesibilidad universal impidieron un desarrollo pleno de las estrategias necesarias para posicionar a la biblioteca como un recurso pedagógico en el entorno digital. Estas debilidades evidencian la necesidad de avanzar hacia modelos de presencia web que integren la humanización del servicio, la interacción y la inclusión, en consonancia con los principios del marketing digital y las demandas de la sociedad de la información. Solo mediante estas estrategias será posible consolidar a la biblioteca como un recurso pedagógico plenamente articulado con el entorno escolar y su espacio digital.

5. Conclusiones

El presente estudio se propuso como objetivo general analizar la visibilidad y representación de las bibliotecas escolares en los sitios web de escuelas de gestión privada de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), con el fin de identificar su lugar institucional en el entorno digital y proponer estrategias que contribuyan a fortalecer su presencia y accesibilidad.

Como primer objetivo específico, se tomó el padrón oficial de escuelas privadas de CABA que imparten enseñanza común en los niveles primario y/o secundario, compuesto por 495 instituciones. Tras eliminar duplicados y registros erróneos, la población válida se redujo a 453 escuelas, de las cuales 82 no contaban con sitio web.

Mediante una búsqueda individual en Google se localizaron 371 sitios y, posteriormente, se excluyeron aquellos desactualizados, con fallas o sin posibilidad de navegación, quedando 312 sitios elegibles. El criterio de inclusión fue la presencia de al menos una referencia explícita a la biblioteca escolar, ya fuera en texto o imagen. De este proceso resultó una muestra no aleatoria de 118 sitios web, equivalente al 37,8 % del total elegible. Este porcentaje es consistente con estudios previos en Brasil y España, que señalan una presencia históricamente limitada de las bibliotecas escolares en los entornos web institucionales.

A continuación, se realizó un análisis cuantitativo de los 118 sitios web que integraron la muestra definitiva, con el propósito de examinar los elementos textuales y paratextuales que representaban a la biblioteca escolar. Para ello, se aplicó un cuestionario de evaluación a cada sitio, asignando un puntaje entre 1 y 14. Este procedimiento permitió establecer tres niveles de visibilidad digital (baja, media y alta), a fin de clasificar objetivamente el grado de presencia de la biblioteca y seleccionar los casos que serían analizados en profundidad en la fase cualitativa. En paralelo, a los 194 sitios que no mencionaban la biblioteca se les asignó un puntaje cero.

Los resultados cuantitativos permiten concluir que la visibilidad de las bibliotecas escolares en los sitios analizados es marcadamente baja. El 91,7 % de los casos presentó niveles nulos o escasos de visibilidad, y la ausencia total de referencias a la biblioteca en el 62,2 % de los sitios constituye un indicador contundente de su débil integración en la comunicación institucional.

El puntaje medio de visibilidad, de apenas 1,07 sobre un máximo de 14, refuerza este diagnóstico y sugiere una concepción de la biblioteca escolar como un lugar secundario, y no como un espacio pedagógico estratégico.

Con respecto al segundo objetivo planteado de identificar los recursos textuales y paratextuales utilizados para representar institucionalmente a las bibliotecas, se observó que el 36 % de las menciones se ubicaba en secciones genéricas como Instalaciones, Servicios o Infraestructura, lo que contribuye a una representación que privilegia lo edilicio y minimiza su función como unidad de información, alfabetización y acompañamiento académico.

El análisis del contenido ofrecido por los sitios web, correspondiente al tercer objetivo específico, puso de manifiesto deficiencias importantes. El hecho de que solo el 12,7 % de los sitios incluyera el nombre del bibliotecario o responsable evidencia una invisibilización del rol profesional, lo que sugiere una falta de valorización de su figura dentro del discurso institucional. La ausencia de recursos digitales significativos y la baja tasa de acceso al catálogo en línea (11 %) limitan el potencial de la biblioteca como soporte para prácticas lectoras y procesos de enseñanza.

Asimismo, la casi nula presencia de propuestas de formación de usuarios (5 %) y la baja difusión de actividades (8 %) evidencian que la biblioteca escolar no logra proyectarse en el plano digital como un espacio dinámico que acompañe pedagógica y culturalmente a la institución. Incluso la relativa frecuencia de imágenes (44,9 %) resulta insuficiente cuando éstas aparecen descontextualizadas, sin articulación con proyectos, políticas ni líneas de acción institucionales.

