

Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación



Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación: ENACOM 2014 /
Ariel Benasayag ... [et.al.]. - 1a ed. - Guaymallén: UMAZA, 2014.
E-Book.

ISBN 978-987-45622-2-7

1. Comunicación. 2. Investigación. 3. Latinoamérica.
CDD 302.23

Compiladores

Ariel Benasayag
Marisa Pimienta
Carolina Tomba
Mario Zamorano
Esteban Zunino

Diseño y diagramación

Pamela Alcover

Fecha de catalogación: 25 - 09 - 2014
ISBN: 978-987-45622-2-7

Editorial UMAZA
Imprenta UMAZA
Universidad Juan Agustín Maza
Av. Acceso Este, Lateral Sur 2245
Guaymallén, Mendoza (CP 5519)
Tel. (0261) 4056200 - www.umaza.edu.ar

Los compiladores y la Editorial UMaza no se responsabilizan por la actualidad, exactitud, calidad o completitud de la información incluida en este volumen ni por ningún tipo de perjuicio que de lo aquí expuesto se pudiera derivar. La presentación formal de los artículos es responsabilidad de los autores.

Reflexiones en torno a los usos de Facebook por parte de las bibliotecas académicas de Argentina

Claudia Laudano
CONICET - UNLP
claudialaudano@yahoo.com.ar

María Cecilia Corda
CONICET - UNLP
mccorda2003@yahoo.com.ar

Javier Planas
CONICET - UNLP
planasjavier@yahoo.com.ar

Inés Kessler
CONICET - UNLP
kessler_mi@yahoo.com.ar

◆

Las nuevas tecnologías infocomunicacionales generaron un conjunto de transformaciones en el quehacer cotidiano de las bibliotecas, a punto tal que suele denominárselas ‘bibliotecas 2.0’. Dentro de ese marco general, nos interesa indagar en los cambios acaecidos en los modos de comunicación con los/as usuarios/as, a partir del rediseño ocurrido hace más de una década en cuanto al acceso a determinados servicios virtuales, mediante la disponibilidad de los catálogos en línea, consultas vía webs institucionales, servicios de mensajería instantánea y chats, difusión de novedades mediante boletines electrónicos y sindicación de contenidos vía RSS, entre otros. Luego del desarrollo del (web) blog como recurso privilegiado de comunicación a principios del año 2000; avanzada la década, se observa un marcado desplazamiento de las bibliotecas hacia la red social Facebook, para estar donde sus usuarios y usuarias están, y utilizar sus mismas plataformas y medios de comunicación, según sostiene la bibliografía al respecto. El objetivo de este trabajo es brindar un panorama actualizado de la presencia y usos de la plataforma Facebook por parte de bibliotecas académicas (o de investigación) de Argentina, sobre la base de un directorio de 180 instituciones. Se realizaron las búsquedas de la presencia de sus respectivas bibliotecas en la red social Facebook y se recopiló información mediante un instrumento ad hoc. Entre los principales ítems relevados figuran la presencia institucional en la red social y los datos básicos publicados, la visibilidad y accesibilidad de la biblioteca en la web, los principales usos de la plataforma (secciones preferentes), las características de la interacción en el muro y un panorama de los usos simultáneos de otras plataformas infocomunicacionales (Twitter, Google+, canales de Youtube, etc.). El trabajo forma parte del proyecto de investigación H/664, “Usos y aplicaciones de tecnologías infocomunicacionales en bibliotecas argentinas”, en ejecución (2013–2016), Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de Nación, con sede en el IdIHCS-UNLP-CONICET.

Introducción

Las ‘nuevas’ tecnologías de información y comunicación generaron un conjunto de transformaciones significativas en el quehacer cotidiano de las bibliotecas en el transcurso de las últimas dos décadas, a tal punto que se las denomina ‘biblioteca 2.0’. Si bien la presencia de los catálogos para consultar los fondos documentales en línea es uno de los aportes más valiosos desde el punto de vista de usuarios y usuarias; en el área comunicacional específicamente la mutación más visible en el período indicado puede localizarse en la migración paulatina desde los materiales impresos de comunicación hacia producciones y modos de comunicación, en mayor medida, digitales. En ese panorama general se encuentra la difusión de novedades con modalidades de comunicación sincrónicas y a-sincrónicas, mediante boletines electrónicos y listas de distribución por correo electrónico, servicios de mensajería instantánea y chats, consultas vía webs institucionales, sindicación de contenidos vía RSS (Rich Site Summary), videoconferencias y la producción de contenidos en (web) blogs. A este conjunto de posibilidades se suma la utilización de redes sociales, en particular Facebook, de modo creciente desde 2005.

