

# CAPÍTULO 6

## Redes sociales en bibliotecas. Aportes para el debate contemporáneo

*Claudia Laudano*

### Introducción

Los debates en torno a las relaciones entre tecnología, bibliotecas y sociedad cuentan con una nutrida trayectoria tanto en el campo académico como en el profesional. En esta oportunidad, seleccionamos la perspectiva teórica de la apropiación de tecnologías digitales, con trayectoria propia en el campo de las Ciencias Sociales y un renovado interés los últimos años. Esto puede corroborarse tanto en el incremento de la producción teórica como en la organización de actividades académicas e, incluso, redes profesionales específicas<sup>75</sup>.

Para profundizar el mero sentido común, según el cual apropiarse es hacer propio algo ajeno, desarrollamos a continuación una serie de propuestas teóricas para enmarcar los análisis referidos a los usos cotidianos de las bibliotecas, tanto de las tecnologías digitales en general como de las redes sociales en particular.

### Apropiación. Perfilando sus sentidos y alcances

En cuanto a perspectivas teóricas, se localiza una preocupación temprana en los Estudios Culturales británicos. Interesados en un comienzo por los cambios que generaba la televisión en la vida cotidiana, desde un paradigma de análisis distanciado del determinismo tecnológico inaugurado por los planteos de Williams (1984), para quien los inventos técnicos se instituyen en tecnologías disponibles una vez que, puestos en circulación en la sociedad, adquieren su “verdadera” significación social por las distintas prácticas de apropiación.

A diferencia de una perspectiva de la dominación como imposición, para los Estudios Culturales dichas cuestiones ocurren dentro de una perspectiva crítica en el marco de relaciones de hegemonía, que establecen predomios capaces de articular deseos, expectativas y vivencias,

---

<sup>75</sup> Entre ellas, la Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías Digitales. En: <http://apropiaciondetecnologias.com/>

dentro de ciertos límites y presiones concretas. Para Williams (2011), la determinación como proceso no puede pensarse como una abstracción única de fuerzas ni un conjunto de causas completamente predecibles que controlan todo. En cambio, plantea la determinación como la posibilidad de fijar límites y ejercer presiones, lo cual afecta en gran medida –pero no necesariamente controla ni predice por completo- las prácticas sociales. Una actividad compleja se desarrolla dentro de esos límites, bajo o en contra de esas presiones.

En la misma línea, Silverstone (1996) plantea una doble articulación en el sentido del consumo de las tecnologías de comunicación, en tanto objetos y por su contenido. La apropiación, como parte del proceso de consumo que consta de seis etapas (mercantilización, imaginación, apropiación, objetivación, incorporación y conversión), representa el proceso de consumo en su conjunto.

En dicha situación, si bien encarna la tensión clásica dependencia-libertad del consumo de la cultura masiva, por ser la instancia donde expresamos nuestra “irredimible dependencia de los objetos materiales y simbólicos de la producción masiva”, al mismo tiempo que expresamos con las mismas acciones “nuestras libertades como participantes creadores de la cultura masiva” (Silverstone, 1996, p. 213); el autor anticipa limitaciones respecto de las posibilidades de la apropiación por fuera de los cánones establecidos. Sostiene que dichos constreñimientos operan diferencialmente en quienes se apropian de tecnologías o mensajes, a veces, sin mucho espacio para activar otras lecturas o procesos. Asimismo, descreo de una libertad interpretativa o de adopción total, en tanto resulta difícil que no se infiltren ciertos sentidos planeados o funciones portadas desde el diseño mismo de los dispositivos técnicos.

Aun así, queda esbozada una gama posible de apropiaciones, desde lo que podríamos denominar, en un extremo, las que coinciden con las perspectivas planificadas, mientras que en el otro extremo, estarían las totalmente diferentes o de resistencia/innovadoras. Entre ambos, pendula un arco amplio y variopinto de prácticas que darían cuenta de distintos grados de negociaciones entre reproducción y creatividad.

No obstante, resulta imprescindible destacar a esta altura que en los debates teóricos se entremezclan dos dimensiones distintivas respecto de la categoría “apropiación”, no siempre distinguidas de manera adecuada. Por un lado, la vinculada con la propiedad de las mercancías producidas, convertidas en objetos de un hogar, donde obtendrán significación, luego extensible a otros espacios merced a la posibilidad de ser transportados. Esta apropiación se hace asimismo bajo consideraciones del capital simbólico vinculado con los artefactos y la distinción de quienes los poseen, en particular en etapas iniciales frente a quienes no los poseen (Silverstone, 1996).

Por otro lado, la dimensión de apropiación respecto de la interpretación de contenidos se enmarca en una perspectiva teórica de mayor trayectoria en el campo comunicacional y de los Estudios Culturales, crítica del determinismo textual, que en un comienzo privilegiaba la perspectiva de clase en sus análisis con el difundido modelo “codificar-decodificar” de Hall (1980), luego enriquecidos con perspectivas feministas, de etnia, generación y orientación sexual con el auge de los estudios de recepción y/o de audiencia. Entre otras cuestiones, esta perspectiva

disputaba teóricamente con los estudios estructuralistas en el campo de la semiología, la cual depositaba la significación en el texto producido y para comprenderla bastaba su análisis con la batería teórica pertinente, sin indagar en los procesos de circulación y recepción/consumo, en tanto que, por los propios marcos teóricos de los que se nutría, se daba por sentado la absoluta correspondencia con la instancia de la producción.

De tal modo, dentro de la misma perspectiva de los Estudios Culturales británicos, para Thompson (1998) la apropiación constituye un proceso material y simbólico de interpretación y dotación de sentido respecto de un determinado artefacto cultural por parte de un grupo social, en función de su universo simbólico particular, que por las habilidades y las competencias puestas en juego implica 'logros habilidosos', que se incorporarán en prácticas cotidianas rutinarias de diferentes modos, reproduciendo a la vez que socavando en cierta medida los *habitus* respectivos.

