



PRÁCTICAS COMUNICACIONALES CON REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS ARGENTINAS¹

Mesa 10: Tecnologías de la información y la comunicación

Claudia Nora Laudano, María Cecilia Corda y Javier A. Planas

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET).
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La
Plata (UNLP)

E-mail: claudialaudano@yahoo.com.ar, mccorda2003@yahoo.com.ar,
planasjavier@yahoo.com.ar

RESUMEN: El trabajo analiza la adopción y los principales usos de la red social Facebook por parte de las bibliotecas que funcionan bajo la órbita de tres universidades nacionales en Argentina: Buenos Aires, Córdoba y La Plata. Se relevan datos vinculados al momento de inicio en el uso de la herramienta, los vínculos con otros medios de comunicación empleados por la institución, el número de seguidores/as, el uso de las fotografías, los logos, etc.; la frecuencia y el tipo de posteo, entre las principales cuestiones. Entre los puntos salientes se puede destacar la paulatina adopción de Facebook por parte de las bibliotecas universitarias, aunque con usos aún limitados respecto a su potencial. Asimismo, en una línea que se está profundizando en el proyecto de investigación, se esbozan algunos análisis sobre la política

¹ Este trabajo forma parte del proyecto de investigación del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de la Nación Argentina, H/664, “*Usos y aplicaciones de tecnologías infocomunicacionales en bibliotecas argentinas. Relaciones con los contenidos curriculares en las carreras de Bibliotecología*” (2013-2016).



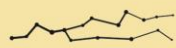
comunicacional de estas mismas instituciones en cuanto al uso de otras redes sociales y aplicaciones Web.

PALABRAS CLAVE: Facebook / Bibliotecas universitarias / Políticas comunicacionales / Argentina.

INTRODUCCIÓN

Facebook se convirtió en una de las redes sociales más populares, a ella no han permanecido indiferentes diferentes tipos de bibliotecas, las que se han plegado con distintos propósitos: para cuestiones vinculadas a su administración, para informar acerca de programas, difundir nuevos servicios o novedades bibliográficas y para agilizar de manera considerable las instancias comunicacionales (Rogers, 2012; Sandí, 2012; Breeding, 2009).

Se han publicado diversos trabajos sobre experiencias en la implementación y los usos de Facebook en el campo de la bibliotecología, principalmente a partir de 2007, cuando la misma empieza a asentarse y a ser pensada fuera de los alcances bajo los cuales había sido concebida. Vassilakaki y Garoufallou (2014) agruparon en 6 temáticas los trabajos compilados en torno la apropiación de Facebook por parte de las bibliotecas y los bibliotecarios, publicados entre 2006 y 2012, con búsquedas en bases de datos de revistas internacionales en inglés. Ellas son: 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 (perspectivas de bibliotecarios; perspectivas de usuarios); 6. Exploración del uso de los perfiles de las bibliotecas. Anteriormente, en la revisión bibliográfica realizada por Jacobson (2011), el autor sintetizaba los usos que implementan las bibliotecas en torno a Facebook desde 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.



También existen numerosos trabajos que reportan la experiencia de implementación de Facebook en bibliotecas universitarias en distintas partes del mundo, en los que se aplican distintas metodologías de investigación (encuestas, entrevistas, checklist, grupos focales, entre los más usados). El antecedente más cercano en nuestro país es la ponencia de De Volder y Gutiérrez (2010), en la que se refiere la falta de presencia de las bibliotecas universitarias en Facebook, tras relevar 167 sitios Web de bibliotecas centrales de casas de altos estudios. Más recientemente, Cortés y Dugatto (2013), investigan los usos de diferentes medios de comunicación en el caso puntual de la Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba.