Según cifras oficiales difundidas por la empresa Facebook en mayo de 2014¹, en Argentina la red social cuenta con 23 millones de usuarios/as en actividad por mes, de quienes, 15 millones se conectan a diario, en gran medida, con dispositivos móviles; mientras que, a nivel global, cuenta con 1.280 millones de usuarios/as mensuales en actividad, de quienes, cerca de 802 millones ingresan a diario, en mayor medida vía dispositivos móviles. Básicamente, es una herramienta que permite a las personas comunicarse e intercambiar información, a partir de diferentes secciones: muro, fotos, información, eventos, videos, grupos, notas, entre otras. También se puede utilizar el servicio de chat; actualizar y compartir estados; postear mensajes en los muros de amigos/as, de quienes tienen perfiles públicos o grupos; así como añadir ‘me gusta’ en las publicaciones, como una de sus características definitorias. Respecto de los estudios referidos a Facebook, Wilson, Gosling y Graham (2012) revisaron un total de 412 artículos, publicados entre 2005-2011, que agruparon según cinco categorías de análisis: estudio descriptivo de usuarios, motivaciones para su uso, temas de identidad en redes sociales, su rol en las interacciones sociales y, finalmente, cuestio-

¹Facebook inauguró su oficina en la Argentina, Infobae, 6 de mayo de 2014. En: <http://www.infobae.com/2014/05/06/1562343-facebook-inauguro-su-oficina-la-argentina>. Fecha de consulta: 13 de agosto de 2014.

nes vinculadas a la privacidad y el manejo de la información en su entorno.

En el contexto precedente, y dada la popularidad creciente de Facebook en el país y su adopción progresiva en el campo bibliotecológico, esta ponencia tiene por objeto describir la presencia y el uso de la red social Facebook por parte de las bibliotecas vinculadas con los centros y los institutos de investigación en la Argentina,² según se detalla más adelante.

Antecedentes

Diferentes estudios dan cuenta de la incorporación y los usos predominantes de plataformas comunicacionales y redes sociales en distintos tipos de bibliotecas. En un sentido general, éstas pueden ser usadas por personal bibliotecario para cuestiones vinculadas a la administración de las bibliotecas, para informar acerca de sus programas, nuevos servicios, novedades bibliográficas y entablar comunicación frecuente con sus usuarios/as, a tal punto de acelerar procesos hasta la instantaneidad (Breeding, 2009; Rogers, 2012). A estos beneficios, se le añaden la posibilidad de una mayor transparencia en la gestión bibliotecaria; la facilidad de participación de sus usuarios/as a través del uso de las herramientas ofrecidas por las mismas redes; la integración a un nuevo medio con un costo de inversión mínimo y la accesibilidad a la información y la documentación (Sandi, 2012).

En cuanto a los cambios de herramientas infocomunicacionales en el campo bibliotecario, Margaix Arnal (2008) resalta que las bibliotecas universitarias en España comenzaron a plantearse su presencia en las redes sociales principalmente a partir del año 2008; ya que antes tenían preeminencia los blogs. Según el autor, este desplazamiento ocurre para estar donde los usuarios y las usuarias se encuentran, esto es, utilizar sus mismas plataformas e iguales canales de comunicación a fin de ser relevantes en el contexto de su experiencia de uso de Internet.

Sin embargo, estos procesos no generan el abandono rápido de las herramientas preexistentes; sino, más bien, usos simultáneos y exploratorios según las necesidades particulares de las bibliotecas. En tal sentido, al indagar la utilización de herramientas 2.0 en 32 bibliotecas públicas y 33 académicas de Irlanda, Leonard (2011) encontró que las redes sociales son las más difundidas, seguidas de los blogs y los servicios de RSS. En particular, Facebook y Twitter son usadas para difundir noticias, eventos y servicios bibliotecarios, además de permitirles aumentar la presencia en los espacios virtuales y captar desde allí nuevos usuarios/as. Respecto de lo que ocurre en bibliotecas públicas y académicas en Portugal, Alvim (2010) afirma que los blogs continúan siendo más utilizados que la plataforma Facebook, como tendencia contraria a lo que sucede a nivel mundial, donde ha disminuido el uso de los blogs a favor de redes como Facebook y Twitter. Asimismo sostiene que por el momento se registran usos simultáneos más que exclusivos de una u otra herramienta, aunque en ambos casos, con escasa planificación o diseño de una estrategia comunicacional.