El autor presupone que esta apropiación ocurre en el marco de una ruptura estructurada entre la producción de formas simbólicas y su recepción (Thompson, 1998). En tal sentido, la apropiación constituye una "actividad" (p. 62), en tanto nos involucramos de diferentes modos en el proceso mediante habilidades y competencias adquiridas, y así marca distancia explícita de la noción de pasividad por largo tiempo adjudicada a las prácticas de recepción/consumo. Caracteriza dicha actividad como "situacional" (p. 62), en tanto los sujetos están siempre situados en contextos sociohistóricos específicos, y rutinaria (p. 63), dado que acontece de modo práctico como parte de actividades regulares de la vida cotidiana. Su abordaje se centra en una perspectiva hermenéutica sobre los contenidos y la producción simbólica.

A la apropiación material de artefactos y la interpretación hermenéutica, añadimos una faceta nueva para pensar en relación con la apropiación de computadoras, netbooks y celulares, por citar algunos, en tanto implican una dimensión considerable de producción de contenidos. Es decir, no somos meros receptores ni consumidores (por más actividad que se le adjudique a dicha instancia), sino que nos encontramos frente a la generación de contenidos de tipo muy variado que entran en circulación con otros y disputan sentidos.

Esta transformación hacia modelos "muchos-a-muchos" (Scolari, 2008), bajo la lógica de la reticularidad, en calidad de apertura a la circulación de un número mayor de voces, pero no solo en calidad de respuestas sino de producción, ancló en el neologismo "prosumidores", una combinación que alude a la simultaneidad de actividades productivas y de consumo, rápidamente utilizado por diferentes autores/as del campo de las Tic y la cultura. Entre otras cuestiones, esta noción implicó a la vez una transformación del modelo lineal de comunicación/difusión. Parafraseando la célebre frase "el medio es el mensaje" de McLuhan (1969), Scolari (2008) afirmó con cierta ironía que, en las nuevas formas de comunicación digital, "el usuario es el mensaje".

Estos desarrollos dialogan con diferentes estudios y autores/as desarrollados en América Latina. En tal sentido, Winocur (2007) al referirse de modo específico a los dispositivos digitales, entiende que son TIC apropiables y apropiadas, de acuerdo a intereses propios de diferentes grupos o sectores, como objetos en un universo relacional donde otros objetos, espacios y prácticas las resignifican. Este apoderarse de recursos, de modo legítimo o ilegítimo, ocurre en tanto

son definidos como “valiosos para sí”, ya sea por la funcionalidad directa que esos recursos poseen o por el poder que su posesión y uso reportan, como sostiene Morales (2017).

Se trata entonces de una experiencia que se construye social, histórica y biográficamente, que adquiere diferencias de acuerdo a la clase social, el género, la pertenencia generacional y las biografías personales, con una socialización tecnológica que ocurre en entornos cotidianos, como espacios de presencia y representaciones compartidas de un grupo, imbuidos de ciertos encuadres tecnológicos, entre ellos, grupos laborales, de ocio, educativos, doméstico/familiares, de pertenencias grupales y activismos.

En estos usos y apropiaciones se ponen en juego dimensiones de un capital informacional específico, derivado del capital cultural (Bourdieu, 1990), en tanto capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información y la habilidad para aplicar la información a situaciones sociales (Hamelink, 2001). Añadimos, la elaboración multi/transmedial de información. Estos componentes pueden resultar una guía orientadora para analizar y comprender la capacidad de apropiación de capital informacional que ostentan y han generado las bibliotecas en su devenir tecnológico.

En un sentido general, entendemos que el desarrollo y el uso rutinario de las TIC constituyen parte del clima intelectual y cultural contemporáneo, que contribuimos a construir y delinear a su vez con nuestras prácticas. Respecto de la apropiación de tecnologías digitales, Cabello (2018) plantea que existe la influencia del ambiente tecnocultural, en tanto determinantes o marcas estructurales y transversales del ambiente digital que compartiríamos en general; mientras que otras son situacionales, vinculadas con las múltiples y variadas condiciones en que nos apropiamos de las tecnologías.

Al tener en cuenta la perspectiva de los/las actores, el concepto de ‘apropiación’ logra conjugar necesidades, propósitos, habilidades, logros, expectativas y ansiedades que, depositadas en las TIC, con-forman las prácticas tecnológicas en cuestión (Benítez Larghi, 2009). De tal modo, la apropiación constituye un proceso material y simbólico, contextual, situado e histórico, de dotación de sentido para determinados grupos o sectores, según las necesidades definidas por el propio grupo y las competencias disponibles.

### **Modalidades de la apropiación (si va a quedar así en el diseño, mejor bajar el título para que empiece en esta página)**

Ahora bien, avanzadas las discusiones y disquisiciones sobre los procesos de apropiación tecnológica, cabe consignar que se han planteado asimismo formulaciones respecto de los grados factibles de apropiación. Para ello, la tensión dependencia-libertad parece ser un par ordenador para prefigurar posibilidades al respecto. En tal sentido, como indicamos, Silverstone (1996) se mostró reticente al optar por la instancia de mayor libertad, en tanto, por distintas razones entiende que en gran medida pueden existir apropiaciones en el sentido reproductivo de las TIC, conforme fueron diseñadas y lanzadas al mercado, aún con ciertos “desvíos”.

Otras perspectivas, como la de Morales (2017), pusieron énfasis en las adaptaciones creativas a las necesidades, convicciones e intereses propios en el marco de proyectos de construcción de autonomía individual y colectiva que, reflexividad mediante, permitirían a individuos/as elucidar las condiciones económicas, sociales, culturales e ideológicas del capitalismo bajo las cuales las tecnologías surgen y se masifican en las vidas cotidianas. En caso de ocurrir, la autora sugiere que se estaría entonces frente a un nuevo paradigma.

Por su parte, Lago Martínez, Méndez y Gendler (2017) elaboraron una propuesta de tipología acerca de las posibilidades de la apropiación. En primer lugar, entonces, se encuentra la apropiación tecnológica adoptada o reproductiva, que implica la adopción de una tecnología vista como un instrumento o herramienta a la que se accede, aprende y entiende para luego utilizarla según parámetros diseñados, sin mucho despliegue diferencial al respecto.

En segundo lugar, la apropiación adaptada o creativa, por la cual el proceso de adopción de una tecnología existente implica ciertas innovaciones originales en las formas de uso y aplicación respecto de las diseñadas. En estos casos, se vislumbran usos no esperados, conforme necesidades e intereses propios (Winocur, 2007). Incluye una gama variada de adopciones creativas, por ejemplo, en cuanto a usos originales, disruptivos, no planificados, alternativos o derivaciones surgidas en la práctica misma, respecto de las diseñadas, incluidos, usos no esperados, conforme necesidades e intereses propios.

En tercer lugar, la apropiación cooptativa, a cargo de empresas, corporaciones y gobiernos, creadores de los principales artefactos, aplicaciones, plataformas, *software* y *hardware*, que se apropian de otras creaciones con fines particularmente mercantiles, aunque no solo, donde los derechos de propiedad intelectual de las tecnologías juegan un papel importante. Por último, la creación tecnológica que, a diferencia de las instancias previas, no trata de adoptar ni adaptar, sino precisamente de crear las propias tecnologías.

Sintetizando, cuatro tipos ideales, en términos weberianos, que pendulan en sus posiciones extremas entre adoptar y crear tecnología, con tipos intermedios como la apropiación reproductiva y creativa, categorías que pueden resultar útiles para analizar las prácticas de apropiación en instancias de las bibliotecas. .

## **Acerca de las redes sociales en las bibliotecas**

En el transcurso de las últimas tres décadas, las tecnologías de información y comunicación generaron un conjunto de transformaciones significativas en las rutinas laborales de las bibliotecas. Entre las mutaciones más visibles en el área comunicacional, destaca la migración desde lo impreso (en gran medida, boletines, hojas informativas y volantes) hacia producciones y modos de comunicación digitales, con modalidades sincrónicas y asincrónicas, mediante boletines electrónicos y listas de distribución por correo electrónico, servicios de mensajería instantánea y chats, consultas vía webs institucionales, sindicación de contenidos o RSS, videoconferencias y la producción de contenidos en blogs. A este conjunto heterogéneo de posibilidades se sumó, desde mediados de la primera década

del Siglo XXI, la utilización de redes sociales o plataformas infocomunicacionales. En tanto la literatura al respecto es abundante, sobre la base de distintos criterios de análisis y reflexión, trazaremos un estado del debate respecto de los usos y apropiaciones de tres redes sociales, contemplando las especificidades de cada una de ellas: Facebook, Twitter e Instagram.

## **Primera parada. Las bibliotecas y Facebook**

Tras su creación en 2004, Facebook se convirtió rápidamente en una de las redes sociales más populares y de mayor alcance global. Aún con los cambios experimentados a lo largo de los años, como parte de la lógica de inestabilidad de las plataformas, permite a las personas comunicarse e intercambiar información, a partir de determinadas secciones básicas: biografía, fotos (álbumes), información, eventos y videos, entre otras. A la vez, se puede utilizar un servicio de chat, actualizar y compartir estados, formar grupos según distintos intereses. Entre las últimas adopciones, cuenta con historias que duran sólo 24 horas, emulando a otras plataformas. Esta multiplicidad de funcionalidades permite afirmar que Facebook se convirtió en un sitio considerable de/para la sociabilidad contemporánea (Van Dijck, 2016).

Para conocer la adopción de Facebook en las ciencias sociales, Wilson, Gosling y Graham (2012) revisaron un total de 412 artículos, publicados entre 2005 y 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, cuestiones vinculadas a la privacidad y el manejo de la información en su entorno.

Respecto del campo bibliotecológico, a partir de 2007 se publicaron diversos trabajos sobre experiencias en la implementación y usos de Facebook. A la máxima de Margaix Arnal (2008), según la cual el personal bibliotecario debe estar donde sus usuarias/os se encuentran para seguir siendo relevantes en sus quehaceres cotidianos, habría que sumar el imaginario pro tecnológico del campo disciplinar y la ilusión de la “llegada” masiva desde plataformas ampliamente extendidas.

Así, iniciada la primera década del siglo, contamos con dos revisiones bibliográficas respecto de los usos y apropiaciones de Facebook por parte de las bibliotecas y sus profesionales. Por un lado, Jacobson (2011) postuló cinco categorías: artículos referidos a las mejores prácticas y diferentes maneras de emplear Facebook, estudios de casos que destacan experiencias singulares de usos bibliotecarios, percepciones estudiantiles acerca de la efectividad de Facebook para los propósitos de las bibliotecas, análisis de los servicios provistos y estudios de percepción de usos desde el personal bibliotecario.

Por otro lado, Vassilakaki y Garoufallou (2014) agruparon en seis temáticas los trabajos compilados en torno a la apropiación de Facebook por parte de bibliotecarias/os, publicados entre 2006 y 2012, con búsquedas en bases de datos de revistas internacionales en inglés. Estas son: uso de Facebook por parte de las bibliotecas, creación de perfiles de bibliotecas y bibliotecarias/os, lineamientos para bibliotecas, experiencias profesionales en el uso de Facebook, perspectivas de exploración (tanto del personal bibliotecario como de usuarios/as) y exploración del uso de los perfiles de las bibliotecas.

Frente a la celebración de la literatura respecto de las bondades facilitadas por la plataforma, asimismo emergieron un conjunto de señalamientos respecto de su utilización. Entre los principales, por medir “el éxito” o los logros a través de la cantidad de seguidores o los “me gusta” ante ciertos posteos, por políticas de comunicación débiles o ausentes, por subutilización de secciones o funciones, por privilegiar instancias de difusión ante las de interacción o diálogo (Alvim, 2010, Bodnar y Doshi, 2011; Aharony, 2012, Andrade y Velázquez, 2011, Houk y Thornill, 2013). Sin embargo, cabe mencionar que la adopción de estas plataformas en el trabajo bibliotecario implica, entre otras cuestiones, una dedicación horaria que, según pudimos relevar en diferentes tipos de bibliotecas, no era contemplada de manera adecuada.

En la Universidad Nacional de La Plata se desarrolló, bajo mi dirección, el proyecto de investigación H/664, *Usos y aplicaciones de tecnologías infocomunicacionales en bibliotecas argentinas* durante el período 2013-2016. Entre sus propósitos, el proyecto se abocó al relevamiento y análisis de usos de tecnologías infocomunicacionales, en especial Facebook y Twitter, por parte de bibliotecas de investigación, universitarias y populares del país en la última década. En líneas generales, la investigación aportó estudios sistemáticos por tipo de biblioteca y por red social en diferentes cortes temporales.

Entre los principales aportes de los trabajos del equipo de investigación por tipo de biblioteca estudiado, relevamos la reducida utilización de Facebook en bibliotecas de instituciones de centros de investigación, equivalente a menos del 4% del corpus estudiado, en tanto solo 7 de 180 bibliotecas poseían, por ese entonces, cuenta de Facebook (Laudano et al, 2014).

Luego, según la exploración de usos de Facebook en 45 bibliotecas de las tres universidades nacionales de mayor trayectoria en el país (Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Buenos Aires y Universidad Nacional de Córdoba), 23 mantenían cuentas activas en 2014, equivalente al 51% de los casos en estudio (Laudano et al, 2016b). Comprobamos el uso predominante del muro/biografía como espacio de difusión, seguido de los álbumes de fotos, y, en general, una baja interacción con los/as usuarios/as. En un análisis más detallado sobre las publicaciones, mediante una perspectiva cualitativa, observamos que aquellos posteos que exhibieron rutinas de trabajo (restauración y cuidado de libros, por ejemplo) concentraron más “me gusta” y que la vinculación directa con los/as usuarios/as en la modalidad grupo conllevó un intercambio más fructífero. En ese momento, sintetizamos esas prácticas afirmando que estímulos diferentes recibían respuestas diferentes. Sin embargo, predominó una tendencia hacia usos no planificados, de carácter exploratorio ante lo novedoso, en coexistencia con otras herramientas comunicacionales instituidas por entonces.

Ante el decaimiento general del predominio de Facebook en el universo de las plataformas digitales, cabe preguntarse si esto se correlaciona con la pérdida de presencia o el cierre de las cuentas en el campo bibliotecario. Al respecto, en octubre de 2021 realizamos una prospección *ad hoc* y actualizamos el estudio llevado adelante respecto de la plataforma Facebook en las bibliotecas de las tres universidades nacionales: UNLP, UBA y UNC. A continuación, un resumen comparativo en la Tabla 1.

	<b>Facebook 2014</b>	<b>Facebook 2021</b>
<b>Bibliotecas Facultades UNLP</b>	10/17	12/17
<b>Bibliotecas Facultades UBA</b>	4/13	3/13
<b>Bibliotecas Facultades UNC</b>	9/15	8/15
<b>TOTAL</b>	<b>23/45</b>	<b>23/45</b>

Tabla 1

En primer lugar, los resultados de 2021 arrojan que 23 de 45 bibliotecas universitarias poseen cuenta activa en Facebook; es decir, un número idéntico al relevado en el estudio de 2014. No obstante, este dato global precisa ser matizado con los parciales de cada una de las universidades en ambos períodos, ya que a simple vista se observan cambios al interior de las categorías desagregadas, con aumentos y disminuciones entre los subtotales de las tres universidades. Así, un resultado equivalente en 2021 respecto del número de bibliotecas universitarias que gestionan la plataforma en la actualidad no implica una situación idéntica a la de 2014.

Estos movimientos al interior de las bibliotecas universitarias se podrían explicar de diversas maneras. Entre ellas, arriesgamos la hipótesis de que los cambios de personal bibliotecario pueden repercutir en las decisiones respecto de las gestiones comunicacionales de redes sociales en cada unidad académica, conforme el imaginario del tipo de destinatario universitario y sus usos de plataformas a los fines educativos.

En un sentido más general, resulta interesante, como exploración preliminar, reflexionar en torno a ciertas afirmaciones fuertes en el sentido de dar por terminado el ciclo de vida útil de una red social, acorde a consumos y/o gustos personales de ciertos/as estudiantes o profesionales de las bibliotecas. Es decir, se incurre en el error de extender la propia visión hacia un determinado colectivo, confundiendo la mirada parcial con la totalidad, sin chequear datos a disposición.

Luego, este hallazgo podría ser un insumo útil para impulsar estudios que analicen la copresencia de plataformas y modalidades de comunicación en las bibliotecas universitarias. Al respecto, más adelante, ofrecemos un primer acercamiento respecto de los usos de Instagram en las bibliotecas de estas casas de estudio.

Por último, en 2016 con el equipo de investigación nos abocamos al estudio y el análisis de usos de Facebook en bibliotecas populares de los partidos de La Plata, Berisso y Ensenada. Un tipo de biblioteca muy diferente al estudiado hasta el momento en la bibliografía y escasamente explorado en los antecedentes, por tratarse de una tipología por entonces única en el mundo. Si bien las bibliotecas populares comparten características con las bibliotecas públicas (accesibilidad, colección heterogénea, entre otras), existen diferencias sustanciales en relación a los modos de financiamiento y administración (Laudano, 2008). A la vez, suelen disponer de una cantidad menor de personal bibliotecario, a cargo de múltiples funciones, en la mayoría de los casos bajo condiciones laborales precarias.

Entre los principales hallazgos del estudio, de las 49 bibliotecas populares que conformaron la muestra, 24 de ellas contaban con un espacio en Facebook (48%); si bien su llegada promedio a la red social fue en 2013. En ese sentido, los tiempos de apropiación material y simbólica de la red resultaron más lentos. Luego, se observó una baja frecuencia de posteos, muchas veces, incluso, irregular, que no generaba en términos generales una significativa ocurrencia de comentarios. Esta cuestión remite a la escasa interacción que presentan estas páginas/perfiles entre las bibliotecas y sus usuarios/as; fenómeno que, como vimos, no es exclusivo de estas instituciones.

Sin embargo, existía asimismo un caso atípico de apropiación de la plataforma, con un fuerte contraste con el conjunto analizado, en tanto sostenía una política de comunicación sólida desde hacía varios años, observable en la cantidad, la regularidad y la coherencia de las publicaciones, así como en el número de seguidores y las respuestas que obtenía desde el público (Laudano et al, 2016a).

En un trabajo posterior, Aracri (2017) relevó asimismo una baja frecuencia de publicaciones en la plataforma por parte de las bibliotecas populares, la categoría eventos como tipo de contenido preferente y la interacción con usuarios/as con escasas instancias de diálogo, donde al mismo tiempo destacaban ciertos usos singulares como instancias de vinculación con el público destinatario.

Cabe indicar que, en general, acorde al contexto y las condiciones laborales comentadas, los usos y apropiaciones, entre reproductivas y creativas, por parte de las bibliotecas populares no responden a una planificación de tareas de comunicación ni de los usos de las plataformas en cuestión, sino a lógicas específicas de las rutinas laborales, las cuales no dejan de sorprender desde hace tiempo en la riqueza y diversidad de sus proyecciones en la sociedad (Castillo Atienza, 2011).

## **Segunda parada. #Bibliotecas, tuits y hashtags: historias en construcción**

Twitter es una plataforma comercial que se consolidó hacia fines de la primera década del Siglo XXI, por fuera del emporio Facebook, con mucha pregnancia en sectores políticos y periodísticos, al menos, en Argentina. De hecho, se la considera la red política por excelencia, a pesar de no ser de uso masivo sino, más bien, selectivo, donde no resulta fácil tener seguidores ni gestionar una voz propia. En la última década, se destacaron las ciberacciones mediante el uso de *hashtags* para marcar tendencia, con resonancias en diferentes ámbitos de lo social. A la vez, el uso de *hashtags* se diseminó hasta impregnar los lenguajes de la vida cotidiana. Desde su creación, basada exclusivamente en la palabra escrita, cedió a la incorporación del mundo visual, para subsistir frente a la competencia con otras plataformas, así como amplió el margen de caracteres.

El uso de Twitter concitó interés en profesionales de la bibliotecología. Así, desde 2010 parte de la literatura académica disponible se basa en la realización de relevamientos periódicos de

los usos y las aplicaciones de Twitter en bibliotecas de diferente tipología, algunos con énfasis comparativos. Según la revisión bibliográfica de los usos y aplicaciones de Twitter en bibliotecas realizada por Sewell (2013), la mayoría de los trabajos centraliza la mirada en aspectos concernientes a la difusión de información; mientras que un conjunto de ellos analiza los principales focos de interés de los tuits.

Al respecto, para perfilar acerca de qué tuitean, los trabajos de investigación retornaron los estudios basados en análisis de contenido, una perspectiva clásica en el campo de las Ciencias Sociales, que aporta un estado descriptivo de las categorías en uso en determinados textos, sin analizar sus significaciones en diferentes contextos. Entre ellos, Aharony (2010), mediante un estudio de 30 bibliotecas estadounidenses, públicas y académicas, durante tres meses, indicó que ambos tipos de instituciones coincidían en tuitear, en orden decreciente, en torno a las categorías “información acerca de la biblioteca”, “misceláneas” y “tecnología”.

En cuanto a los servicios de referencia, Mathews (2008) planteó tempranamente que podían contemplarse instancias informales o casuales de conversación en Twitter para sugerir recursos o servicios bibliotecarios. Estudios posteriores ofrecen panoramas diferentes acerca del desarrollo del potencial de la herramienta en servicios de referencia (Fields, 2010).

Por otro lado, diferentes textos insisten en destacar la importancia de no quedarse en el mero retuiteo o en la formalidad de agradecer a otros por ser retuiteado, sino recabar información de necesidades e intereses de seguidores de la cuenta, mediante la utilización de una doble vía comunicacional, más que un uso instrumental de difusión informativa. Asimismo, dentro del conjunto de directrices para ampliar las potencialidades de la herramienta sugieren usar la función de los mensajes directos, arrojar a seguidores, disponer de listas de envíos, construir hashtags y planificar campañas o ciberacciones. Respecto de los temas pendientes para investigar, entre otros, figuran la necesidad de reflexionar acerca de la construcción de la voz pública de la biblioteca, los alcances de las controversias en línea por el potencial de la viralización, las posibilidades del trabajo en red mediante esta herramienta (y/o junto a otras), tanto como la construcción de comunidades.

A los efectos de conocer la adopción de Twitter en Argentina, en 2015 realizamos un estudio (Laudano et al, 2016), de carácter exploratorio, de las bibliotecas universitarias de las tres instituciones nacionales ya analizadas: Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad Nacional de La Plata (UNLP). En esta oportunidad, dejamos fuera de la muestra a las dos bibliotecas centrales de las universidades, la de la UNLP y la de UNC. Así, la muestra quedó conformada por 43 unidades.

Si bien en la actualidad Twitter se considera una plataforma relevante dentro de las redes sociales por los niveles de apropiación y resonancias que logra en distintos sectores de la sociedad argentina; en el ámbito de las bibliotecas universitarias los resultados del relevamiento en 43 instituciones académicas no concordaban con tal panorama auspicioso, ya que sólo 12 bibliotecas tenían cuenta oficial en funcionamiento en 2015. Al colocar ese dato en relación con la fecha de adopción de la plataforma, se observa que sólo un caso dio cuenta de una trayectoria

sostenida de siete años de uso (desde 2008); mientras que el resto contaba, a lo sumo, con cinco años de puesta a prueba de los beneficios de la red para los fines institucionales.

En relación a los tuits, los servicios encabezaban las preferencias de las bibliotecas, con el 27% del total. Igual proporción alcanzaba la difusión de eventos, al sumar las categorías relativas a la promoción de actividades propias (4%) y externas (23%). Este nivel de ocurrencia no resultó sorprendente, ya que en la vida cotidiana de estas instituciones estos aspectos se actualizan de modo permanente. El resto de los temas, en cambio, en términos generales rondaban el 10% (colección, 11%; efemérides, 10%; institución mayor, 10%; protocolo, 9%; otras bibliotecas, 6%).

En relación a las respuestas, observamos un desfase importante entre la cantidad de tuits que acumulaban las categorías principales y el número de respuestas recibidas en términos de retuits y favoritos. Sin embargo, con una mirada más entrenada en el uso de la plataforma, en la actualidad se puede aclarar que la escasa respuesta no se equipara de modo lineal con llegada de los tuits a las cuentas de seguidores. En otros términos, la llegada de tuits a cuentas seguidoras y, por ende, las “vistas” de los posteos, es mayor, en tanto se puede recibir la información institucional sin responder a los tuits. En ese sentido, habría que matizar las consideraciones, al menos, respecto de los objetivos de difusión institucional de las bibliotecas en la plataforma.

Ahora bien, tras años de puesta en práctica de la plataforma para fines bibliotecarios, la literatura académica, en consonancia con la de carácter profesional, abunda en recomendaciones para un uso adecuado y “eficiente” de la herramienta (Forrestal, 2011, Del Bosque, Leif y Skarl, 2012, Waddell, Barnes y Khan-Kernahan, 2012). Dadas las diferentes aristas que abordan, se podrían agrupar en las siguientes dimensiones. En primer lugar, refieren a planificar el potencial que la herramienta puede aportar al desarrollo de las actividades de la biblioteca. En tal sentido, sugieren reflexionar acerca de la finalidad que se proyecta con el uso de la plataforma así como contemplar si es el medio de comunicación más utilizado por el público usuario de la institución o el más pertinente para los fines propuestos. Respecto de la cuenta, se recomienda que la apariencia esté acorde a la imagen institucional general (en el uso del color, logo, fotografía, etc.) y que figure el enlace hacia la página web u otro sitio institucional. En otros trabajos se percibe la preocupación por la dedicación temporal y de personal que insume un adecuado sostenimiento de la cuenta, ya que un uso superficial o sin la dedicación necesaria puede perjudicar la imagen institucional y la confianza en la biblioteca.

Para indagar en dichas dimensiones, sería preciso avanzar con otro tipo de exploraciones, vinculadas con las prácticas profesionales referidas a la plataforma. Cabe recordar que en la mayoría de los casos esta plataforma no opera con exclusividad sino de manera simultánea con otras, entre ellas, en primer lugar, Facebook, y como veremos en 2021 se sumó asimismo Instagram en un número importante de casos. Al respecto, restaría analizar si existe producción de contenidos específicos acorde a cada plataforma o bien, se comparten los mismos posteos, con adaptaciones sencillas a las lógicas de cada red social.

Por último, un dato interesante es que al chequear en Twitter la cantidad de cuentas de las 43 bibliotecas universitarias en octubre de 2021, la cifra se incrementó: pasó de 12 cuentas en 2015 a 14 cuentas activas de dichas bibliotecas en 2021, equivalente al 32%. Esta cifra se eleva

a 16 cuentas al sumar ambas bibliotecas universitarias centrales (UNLP y UNC), con un porcentaje del 35% de la muestra. En principio, este resultado deja abierta la inquietud acerca del potencial percibido por el personal bibliotecario respecto de la plataforma.

### **Tercera parada. Acerca de la adopción de Instagram en bibliotecas**

Desde su creación en 2010, Instagram ha tenido un crecimiento vertiginoso. En 2012, tras ser adquirida por Facebook, la plataforma facilitó una versión para Android, lo que promovió una mayor usabilidad y, por ende, una acelerada expansión. Con una fuerte impronta visual, a las funciones básicas de compartir fotos y videos, entre 2018 y 2019 Instagram incorporó otro conjunto de posibilidades, como las *stories* (publicaciones con 24 horas de duración, que pueden guardarse), *reels* (videos cortos) e IGTV (canal para transmisiones en vivo). En Argentina constituye la tercera red social con mayor cantidad de usuarios/os, por sus 21,9 millones en junio de 2021, luego de WhatsApp y Facebook, donde las mujeres y las jóvenes constituyen el 54% de las usuarias y el 59% de *influencers*<sup>76</sup>.

Hasta el momento, la bibliografía académica referida a los usos de Instagram por parte de bibliotecas y el personal bibliotecario no resulta abundante. En principio, los trabajos se podrían organizar en dos grupos. Por un lado, aquellos centrados en el uso del hashtag como herramienta organizadora de comunidades y/o para la comunicación y visibilidad de la biblioteca. Zhan, Yu y Wang (2020) recurren a técnicas de *scraping* para analizar y proponer usos efectivos de *hashtags* en posteos de bibliotecas, donde se equipara efectividad con cantidad de “likes” o “me gusta”. Sin embargo, conviene recordar que al igual que en otras redes sociales, el uso de *hashtags* en bibliotecas facilita la organización de la información que permite a usuarios/os encontrar material de interés. En ese sentido, el interés acerca de determinados temas o discusiones en torno a un *hashtag* puede trascender el ámbito exclusivo de la biblioteca hacia otros sectores, tal como relevan Sparks, Bell y Bregman (2020).

Otra línea de trabajos contempla la opinión de usuarias/os de bibliotecas respecto de la plataforma, a los efectos de evaluar su eficacia en las rutinas laborales. Así, en el estudio comparativo entre los usos de Instagram y Facebook realizado en la Universidad de Hong Kong por Chan, Lam y Chiu (2020) con métodos combinados, de análisis de contenido y entrevistas a usuarias/os, surgen recomendaciones puntuales por parte de las/os estudiantes respecto de revisar las políticas institucionales de comunicación, para generar mayor eficacia en el estilo y los contenidos de los posteos.

---

<sup>76</sup> Statista Distribution of Instagram users in Argentina as of June 2021, by gender. Se puede consultar en: <https://www.statista.com/statistics/866191/instagram-user-share-argentina-gender/>

Por último, para cerrar este apartado, presentamos un informe acerca del uso de Instagram en las 45 bibliotecas de las tres universidades nacionales ya analizadas: UBA, UNLP y UNC, realizado en octubre de 2021. La tabla 2 resume los resultados.

	<b>Instagram 2021</b>
<b>Bibliotecas Facultades UNLP</b>	10/17
<b>Bibliotecas Facultades UBA</b>	5/13
<b>Bibliotecas Facultades UNC</b>	8/15
<b>TOTAL</b>	23/45

*Tabla 2*

En primer lugar, los resultados generales arrojan un saldo de 23 cuentas de las 45 bibliotecas universitarias en Instagram, equivalente al 51% de los casos. Respecto de las otras dos redes sociales relevadas en 2021, la cifra coincide con la existencia de cuentas de bibliotecas universitarias en Facebook, a la vez que es superior a las presentes en Twitter (35%). Con estos datos, se podría hipotetizar que por la pronta adopción de la plataforma por parte de las/os bibliotecarias/os, la percepción respecto de la viabilidad de Instagram en sus rutinas laborales parece ser positiva respecto del grupo destinatario con el que trabajan.

No obstante, esta indagación preliminar debería ampliarse con estudios que registren los principales usos de la plataforma, así como la cantidad de seguidores con que cuentan, reacciones (a pesar de las insuficiencias relevadas) e interacciones en los posteos, entre otras cuestiones.

Asimismo, podrían resultar de gran utilidad estudios que contemplen análisis comparados de usos de plataformas, no solo para observar la especificidad que se les otorga sino las reacciones que genera en el público destinatario.

## **Reflexiones finales**

En el recorrido trazado, focalizamos en los usos y apropiaciones de tres redes sociales vigentes por parte de distintas bibliotecas en Argentina a lo largo de la última década y, en particular, desde una muestra comparativa de bibliotecas de tres universidades nacionales, en dos cortes sincrónicos. Una constatación evidente indica que las tres plataformas comerciales, Facebook, Twitter e Instagram, resultan pertinentes para las instancias infocomunicacionales de las bibliotecas en cuestión, con apropiaciones que pendulan entre la reproducción y cierta creatividad. Al respecto, siguiendo los planteos de Treré, Candón Mena y Sola Morales (2021), podríamos preguntarnos si estamos frente a un escenario que, en gran medida, se ha

desplazado desde un optimismo crítico de las plataformas comerciales y la lógica de los algoritmos hacia uno pragmático.

Sin querer simplificar el análisis, cabe recordar la máxima de las bibliotecas y sus profesionales, respecto de estar allí donde están sus usuarios/os, a los efectos de ser relevantes en las tareas cotidianas. De tal modo, aun cuando cierto sentido común sostiene en la actualidad la prevalencia de una plataforma sobre otras, incluso dando por sentado la caducidad de alguna de ellas, el panorama indicaría la coexistencia de uso de dichas plataformas. Más aún, resta indagar sobre la complementariedad con otras plataformas o modalidades comunicacionales vigentes.

Ahora bien, respecto de las recomendaciones que, por momentos, sobresalen en la literatura de los buenos usos o las prácticas exitosas, recuperamos un principio general respecto de evaluar de antemano el potencial que facilita cada plataforma con sus distintas herramientas, acorde a los objetivos institucionales y las prácticas comunicacionales preponderantes del público usuario. Por otro lado, si bien es cierto que cada plataforma implica habilidades específicas para el aprovechamiento de sus funcionalidades básicas; al mismo tiempo, el capital informacional de la utilización de redes previas resulta de utilidad ante instancias nuevas.

No obstante, la incorporación de nuevas plataformas, o el ensayo de estas innovaciones, debería realizarse en el marco de una política comunicacional integral de la institución o, al menos, lineamientos básicos acorde a las necesidades informativas de cada biblioteca y los intereses de usuarios/as.

## Referencias

- Aharony, N. (2010). Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis. *Journal of Web Librarianship*, 4(4), 333-350. Doi: <https://doi.org/10.1080/19322909.2010.487766>
- Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib Proceedings*, 64(4), 358-372. Doi: <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- Alvim, L. (2010). Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas. *Cadernos de Biblioteconomia, Arquivística e Documentação*, (1/2). <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/61467>
- Andrade, E. y E. Velázquez (2011). La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. *Biblios*, (42), 36-47. Doi: <https://doi.org/10.5195/biblios.2011.10>
- Aracri, A. (2017). *Usos y apropiaciones de la red social Facebook en las bibliotecas populares del Gran La Plata*. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- Benítez Larghi, S. (2009). *La lucha desigual por la apropiación de las TIC en las Organizaciones de Trabajadores Desocupados*. Tesis de Doctorado. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Bodnar, J. y Doshi, A. (2011). Asking the right questions: a critique of Facebook, social media, and libraries. *Public Services Quarterly*, 7(3), 102-110. Doi: <https://doi.org/10.1080/15228959.2011.623594>
- Bourdieu, P. (1990). Espacio social y génesis de las "clases". En *Sociología y Cultura*. Grijalbo.

- Cabello, R (2018). Estudio de procesos de apropiación de tecnologías en la infancia. En S. Lago Martínez, A. Alvarez, M. Gendler y A. Méndez, A. (Eds.), *Acerca de la Apropiación de Tecnologías: teoría, estudios y debates*. Del Gato Gris.
- Castillo Atienza, M. J. (2011). *Un análisis del papel actual de la Biblioteca Popular en Argentina como agente promotor de transformación social*. Tesis de grado. Universidad Politécnica de Valencia. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.642/te.642.pdf>
- Chan, T. T. W., Lam, A. H. C., Chiu, D. K. W. (2020). From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(6), Doi: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>
- Del Bosque, D. C., Leif, S. A., Skarl, S. (2012). Libraries Atwitter: Trends in Academic Library Tweeting. *Reference Services Review*, 40(2), 199-213. [https://digitalscholarship.unlv.edu/lib\\_articles/430](https://digitalscholarship.unlv.edu/lib_articles/430)
- Fields, E. (2010). A unique Twitter use for reference services. *Library Hi Tech News*, 27(6-7), 14-15. Doi: <https://doi.org/10.1108/07419051011095863>
- Forrestal, V. (2011). Making Twitter Work: A Guide for the Uninitiated, the Skeptical, and the Pragmatic. *The Reference Librarian*, 52(1-2), 146-151. Doi: <https://doi.org/10.1080/02763877.2011.527607>
- Hall, S. (1980). Encoding and decoding. In *Culture, Media and Language*. Hutchinson.
- Hamelink, C. (2001). *The ethics of cyberspace*. Sage.
- Houk, K. M. y Thornhill, K. (2013). Using Facebook page insights data to determine posting best practices in an academic health sciences library. *Journal of Web librarianship*, 7(4), 372-388. Doi: <https://doi.org/10.1080/19322909.2013.837346>
- Jacobson, T. (2011). Facebook as a library tool: perceived vs actual use. *College and Research Libraries*, 72(1), 79-90. Doi: <https://doi.org/10.5860/crl-88r1>
- Lago Martínez, S., Méndez, A. y Gendler, M. (2017). Teoría, debates y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales. En R. Cabello y A. López (Eds.), *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*. Del Gato Gris.
- Laudano, C. (2008). Información, medios de comunicación y bibliotecas. Análisis de políticas públicas y prácticas profesionales. *Información, Cultura y Sociedad*, (19), 63-77. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ics/n19/n19a04.pdf>
- Laudano, C., Corda, M., Planas, J., Kessler, M. (2014). Los usos de la red social Facebook en las bibliotecas de institutos y centros de investigación en Argentina. *Palabra Clave*, 4(1): 20-32. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.6405/pr.6405.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6405/pr.6405.pdf)
- Laudano, C., Planas, J., Kessler, M. (2016). Aproximaciones a los usos y apropiación de Twitter en bibliotecas universitarias de Argentina. *Anales de documentación*, 19(2). [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.7460/pr.7460.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7460/pr.7460.pdf)
- Laudano, C., Corda, M., Planas, J., Kessler, M., Aracri, A. (2016a). Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de La Plata, Berisso y Ensenada (Argentina). *Información, Cultura y Sociedad*, (35), 107-123. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.7593/pr.7593.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7593/pr.7593.pdf)

- Laudano, C., Corda, M., Planas, J., Kessler, M. (2016b). Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas: Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 39(1), 3-37. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.7025/pr.7025.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7025/pr.7025.pdf)
- Margaix Arnal, D. (2008). Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El Profesional de la Información*, 17(6), 589-601. <http://eprints.rclis.org/12568/>
- Mathews, B. (2008). Twitter and the Library: Thoughts on the Syndicated Lifestyle. *Journal of Web Librarianship*, 2(4), 589-593. Doi: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19322900802473829>
- McLuhan, M. (1969). Las comprensiones de los medios como extensiones del hombre. Diana.
- Morales, S. (2017). Imaginación y software: aportes para la construcción del paradigma de la apropiación. En R. Cabello y A. López (Eds.) *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnología*. Del Gato Gris.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Gedisa.
- Sewell, R. (2013). Who is following us? Data mining a library's Twitter followers. *Library Hi Tech*, 31(1), 160-170. Doi: <https://doi.org/10.1108/07378831311303994>
- Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu.
- Sparks, J., Bell, K., y Bregman, A. (2020). From Handpress to Handheld: rare book and special collections libraries forming the #LibrariesofInstagram. *Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 2908-2917. <https://hdl.handle.net/10125/64097>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.
- Treré, E., Candón Mena, J., Sola Morales, S. (2021). Imaginarios activistas sobre Internet: Del mito tecno-utópico al desencanto digital. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 26, 33-53. <https://hdl.handle.net/11441/126214>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo XXI.
- Vassilakaki, E. y Garoufallou, E. (2014). The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. *Program Electronic library and information systems*, 48(3), 226-245. Doi: <https://doi.org/10.1108/PROG-03-2013-0011>
- Waddell, D., Barnes, M. y Khan Kernahan, S. (2012). Tapping into the Power of Twitter: A Look at Its Potential in Canadian Health Libraries. *Partnership: The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 7(2), 1-12. Doi:10.21083/partnership.v7i2.1999.
- Williams, R. (1984). *Hacia el año 2000*. Crítica.
- Williams, R. (2011). *Televisión*. Paidós.
- Wilson, R. E., Gosling, S.D. y Graham, L. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on psychological science*, 7(3), 203-220. Doi: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691612442904>
- Winocur, R. (2007). La apropiación de las TIC en la vida cotidiana. *Telos*, (73), 109-117. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero073/la-apropiacion-de-las-tic-en-la-vida-cotidiana/?output=pdf>