El análisis cualitativo de los cuatro casos que alcanzaron alta visibilidad muestra que existen modelos de referencia replicables. Este estudio permitió identificar las principales estrategias aplicadas, como así también aquellos aspectos que pueden mejorarse.

La principal fortaleza, compartida por los cuatro casos, es la sólida integración institucional de la biblioteca. Estos sitios adoptaron la estrategia de incluirla como una sección o subsitio propio, apareciendo en un lugar prominente como el menú principal o la página de inicio. Esta visibilidad refuerza su rol como componente esencial del proyecto educativo. Además, su diseño es simple e intuitivo, y la tipografía y los colores respetan la paleta cromática institucional, lo que garantiza coherencia visual. Sin embargo, se identificó la ausencia de rasgos identificatorios

propios de la biblioteca, como un logo o una mascota, que favorezcan su reconocimiento específico.

Respecto a la estructura y el contenido, los componentes considerados esenciales se encuentran presentes en los cuatro casos analizados, con distintos niveles de desarrollo. Entre ellos se incluyen la información institucional básica, los servicios y el reglamento, la incorporación de imágenes del espacio físico, los datos de contacto y, fundamentalmente, el acceso al catálogo en línea. Si bien la profundidad y calidad de estas secciones varía entre los casos, su inclusión permite establecer una base mínima de comunicación y acceso a los servicios bibliotecarios.

Los casos 1 y 4 sobresalen por ofrecer colecciones digitales, materiales para docentes y recursos que visualizan el trabajo de los alumnos mediante subsitios. El caso 2 fue el único en aplicar la dimensión bilingüe (español-alemán) en el sitio institucional, aunque de forma incompleta.

No obstante, se observaron deficiencias que limitan la calidad de las estrategias. Por ejemplo, los materiales multimedia se limitaron a imágenes o videos, no se encontraron recursos como libros electrónicos interactivos o audiolibros.

Otra carencia fundamental es que no se incluye la presentación formal del bibliotecario ni se detalla su rol como mediador pedagógico dentro de la comunidad educativa, lo que limita la humanización de la propuesta. Además, la promoción de actividades, eventos o talleres es limitada, y las iniciativas dinámicas encontradas (como ILSEbooktubers, la Maratón de lectura del ILSE o el Desafío Lector del CID) a menudo estaban discontinuadas o eran poco visibles.

En ningún caso se observa una fecha de última actualización claramente indicada de la información publicada, lo que puede impactar negativamente en la confiabilidad del contenido.

Tampoco hay una segmentación clara por perfiles de usuarios (docentes, alumnos o familias), ni la presencia de menús de ayuda o secciones de preguntas frecuentes que faciliten la orientación.

Por último, aunque todos los sitios se adaptan correctamente a distintos dispositivos, la ausencia de funciones de accesibilidad web limita su alcance inclusivo.

A partir de estos resultados, se concluye que la visibilidad digital de las bibliotecas escolares — actualmente muy limitada — sólo puede fortalecerse mediante estrategias de marketing orientadas a reforzar su función educativa.

La primera de ellas es la implementación de un diseño web coherente tanto con la identidad propia de la biblioteca como con la identidad institucional. Para ello, debe construir su presencia digital definiendo elementos distintivos como su nombre, una breve descripción, una URL específica y, preferentemente, un logo, imagen o mascota que faciliten su reconocimiento. Es fundamental que el diseño sea simple, intuitivo y respete la paleta cromática institucional. Además, para una alta visibilidad, la biblioteca debe estar accesible desde la página de inicio del sitio o mediante enlaces internos que se alcancen con un máximo de tres clics.

En segundo lugar, es importante construir una narrativa digital orientada a la comunidad que amplíe la función tradicional de la biblioteca y la consolide como un espacio de interacción. Para ello, se requiere ofrecer recursos multimedia variados —audiolibros, videos, libros electrónicos interactivos y novelas gráficas—, con contenidos pertinentes, actualizados y diversos.

En tercer lugar, las secciones clave que deberían integrarse en la página de la biblioteca incluyen la información básica —identificación, horario, normas de uso, datos del bibliotecario, contacto, servicios disponibles y el catálogo—, la descripción de proyectos propios (como el Plan de Lectura) y recursos específicos para alumnos y docentes, incluida la formación de usuarios. Un aspecto central de esta estrategia es la humanización, que se logra al presentar a la persona responsable de la biblioteca y ofrecer un medio de contacto directo, lo que refuerza la presencia de un especialista que acompaña los aprendizajes.