En cuanto a los usos específicos de Facebook en las bibliotecas, la literatura especializada se localiza principalmente a partir de 2007. Respecto de los trabajos de revisión bibliográfica, Jacobson (2011) sintetiza los usos implementados por las bibliotecas en torno a Facebook, a partir de cinco categorías. La más extendida refiere al “cómo” e incluye artículos referidos

a las mejores prácticas y los diferentes usos de Facebook. La segunda se focaliza en estudios de casos que destacan experiencias singulares de usos bibliotecarios; mientras que la tercera se basa en las percepciones estudiantiles acerca de la efectividad de Facebook para los propósitos de las bibliotecas. La cuarta se dedica al análisis de los servicios provistos y la última se concentra en estudios de percepción de usos mediante encuestas a personal bibliotecario acerca de la utilización de Facebook en sus instituciones.

Vassilakaki y Garoufallou (2014) publicaron recientemente una revisión efectuada sobre los trabajos en torno a la apropiación de Facebook por parte de las bibliotecas y los bibliotecarios, publicados entre los años 2006 y 2012 en bases de datos de revistas internacionales en idioma inglés. Los artículos fueron agrupados en las siguientes categorías, de acuerdo a la temática abordada: 1. Uso de Facebook por parte de las bibliotecas; 2. Creación de perfiles de Facebook (perfiles de bibliotecas; perfiles de bibliotecarios); 3. Lineamientos para bibliotecas; 4. Experiencias de bibliotecarios en el uso de Facebook; 5. Perspectivas de exploración (de bibliotecarios; de usuarios); 6. Exploración del uso de los perfiles de las bibliotecas.

Por otro lado, Aharony (2012) realiza una exploración comparativa de los usos de Facebook en bibliotecas públicas y académicas estadounidenses. En los resultados destaca que si bien ambos tipos de bibliotecas utilizan el muro y la sección ‘información’; el aprovechamiento de la plataforma es limitado en ambos casos, ya que privilegian la difusión de información por encima de la generación de instancias de debate e intercambio dialógico. De las restantes secciones, añade que sólo la de ‘fotos’ tiene un desarrollo significativo.

Frente a estos trabajos que destacan las bondades de la plataforma, Bodnar y Doshi (2011) realizan, en cambio, un conjunto de señalamientos respecto de la utilización de Facebook. Entre otros, cuestionan algunas metodologías utilizadas para “medir el impacto” a través de la cantidad de seguidores como logro mensurable de implementación e insisten en tener una mirada crítica respecto a su uso/aceptación o rechazo y no limitar la creatividad, la energía o el optimismo profesional por una herramienta determinada.

Respecto de los usos de Facebook y otras redes sociales en bibliotecas de investigación, asimismo se encuentran diferentes trabajos específicos en revistas de la especialidad, sobre todo, a nivel internacional. Una primera indagación, realizada por Shoniwa y Hall (2007) identifica que, en las bibliotecas de educación superior y de investigación de Gran Bretaña, las herramientas más usadas eran RSS, blogs y podcasts; es decir, que para ese momento, el uso era aún selectivo y no se percibían esas innovaciones como un cambio de paradigma en la prestación de los servicios.

Por su parte, Mahmood y Richardson (2011) relevaron la existencia de herramientas 2.0 en los 100 sitios Web de las bibliotecas de investigación estadounidenses de la Association of Research Libraries (ARL). Según el estudio exploratorio, RSS era la más usada en este tipo de bibliotecas, seguida de los mensajes instantáneos utilizados para el servicio de información y referencia. Luego se ubicaban las redes sociales, donde lidera el uso de Facebook (89 de 100 bibliotecas) y sólo unas pocas emplean otras redes sociales y blogs. La mayor frecuencia de uso en redes sociales es lo que respecta a noticias y anuncios,

²En próximas producciones el equipo de investigación abordará los usos de redes sociales en otros tipos de bibliotecas argentinas, como las universitarias y populares.

seguidas por fotos y videos, y por la difusión de servicios bibliotecarios ofrecidos.

En el mismo año, Wan (2011) publica su artículo referido a las posibilidades de captación de usuarios por parte de las bibliotecas académicas a través de Facebook. Basándose en las bibliotecas nucleadas en ARL, el estudio concluye que la mayoría de las bibliotecas llegó a la red social entre los años 2007 y 2009 y que en general no han sido demasiado exitosas en la captación de seguidores. A la vez, que no es muy frecuente el posteo de mensajes; ya que en promedio lo hacen sólo una vez por semana y la mayoría refieren a cuestiones tales como eventos, actualización de recursos, horarios y nuevos servicios. Algunas páginas integran ciertas aplicaciones, tales como Worldcat, Jstor, etc.

En el área de las bibliotecas especializadas en ciencias de la salud se destacan dos trabajos. Por un lado, García Milian, Norton y Tennant (2012) analizan 72 bibliotecas con perfil en Facebook y establecen la correlación que existe entre los contenidos allí dispuestos, tales como fotos, eventos, posts, etc., y la cantidad de seguidores. Como esfuerzo de visibilidad, el link desde el sitio de la biblioteca alentando el uso de la red social es una estrategia lógica, pero no hallan correlación entre la presencia del link en el sitio y la popularidad en Facebook. Plantean que los posts publicados en el muro de los perfiles no dan garantía de que sean leídos por los seguidores. Por último, observaron que los perfiles con fotos cuentan con más seguidores.

Por otro lado, entre los artículos más recientes se encuentra el de Houk y Thornhill (2013), quienes analizan el desarrollo que ha tenido la página de Facebook de la Tufts University Hirsh Health Sciences Library, biblioteca que presta servicios, además de a estudiantes de grado, a alumnos de doctorado, postdoctorado e investigadores. El trabajo indica la oportunidad que tienen las bibliotecas en cuanto a la posibilidad de usar Facebook para tomar datos estadísticos para estudiar tendencias; a la vez que brinda una guía de buenas prácticas en cuanto al mantenimiento de la página en dicha red social.

Frente a este panorama internacional, cabe indicar que no se localizaron trabajos específicos referidos a bibliotecas de investigación en Argentina. Sin embargo, existen dos trabajos con aproximaciones a la temática centrados en bibliotecas universitarias. En primer lugar, De Volder y Gutiérrez (2008) plantean la escasa presencia en Facebook de las bibliotecas universitarias de Argentina, sobre la base de una indagación realizada con bibliotecas centrales de casas de altos estudios, públicas y privadas. Luego, Cortés y Dugatto (2013) investigan los usos de diferentes medios de comunicación en la Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba, donde afirman que usuarios y usuarias de la biblioteca utilizan “muy poco las redes sociales en su interacción o relación con la biblioteca” y que, quienes no concurren a la biblioteca físicamente, utilizan como medios de comunicación diferida el correo electrónico y la página web; mientras que la interacción por el blog o la página de Facebook no figuran dentro de las modalidades preferidas.

En este sentido, entonces, la inexistencia de investigaciones vinculadas con los usos de la plataforma en bibliotecas de investigación y la escasa información referida a sus aplicaciones en las bibliotecas universitarias del país, generan la necesidad de indagar de modo específico, en esta oportunidad, en

los usos y las aplicaciones actuales de la plataforma Facebook en las bibliotecas de investigación en Argentina.

Metodología

A partir de la inexistencia de un censo oficial de bibliotecas de investigación en Argentina, se confeccionó un listado con un total de 180 instituciones. Se circunscribió en el marco de este trabajo como biblioteca de investigación a aquella cuyas colecciones y servicios están orientados fundamentalmente a satisfacer las demandas de información y documentación de investigadoras e investigadores en distintas áreas del conocimiento. Dicho listado incluyó bibliotecas dependientes de organismos a nivel nacional tales como el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), la Comisión Nacional de Energía Atómica (CONEA), las academias nacionales dependientes del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, bibliotecas de centros e institutos dependientes de Universidades Nacionales y, en la provincia de Buenos Aires, se añadió a la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC). A este listado de organismos e instituciones públicas, se añadió un conjunto de bibliotecas de investigación de gestión privada o semi pública, que cumplieran con las condiciones antes descriptas. Durante el mes de julio de 2014 se relevaron los datos, en primer lugar, referidos a la dirección postal, el teléfono, el correo electrónico, la dirección del sitio Web y el/la responsable de la biblioteca.

Una vez obtenida esta información, el paso siguiente fue constatar la adopción de Facebook por parte de la biblioteca. En este sentido, se estableció un protocolo de búsqueda para realizar el primer barrido. Los pasos fueron: 1. Certificar si en el sitio web oficial se referenciaba la dirección de Facebook. 2. Si estaba disponible, se dejaba constancia de la dirección en una planilla ad hoc. 3. Si no estaba disponible, se continuaba con las siguientes alternativas de rastreo en Facebook: 3.1 por el nombre completo de la biblioteca; 3.2 por la denominación de la institución mayor; 3.3 por la sigla. 4) Cuando ninguna de estas opciones arrojaba resultados positivos, se recurría al buscador Google empleando los términos anteriores más “Facebook”.

Con el listado resultante, se elaboró una matriz para volcar la información de interés relativa a las páginas y los perfiles de Facebook de las bibliotecas. Entre los principales ítems relevados figuran los datos institucionales básicos, la visibilidad y accesibilidad de la página o perfil de Facebook en la web de la biblioteca o de la institución, los principales usos de la plataforma (secciones preferentes), la actualización y cantidad de posts en el muro, las características de la interacción y el tipo de comentarios en el muro y un panorama de los usos simultáneos de otras plataformas infocomunicacionales (Twitter, Google+, canales de Youtube, etc.).

Resultados

La primera constatación fuerte que se puede establecer está vinculada al bajo nivel de uso que Facebook tiene como herramienta de comunicación entre las bibliotecas analizadas: 7 de 180, equivalente al 3.89%. El dato, sin embargo, no es sorprendente si se considera que muchas de ellas siquiera figuran en los sitios webs de los institutos y centros de investigación a los que pertenecen. Esta falencia no explica aquel resultado, pero brinda una idea de que la relevancia de las bibliotecas en estos ámbitos no queda adecuadamente reflejada en el entorno web.

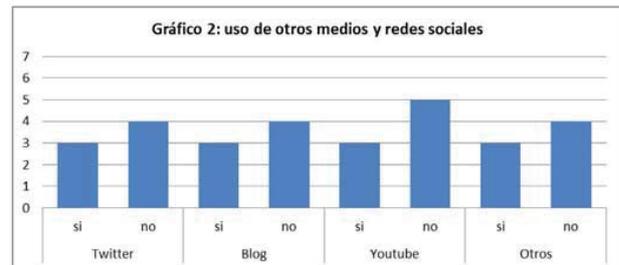
Se tomaron entonces como referencia las 7 bibliotecas resultantes para estudiar las características y los usos que hacen de Facebook. En este sentido, teniendo en cuenta que la difusión de esta plataforma data de 2005, la primera observación significativa está relacionada con la tardía llegada de las instituciones a este universo, esto es: entre 2010 y 2013. Este retraso, coincidente con lo señalado por Margaix Arnal (2008), muestra que los tiempos de apropiación tecnológica e infocomunicacional en estos ámbitos no sólo son más pausados en relación al vértigo social instituido, sino que también lo son en referencia a las propuestas de actualización que se difunden desde la bibliotecología misma. Las consecuencias de esta demora en lo que respecta a la visibilidad de las bibliotecas se aprecian cabalmente cuando se verifica que, a pesar de su arribo reciente a Facebook, alcanzaron un promedio nada desdeñable de 1.258 amigos, para las 5 que utilizan la modalidad perfil, y 590 seguidores, para las 2 que lo emplean como página. Las diferencias que esconde esta media son apreciables. Para el primer grupo, se constatan estas cifras: 4.090, 852, 618, 551 y 179; mientras que para el segundo son las siguientes: 2.076 y 374. La fecha de ingreso no es, por supuesto, la única variable que condiciona estas cantidades. Además de las obvias diferencias en la envergadura institucional de los centros de investigación y sus políticas de vinculación con la comunidad allende sus integrantes, el uso que se hace de Facebook en el marco de las prácticas de comunicación resulta sustancial.

En ese contexto, tal vez el dato más notable sea la ausencia de una estrategia de comunicación que relacione los diferentes dispositivos infocomunicacionales en uso en las bibliotecas. Así, por ejemplo, en 4 de los 7 casos estudiados no hay un enlace entre el sitio web y Facebook. Asimismo, la información general institucional publicada en este medio dista de ser completa y vinculante. El gráfico 1 muestra un panorama de la situación:

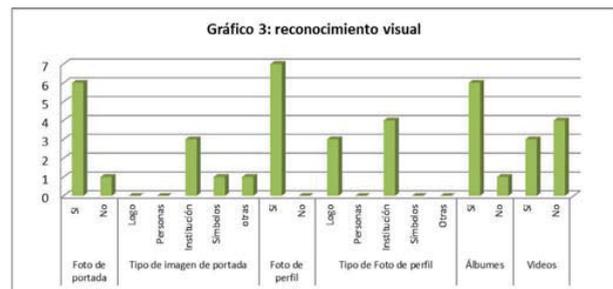


El uso del blog, de redes sociales como Twitter y canales de Youtube completan, entre otros, el horizonte de instrumentos empleados por las bibliotecas para la comunicación (Gráfico 2). No obstante, y de manera análoga a lo constatado previamente, los nexos entre unos y otros no siempre están presentes. Por ejemplo, ninguna de las 3 cuentas de Twitter detectadas aparecen en Facebook (2 están en el sitio web y la otra en el blog). Esta desarticulación no asume siempre ni invariablemente los mismos patrones. Una de las bibliotecas concentra todas las novedades en el blog, dejando Twitter y Facebook como ventanas. Resulta lógico explicar este uso en relación a las diferencias “generacionales” de estas herramientas, en tanto los blogs son instrumentos previos, y a las posibilidades que cada una de ellas ofrece. Sin embargo, en otros casos la llegada al blog es posterior o simultánea a la adopción de Facebook, en concordancia con experiencias en otros países (Alvim, 2010). Por último, el panorama se completa en un caso con la presencia del uso de Flickr, como plataforma donde se coleccionan

fotografías; mientras que otra biblioteca utiliza varias alternativas de manera simultánea: Google+, la red profesional LinkedIn y, como vía de comunicación instantánea, Skype. Tanto la modalidad de dispersión de dispositivos empleados, incluso sin adecuada vinculación, como la simultaneidad de sus usos se encuentra en una línea de coincidencia con lo analizado por Leonard (2011).



La cuestión del uso resulta fundamental, pues el sentido de participación institucional en estos ámbitos relacionales y el que pudieran darle los usuarios adquiere densidad toda vez que la dinámica de comunicación se propone construir una identidad que, en principio, puede apreciarse en la frecuencia de actualización, en la tipología de información y en el reconocimiento visual de la organización. En este último aspecto, el Gráfico 3 enseña una correlación estrecha entre la pertenencia institucional y la utilización de las imágenes en la portada y el perfil; ya que se observa una fuerte tendencia a emplear fotos del establecimiento y, en menor medida, el logo institucional. Entre otras secciones utilizadas, parece resultar significativo el empleo de álbumes de fotos, vinculado con actividades institucionales, más que la incrustación de videos en los perfiles o las páginas en cuestión. No obstante, respecto de este último aspecto, podría contemplarse en un futuro un análisis de las relaciones existentes entre estas producciones audiovisuales y las alojadas en plataformas como Youtube, para registrar si son duplicaciones o bien operan como instancias complementarias.



La periodicidad de los posteos es el elemento cuantitativo básico para dimensionar la actividad de Facebook y, en consecuencia, la frecuencia con la cual la biblioteca adquiere presencia en el muro de cada usuario. En este sentido, los casos estudiados suman 102 posteos en los últimos 60 días, lo que constituye una media de 14,5. Es decir: dos publicaciones por semana (1.8). Estos indicadores, si bien brindan una imagen global, ocultan el comportamiento individual. La tabla 1 corrige esta situación, indicando diferencias sustanciales entre los que se pudieran calificar de Facebook poco activados (menos de un post por semana), activos (dos posts por semana) y muy activos (más de dos posts por semana).

Casos	Calificación	Última actualización			Posteos en los últimos 60 días (contando desde el 2 de julio 2014)
		Año	Mes	Día	
2	Muy activo	2014	7	1	31
3	Muy activo	2014	7	1	20
5	Muy activo	2014	7	1	19
1	Activo	2014	6	24	14
4	Activo	2014	6	14	13
7	Poco activados	2014	5	14	1
6	Poco activados	2014	5	19	4

Esta faceta cuantitativa se complementó con un análisis de las publicaciones. En primer lugar, se categorizaron los posteos y se midió en cada caso las ocurrencias, de manera tal que al finalizar el proceso se pudiera obtener información global e individual. En un plano general, se observa una tendencia a publicar contenidos relacionados con las actividades de referencia, en especial los servicios de alerta y la constitución de una agenda pública vinculada con las problemáticas trabajadas por los centros donde se inscriben las bibliotecas. En segundo orden, aparecen las noticias sobre jornadas, congresos, reuniones y presentaciones de libros. Aglutinadas en la clase “eventos”, estas novedades adquieren una dimensión analítica diferente a la precedente, en tanto que su especificidad y frecuencia las posiciona como una faz distintiva en el marco de las estrategias de divulgación. En tercer lugar, y con proporciones que no superan el 10%, se sitúan las notas vinculadas con la colección, la administración de la biblioteca y la gestión de la institución mayor. Una línea especial merecen los posteos que terceros vuelcan en el muro, cuya presencia señala una de las maneras de hacer vínculos con instituciones “amigas”. El gráfico 4 muestra el cuadro descripto:

Gráfico 4: tipología de posteos



Consideradas individualmente, estas categorías marcan los énfasis diferenciados en las políticas de uso que adoptan las bibliotecas. Uno de los casos, por ejemplo, se destaca por difundir las novedades bibliográficas y otras cuestiones relativas a las colecciones. La proporción de estos artículos alcanza el 37%, dejando muy atrás las notas sobre los eventos (21%) y los servicios (14%). En otra biblioteca, este mismo ejercicio deja ver la empatía que se extiende con otras instituciones, en tanto que el posteo de terceros alcanza un 29%. Esta constatación marca, entonces, que una aproximación diacrónica a estas elecciones permite examinar la diversidad de líneas editoriales que, de forma implícita o explícita, las instituciones construyen de modo progresivo. Si en algunas entidades este análisis concluye en la verificación de un trayecto coherente y estructurado, en

otras se detecta un rumbo más bien zigzagueante o desestructurado, donde la difusión de un seminario puede estar precedida de una invitación a ver un partido de fútbol disputado en el transcurso del mundial de fútbol Brasil 2014.

Más allá de esas divergencias, el panorama general conformado por los distintos tipos de publicaciones presenta la misma tendencia hacia la unidireccionalidad. Esta circunstancia, que en cierta medida se opone al espíritu 2.0 de esta plataforma, se observa con notoriedad en la apatía de los comentarios. Apenas el 10% de los 102 posts recibió, al menos, una acotación. Si bien esta medida es muy exigua como para sostener una tendencia concluyente, estas intervenciones se organizaron en cinco categorías según los objetivos inherentes a su enunciación para detectar un parámetro inicial. El Gráfico 5 exhibe los resultados, donde sobresalen los comentarios aprobatorios por su reiteración, y los reprobatorios y las sugerencias por su inexistencia.

Gráfico 5: comentarios



Lo dicho sugiere que, antes que una instancia para el intercambio de ideas y/o posiciones frente un disparador concreto capaz de generar algún micro-debate o establecer un conexión más intensa con la comunidad de usuarios, como sugiere Aharony (2012), Facebook se convierte para las bibliotecas en una herramienta de difusión de novedades, como otrora pudo ser el boletín informativo impreso; solo que con un diseño estructural más visual, dado por la propia plataforma. En alguna medida, pareciera ocurrir lo que Margaix Arnal (2008) conjeturara, en cuanto a que las bibliotecas desean estar allí donde sus usuarios/as están, dada la popularidad de la red social en Argentina; pero, sin una definida estrategia comunicacional al respecto, como indican tanto Alvim (2010) como Houk y Thornhill (2013).

Conclusiones

Las relaciones entre las bibliotecas y las redes sociales en Argentina constituyen un campo de indagación todavía incipiente. En este contexto, los resultados de la presente exploración aportan un conocimiento sobre un tipo específico de bibliotecas —las de centros e institutos de investigación—, aunque sus constataciones generales pudieran tomarse como insumos para próximas investigaciones sobre la dinámica en el uso y las apropiaciones que se hace de Facebook en las bibliotecas.

Dentro de las comprobaciones del caso, se destaca el reducido uso de Facebook entre las bibliotecas consideradas en el relevamiento (7 de 180). Cuantitativamente, esta cifra impide realizar observaciones concluyentes. No obstante, al indagar en el funcionamiento, las derivaciones son diversas. Una de ellas es la definición visual: tanto los perfiles como las páginas cuentan con fotos e imágenes referentes a la institución. Si bien puede conjeturarse que la estructura de la plataforma facilita esta

construcción, la correlación de estos aspectos depende de una decisión de la organización en relación a la estrategia de comunicación. En este sentido, se observó una planificación deficitaria en lo que respecta a la falta de articulación de las diferentes instancias y los distintos dispositivos comunicacionales utilizados por las bibliotecas, así como las mutuas vinculaciones entre los mismos.

El qué y el cómo de la comunicación muestran coincidencias y discrepancias entre los casos. Sobre esto último, se detectó una distancia importante entre unas bibliotecas y otras respecto de los niveles de actualización y coherencia de los posteos. No debe olvidarse que estas dos variables conforman

aquello que el usuario recibe en el muro, de allí que no sólo importa la periodicidad de las publicaciones —como indican las recomendaciones habituales—, sino también la calidad de la línea editorial que se construye. Esta diferencia política se diluye en una tendencia homogénea que privilegia el uso de Facebook como punto de difusión (de colecciones, servicios, eventos, etc.) por encima de la comunicación y la generación de debates en torno a determinadas temáticas. En otras palabras, aún no se observa un uso de la plataforma como momento participativo, de interacción y construcción colectiva entre la institución y sus usuarios/as.

Referencias bibliográficas

- Aharony, Noa. 2012. Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib proceedings*, vol. 64, n° 4, p. 358-372.
- Alvim, Luisa. 2010. Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicacao nas bibliotecas portuguesas. *Cadernos de Biblioteconomia, Arquivistica e Documentacao*, n° 1/2, 2009/2010, p. 29-59.
- Bodnar, Jonathan y Doshi, Ameet. 2011. Asking the right questions: a critique of Facebook, social media, and libraries. *Public services quarterly*, vol. 7, n° 3/4, p. 102-110.
- Breeding, Marshall. 2009. Social networking strategies for professionals. *Computers in libraries*, vol. 29, n° 9, p. 29-31.
- Cortés, María. B. y Dugatto, Viviana. 2013. Usos, prácticas y consumos culturales de nuevos medios: Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba. *Actas de las III Jornadas de Intercambios y Reflexiones acerca de la Investigación en Bibliotecología*, La Plata, 28 y 29 de noviembre de 2013. La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata, 2013. ISSN 1853-5631 [En línea] [Citado 10 Ago 2014] Disponible en World Wide Web: http://www.jornadabibliotecologia.fahce.unlp.edu.ar/jornadas-2013/actas-2013/cortes_dugato.pdf/view?searchterm=None
- De Volder, Carolina y Gutiérrez, Fernando. 2008. La (no) presencia de las bibliotecas universitarias argentinas en Facebook. *6° Jornadas de Bibliotecas Digitales Universitarias JBDU*, La Plata, 30 y 31 de octubre de 2008.
- García Milian, Rolando; Norton, Hannah y Tennant, Michele. 2012. The presence of academic health sciences libraries on Facebook: the relationship between content and library popularity. *Medical reference services quarterly*, vol. 31, n° 2, p. 171-187.
- Houk, Kathrin. M. y Thornhill, Kate. 2013. Using Facebook page insights data to determine posting best practices in an academic health sciences library. *Journal of Web librarianship*, vol. 7, n° 4, p. 372-388.
- Jacobson, Terra B. 2011. Facebook as a library tool: perceived vs actual use. *College and research libraries*, vol. 72, n° 1, p. 79-90.
- Leonard, Nick. 2011. An examination the prevalence of Web 2.0 tools in Irish public and academic libraries and the implementation of Web 2.0 tools as a major component of library 2.0. Thesis MSC Information and Library Management. Dublin Business School, Dublin. Tesis de Maestría. [En línea] [Citado 10 Ago 2014] Disponible en World Wide Web: http://esource.dbs.ie/bitstream/handle/10788/313/msc_leonard_n_2011.pdf?sequence=1
- Mahmood, Khalid y Richardson, John V. 2011. Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL libraries websites. *Program: electronic library and information systems*, vol. 45, n° 4, p. 365-375.
- Margaix Arnal, Didac. 2008. Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El profesional de la información*, vol. 17, n° 6, p. 589-601.
- Rogers, Curtis R. 2012. Social media, libraries, and Web 2.0: how American libraries are using new tools for public relations and to attract new users? *Fourth Annual Survey (November 2011)*. Columbia: South Carolina State Library, 10 p.
- Sandi, Magda Cecilia. 2012. Las redes sociales presentes en las bibliotecas. *E-Ciencias de la Información*, vol. 2, n° 2, informe técnico 2.
- Shoniwa, Pride y Hall, Hazel. 2007. Library 2.0 and UK academic libraries: drivers and impacts. *New review of information networking*, vol. 13, n° 2, p. 69-79.
- Vassilakaki, Evgenia y Garoufallou, Emmanouel. 2014. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. *Program Electronic library and information systems*, vol. 48, n° 3, p. 226-245
- Wan, Gang. 2011. How Academic libraries reach users on Facebook. *College & undergraduate libraries*, vol. 18, n° 4, p. 307-318.
- Wilson, Robert E.; Gosling, Samuel D. y Graham, Lindsay T. 2012. A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on psychological science*, vol. 7, n° 3, p. 203-220.