Dado el desarrollo que el uso de esta red social tiene a nivel general en Argentina y los escasos estudios relacionados con la esfera bibliotecológica en el ámbito nacional, este trabajo apunta a conocer la presencia y el uso de Facebook por parte de bibliotecas universitarias de tres universidades nacionales: Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Estas universidades públicas fueron seleccionadas por ser las de mayor trayectoria académica en el país.²

Además se está avanzando, en el marco del mismo proyecto de investigación, en cuestiones relativas al uso de otras redes sociales por parte de este tipo de bibliotecas, tal es el caso de Twitter.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A través de los sitios Web oficiales de las universidades enumeradas, se relevaron los de la totalidad de unidades académicas y, a partir de allí, los de las bibliotecas existentes. A éstas se

² La UNC se fundó en 1613 y se nacionalizó en 1856; la UBA se fundó en 1821 y se nacionalizó en 1881 y la UNLP se fundó en 1905, con su antecedente de la Universidad Provincial de La Plata que funcionaba desde 1897.



sumaron las bibliotecas centrales de la UNC y de la UNLP, lo que arrojó un total de 45 unidades.

Se elaboró una matriz para relevar 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 la accesibilidad de la página o el perfil de Facebook en la Web de la biblioteca, los principales usos de la plataforma (secciones preferentes), la cantidad y el tipo de publicaciones realizadas en el muro en un marco temporal de 60 días, las características de la interacción generada a partir de los comentarios y un panorama de los usos simultáneos de otras plataformas infocomunicacionales (Twitter, Google+, Youtube, etc.). Esta tarea se realizó durante el mes de septiembre de 2014.

En los primeros meses de 2015, se procedió a una búsqueda bibliográfica sobre el uso de Twitter en bibliotecas universitarias, tarea que se llevó a cabo en bases de datos de revistas, repositorios y otros recursos Web. Se diseñó una matriz para relevar y analizar los perfiles de las bibliotecas estudiadas en dichas redes sociales y se efectuó un estudio exploratorio sobre los mismos a fin de ajustarla en los aspectos que fueran necesarios.

PRINCIPALES RESULTADOS

La primera observación destacable es que el 50% de las bibliotecas analizadas mantienen una cuenta de Facebook. Si se considera que las bibliotecas de institutos y centros de investigación de Argentina, es decir, entidades que también se desenvuelven dentro del campo académico, no alcanzaban el 4% para el mismo parámetro (Laudano et al., 2014), el resultado es relevante.

La mitad de los casos estudiados no hay un enlace entre el sitio Web oficial y Facebook, tal como lo señalan otros estudios en el ámbito bibliotecario (Awang, 2012; Aquino, 2014). Esta falta de vinculación persiste de forma análoga entre estas dos plataformas y las restantes modalidades de comunicación utilizadas por las bibliotecas, en modo similar a lo indicado en otros trabajos (Alvim, 2010; Andrade y Velázquez, 2013). En el conjunto de



unidades de información analizadas, el uso de Twitter se destaca, frente a otras alternativas como blogs o Youtube. El menú de herramientas empleadas de manera simultánea se completa, en orden de importancia, con: RSS (9 casos), Google+ y la red profesional LinkedIn (2 casos), Delicious y Flickr (1 caso). En estas preferencias, se estaría verificando una tendencia al empleo de una red social en boga en el país, Twitter; mientras que los blogs y los servicios de RSS, aún vigentes, formarían parte de una etapa anterior. Estos dispositivos, aún sin una adecuada asociación entre ellos, coincide con los usos y las elecciones detectadas por estudios análogos a nivel internacional (Fooladi y Abrizah, 2014; Chu y Du, 2012; Leonard, 2011).

Si se tiene en cuenta que la difusión de Facebook se da mayormente desde 2005, la llegada de las bibliotecas resulta tardía: el 57% de los casos estudiados inició la actividad entre 2011 y 2012, el 30% lo hizo entre 2009 y 2010 y, por último, el 13% se sumó entre 2013 y 2014. Resulta indudable que la inversión de recursos que requiere cualquier apropiación tecnológica e infocomunicacional en un ámbito institucional y público —como lo son estas bibliotecas— está tensionado por diversas variables, entre ellas las dudas que circundan el imaginario bibliotecario sobre la aceptación de una red social o cualquier otro dispositivo por parte de sus usuarios/as (Del Prado, 2008).

El Gráfico 1 muestra una clasificación básica del tipo de imágenes que pueden visualizarse en los diferentes perfiles o páginas de Facebook en el universo de bibliotecas estudiadas:

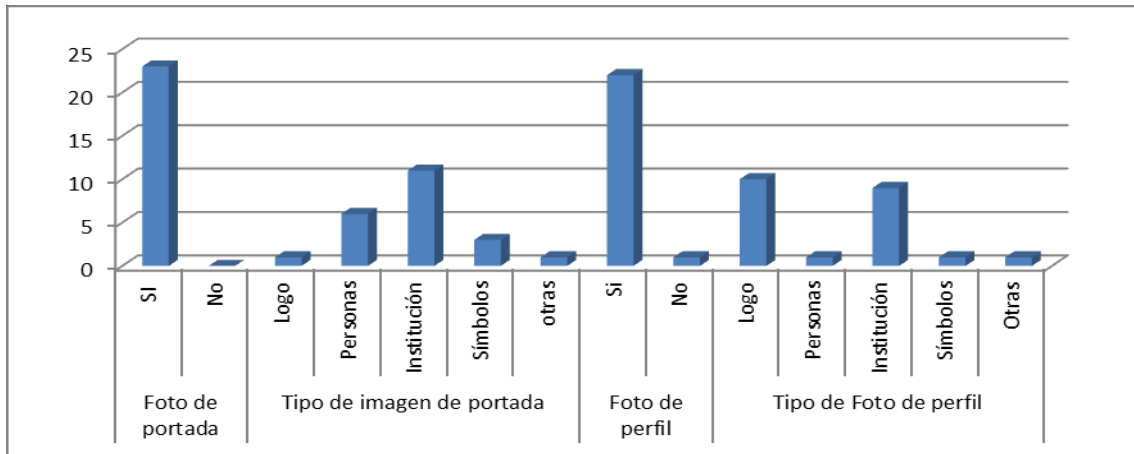


Gráfico 1. Información gráfica de perfil y portada

El nombre de la cuenta de Facebook que las bibliotecas se auto asignan presenta algunas variaciones y pueden en tres grandes categorías: a) el sustantivo biblioteca junto al nombre de la Facultad; b) las siglas; c) el nombre propio completo. La incorporación de la referencia a la Universidad es alternativa en cada caso.

El Gráfico 2 describe los datos proporcionados por las bibliotecas dentro de la sección Información. Resultan muy reducidas las descripciones sobre los servicios y los productos que brinda la institución para con sus usuarios, sean estos estudiantes, docentes, investigadores u otras personas ligadas a la institución.

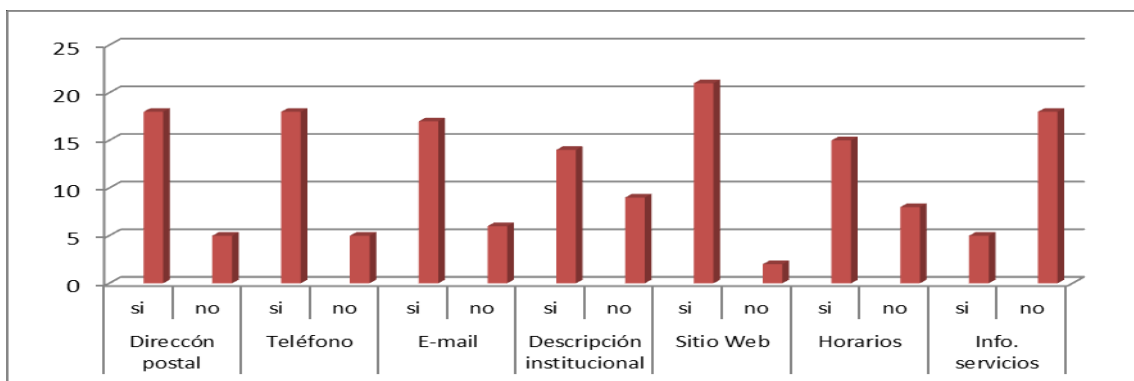


Gráfico 2. Información de perfil



Se calculó una media de posteos efectuados por cada institución, que dio como resultado dos publicaciones por semana. La mayoría de ellos eran producidos por la misma institución. El gráfico 3 sintetiza este resultado, agrupando por categorías de acuerdo a su contenido.

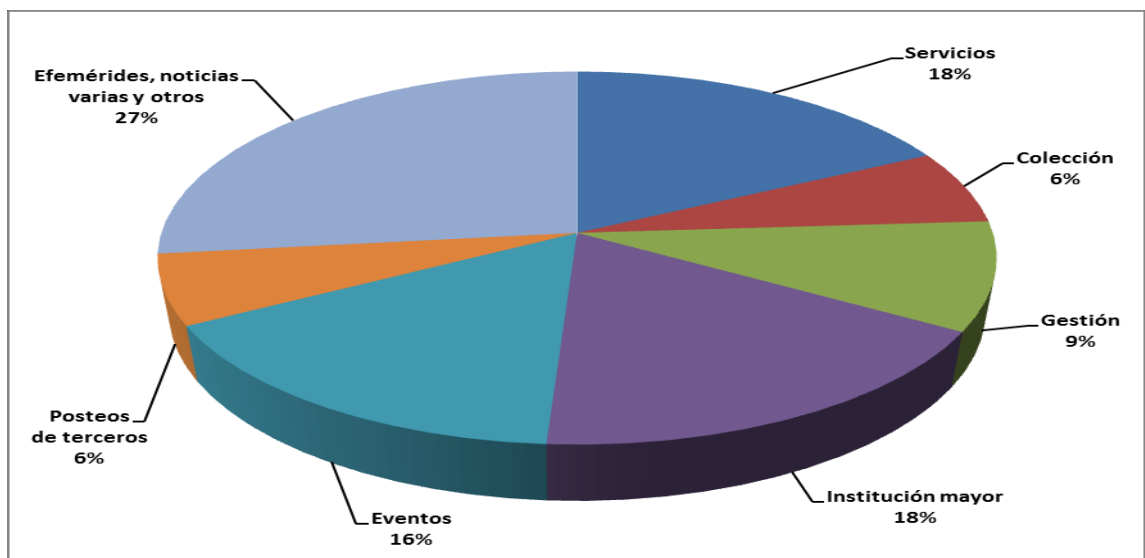
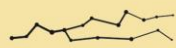


Gráfico 3. Tipología de posteos

El muro resulta ser la sección más empleada por el conjunto de las bibliotecas analizadas a lo igual que los álbumes de fotos. Los porcentajes difieren, en cambio, respecto de los videos, donde sólo el 22% usa la funcionalidad (cabe aclarar que en el caso de 4 instituciones, se detectó que han subido materiales audiovisuales a un canal de Youtube).

Por último, las secciones eventos y notas resultan escasamente empleadas por las bibliotecas analizadas.

En el marco del proyecto de investigación que lleva adelante este equipo de investigación, actualmente se está aplicando sobre la misma muestra de bibliotecas universitarias una matriz de relevamiento de información para analizar la apropiación y el uso de otras redes sociales, tal como se mencionó con antelación. El caso más destacado, por el nivel de implementación que comparativamente presenta respecto de otras redes sociales, es



Twitter. Cabe consignar que, mientras la adopción de esta herramienta alcanza el 50% entre las 22 bibliotecas que mantienen una cuenta de Facebook, la proporción de utilización cae al 33% en el universo general de las 45 instituciones estudiadas en la nueva exploración. Si bien los resultados aún están en evaluación, se espera obtener un panorama general de las formas de implementación de esta red social mediante el análisis de distintos elementos, como la fecha de inicio, la información general que ofrece a sus seguidores, la cantidad y la tipología de tweets, las respuestas obtenidas, el uso de las imágenes y las listas, entre otras cuestiones.

A MODO DE CIERRE

En los últimos tiempos, las bibliotecas universitarias argentinas se han apropiado de Facebook, ya sea través de perfiles, páginas o, en menor medida, grupos. Como se ha visto, los usos más frecuentes se refieren a la utilización del muro y la sección de fotografías, con la posibilidad de organizar álbumes. En mucha menor medida, al empleo de videos.

En general, se percibe una tendencia hacia usos no planificados desde lo comunicacional, más de carácter exploratorio ante lo novedoso o la moda, en coexistencia con otras herramientas comunicacionales, tales como RSS y blogs, a las que paulatinamente se añaden otras, como Twitter.

En términos generales, este estudio arribó a conclusiones similares a las aportadas por otras investigaciones en el tema en distintos países. En particular, desde las primeras aproximaciones en el año 2007 hasta los artículos más recientes, se detecta una tendencia entre las bibliotecas académicas a emplear Facebook como un espacio de difusión, explotando sólo marginalmente las potencialidades que ofrece la plataforma para establecer relaciones comunicacionales 2.0.

En próximas producciones de este equipo de investigación, se espera poder brindar datos sobre los usos y las apropiaciones de otras redes sociales por parte de las bibliotecas universitarias argentinas, analizando sus concepciones desde su política de comunicación



(Castillo Díaz y Herrera Morillas, 2014), para con la comunidad usuaria a la que enfoca sus esfuerzos, constituida por docentes, investigadoras/es, alumnos y otras personas relacionadas con la universidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvim, L. (2010). Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas. Cadernos de biblioteconomia, arquivística e documentação, 2009/2010, 29-59.
- Andrade, E. y Velázquez, E. (2010). La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. En 8ª Jornada sobre la Biblioteca Digital Universitaria JBDU 2010 Las redes sociales y las bibliotecas universitarias.
- Aquino, S. (2014). Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. En VI Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias, Lima, Perú.
- Awang, N. H. (2012, 2nd – 4th July). Towards library 2.0: the adoption of Web 2.0 applications in academic library websites in Malaysia. En International Conference on Libraries: Transformation to Humanized Libraries, Kota Bharu, Kelantan.
- Breeding, M. (2009). Social networking strategies for professionals. Computers in libraries, 29, 29–31.
- Castillo Díaz, A. y Herrera Morillas, José Luis (2014). Nuevas fórmulas de comunicación con los usuarios de las bibliotecas universitarias. Historia y comunicación social, 19, 813-820.



- Cortés, M. B. y Dugatto, V. (2013). Usos, prácticas y consumos culturales de nuevos medios: Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba. En Actas de las III Jornadas de Intercambios y Reflexiones acerca de la Investigación en Bibliotecología, La Plata, Argentina.
- Chu, S. K. W. and Du, H. S. (2012). Social networking tools for academic libraries. *Journal of librarianship and information science*, 44(1), 1–12.
- De Volder, C. y Gutiérrez, F. (2010). La (no) presencia de las bibliotecas universitarias en Facebook. En 6ª Jornadas de Bibliotecas Digitales Universitarias, La Plata, Argentina.
- Del Prado, M. A. (2008). Respuesta a propósito del intercambio generado sobre el artículo de Natalia Arroyo titulado “*El uso profesional de las redes sociales*”. Disponible en: <http://www.thinkepi.net/el-uso-profesional-de-las-redes-sociales>
- Fooladi, N. Z. and Abrizah, A. (2014). Academic librarians and their social media presence: a story of motivations and deterrents. *Information development*, 30(2), 159-171.
- Jacobson, T. B. (2011). Facebook as a library tool: perceived vs actual use. *College and research libraries*, 72(1), 79-90.
- Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. y Kessler, M. I. (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. Disponible en: <http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCv4n1a02>



- Leonard, N. (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.
- Rogers, C. 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.
- Sandí, M. C. (2012). Las redes sociales presentes en las bibliotecas. E-Ciencias de la Información, 2 (2), informe técnico 2.
- Vassilakaki, E. and Garoufallou, E. (2014). The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. Program Electronic library and information systems, 48(3).