La actualización periódica constituye la cuarta estrategia, fundamental para generar una imagen dinámica y para que el sitio se mantenga vigente y relevante. La información publicada debe estar acompañada de las fechas de última actualización claramente visibles, lo que fortalece la transparencia y la confianza del usuario. Para proyectar dinamismo, se debe publicar regularmente información sobre eventos, cursos, talleres o concursos, así como novedades bibliográficas.

Finalmente, la quinta estrategia se centra en la accesibilidad y la usabilidad del sitio web. Esto implica asegurar que la plataforma pueda ser utilizada por cualquier persona, incorporando opciones de accesibilidad y, cuando resulte pertinente, versiones multilingües. El contenido textual debe complementarse con recursos visuales, sonoros o de video para reforzar el mensaje. La navegación debe ser sencilla, ágil y predecible, evitando la sobrecarga de información y contando con un menú de ayuda o una sección de preguntas frecuentes. La usabilidad es clave,

ya que asegura que la página está diseñada para satisfacer las necesidades específicas de su público objetivo, es decir, los docentes, los estudiantes y las familias.

En conclusión, aunque existe reconocimiento del valor de las bibliotecas escolares como espacios de mediación, alfabetización y promoción cultural, así como de su relevancia en la sociedad de la información —reconocimiento sustentado en diversos marcos normativos, investigaciones y lineamientos internacionales—, su presencia en los sitios web institucionales de las escuelas privadas de CABA continúa siendo insuficiente, estática y poco articulada con los medios actuales de comunicación educativa. El camino hacia una alta visibilidad digital exige que las instituciones adopten una mirada estratégica del marketing educativo, entendiendo que el sitio web no es solo un espacio para volcar información, sino una verdadera carta de presentación de la identidad institucional. En este contexto, dar a la biblioteca un lugar central —y no secundario— supone reconocer su aporte al desarrollo de hábitos lectores, al acompañamiento de los procesos de enseñanza y de aprendizaje y a la garantía de un acceso amplio y equitativo a la información.

Como reflexión final, los aportes de estudios como el de Becher (2015) sobre la visibilidad de las bibliotecas en los sitios web de instituciones de educación superior abren la posibilidad de extrapolar este análisis hacia otros niveles del sistema educativo. Examinar cómo se construye la presencia digital de las bibliotecas en ámbitos universitarios, técnicos o profesionales permitiría establecer comparaciones, identificar oportunidades de mejora y enriquecer la comprensión de su papel en los entornos digitales contemporáneos. De este modo, se consolida una mirada integral sobre el rol de las bibliotecas y se sientan bases para futuras investigaciones.

6. Referencias bibliográficas

- Álvarez-Álvarez, C. (2017). ¿Qué me ofrecen las páginas web de los centros educativos? Estudio exploratorio en Cantabria (España). *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(3), 49–63. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55152796003>
- Álvarez Herrero, J. F., y Roig Vila, R. (2019). Las páginas web de los centros educativos. Análisis de la situación actual en la Comunidad Valenciana . *Revista de Comunicación de la SEECI*, (50), 129–147. <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.50.129-147>
- Becher, M. (2015). Factors impacting library visibility on academic institution home pages. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(5), 621–628. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.06.019>
- Bedriñana Ascarza, A. (2005). Técnicas e indicadores para la evaluación de portales educativos en internet. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*, 7(14), 81-87. <https://doi.org/10.15381/gtm.v7i14.9796>
- Birari, R. (2024). Las bibliotecas escolares más allá de los procesos técnicos y la promoción a la lectura : las bibliotecas escolares como espacios contraculturales. *Revista Prefacio*, 8(12), 80–85. <https://doi.org/10.58312/2591.3905.v8.n12.45290>
- Bur, A. (2014). Marketing educativo. Cómo captar, retener y fidelizar alumnos. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 15(22), 47–50. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/rad/article/view/7838/>

- Calo, P. C. (2022). *El rol del bibliotecario escolar en las escuelas secundarias del Partido de General Pueyrredón en el uso de herramientas digitales en tiempos de pandemia* [tesis]. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Humanidades, Departamento de Ciencia de la Información. <http://humadoc.mdp.edu.ar:8080/xmlui/handle/123456789/1454>
- Camillo, E. da S., Santos, B. R. P. dos, y Ottonicar, S. L. C. (2019). Biblioteca escolar na rede: das páginas da internet ao marketing educacional. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 15(2), 290–314. <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1212>
- Cavalleri, V. L. (2019). *Desarrollo de una propuesta de biblioteca digital para bibliotecas escolares de educación primaria de gestión estatal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina* [tesis de maestría]. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/11479>
- Coral, K. S. (2012). *O marketing dando visibilidade à biblioteca escolar : um estudo de casos* [tesina]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. <http://hdl.handle.net/10183/54277>
- Cremades, R. (2017a). Evaluación de contenidos de webs de bibliotecas escolares en Andalucía y Extremadura. *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 8(14), 76–99. <https://doi.org/10.60020/1853-6530.v8.n14.17336>

Cremades, R. (2017b). Validación de un instrumento para el análisis y evaluación de webs de bibliotecas escolares mediante el acuerdo interjueces. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 31(71), 127–149. <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2017.71.57813>

Cremades García, R. y Jiménez Fernández, M. C. (2013). Propuestas de categorización para la evaluación de webs de bibliotecas escolares. *Tejuelo*, 18(2013), 24–39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4659277>

Cruz Palacios, E. de la. (2015). *Sedes web de las bibliotecas escolares de España: evaluación, análisis y heurística* [tesis de maestría]. Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, España. <https://hdl.handle.net/10016/21655>

IFLA. School Libraries Section Standing Committee. (2015). *Directrices de la IFLA para la Biblioteca Escolar* (2da ed.). International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). <https://repository.ifla.org/items/1fecef11-17f2-44be-b766-b1ebbe953718>

IFLA / UNESCO. (2025). *El Manifiesto IFLA-UNESCO de la Biblioteca Escolar 2025*. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). <https://repository.ifla.org/handle/20.500.14598/3968>

Fernández Marcial, V. (2004). Promoción de los servicios de la biblioteca : un enfoque desde el marketing no convencional. *Biblios*, 5(20). <http://eprints.rclis.org/5842/>

Furtado, C. C. (2009). Bibliotecas escolares e Web 2.0: revisão da literatura sobre Brasil e Portugal. *Em Questão*, 15(2), 135–150. <https://repositorio.ufma.br/jspui/handle/123456789/625>

Gómez Hernández, J. A. (2002). Tema 9: La biblioteca escolar. En Gómez Hernández, J. A. *Gestión de bibliotecas*. Universidad de Murcia.

González Mateos, I., y Faba Pérez, C. (2016). Modelos para evaluar la situación de las bibliotecas escolares y la calidad de sus sitios web. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 28(63), 29–50. [https://doi.org/10.1016/S0187-358X\(14\)72575-4](https://doi.org/10.1016/S0187-358X(14)72575-4)

Jiménez Fernández, C. M. (2013). Análisis de contenidos y tendencias de las webs de bibliotecas escolares andaluzas y extremeñas. *Anales de Documentación*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.16.1.160221>

Ley 14473. (1958). *Estatuto del personal docente*. Ministerio de Educación y Justicia Argentina. Publicada en el Boletín Nacional del 27 de septiembre de 1958. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/125000-129999/126783/textact.htm>

Ley 26206. (2006). *Ley de Educación Nacional*. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Publicada en el Boletín Oficial del 28 de diciembre de 2006. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=123542>

Ley 29617. (2014). *Bibliotecas Escolares: Sistema Nacional de Bibliotecas Escolares y Unidades de Información Educativas*. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Publicada en el Boletín Oficial del 14 de enero de 2014. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=225024>

de Lima, A. F., de Lima, A. F., Fofonca, E., y Lopes, G. C. D. (2023). Propaganda e Marketing em empresas, bibliotecas escolares e bibliotecas institucionais: a subestimação e subutilização do marketing, marketing digital e do neuromarketing em bibliotecas. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(4), 5309–5330. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i4.1984>

Martínez, R., Palma, A. y Velásquez, A. M., (2020). *Revolución tecnológica e inclusión social: reflexiones sobre desafíos y oportunidades para la política social en América Latina*. Serie Política Sociales. CEPAL. <https://hdl.handle.net/11362/45901>

Ministerio de Capital Humano. (2025). *Padrón Oficial de Establecimientos Educativos* [en línea]. Última actualización 24/09/2025. Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/educacion/evaluacion-e-informacion-educativa/padrón-oficial-de-establecimientos-educativos>

Ministerio de Educación Argentina y OEI, Organización de Estados Iberoamericanos. (2010). *Las bibliotecas escolares en la Argentina: un diagnóstico desde sus actores* [en línea]. SM. <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL003070.pdf>

Miret, I., Baró, M., Mañá, T., y Vellosillo, I. (2013). *Las bibliotecas escolares en España : dinámicas 2005-2011*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. <https://fundaciongsr.com/wp-content/uploads/2016/03/BE-estudio.pdf>

- Miret, I., Baró, M., Mañá, T., Velloso, I. y Montero, I. (2010). *Bibliotecas escolares "entre comillas": estudio de casos: buenas prácticas en la integración de la biblioteca en los centros educativos* [en línea]. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=578173>
- Moreira-Chóez, J. S. (2021). Narrativas digitales como didáctica educativa. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 846–859. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2409>
- Palma Gil, D, Morales Betancourt, Y y Casas Otálora, E. (2023). *El ABC de las páginas web educativas: orientaciones pedagógicas para el diseño y reestructuración de las páginas web de las instituciones educativas de básica y media de Colombia* [tesis de maestría]. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Sociales, Maestría en Educación. Bogotá, Colombia. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/52584>
- Paz Muñoz, M. I. (2025). La importancia de comunicar en el contexto escolar. *Revista Educar*, 291. <https://www.grupoeducar.cl/revista/edicion-291/la-importancia-de-comunicar-en-el-contexto-escolar/>
- Pinto, P. dos S. (2009). *Marketing e relações públicas nas bibliotecas escolares* [tesis de maestría]. Universidade Aberta. Portugal. <http://hdl.handle.net/10400.2/1453>
- Rendón Rojas, M. A. (2001). Un análisis del concepto sociedad de la información desde el enfoque histórico. *Información, Cultura y Sociedad*, (4), 9–22. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17402001000100002&lng=es&tling=es

Restrepo Nieto, M. (2023). *Ambientes de aprendizaje desde la biblioteca escolar para el siglo XXI : retos y desafíos* [tesis de maestría]. Facultad de Educación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
<http://hdl.handle.net/10554/66530>

Rodríguez Palchevich, D. (2019). *Recursos digitales inclusivos y amigables. Guía de buenas prácticas* [ebook]. Información y Tecnologías.
<https://mdp.academia.edu/Departments/Humanidades/Documents>

Silva, J. R. de A. (2023). *Marketing digital: estratégias de uso em bibliotecas escolares* [trabajo final de grado]. Universidade Federal da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciência da Informação, Curso de Graduação em Biblioteconomia. Paraíba, Brasil.
<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/31993>

Sleimen, S., Coringrato, M., Ristol, M. B., y Vuotto, A. (2016). *Sistema de información documental: núcleo estructurante de la Ciencia de la Información*. XI Encuentro de Directores y X Encuentro de Docentes de Escuelas de Bibliotecología y Ciencias de la Información del MERCOSUR. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Ciência da Informação.
<http://humadoc.mdp.edu.ar:8080/xmlui/handle/123456789/239>

Suaiden, E. J. (2007). La dimensión humana de la información: biblioteca e inclusión social en la América Latina. *Ibersid: Revista de Sistemas de Información y Documentación*, 1, 251–257. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v1i.3309>

Tardío-Crespo, V., y Álvarez-Álvarez, C. (2018). Análisis de las páginas web de los centros públicos de educación secundaria de Cantabria (España). *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 16(3), 49–65. <https://doi.org/10.15366/reice2018.16.3.003>

7. Anexos

7.1. Anexo 1: Evaluación de sitios web escolares

Tabla 2

Matriz de dimensiones de evaluación de sitios web escolares

Dimensión	Indicadores	Autores
Identificación e información básica	Datos de contacto, Misión, visión, objetivos, filosofía, ideario institucional, historia del centro, autoría y/o persona responsable de la web.	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Estructura, organización y diseño	Imagen estética cuidada y coherencia visual (Apariencia), diseño organizativo previo	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Tipografía adecuada (tamaño, tipo de letra) y buen contraste entre texto y fondo	Palma Gil (2023); Rodríguez Palchevich (2019); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Contenido e información institucional	Documentos institucionales, información académica y administrativa, horarios, galería gráfica, actualizaciones informativas (fecha de última actualización)	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Publicación del profesorado y planta administrativa	Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Utilidad y audiencia	Informaciones dirigidas a diferentes audiencias (alumnado, profesorado, familias, sociedad)	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Recursos útiles para estudiantes, familias y profesorado	Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Navegación, interacción y comunicación	Navegación fácil (idealmente en menos de 3 clics), velocidad de la página	Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Interacción con los usuarios (Web 2.0), redes sociales, Canales de comunicación (chats, foros, formularios)	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Metodologías docentes y servicios	Metodologías docentes y el enfoque pedagógico del centro	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Publicación de trabajos o creaciones de los estudiantes, Información sobre servicios adicionales (comedor, extraescolares, transporte, biblioteca)	Palma Gil (2023); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
Accesibilidad y aspectos técnicos	Accesibilidad a personas con discapacidad (visual, auditiva o movilidad)	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Rodríguez Palchevich (2019); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Cumplimiento de los 4 principios: Perceptible, Operable, Comprensible, Robusto	Rodríguez Palchevich (2019); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).
	Uso de texto alternativo en imágenes, Otros formatos (texto, audio, video), uso de archivos escaneados como imagen	Rodríguez Palchevich (2019).
	Los videos deben tener subtítulos y/o video con lengua de signos	Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Rodríguez Palchevich (2019).
	Funcionamiento de los hipervínculos	Palma Gil (2023); Rodríguez Palchevich (2019).

Nota: datos tomados de Álvarez-Álvarez (2017); Palma Gil (2023); Rodríguez Palchevich (2019); Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez (2018).

7.2. Anexo 2: Evaluación de sitios web de bibliotecas escolares

Tabla 3

Matriz de dimensiones de evaluación de sitios web de bibliotecas

Dimensión	Indicador	Autores
Identificación e información institucional básica	Nombre propio, mascota, logo o imagen identificativa	Cremades (2017a); (2017b); Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013).
	Título de la sede web y URL	Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014)
	Horario, normas de uso, plano, fotografía o datos sobre la ubicación física	Cremades (2017a); (2017b); Cruz Palacios (2015); Jiménez Fernández (2013)
	Información sobre los servicios u objetivos de la biblioteca escolar	Cremades (2017a); (2017b); Jiménez Fernández (2013); Miret et al. (2010)
Estructura, diseño y navegación	Diseño estético y coherente (visual y funcional), Tipo y tamaño de letra, colores, funcionamiento de enlaces	Cremades (2017b); González Mateos y Faba Pérez (2014)
	Distribución espacial del texto, sobrecarga informativa, navegación	Cremades (2017b); González Mateos y Faba Pérez (2014)
Contenido institucional y actualización	Motor de búsqueda	Cremades (2017b); Cruz Palacios (2015)
	Lenguaje; gramática y ortografía	González Mateos y Faba Pérez (2014).
	Actualización	Cremades (2017a); (2017b); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013).
Servicios y automatización	Novedades bibliográficas, noticias editoriales, boletín, revista escolar	Cremades (2017a); (2017b); Miret et al. (2010)
	Acceso al catálogo, SIGB	Cremades (2017a); (2017b); Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013); Miret et al. (2010).
Recursos didácticos y curriculares	Servicio de referencia digital	Cruz Palacios (2015); Jiménez Fernández (2013),.
	Recursos para el alumnado	Cruz Palacios (2015); Jiménez Fernández (2013).
	Recursos para el profesorado	Cremades (2017b); Cruz Palacios (2015); Jiménez Fernández (2013).
Promoción, actividades y formación de usuarios	Recursos para las familias	Cruz Palacios (2015); Cremades (2017b)
	Actividades propias presentes, pasadas o futuras	Cremades (2017a); (2017b); Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014), Miret et al. (2010).
Interacción y conexión externa	Fomento de la lectura	Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013).
	Autor y/o responsable de la web y/o biblioteca	Cremades (2017a); (2017b); González Mateos y Faba Pérez (2014).
	Correo electrónico u otro modo de contacto con el responsable de la web, Interacción	Cremades (2017a); (2017b); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013). Miret et al. (2010).
	Redes sociales	Cremades (2017b); Cruz Palacios (2015)
	Enlaces externos (ej. a otras bibliotecas escolares, públicas, o webs relacionadas)	Cremades (2017b); Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013); Miret et al. (2010).
	Se ofrece información del centro educativo (enlace con la web principal del colegio)	Cremades (2017b); Cruz Palacios (2015)

Nota: datos tomados de Cremades (2017a); (2017b); Cruz Palacios (2015); González Mateos y Faba Pérez (2014); Jiménez Fernández (2013); Miret et al. (2010)

7.3. Anexo 3: Matriz de análisis de visibilidad

Tabla 4

Matriz de análisis de niveles de visibilidad de la biblioteca

Aspectos	Visibilidad baja (menos de 5 puntos)	Visibilidad media (5 a 9 puntos)	Visibilidad alta (10 a 14 puntos)
Visibilidad básica	La biblioteca es difícil de encontrar o casi inexistente en el sitio web. No suele tener sección propia ni aparecer en el menú principal; el acceso requiere múltiples clics o no existe.	La biblioteca tiene alguna presencia, pero no destacada. Puede mencionarse en una sección general de recursos o requerir varios clics. No siempre cuenta con sección propia ni con enlace en lugar prominente.	La biblioteca aparece en el menú principal o página de inicio, con sección propia claramente identificada. Acceso directo en dos clics o menos. Se la menciona también en otras secciones del sitio.
Contenidos ofrecidos	Prácticamente no hay información. Falta descripción, funciones, personal responsable, servicios y recursos digitales. Información de contacto limitada o ausente. El contenido, si existe, está desactualizado.	Información parcial o genérica. Puede incluir breve descripción o algunos servicios. Escasa mención de recursos digitales o del personal. Contenido no actualizado regularmente.	Información completa y detallada: funciones, objetivos, historia, rol del bibliotecario, listado de servicios, recursos digitales (bases, catálogos, guías). Contacto variado y actualizado periódicamente.
Interacción	Ausencia de elementos interactivos. No se publican eventos, ni actividades. Sin opciones de contacto directo. No hay imágenes reales.	Existen algunas iniciativas, pero inconsistentes. Puede haber publicaciones ocasionales de actividades. Opciones de contacto limitadas y pocas imágenes reales.	Promueve activamente la interacción: publicaciones regulares, múltiples opciones de contacto, formación de usuarios. Incluye imágenes de la biblioteca y de actividades.
Interpretación general	La institución no prioriza la visibilidad de la biblioteca. Esta aparece como espacio secundario, desvinculado, sin rol pedagógico visible ni valor estratégico en el entorno digital.	La biblioteca es reconocida, pero con integración parcial y sin aprovechar su potencial estratégico. Su valor pedagógico no se comunica de manera efectiva.	La biblioteca está plenamente integrada en la estrategia digital y de marketing institucional. Resalta su valor educativo, el rol del bibliotecario y su aporte al aprendizaje y la innovación.

Cuestionario de evaluación de sitios web escolares

Cuestionario para la recolección de datos sobre la visibilidad de la biblioteca en los sitios web de escuelas de CABA

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Nombre de la institución

2. Posee sitio web *

Marca solo un óvalo.

SI

No

PRESENCIA DE LA BIBLIOTECA

3. URL del sitio

4. **Se menciona la biblioteca ***

0 puntos

Marca solo un óvalo.

Si

No

VISIBILIDAD

5. **La biblioteca se encuentra visible desde el Home ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

6. **La biblioteca tiene una sección propia o sitio propio ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

7. **Se menciona la biblioteca en otras secciones ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

CONTENIDO

8. **Descripción de la biblioteca *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Sí

No

9. **Se informa el nombre del responsable de la biblioteca *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Sí

No

10. **Oferta de servicios *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Sí

No

11. **Recursos digitales *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Sí

No

12. **Catálogo (OPAC) ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

13. **Actualización ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

INTERACCIÓN

14. **Contacto ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

15. **Publica eventos, actividades ***

1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

16. **Formación de usuarios *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

17. **Imágenes reales de la biblioteca *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

18. **Representación de actividades (imágenes, videos) *** 1 punto

Marca solo un óvalo.

Si

No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios