



UNL • FACULTAD  
DE CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES

Universidad Nacional Del Litoral  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

## LICENCIATURA EN BIBLIOTECOLOGÍA

*“Estado de situación del uso de las redes sociales por parte de las bibliotecas de universidades públicas de la provincia de Santa Fe (Argentina) durante el período junio a diciembre 2024”*

Alumna:

Bib. BETIANA ANSALDI

Directora:

Lic. MARIELA VIVIANA RODRÍGUEZ

Codirectora:

LUISINA LOGIÓDICE

Trabajo presentado para optar por el título de Licenciada en Bibliotecología

Santa Fe, 2025

## **Dedicatoria**

Primero quiero dedicar este trabajo a mi madre, mi eterna guía y estrella protectora, gracias por tu ejemplo de lucha que me ha mantenido firme en este camino cuando pensé que ya no podía.

También a mi familia y amigos, mi gran sostén en la vida, mi apoyo incondicional que siempre creyeron en mí y me dieron las fuerzas para seguir adelante.

A mis hijos, Felipe y Joaquín! amores de mi vida gracias por acompañarme y entenderme siempre.

## **Agradecimientos**

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a quien ha dirigido esta tesis, Lic. Mariela Rodríguez, por su guía constante, dedicación, generosidad y comentarios valiosos. Su experiencia y retroalimentación crítica fueron fundamentales para el desarrollo de mi trabajo.

A mi familia, por su apoyo incondicional. A mis compañeros, colegas y docentes en esta Licenciatura, por la comprensión y apoyo constante.

Agradezco también a la Universidad Nacional del Litoral, que hizo posible la realización de este estudio.

A Silvia, mi guía y ejemplo a seguir en esta profesión que tanta satisfacción me ha dado. A todos, infinitas GRACIAS!

## **Resumen**

Este trabajo aborda un análisis del estado actual del uso de redes sociales en la comunicación y gestión de las BUPSF identificando los factores que influyen en su implementación. Se parte de concebir a las redes sociales como una necesidad actual para este tipo de bibliotecas debido a los cambios en la comunicación que exigen adaptarse a usuarios cada día más informados, críticos y exigentes y, junto a sus profesionales deben estar a la vanguardia de las nuevas herramientas que ofrece la web 2.0, buscando nuevas estrategias de comunicación, difusión y generación de contenido.

Se trata de un estudio de alcance descriptivo, realizado en el período de junio a diciembre de 2024, con aplicación de una observación directa sobre los perfiles de redes sociales de las BUPSF y mediante una guía de criterios para la observación, de elaboración propia para extraer datos cuantitativos; y una encuesta a través de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas formulado en Google Forms.

En general existe una tendencia hacia la utilización de estas herramientas por parte de las BUPSF siendo las más utilizadas Facebook e Instagram y una percepción positiva desde las bibliotecas en su vinculación con su comunidad universitaria. La comunicación se dirige a toda la comunidad universitaria y está enfocada en comunicar contenido informativo (difusión y promoción de servicios), presentando una baja tasa de interacción y participación con los seguidores. La gestión de redes sociales (RRSS) se encuentra poco desarrollada y se exhibe una baja capacitación del personal.

Finalmente, los resultados obtenidos podrían servir para otros estudios que abarquen alguno de estos aspectos.

Palabras clave: bibliotecas universitarias, redes sociales, Santa Fe, Argentina, gestión de redes sociales, planificación estratégica, comunicación organizacional.

## **Abstract**

This study analyzes the current state of social media use in the communication and management of University Libraries (BUPSF), identifying the factors that influence its implementation. It begins by considering social media as a current necessity for these libraries due to changes in communication that require them to adapt to increasingly informed, critical, and demanding users. Libraries, along with their staff, must stay at the forefront of the new tools offered by Web 2.0, seeking new strategies for communication, dissemination, and content creation.

This descriptive study was conducted between June and December 2024, employing direct observation of BUPSF social media profiles using a self-developed observation criteria guide to extract quantitative data. A survey using a questionnaire with open and closed questions, created in Google Forms, was also administered.

Overall, there is a trend toward the use of these tools by BUPSF, with Facebook and Instagram being the most frequently used platforms. Libraries generally perceive this use as a positive connection to their university community. Communication is directed at the entire university community and focuses on disseminating informational content (dissemination and promotion of services), resulting in a low rate of interaction and engagement with followers. Social media management is underdeveloped, and staff training in social media is inadequate. Finally, the results obtained could be useful for other studies covering any of these aspects.

**Keywords:** university libraries, social media, Santa Fe, Argentina, social media management, strategic planning, organizational communication

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>12</b>
<b>PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA</b>	<b>12</b>
1.1 Planteamiento del problema	12
1.2 Justificación	13
1.3 Objetivo general	14
1.4 Objetivos específicos	14
1.5 Antecedentes	15
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>19</b>
<b>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</b>	<b>19</b>
2.1. Biblioteca universitaria	19
2.1.1. Contexto histórico	19
2.1.2 Concepto de biblioteca universitaria	20
2.1.3 La biblioteca universitaria en el contexto de la Sociedad del Conocimiento	21
2.1.4 Cambios vinculados a la era digital: La biblioteca universitaria como Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)	23
2.2. Redes sociales (RRSS)	26
2.2.1 Evolución de las RRSS	28
2.2.2 Características de las RRSS	29
2.2.3 Tipos de contenidos y frecuencia de publicación en las RRSS	31
2.3 RRSS y bibliotecas universitarias	33
2.4 RRSS como parte de la comunicación externa digital	36
2.4.1 Gestión de RRSS en bibliotecas universitarias	39
2.4.2 Plan de RRSS en bibliotecas universitarias	40
2.5 Nuevos roles profesionales	42
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>44</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>44</b>
3.1 Enfoque y alcance de la investigación	44
3.2 Universo y muestra	45
3.3 Operacionalización de las variables	46
3.4. Instrumentos de recolección de datos	49
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>53</b>
<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS</b>	<b>53</b>
4.1. Variable: Uso de RRSS por bibliotecas universitarias públicas	53
4.2. Variable: Criterios de elección	63
4.3. Variable: Gestión de RRSS	64
4.4. Variable: Planificación estratégica en RRSS	68
4.5. Variable: Tipo de contenido publicado	69

4.6. Variable: Desafíos en la gestión de RRSS	71
4.7. Variable: Formación profesional en RRSS	73
4.8. Variable: Impacto de las RRSS en la comunicación y vinculación	76
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>84</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>94</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>106</b>

## **Lista de abreviaturas**

ALA: American Library Association  
BBS: Bulletin Board Systems  
BUCOC: Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de la República Argentina  
BUPSF: Bibliotecas Universitarias Públicas de Santa Fe  
COVID 19: CoronaVirus Disease 2019  
CRAI: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación  
CSIC: Consejo Superior de Investigación Científica  
eLIB: Electronic Libraries Programme  
FADU: Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
FAVE: Facultad de Veterinarias  
FBCB: Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas  
FCJS: Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
FCM: Facultad de Ciencias Médicas  
FHUC: Facultad de Humanidades y Ciencias  
FICH: Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas  
FIQ: Facultad de Ingeniería Química  
FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas  
INDEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
ISM: Instituto Superior de Música  
REBIUN: Red de Bibliotecas Universitarias y Científicas españolas  
RRSS: Redes Sociales  
TIC: Tecnologías de la Información y de la Comunicación  
UNED: Universidad Nacional de Educación a Distancia  
UNL: Universidad Nacional del Litoral  
UNR: Universidad Nacional de Rosario  
UNRaf: Universidad Nacional de Rafaela  
USP: Universidad San Pablo  
UTN: Universidad Tecnológica Nacional

## INTRODUCCIÓN

La existencia de un nuevo paradigma tecnológico-informacional ha inaugurado una era en el mundo del conocimiento. La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) exige una adaptación constante por parte de las instituciones mediante soluciones innovadoras. Estas tecnologías han atravesado todos los aspectos de la vida (social, cultural, educativo y laboral), y el ámbito bibliotecario no es la excepción. Por ello, se torna necesario que estas instituciones atiendan a su impacto y coordinen su administración para lograr un trabajo que responda, de manera acorde, a los requerimientos del contexto en que están inmersos los usuarios actuales.

El término tradicional de «biblioteca» se fue complejizando con la aparición del concepto de “biblioteca 2.0” (Casey, 2006, p. 40), el cual abarca la aplicación de la filosofía de la Web 2.0 y de las tecnologías tanto a sus colecciones como a los servicios bibliotecarios, de forma virtual y presencial. Ante este escenario, las necesidades informativas que exige la Sociedad del Conocimiento (SC) se ven favorecidas por las unidades de información de las instituciones de educación superior.

En la actualidad, son numerosas las bibliotecas universitarias a nivel mundial que utilizan innovaciones tecnológicas, como las redes sociales (RRSS), o que presentan visibilidad a través de ellas desde las propias universidades. Por mencionar solo algunas de la prestigiosa Red de Bibliotecas Universitarias y Científicas españolas (REBIUN), se encuentran la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) y las bibliotecas de las universidades Carlos III de Madrid, Complutense de Madrid, Salamanca, Huelva y Granada. También destacan la Biblioteca de la Universidad de San Carlos de Brasil, la Biblioteca Central USP de San Pablo, la Biblioteca de la Universidad de Londres en Ciudad de México y la Biblioteca de la Universidad de Harvard.

En este tipo de centros, el uso de plataformas digitales es una obligación debido a los cambios en la comunicación, lo que exige adaptarse a las necesidades de la comunidad universitaria. En este sentido, existe la posibilidad de ampliar el

público objetivo aprovechando la naturaleza participativa de la web y la creación de contenido, superando así la etapa del consumidor pasivo:

...las RRSS se han convertido en una herramienta dinámica de comunicación a través de las cuales las bibliotecas universitarias pueden ampliar su base social de usuarios, establecer interacción y personalización en la atención en tiempo real y hacer un uso de recursos multimedia innovadores, de calidad y con fuentes confiables. (Gómez González y Sosa Zaragoza, 2020, p. 58).

En nuestro país, las bibliotecas universitarias también han debido adaptarse a los cambios producidos mediante la modificación de sus actividades, procesos, servicios y productos, así como la adopción de nuevas formas de comunicación para responder al perfil de usuario que demanda el entorno contemporáneo.

En la provincia de Santa Fe (Argentina) existen bibliotecas de universidades públicas y privadas; no obstante, este estudio se centra únicamente en las de gestión pública. Dicha población está conformada por 27 bibliotecas universitarias públicas (BUPSF, de aquí en adelante), pertenecientes a la UNL, UNR, UNRaf y UTN (véase Cap. 3 y Anexo I). En este nuevo escenario, surge la necesidad de indagar cuál es la situación que atraviesan las BUPSF en el período comprendido entre junio y diciembre de 2024 respecto al uso de redes sociales, así como el estado actual de estas herramientas en su comunicación y gestión, y qué factores influyen en su implementación.

## **Estructura del trabajo**

En cuanto a la forma de estructuración de esta tesis, en el Capítulo 1 se expone el planteamiento del tema de investigación, sus objetivos generales y específicos, como así también la justificación acerca de la importancia de la temática elegida y los antecedentes relevados de investigaciones similares consultadas.

En el Capítulo 2, se presentan los conceptos fundamentales que guían y conforman el marco teórico de este trabajo.

El Capítulo 3 explica el marco metodológico que delimita esta investigación, junto al enfoque otorgado, las variables y dimensiones trabajadas, y los instrumentos de recolección de datos utilizados.

En el Capítulo 4, se incluyen los resultados de la investigación llevada a cabo a través de la observación directa sobre las cuentas de redes sociales y una encuesta enviada por correo electrónico a directivos o responsables de las BUPSF.

Finalmente, en el último apartado se exponen las conclusiones de todo el proceso de investigación, analizando cada objetivo planteado y contrastando con las teorías abordadas en el marco teórico.

# CAPÍTULO 1

## PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

### 1.1 Planteamiento del problema

El problema a estudiar surge a partir de una serie de interrogantes que tiene como pregunta principal la siguiente:

¿Cuál es el estado actual del uso de redes sociales en la comunicación y gestión de las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe (Argentina) y qué factores influyen en su implementación?

Y como preguntas específicas:

1. ¿Cuál es la participación que tienen las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe (Argentina) en RRSS?
2. ¿Cuáles son las RRSS más utilizadas por estas bibliotecas y con qué frecuencia?
3. ¿Qué criterios determinan la elección de cada plataforma de RRSS?
4. ¿Cómo están gestionadas las RRSS en estas bibliotecas (de manera institucional, espontánea o iniciativa individual)?
5. ¿Existe una planificación estratégica en la gestión de RRSS por parte de estas bibliotecas?
6. ¿Qué tipo de contenidos se publicaron en el período comprendido entre junio a diciembre de 2024?
7. ¿Cuál es el objetivo principal de la publicación de contenidos (informar, interactuar, promocionar servicios, etc)?
8. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrentan las bibliotecas en la implementación y gestión de RRSS?
9. ¿Qué nivel de capacitación tiene el personal bibliotecario en la gestión de RRSS?
10. ¿Qué impacto perciben las bibliotecas en el uso de RRSS en su comunicación y vinculación con la comunidad académica?

## 1.2 Justificación

Durante el desarrollo de la actividad profesional bibliotecológica en bibliotecas universitarias —actualmente en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y, con anterioridad, en la biblioteca centralizada Ezio Emiliani de la Universidad Nacional del Litoral—, esta autora ha observado una baja presencia de estas instituciones en redes sociales (RRSS), así como cierto recelo por parte del personal al momento de considerar dichas herramientas para su comunicación.

Si bien existen varios estudios sobre la materia en los ámbitos nacional e internacional, esta situación no se refleja en el contexto local. Por ello, la importancia de este trabajo radica en conocer y analizar la situación específica de las instituciones de la provincia de Santa Fe en cuanto al uso de plataformas de RRSS, sus modos de gestión, las oportunidades de mejora para la comunicación y los desafíos para los profesionales.

Asimismo, los resultados de esta investigación pretenden promover la implementación de herramientas digitales en estas unidades de información para generar una mejor interacción con la comunidad universitaria. Del mismo modo, se busca que el estudio sirva como disparador para optimizar la gestión y planificación de aquellas bibliotecas que ya las utilizan.

Se considera que el aporte fundamental de este trabajo reside en la relevancia que posee tanto la gestión de herramientas comunicacionales en esta tipología de instituciones como la labor de los profesionales bibliotecarios que las ejecutan; de este modo, se intenta aportar nuevos conocimientos para el logro de una administración eficiente de las RRSS.

Los tópicos relativos a las TIC y su influencia en las bibliotecas siempre han resultado atractivos y actuales. Esta temática se encuentra inserta en la realidad de muchos países donde se han desarrollado diversas investigaciones, la mayoría basadas en el grado de utilización de las tecnologías y enfocadas, generalmente, en plataformas específicas. A nivel nacional, se abordan aspectos adicionales,

tales como la perspectiva de las RRSS dentro de la gestión de comunicación y la formación profesional de los responsables de dichas tareas.

Por último, se estima que este trabajo servirá como antecedente para otras instituciones o para abordar la problemática desde nuevas perspectivas.

### **1.3 Objetivo general**

Se plantea como objetivo general de esta investigación *analizar el estado actual del uso de redes sociales en la comunicación y gestión de las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe (Argentina) e identificar los factores que influyen en su implementación.*

### **1.4 Objetivos específicos**

1. Identificar la participación de las BUPSF en redes sociales.
2. Determinar cuáles son las redes sociales más utilizadas y con qué frecuencia.
3. Analizar los criterios que influyen en la elección de cada plataforma de RRSS.
4. Examinar la gestión de las redes sociales en estas bibliotecas, considerando si es institucional, espontánea o iniciativa individual.
5. Indagar si existe una planificación estratégica en la gestión de redes sociales por parte de estas bibliotecas.
6. Describir los tipos de contenido publicados en las redes sociales de estas bibliotecas durante el período junio-diciembre de 2024.
7. Identificar el objetivo principal de la publicación de contenidos en RRSS (informar, interactuar, promocionar servicios, etc.) de las BUPSF.
8. Determinar las principales dificultades que enfrentan las BUPSF en la implementación y gestión de RRSS.
9. Evaluar el nivel de capacitación del personal bibliotecario en la gestión de redes sociales.

10. Analizar el impacto del uso de RRSS en la comunicación y vinculación de las BUPSF con la comunidad académica.

### **1.5 Antecedentes**

Para realizar la presente investigación, se llevó a cabo un rastreo bibliográfico previo en diversos buscadores y repositorios institucionales: Google Scholar y bases de datos como E-Lis, La Referencia, Dialnet y Redalyc. La estrategia de búsqueda aplicada fue: ((medios sociales OR redes sociales) OR Facebook OR Instagram OR Twitter OR YouTube) AND biblioteca. Por la actualidad del tema, se adoptó como criterio de selección incluir estudios publicados desde 2018 en adelante.

La búsqueda arrojó diversas tesis y artículos relacionados con la temática; estos se presentan organizados jerárquicamente: primero los provenientes del ámbito europeo, luego los de carácter americano y, por último, los pertinentes al plano nacional.

En España —país que desde 2009 se posicionaba como el segundo con mayor uso de RRSS en Europa—, Jiménez Martín y Plaza-Navas (2018) presentan un recorrido por las redes utilizadas en la Red de Bibliotecas y Archivos del CSIC: Twitter, blogs, Facebook, Pinterest y canales de video. Twitter destaca como la red más exitosa, con 20.000 suscriptores alcanzados en pocos años. El estudio subraya el valor que el personal atribuye tanto a las redes sociales como a la difusión de estas herramientas en la red.

Otro artículo de interés es el de Arroyo-Vázquez (2018), quien analiza la interacción en las páginas de Facebook de las bibliotecas universitarias españolas mediante un enfoque cuali-cuantitativo. En lo cuantitativo, se consideró el seguimiento de página, los "me gusta", las veces que se compartió el contenido y el número de comentarios. El análisis cualitativo, por su parte, se centró en la temática y contenido de las publicaciones. Los resultados revelaron un bajo nivel de interacción en la mayoría de las páginas, las cuales suelen actuar solo como

emisoras de contenidos. Esto pone en relieve que la interacción es la pieza clave en cualquier estrategia de redes sociales para bibliotecas.

Siguiendo en la región, Carrasco-Polaino et al. (2019) analizaron el uso de Twitter en 59 bibliotecas pertenecientes a REBIUN entre 2017 y 2018. Aplicaron una doble metodología: análisis de redes (tuits, retuits, respuestas y menciones) y análisis de contenido. Concluyeron que los mensajes con información de servicio y aquellos que incluyen imágenes son los más frecuentes; además, estos últimos generan un mayor *engagement*.

En una línea similar, Sola-Martínez (2021) estudió el perfil de Twitter de la Biblioteca Nacional de España (BNE). Su objetivo fue establecer las características de los "hilos" y su uso específico en dicha institución. Se observó un predominio de este formato, especialmente en junio de 2021, lo que indica una apuesta estratégica por esta herramienta como forma de expresión y comunicación con el público. El estudio destaca la difusión de colecciones y la información institucional como temas de interés primordial.

En Brasil, la investigación de Peixoto (2018) identificó el uso de Facebook en las prácticas comunicativas de las universidades federales brasileñas. Si bien se demostró que las bibliotecas utilizan esta plataforma, los resultados evidenciaron una falta de interacción real con los usuarios y la ausencia de un plan estratégico claro.

Por su parte, Choque Poma (2021) realizó un aporte significativo con su tesis sobre el papel de las bibliotecas en RRSS (específicamente Facebook, Messenger y WhatsApp) en la Universidad de La Paz, Bolivia. El estudio destaca cómo el manejo de estas redes actualiza la comunicación con la comunidad estudiantil, promueve servicios y facilita la referencia virtual, enfatizando la necesidad de concientizar a las instituciones sobre su valor comunicativo.

En Bogotá, Colombia, Basabe Melo (2021) desarrolló un plan de marketing digital para redes sociales en bibliotecas universitarias. A través de entrevistas en cuatro instituciones (Jorge Tadeo Lozano, Javeriana, La Sabana y Universidad

Nacional), concluyó que plataformas como YouTube, TikTok e Instagram deben ser estudiadas previamente mediante análisis FODA para alinear sus características con los objetivos de la institución a corto y largo plazo.

Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) ofrecieron un estudio comparativo en México (2017-2019) sobre las tendencias de publicación en Twitter y Facebook. Su trabajo aporta una visión crítica sobre la importancia de la planificación de contenidos y el compromiso necesario por parte del personal bibliotecario. En el contexto brasileño, Santos Neto y Silva Barros (2022) analizaron la mediación de información en Instagram por parte de la Universidad Federal de Pará. Los resultados mostraron un posicionamiento digital persistente y el uso estratégico de Instagram para el intercambio de contenidos no convencionales.

Respecto a las publicaciones en nuestro país, se decidió incluir —excepcionalmente— trabajos anteriores a 2018 por ser considerados pioneros y relevantes.

En primer lugar, se destaca la tesis de Rodríguez (2022) sobre la gestión de la comunicación organizacional externa digital en las bibliotecas de la Red BUCOC. Los resultados muestran una gestión incipiente, centrada en la promoción de servicios pero con una marcada carencia de documentos de planificación estratégica. La formación de los colaboradores se enfoca casi totalmente en el manejo de medios sociales y marketing, dejando de lado la gestión estratégica de la comunicación.

Por otro lado, la tesis de Giménez (2024) analiza la situación en 2023 de los institutos universitarios argentinos. Sus conclusiones subrayan que aún son pocas las bibliotecas con redes propias, siendo las más elegidas Facebook, Instagram y YouTube para difundir avisos, servicios y efemérides.

En 2014, Laudano et al. han realizado aportes fundamentales. Analizaron la adopción de Facebook en bibliotecas de centros de investigación, detectando un uso limitado a la difusión de información sin explotar el espacio de construcción

colectiva. En 2015, ampliaron el estudio a las universidades nacionales de Córdoba, Buenos Aires y La Plata, planteando desafíos cruciales: la necesidad de responsables capacitados en comunicación y la urgencia de contar con planes comunicacionales definidos.

Finalmente, trabajos más recientes como el de Pandolfo y Aguilera (2021) describen la sistematización de publicaciones a raíz de la pandemia en la Universidad FASTA, mientras que Rodríguez y Angelozzi (2024) refuerzan la idea de que persiste un escaso desarrollo de documentos de gestión formal para la comunicación externa.

La literatura analizada revela que la presencia de las redes sociales en las bibliotecas universitarias constituye una realidad consolidada en muchos países. Esta materia, siempre vigente, genera un notable interés por determinar el grado de su empleo en las unidades de información; por ello, abundan las investigaciones —generalmente de carácter descriptivo y exploratorio con enfoque cuali-cuantitativo— que centran su análisis en plataformas como Facebook y Twitter.

En su mayoría, estos estudios han puesto el énfasis en el análisis de contenidos y en las interacciones producidas entre las bibliotecas y sus usuarios, arribando a conclusiones similares a nivel global. En el plano nacional, emerge además un interés específico por la gestión de la comunicación institucional y la formación profesional de quienes son responsables de estas tareas.

En este marco, y dado que la presente investigación también posee un carácter descriptivo, resulta fundamental conocer el uso de estas herramientas digitales en la comunicación y gestión de las BUPSF (Argentina), identificando con precisión los factores que influyen en su implementación.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1. Biblioteca universitaria**

##### **2.1.1. Contexto histórico**

El surgimiento de esta tipología de bibliotecas en Europa está ligado al nacimiento de las universidades en la Edad Media. El hecho puntual fue la aparición de los estacioneros: personas que atendían las necesidades de los estudiantes, centradas por aquel entonces en la adquisición de los cuadernillos que conformaban las obras para su posterior copiado y estudio.

Se pueden evidenciar dos períodos diferentes en su composición. El primero es el monacal, a principios de la Edad Media, en el cual la cultura se refugiaba en las bibliotecas de monasterios y catedrales al servicio de la religión católica. El segundo se sitúa en la Baja Edad Media y se define como universitario o laico; en este último, comenzó en Europa un período de progreso económico con el surgimiento de la burguesía y un aumento de la población. Asimismo, aparece la figura del maestro laico en una etapa de secularización de la educación y la cultura. De este modo, las escuelas monásticas se fueron convirtiendo en universidades donde maestros y alumnos de antiguos colegios se asociaban en corporaciones autónomas.

A partir del siglo XVIII, su función primordial era la de custodia y preservación del libro. Sin embargo, con el cambio de paradigma en el siglo XX, estas instituciones se transformaron en el corazón de las universidades, potenciadas por el crecimiento de la especialización y la investigación. Actualmente, se encuentran insertas en una nueva sociedad en la que la información cobra un valor y poder fundamentales junto con la aplicación de las TIC.

### **2.1.2 Concepto de biblioteca universitaria**

De acuerdo con la literatura especializada, existen varias definiciones de «biblioteca universitaria» que presentan notables semejanzas. Al mismo tiempo, se aprecia la evolución del concepto en estrecha relación con las funciones que ha ido adquiriendo la universidad y su inserción en la sociedad de la información, un proceso marcado por los cambios que introdujeron las nuevas tecnologías en estas instituciones.

Arriola Navarrete (2009) la define como una “entidad prestadora de servicios para dar apoyo a la formación, investigación y docencia” (p. 114). Por su parte, Aceves Jiménez (2001) aporta una interesante acepción en la que introduce elementos de la gestión de información al definirla como “un sistema gestor de información, basado en una organización humana estructurada, que realiza los procesos y proporciona los servicios utilizando los recursos y las herramientas más adecuados para las exigencias y las posibilidades del momento” (p. 46).

Otro significado relevante lo brinda Gómez Hernández (2002), quien la representa en su obra como el “corazón de la universidad” (p. 321), estableciendo un vínculo indisoluble con los fines propios de la institución académica. Esta visión la posiciona como una organización de vital importancia para el funcionamiento universitario.

Un concepto recurrente es el ofrecido por la American Library Association (ALA), que define a la biblioteca universitaria como una “combinación orgánica de personal, colecciones e instalaciones cuyo propósito es ayudar a sus usuarios en el proceso de transformar la información en conocimiento” (ALA, 1983, citado por Gómez Hernández, 2002, p. 321). A su vez, la describe como una “biblioteca (o sistema de estas) establecida, mantenida y administrada por una universidad para cubrir las necesidades de información de sus estudiantes y apoyar sus programas educativos, de investigación y demás servicios” (ALA, 1983, citado por Gavilán, 2008, p. 3). En estas definiciones se destaca la importancia de la biblioteca como pilar de la labor docente, la investigación y las funciones sustantivas de la universidad.

Por su parte, Orera Orera (2007) la define como “un centro de recursos de información que basa su gestión en la filosofía de la globalización, en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, en la cooperación y en la calidad” (p. 337). Más adelante, la Red de Bibliotecas Universitarias y Científicas Españolas (REBIUN, 2013) la describe como un “centro de recursos para el aprendizaje, la docencia, la investigación y las actividades relacionadas con el funcionamiento y la gestión de la universidad o institución en su conjunto” (p. 1). Esta última definición complementa las anteriores y evidencia los cambios a los cuales deben enfrentarse las bibliotecas en la actualidad.

En definitiva, de todas las acepciones mencionadas se vislumbra la importancia de estas unidades de información en la vida universitaria y en la formación de futuros profesionales. Asimismo, se observa una evolución hacia el desarrollo de servicios de calidad, acordes a las demandas actuales, que facilitan la difusión de la información y colaboran activamente en la creación del conocimiento.

### **2.1.3 La biblioteca universitaria en el contexto de la Sociedad del Conocimiento**

En el contexto actual, existe la necesidad de adoptar competencias en el manejo de la información para obtener los beneficios que ofrece la SC. Así lo exponen Alonso Arévalo y Saraiva (2020) al plantear que, con el surgimiento de la era digital, el mundo de la información ha cambiado radicalmente; esto ha impuesto a las bibliotecas la obligación de abordar nuevos temas más allá de lo físico:

...un aspecto esencial es que la biblioteca del siglo XXI debe ser relevante para sus usuarios y, para ello, las bibliotecas deben ser ágiles, creativas, centradas en el usuario y sus necesidades y, sobre todo, involucrarse en el aprendizaje. (p. 154)

Más adelante, los autores esbozan que, en la era del conocimiento, las bibliotecas se preocupan por rediseñar sus espacios para volverlos más flexibles y adaptarlos a las nuevas necesidades de su comunidad. De este modo, mutan hacia centros polifacéticos diseñados para apoyar una amplia y variada gama de actividades de investigación y aprendizaje.

Prada y Allendez Sullivan (2021) manifiestan que, en la segunda mitad del siglo XX, la universidad transformó los procesos de enseñanza-aprendizaje, la investigación y las formas de relacionarse con la sociedad. En estos cambios, las TIC han sido protagonistas, especialmente desde la aparición de internet. En este entorno, “la biblioteca asume un rol de transferencia de información y conocimiento a través de sus espacios presenciales y virtuales” (p. 3). Asimismo, los autores afirman que las bibliotecas universitarias en Latinoamérica deben:

... asumir un rol que busque el equilibrio entre la globalización y la interacción con las comunidades locales... Debe ser considerada una institución estratégica que reflexiona y responde a los avances de la globalización, pero también que acompaña en el acceso y difusión de la información y el conocimiento producido en la región. (p. 7)

Estos autores también exponen que las nuevas prácticas profesionales en el entorno de la SC incluyen la alfabetización informacional, los repositorios digitales, el acceso abierto, la preservación de la documentación institucional, la curaduría de contenidos web y de datos primarios, y la gestión del conocimiento.

La aparición de colecciones híbridas es fundamental para comprender este tipo de biblioteca. Orera Orera (2007) las describe como “colecciones híbridas constituidas por documentos de los que la biblioteca dispone físicamente y por información digital, residente o no en servidores propios, que ha seleccionado y ofrece a los usuarios” (p. 332). En otras definiciones, el foco se pone no solo en la convivencia de distintos formatos, sino también en la dimensión espacial. Así, la biblioteca aparece como la “interrelación entre el componente tecnológico e informativo de la biblioteca y el componente organizacional y espacial de la institución” (Saorín Pérez, 2001, p. 29).

Se agrega que esta tipología “existe desde que se incorporan las tecnologías electrónicas y que es básico contemplar las dimensiones de interoperabilidad, escalabilidad y escenarios” (Fox y Ohm, 1999, citados en Saorín Pérez, 2001, p. 33). En este sentido, Brophy y Craven (1999) propusieron un modelo de biblioteca híbrida que actúa como conector entre el universo informacional y el de los usuarios, manteniendo un equilibrio entre sus aspectos principales: un espacio físico integrado con una biblioteca digital, convivencia de documentos impresos y electrónicos, servicios remotos y presenciales, y una transformación de los procesos de gestión.

Finalmente, según Estrada Villacís (2016), esta denominación explica cómo los procesos bibliotecológicos confluyen con las TIC para “contener una gama de tecnologías trabajando simultáneamente [...] y también para empezar a explorar sistemas y servicios integrales en los ambientes electrónicos e impresos” (párr. 14). En este marco, las instituciones enfrentan el desafío de gestionar volúmenes masivos de información digital, automatizar procesos técnicos, crear nuevos servicios y fortalecer la capacitación profesional en metadatos y tecnologías emergentes.

#### **2.1.4 Cambios vinculados a la era digital: La biblioteca universitaria como Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)**

En la era digital, las bibliotecas universitarias han ido adquiriendo nuevas funciones a la par de las exigencias impuestas por la Educación Superior. En el modelo universitario actual, estas instituciones requieren un acompañamiento activo para cumplir la misión institucional basada en tres ejes fundamentales: el apoyo a la docencia, la investigación y el aprendizaje.

En esta integración con su entidad mayor, la biblioteca se perfila como un CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación), término que comenzó a surgir en definiciones, planes estratégicos y misiones institucionales. Un referente fundamental es el Plan Estratégico 2003-2006 de REBIUN, el cual ha servido de base para que las bibliotecas universitarias españolas construyan un

modelo integrador de servicios. En la literatura especializada, el CRAI se define como “un centro que brinda servicios de apoyo al aprendizaje, el mismo que mejora de manera eficaz el rendimiento académico y la producción científica” (Echeverría et al., 2018, p. 800).

En nuestro país, un ejemplo claro se observa a través de la página web de la biblioteca de la FHUC-FADU-ISM de la UNL, la cual manifiesta en su visión su intención de:

...ser una biblioteca que adapte en su oferta de servicios aquellas tendencias innovadoras y el uso de TIC, constituyéndose como un CRAI hacia la comunidad específica [...] y a la comunidad universitaria en general, sin distinción de soportes y formatos de información, garantizando así equidad en el acceso. (párr. 4)

Esta tendencia se observa también en el trabajo de Gaitán y Coraglia (2020), quienes afirman que un 74 % de las universidades analizadas en Argentina reconoce, tanto en su misión como en sus servicios, características perfectamente compatibles con el concepto de CRAI. Como plantean Coraglia y Vázquez (2019), el hecho de que esta concepción se incluya en las declaraciones de objetivos y visiones constituye un gran incentivo para su implementación concreta. En síntesis, Gaitán y Coraglia (2020) ofrecen una definición integral de CRAI como:

Un modelo integrador de estrategias, recursos humanos, tecnológicos, de infraestructura e informacionales [...] que se traduce en un espacio físico/virtual constituido con el objeto de facilitar, potenciar y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje y producción de conocimiento. (p. 113)

El avance de las TIC ha motivado la proliferación de los conceptos de **Biblioteca 2.0 y 3.0**. La Web 2.0, término popularizado por Tim O’Reilly en 2004, representa una nueva forma de interpretar internet basada en la participación. Se la define como “una nueva generación de servicios web basados

en una serie de tecnologías y, fundamentalmente, en la mayor participación y colaboración de los internautas” (Arroyo Vázquez y Merlo Vega, 2007, p. 1). En este entorno surgieron foros, blogs y redes sociales, marcando un hito al situar al usuario como prosumidor (productor y consumidor) de contenido.

Este modelo es analizado por autores como Rodríguez García (2021), quien alude a un paradigma participativo, y Paletta (2019), quien caracteriza esta etapa por la presencia de folksonomías y una:

...filosofía participativa en la que cada usuario puede intervenir directamente en la elección e introducción de datos [...] y cooperativa, al compartir ideas, preferencias, información y conocimiento. (p. 152)

Esta situación ha generado una nueva necesidad de capacitación para los bibliotecólogos, integrando el manejo de tecnología y el marketing digital en redes sociales. Dentro de esta filosofía surge la **Biblioteca 2.0**, concepto desarrollado inicialmente en la blogosfera por Casey y Savastinuk (2006). En la misma línea, Margaix Arnal (2007) considera que la Biblioteca 2.0 no se trata solo de crear blogs, sino de:

...usar un nuevo sistema de comunicación con el usuario para que este enriquezca con su conocimiento nuestros productos informativos; asumir los canales y formas de comunicación actuales y aplicarlos a los servicios bibliotecarios. (p. 106)

Finalmente, la evolución tecnológica conduce hacia la **Biblioteca 3.0**. Brave (2022) destaca que esta versión altera la estructura de la web para hacerla más justa y descentralizada, caracterizándose por la interoperabilidad y el uso de metadatos semánticos. Paletta (2019) la define como una web con mayor capacidad de auto-reconocimiento de contenidos, donde la Biblioteca 3.0:

...utiliza tecnologías como la web semántica, computación en la nube y dispositivos móviles [...] para facilitar la disseminación de contenidos generados por el usuario y en colaboración. El resultado es una expansión de la biblioteca sin fronteras. (p. 154)

En este escenario, la biblioteca debe ser inteligente (flexible, autónoma y eficiente) y convertirse en una verdadera plataforma interactiva. Este modelo supone el surgimiento de las bibliotecas enlazadas, que permiten el acceso a contenidos almacenados en otros sistemas, logrando así fidelizar a un usuario hipertextual y tecnológicamente exigente.

## **2.2. Redes sociales (RRSS)**

Hablar de RRSS no es algo novedoso; estas existen desde el origen de la humanidad, ya que está en la naturaleza del ser humano socializar, relacionarse y agruparse con otros. La primera red social básica que un individuo establece es con su familia; luego, se va integrando a otras redes como la escuela, el trabajo o grupos de amistades, de acuerdo con intereses comunes.

Arroyo Vázquez (2009) atribuye el surgimiento de las teorías de RRSS a la necesidad de explicar estas relaciones a través de grafos, donde las personas son nodos y los vínculos entre ellas son los vértices. Según Ponce (2012), el concepto se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes, quienes lo definen como una “estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común” (p. 2).

Una definición similar presenta Kawalec (2009), quien la describe como:

...una estructura social de nodos que son generalmente individuos u organizaciones. Una red social representa las relaciones y flujos entre personas, grupos, organizaciones, animales, computadoras u otro tipo de entidades de procesamiento de información o conocimiento. (p. 6)

En la actualidad, con la irrupción de internet y el desarrollo de la web social, estas redes han adoptado también la virtualidad. Ya no es necesario el contacto presencial para vincularse; basta con poseer un dispositivo móvil y descargar las aplicaciones correspondientes. Así, las redes sociales comprenden hoy un espacio de interacción virtual en el que las personas se convocan en torno a numerosos intereses comunes, formando parte de la cotidianidad e integrándose incluso al

lenguaje común al identificarlas con nombres como Facebook, X (Twitter) o Instagram.

Flores Vivar (2009) define a las redes sociales virtuales como “un punto, un lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas que tienen intereses comunes” (p. 74). Otra acepción que incorpora la idea de intercambio y generación de contenidos las describe como “un grupo de aplicaciones basadas en internet, creadas a partir de los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por los usuarios” (Kaplan y Haenlein, 2010, p. 61).

Por su parte, Boyd y Ellison (2008) otorgan mayor relevancia a la interacción al manifestar que estos servicios permiten a los individuos:

...construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, así como ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. (p. 211)

De todo ello se desprende que una red social basada en internet es un fenómeno producto del deseo de compartir experiencias y del sentido de pertenencia. Esta interacción se traslada a un sitio informático, haciendo visible cómo la organización social se estructura en forma de red.

Es importante aclarar que, con frecuencia, la literatura confunde los términos «redes sociales» y «medios sociales» (*social media*), tratándolos como sinónimos. Como plantea Cossich Ramos (2022), el concepto de medios sociales es más genérico: abarca el conjunto de herramientas, sitios de redes y servicios que permiten compartir información. Mientras que los medios sociales ponen énfasis en la comunicación de masas, las redes sociales actúan como el medio de relación específico y conforman una de las tantas herramientas dentro de los medios sociales.

Desde esta investigación, se sostiene que debe realizarse un uso serio y responsable de estas plataformas, entendiéndose como espacios de aprendizaje

colaborativo e intercambio de información que permiten enlazar, publicar y cooperar en la creación de conocimiento.

### 2.2.1 Evolución de las RRSS

No es objetivo de esta investigación profundizar en los orígenes de las RRSS, pero sí se pretende contextualizarlas para lograr un desarrollo más completo.

Trazando una línea cronológica, se puede identificar en 1997 la creación de **SixDegrees** por parte de Andrew Weinreich. Esta fue la primera red social que permitió reflejar funciones características como la creación de perfiles personales y listados de amigos. Posteriormente, en el año 2002, comenzaron a aparecer redes basadas en intereses específicos, tales como los videojuegos o los ámbitos profesionales.

En 2004, Mark Zuckerberg creó **Facebook** con la finalidad de conectar a los estudiantes de Harvard entre sí para disponer de un lugar virtual donde compartir opiniones. Esta plataforma permite a las personas comunicarse e intercambiar información a partir de diferentes secciones (biografía, fotos con álbumes, eventos y videos, entre otras). Además, ofrece la creación de grupos, un chat, la posibilidad de compartir estados e historias con duración de 24 horas y juegos en línea; todo ello de forma gratuita y en múltiples idiomas.

En 2005, surgió el fenómeno audiovisual **YouTube** en San Bruno, California, de la mano de Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. Básicamente, esta red permite la publicación gratuita de archivos de video que, una vez en línea, pueden ser insertados o compartidos en otros sitios y aplicaciones. Al año siguiente, hizo su aparición **Twitter** (hoy denominada **X**), la red de *microblogging* creada por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone y Evan Williams. Esta plataforma se caracteriza por la sencillez de uso y la comunicación en tiempo real. Originalmente, permitía mensajes de texto de hasta 140 caracteres y popularizó el uso de etiquetas o *hashtags*.

En 2010, surgió **Instagram**, la mayor red social de fotografía. Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, tenía la particularidad inicial de tratar las imágenes en formato cuadrado. Entre las plataformas más recientes se encuentra **TikTok**, lanzada por la compañía china ByteDance en 2016. Es una red social basada en videos cortos que se repiten en bucle y permite crear, compartir y descubrir contenido. Ofrece una gran variedad de filtros y herramientas creativas, como la posibilidad de añadir música o audios de películas.

Estas herramientas se han popularizado de tal manera que las métricas de Kemp (2022) demuestran su alcance masivo: de una población mundial de 7.910 millones de personas, el 58,4 % son usuarios activos de redes sociales.

### **2.2.2 Características de las RRSS**

Las propiedades específicas de las RRSS son diversas y dinámicas. Como se evidencia en diversas publicaciones y análisis especializados, estas características evolucionan constantemente y se adaptan a las necesidades cambiantes de los usuarios. Entre las más destacadas se encuentran:

-Conectividad: Permite que personas ubicadas en distintas partes del mundo se mantengan en contacto. La conectividad es un rasgo central de las nuevas tecnologías, presente en casi todos los implementos contemporáneos: computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes. “Prácticamente cualquier aparato dotado de acceso a la red puede vincularse con un perfil de redes sociales para emitir o recibir mensajes y contenidos” (Etecé, 2024, párr. 15).

-Interacción o engagement: Es un rasgo distintivo, ya que las RRSS permiten a los usuarios no solo interactuar entre sí por medio de comentarios, likes y mensajes directos, sino también con la información que consumen. Rodríguez (2024) lo define como “un indicador que sirve para conocer el nivel de compromiso e interacción que tiene una audiencia con un contenido publicado o con el perfil de la biblioteca” (p. 102). En una acepción similar, se describe como “un indicador numérico que muestra el compromiso medio de los seguidores respecto a una cuenta, tomando en cuenta las interacciones” (Herrera, 2022, párr.

8). Existen diversas fórmulas para calcularlo. Mikolajczyk y Hu (2024), en el blog de Hootsuite, exponen una calculadora en línea para procesar datos de clics, mensajes y métricas totales de publicaciones (me gusta, comentarios y seguidores). Por su parte, Núñez (2017) propone dos fórmulas principales. La primera determina el ratio de engagement respecto al alcance de la publicación:

$$\text{Engagement (alcance)} = \frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Alcance de la publicación (usuarios que la vieron)} \times 100}$$

La segunda fórmula propuesta se utiliza para determinar el ratio respecto al número de seguidores totales:

$$\text{Engagement (seguidores)} = \frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Total de seguidores} \times 100}$$

El engagement también puede calcularse sobre un período determinado (Imaginadigital, 2022). Asimismo, “existen distintos niveles de referencia según el rubro. En instituciones de educación superior para el año 2024, se han registrado tasas promedio de 4,7 % en Instagram, 3,6 % en Facebook y 3,3 % en X” (Mikolajczyk y Hu, 2024, párr. 3). En definitiva, aunque es un indicador cuantitativo muy útil, debe complementarse con un enfoque cualitativo para comprobar si el compromiso de la audiencia es positivo y si es adecuado a los objetivos de comunicación.

-Personalización: Refiere a la configuración de contenidos que cada usuario adopta en su perfil. “Las redes sociales permiten la «customización» de la plataforma mediante algoritmos que organizan la información de manera automática: intentan mostrar al usuario aquello con lo que más interactúa, retroalimentando el sistema para ofrecer información a medida” (Etecé, 2024, párr. 16).

-Tiempo real: Alude a la comunicación instantánea y la actualización inmediata de perfiles. “De este modo, es posible mantener una interacción continua entre las personas que tengan activadas esas notificaciones concretas” (Correduría Inteligente, 2019, párr. 10).

-Viralidad: Capacidad de que un contenido se propague a gran velocidad a través de las redes (Correduría Inteligente, 2019).

-Multimedia: Permite a los usuarios compartir diferentes formatos, como fotos, videos, textos y enlaces.

-Inmediatez: Implica una comunicación veloz que, potenciada por los dispositivos móviles, permite recibir información de manera directa y continua. Como se mencionó inicialmente, estas son las propiedades más recurrentes en la bibliografía, pero, dado su carácter dinámico, es probable que se incorporen nuevas particularidades con el tiempo.

### 2.2.3 Tipos de contenidos y frecuencia de publicación en las RRSS

Para comprender este apartado, es fundamental definir primero qué se entiende por contenido en el entorno de una red social : “en el contexto de la web, el contenido se refiere a la información presentada en sitios web o plataformas de medios sociales” (Żarnowski, 2025, párr. 1).

En general, como manifiesta Lenis (2023), los tipos de contenidos que se publican por RRSS se pueden clasificar en: **informativo**, que cumple la función básicamente de informar a un público específico sobre algún tema de interés; y **educativo**, que busca compartir información más detallada que tenga un impacto en la vida de sus audiencias. “La planeación de este aprendizaje tiene que ponerse en relación directa con los intereses y objetivos de la marca, empleando eventos históricos, datos culturales o temas artísticos y científicos que sean relevantes” (Lenis, 2023, párr. 20).

Otros tipos de contenidos son el **publicitario**, que busca promocionar servicios o productos, y el de **entretenimiento**, que está presente en estas plataformas y se considera uno de los mejores recursos que una organización puede aprovechar para generar interés. “El contenido de entretenimiento busca generar sentimientos y afecciones en el espectador, apelando a sus gustos, intereses y tendencias de consumo” (Lenis, 2023, párr. 42).

Se mencionan también los contenidos de **actualidad**, que refieren al uso de acontecimientos recientes o de tópicos de interés masivo para provocar que las

personas se sientan atraídas por temas contemporáneos y acordes con las tendencias.

En el campo de las bibliotecas, Marquina (2018) expone una serie de contenidos que las RRSS posibilitan, tales como: compartir eventos e imágenes; educar a las personas sobre los servicios que ofrecen; destacar sus colecciones y apoyar a otras bibliotecas; compartir información y fotos sobre eventos de la institución; resaltar las colecciones; compartir publicaciones relacionadas con libros propios o de terceros; difundir noticias de la comunidad o ilustraciones expuestas en la biblioteca; tratar temas de interés local; proporcionar referencias o asesoramiento a los lectores; noticias de cultura pop; imágenes de la vida laboral; uso de hashtags; transmisiones en vivo y cuestiones de política pública.

Se debe aclarar que, al margen del tipo de contenido que cada biblioteca decida publicar, este debe estar relacionado con los criterios establecidos de publicación, como son la calidad, la veracidad y la pertinencia de la información.

En el caso específico de las bibliotecas universitarias —sumado a los contenidos propios que se publiquen—, se debe atender al hecho de que la universidad, como medio fundamental de desarrollo académico e investigación, requiere que sus bibliotecas estén alineadas, apoyen sus programas de estudio y atiendan las necesidades de información de su comunidad. Por lo tanto, la información que se difunda en sus RRSS deberá vincularse también con las actividades de divulgación propias de la universidad, como conferencias, talleres, cursos y exposiciones, entre otros.

Por su parte, Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) detallan una serie de estrategias para potenciar la visibilidad de estas instituciones en plataformas digitales. Entre estas recomendaciones subrayan: en primer lugar, la definición de objetivos; segundo, el conocimiento de la audiencia para crear publicaciones relevantes que generen interacción; otro punto es elegir las plataformas adecuadas según las necesidades; la creación de contenido de calidad (combinando texto, imágenes y vídeos); mantener una frecuencia constante para conservar a la

audiencia comprometida; y fomentar la interacción a través de preguntas, encuestas o concursos que involucren a los usuarios.

En este último aspecto, Hursh (2021) plantea las mejores prácticas en las redes sociales para las bibliotecas, donde recomienda una frecuencia de publicación de una vez al día y no menos de tres veces a la semana.

### **2.3 RRSS y bibliotecas universitarias**

En el ámbito específico de las bibliotecas, es fundamental mencionar la encuesta internacional sobre redes sociales y bibliotecas de WebJunction (2018), de donde se extrajeron datos muy relevantes: de las 311 bibliotecas participantes, el 82% eran públicas y el 8% universitarias. Los resultados también mostraron que la mitad de ellas dedicaba menos de cinco horas semanales a las redes sociales, y sólo un 2% invertía más de 30 horas a la semana. Estos datos sugieren que, para ese año, aún existía una cierta resistencia al uso y dedicación a las RRSS por parte de las bibliotecas universitarias, a diferencia de las públicas.

En cuanto al ranking de redes sociales más utilizadas, se ubicaron Facebook, Twitter e Instagram; los principales usos consistieron en compartir información e imágenes sobre eventos y servicios de la biblioteca. Otro punto abordado en esa encuesta hace referencia a los desafíos planteados, aclarando que un desafío se refiere a “una situación de enfrentarse a algo que necesita un gran esfuerzo mental o físico para realizarse con éxito y que, por tanto, pone a prueba la capacidad de una persona” (Cambridge University Press & Assessment, 2025, párr. 1).

En este caso, fueron detectados retos como el crecimiento de la audiencia y seguidores, la administración de las redes sociales, así como la falta de tiempo y de personal para dedicarse a la tarea. El último punto hace alusión a que la mayoría plantea una inexistencia de políticas de RRSS. A raíz de estos datos, resulta crucial reflexionar sobre el uso de estas herramientas en el ámbito de instituciones prestigiosas como las universidades. Además, es fundamental determinar los criterios que deben regir la elección de una red social específica

para una biblioteca universitaria pública, aclarando que “un criterio de elección hace referencia al factor o factores que se consideran para tomar una decisión entre varias opciones” (Calverley, 2024, párr. 2).

De este modo, “la decisión de elegir en qué red social se tendrá presencia va a depender de factores como los objetivos a alcanzar, el público objetivo, los recursos disponibles (tiempo, personal y presupuesto) y el contenido a generar según los objetivos propuestos” (Calverley, 2024, párr. 3). Hoy, estas organizaciones deben acompañar todo el proceso educativo volcado hacia la virtualidad —como la educación a distancia— con una transformación e integración de sus formas de comunicación.

Muchas universidades están presentes en RRSS, pero se debe repensar su incorporación dentro de los planes formativos, articulada por la transformación digital de la educación superior. A su vez, “su integración debe responder a motivos y objetivos claros y superar ciertos obstáculos, que pasan por la renovación de la visión estratégica de la universidad y la manera de gestionar y confeccionar los programas formativos” (Universia, 2020, párr. 12).

De todo ello se esboza que las bibliotecas universitarias y sus profesionales deben estar a la vanguardia de las nuevas herramientas digitales, adaptando sus productos y servicios, buscando nuevas estrategias de comunicación y difusión de información, y generando contenido para hacer frente a usuarios cada día más informados, críticos y exigentes. Como plantea Fernández Valderrama (2022), las RRSS son perfectas para que los profesionales de la información traspasen las estructuras físicas de sus bibliotecas, pudiendo expandir sus servicios a nivel mundial de manera inmediata.

También se detallan algunas razones para el uso de RRSS en las bibliotecas; entre ellas se encuentran: el acercamiento de la biblioteca con su comunidad de usuarios; la difusión y mejora de su imagen institucional; el alcance a un mayor número de usuarios de manera gratuita; la fidelización; la comunicación en tiempo real y el acceso constante a información actualizada sobre servicios y productos. Esta idea se refuerza con el planteo de Cossich Ramos (2022), al

manifestar que el uso de RRSS puede contribuir al aumento de la visibilidad, la interacción social, la reducción del ruido comunicacional y la construcción de identidad junto a la comunidad.

Otros autores que promueven el uso de RRSS como una acción efectiva son Araujo et al. (2016), al mencionar que son una:

alternativa estratégica para una comunicación efectiva y personalizada de la biblioteca con sus usuarios, como también para el desarrollo de estrategias centradas en la práctica del marketing relacional [...] teniendo presente que el objetivo de la unidad de información es satisfacer las necesidades de información de sus usuarios. (p. 3)

Por su parte, Mannes (2007) menciona ciertos beneficios entre los que destaca, además de la interacción bibliotecario-usuario, el poder compartir y transformar recursos dinámicamente. También hay que resaltar que los estudiantes universitarios utilizan estas herramientas en su día a día, por lo que “las redes sociales pasan a formar parte de la realidad de la comunidad académica” (Aguilar y Silva, 2010, p. 2). En este sentido, Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) recomiendan tener en claro:

un plan con un método de trabajo a corto, mediano y largo plazo que determine objetivos, contenidos a integrar y sus características, tiempos de publicación, perfil del personal asignado a la tarea y administración de la página o perfil y un proceso de evaluación. (p. 60)

De estas afirmaciones se percibe un uso cada vez más justificado de estos sitios por parte de las bibliotecas universitarias. Actualmente, estas unidades deben enfrentar el reto de involucrarse en RRSS de manera bidireccional, generando su propia imagen digital y dejando atrás la unidireccionalidad. La posibilidad de compartir información de forma inmediata y socializar con los

usuarios conforma razón suficiente para impulsar a estas organizaciones a involucrarse en dichas plataformas.

Finalmente, se pretende argumentar que no solo es necesario estar en una red social porque allí se encuentran los usuarios, sino que se debe reflexionar sobre la manera en que se interactúa en estos espacios. Esta gestión debe estar en concordancia con la identidad de las bibliotecas universitarias y contemplada dentro de un plan general de comunicación institucional.

## **2.4 RRSS como parte de la comunicación externa digital**

Es importante destacar, en primer lugar, que esta investigación no se centra puntualmente en la comunicación externa digital; sin embargo, se decidió desarrollar este apartado porque el abordaje de las RRSS en bibliotecas universitarias no es completo si se hace de manera aislada, sino como parte integrante de la comunicación externa digital de las instituciones.

Comunicarse siempre ha sido algo innato en el ser humano; establecer relaciones con otras personas representa una acción natural para actos como la supervivencia o la cooperación. Este apartado se apoya en lo propuesto por Uranga (2007), quien manifiesta que la comunicación refiere a una interacción social que involucra a actores individuales y colectivos en un “proceso de construcción colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura” (p. 24).

Puntualmente, al nivel de las organizaciones, todos los mensajes emitidos por ellas conforman su comunicación institucional. Esta no solo es importante para la publicidad o el marketing, sino que atraviesa todas las actividades —desde las cotidianas y los servicios brindados, hasta el comportamiento de cada integrante—, jugando un papel fundamental en la determinación de la identidad e imagen que los usuarios se forman sobre la institución.

A su vez, esta comunicación puede dividirse en: **interna**, donde se difunden los valores, la identidad y la cultura corporativa dentro de la organización; y **externa**, enfocada, por un lado, en las relaciones públicas de la organización con sus usuarios (reales y potenciales) y con otras instituciones, potenciando su reputación e imagen; y por otro lado, como menciona Rodríguez (2023), posee una arista como “herramienta de promoción de sus servicios (recursos electrónicos, préstamos, capacitación, etc.)” (p. 29).

Como ya se ha planteado, la irrupción de internet y las nuevas tecnologías de la Web 2.0 han revolucionado todos los ámbitos, y la comunicación no ha sido la excepción. Esta ha evolucionado en sus formatos (correo electrónico, mensajería instantánea, RRSS, páginas web, entre otros), permitiendo un empoderamiento de los usuarios, quienes se convierten en generadores de contenidos y difusores de información en una comunicación caracterizada por el trabajo en red. Esta evolución se transforma en el concepto de **comunicación digital**: el desarrollo de la comunicación tradicional hacia un mundo virtual e interconectado donde las organizaciones pueden llegar a un público más amplio.

Quispe (2015) declara que la comunicación digital es:

el conjunto de actividades de comunicación, sean individuales, grupales o institucionales, que fueron digitalizadas, es decir, transformadas a una masa de bits, de tal manera que puede ser fragmentada, manipulada, enlazada y distribuida por los participantes del proceso de comunicación. (p. 49)

De este aporte se infiere que hablar de comunicación digital es referirse a un proceso de digitalización cultural, condición necesaria en el entorno actual hipermediatizado. Al unificar los conceptos, surge la **comunicación digital externa**, que hace referencia a “la que se lleva a cabo a través de los sitios web, medios sociales y canales de comunicación electrónica en general” (Rodríguez, 2023, p. 29).

En este trabajo se refuerza la importancia de contemplar las RRSS como parte integrante de la comunicación externa digital y no como herramientas aisladas, lo que implica tener una estrategia de trabajo definida. Actualmente, las RRSS impactan en la vinculación de las bibliotecas universitarias públicas con su comunidad, influyendo en su capacidad para comunicarse eficazmente y fortalecer relaciones. Esta comunicación debe sustentarse en el conocimiento y la planificación, planteando objetivos claros como la visibilidad, notoriedad, autoridad, posicionamiento e influencia.

Otros rasgos de una óptima comunicación externa digital tienen que ver con sus beneficios. Entre ellos, Marquina (2022) destaca los siguientes:

- Crear y potenciar la "marca biblioteca" (identidad y reputación) a través de internet.
- Aumentar y reforzar el posicionamiento de la institución.
- Facilitar la promoción y difusión de recursos y servicios.
- Explorar y aumentar las vías de comunicación.
- Estimular el deseo de utilizar los servicios bibliotecarios.

Se parte de la premisa de que la gestión y la comunicación son funciones estratégicas interconectadas. Según Garrido (2004, citado en Vidal Fernández, 2020), la estrategia de comunicación define responsabilidades y propósitos a todo nivel, funcionando como un inductor de la imagen organizacional a largo plazo. Por su parte, la gestión de la comunicación digital se entiende como el “conjunto de acciones y procedimientos por los cuales se desarrollan recursos comunicacionales para servir de apoyo a la labor de las organizaciones” (Vallefin, 2020, p. 32).

Gestionar la comunicación externa digital significa establecer un plan definido e integrado, donde se observen todos los canales de comunicación junto con las responsabilidades de su mantenimiento. Esto permitirá a las bibliotecas desarrollar su identidad, comunicar soluciones a las necesidades de su comunidad y permanecer en constante actualización, ofreciendo contenidos de vanguardia.

### **2.4.1 Gestión de RRSS en bibliotecas universitarias**

La gestión de RRSS en el contexto general de las organizaciones —que también puede ser aplicado al ámbito bibliotecario— “comprende su uso de forma estratégica para incrementar la audiencia e ingresos de una marca. Además, ayuda a las empresas a conseguir sus objetivos en el ámbito del marketing, ventas y atención al cliente” (Handley, 2023, párr. 1).

Por su parte, Vargas Basilio et al. (2024) manifiestan que:

... cuando se ejecuta el proceso de planificar, implementar, supervisar y optimizar la presencia de una marca o individuo en plataformas de RRSS, se emplea la gestión; esto implica utilizar estrategias específicas para construir y mantener una presencia efectiva en estos canales con el objetivo de alcanzar metas y objetivos predefinidos. (p. 46)

En otra definición, se concibe la gestión de RRSS “como las estrategias implementadas en una red social enfocadas en una comunidad o grupo de interés específico, con la intención de impulsar la ventaja competitiva empresarial” (Ocaña Echeverría y Freire Aillón, 2022, p. 55).

De estas definiciones se desprende que la gestión de RRSS define la comunicación dirigida a un público objetivo y la administración de la presencia en varias plataformas. Todo ello basado en una estrategia previa que debe responder a qué se quiere conseguir con la participación digital y qué objetivos se persiguen.

Esta gestión abarca una variedad de tareas esenciales, entre las que destacan:

- La comunicación directa con el público objetivo.
- La curación y publicación de contenidos.
- El desarrollo de una hoja de ruta o estrategia propia para cada red.

Una gestión de RRSS óptima permitirá a las bibliotecas universitarias aumentar el conocimiento de la marca biblioteca a través de contenidos específicos, ampliar su alcance y crear un vínculo sólido entre la institución y sus usuarios. Como resultado, se obtendrá una buena reputación y una imagen de marca consolidada en el entorno digital.

#### **2.4.2 Plan de RRSS en bibliotecas universitarias**

En el momento en que se justifica la necesidad de una biblioteca universitaria de utilizar una red social, esta decisión debe materializarse a través de un plan de redes sociales, también llamado *plan de social media*.

Como expresan Ortigosa Delgado et al. (2019), “la elaboración de un plan de RRSS para bibliotecas busca ser una herramienta útil para facilitar el trabajo del personal bibliotecario encargado que pretenda usar las RRSS como canales de comunicación efectiva con sus usuarios” (p. 95). La planificación permite que las bibliotecas universitarias busquen un mejor rendimiento en sus acciones en línea; en general, permitirá establecer objetivos, determinar el público destinatario, seleccionar las herramientas adecuadas y optimizar el tiempo invertido, entre otros beneficios.

Básicamente, un plan de redes sociales debe contener:

- **Un diagnóstico inicial:** donde se evalúa la situación de la organización y se realiza un análisis FODA.
- **Un análisis operativo:** en el cual se establecen los objetivos, el público objetivo, las estrategias y las tecnologías.
- **Un plan estratégico:** que incluya la planificación de contenidos y la redacción de un manual de estilo con la misión, valores, recomendaciones de uso, listado de cuentas, gestión de comentarios, tono de comunicación y aspectos de diseño.
- **Un plan de contingencia:** para hacer frente a posibles crisis de reputación en estos medios.

- **La puesta en marcha:** que se traduce en la implementación real de la estrategia y la formación del personal encargado.
- **Una etapa de control y medición:** que servirá para realizar un seguimiento de los resultados y aplicar correcciones si fuera necesario.

Es importante considerar el aporte de Marquina (2017), quien establece seis pasos fundamentales para elaborar este plan en el ámbito bibliotecario:

1. **Establecer objetivos y metas:** deben estar alineados a la estrategia global de la biblioteca para entender qué se quiere conseguir con su presencia digital.
2. **Realizar una auditoría de conducta:** para detectar qué está funcionando y qué aspectos requieren mejoras.
3. **Creación u optimización de perfiles:** partiendo de la definición de qué red social se ajusta mejor a los objetivos propuestos.
4. **Inspiración para el compromiso (*engagement*):** hallar modelos de referencia para la publicación y el intercambio de contenidos.
5. **Desarrollo de un plan de contenidos y calendario editorial:** el éxito reside en publicar contenido relevante de forma regular.
6. **Medir, evaluar y mejorar:** el análisis constante del plan de marketing en RRSS.

En conclusión, un plan de RRSS es un documento que describe la estrategia a seguir para alcanzar los objetivos propuestos por una institución. Este registro es de suma importancia, ya que permite orientar los esfuerzos hacia un mayor rendimiento en línea y optimizar el tiempo, asegurando que la estrategia esté integrada en un plan de comunicación global que reúna todos los canales de la biblioteca y sus respectivas responsabilidades.

## 2.5 Nuevos roles profesionales

En principio, cabe señalar que la formación profesional significa el “conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica” (Real Academia Española, 2024, párr. 1).

Partiendo de allí, un aspecto más a abordar en la gestión de RRSS es la aparición de nuevos roles profesionales en las bibliotecas universitarias, como los conceptos de *content curator* (curador de contenido) y de *community manager* (gestor de comunidades). El primero tiene el desafío de extraer contenido de una gran variedad de información y verificar las fuentes para evitar que la información falsa (*fake news*) circule por la red social; el segundo término —que es el que más se desarrolla en el presente trabajo— se refiere, en general, a quien se encarga de generar comunidad y de crear la estrategia de la organización en RRSS.

La figura del *community manager* hace referencia a la de un experto en redes sociales y marketing digital que se presenta como un intermediario directo entre la organización y su público. Es decir, representa su voz en el mundo digital, ya sea a través de la interacción directa con los usuarios o la creación de contenido. En otra definición, aparece como la “figura que se ha desarrollado gracias a la incursión de las redes sociales en las empresas por la necesidad de contar con alguien que pueda interactuar y responder mensajes” (Climent Sanchís, 2012, p. 7).

En la era digital, este profesional desempeña un papel fundamental: su rol consiste en comprometer a los seguidores con la marca, gestionar calendarios de publicaciones, mediar en conversaciones dentro de la comunidad, evaluar el rendimiento de las acciones implementadas y adaptar las tendencias digitales al tono y estilo de la institución.

Aplicado al ámbito bibliotecario, es definido por Marquina (2013) como “la persona que se encarga de las relaciones e interacciones entre una entidad (en este

caso la biblioteca) y sus usuarios y público en general a través de las redes sociales” (p. 71). Las acciones que abarcan esta tarea se centran en:

- La definición de la estrategia digital de la biblioteca.
- La creación de cuentas en redes sociales tras un análisis de selección.
- La elaboración de un plan de creación de contenido de calidad que aporte valor.
- El monitoreo de las actividades en las plataformas.
- La atención a los comentarios de los usuarios.
- La creación de lazos de unidad con la comunidad.

Sumado a ello, este profesional siempre debe seguir la estrategia global desarrollada por la gestión de la comunicación digital de la biblioteca. Es innegable que el papel de los profesionales de la información se ha transformado a la par de los avances tecnológicos. La sociedad de la información y el conocimiento exigen un perfil profesional que cuente con un conjunto de habilidades, destrezas y conocimientos para enfrentar los desafíos impuestos por la actualidad. Por ello, tanto las bibliotecas universitarias como sus profesionales necesitan estar a la vanguardia de las nuevas tendencias tecnológicas. Como sostiene Margaix Arnal (2008): “hay que estar donde los usuarios están” (p. 51).

## CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 Enfoque y alcance de la investigación

El presente se configura como un estudio de alcance descriptivo porque busca especificar las características, comportamientos y patrones de uso de las redes sociales en las BUPSF, así como las condiciones institucionales que influyen en su implementación. Como señalan Hernández Sampieri et al. (2010) este tipo de estudios tiene por objetivo “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 80). Esto se ve reflejado en la observación directa realizada a los perfiles de redes sociales de las BUPSF y las encuestas efectuadas a los directivos y/o responsables de estas bibliotecas.

La investigación se plantea con un enfoque predominantemente cuantitativo, con elementos cualitativos en las respuestas abiertas de la encuesta para abordar el objeto de estudio de manera integral. Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018)

...los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 10).

Es por ello que este enfoque fue elegido debido a la complejidad del fenómeno analizado —el uso de redes sociales por parte de bibliotecas universitarias públicas—, el cual requiere tanto mediciones objetivas como comprensión de percepciones institucionales. Para ello, se aplicaron dos técnicas principales: la observación directa de perfiles institucionales en redes sociales y

una encuesta administrada a directivos y/o responsables de las bibliotecas. Esta última combinó preguntas cerradas (cuantitativas) y abiertas (cualitativas), lo que permitió triangular la información obtenida, enriquecer la interpretación de los datos y ofrecer una visión más profunda del fenómeno estudiado.

### **3.2 Universo y muestra**

La población o universo se define como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 174). En este estudio la población está conformada por las bibliotecas universitarias públicas de Santa Fe, Argentina.

Respecto a la muestra, definida por Sabino (1996) como “una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo” (p. 126), está conformada por las 27 bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe, Argentina:

-Universidad Nacional del Litoral : Red de bibliotecas UNL ( Biblioteca Centralizada de la Facultad de Humanidades y Ciencias, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Instituto Superior de Música-FHUC-FADU-ISM-, Biblioteca Centralizada "Dr. Ezio Emiliani" de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas, Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas, Facultad de Ciencias Médicas y Escuela Superior de Sanidad -FBCB-FICH-FCM-ESS-, Biblioteca Centralizada de la Facultad de Veterinarias-FAVE-, Biblioteca “Pablo Vrillaud” de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales-FCJS-, Biblioteca de Ciencias Económicas, Biblioteca "Dr. Ezio Emiliani" de la Facultad de Ingeniería Química-FIQ, Biblioteca “Pablo Vrillaud” del Centro Universitario Gálvez y la Biblioteca del Centro Universitario Reconquista Avellaneda); bibliotecas pertenecientes a la Universidad Nacional de Rosario-UNR (Biblioteca de Arquitectura, Planeamiento y Diseño “Arq. Don Hilarión Hernández Larguía”, Biblioteca de Ciencia Política y Relaciones Internacionales “Dr. Juan Carlos Puig”, Biblioteca de Ciencias Agrarias, Biblioteca de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas "Dr. Hipólito González", Biblioteca de Ciencias Económicas y

Estadística "Estanislao S. Zeballos", Biblioteca Central de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura "Ingeniero Luis Laporte", Biblioteca de Ciencias Médicas, Biblioteca de Ciencias Veterinarias "Juan Carlos Fain Binda", Biblioteca de Derecho "Dr. Fontanarrosa", Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades y Artes, Biblioteca "Dr. Luis Armando Camani Altube" de la Facultad de Odontología y la Biblioteca "Dr. Juan Carlos Gardella" de la Facultad de Psicología); la biblioteca de la Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf) y las bibliotecas pertenecientes a la Red de bibliotecas de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) : Biblioteca de la Facultad Regional Rafaela "Miguel A. Williner", Biblioteca de la Facultad Regional Reconquista "Alcides R. Martínez", Biblioteca de la Facultad Regional Rosario "Manuel Belgrano", Biblioteca de la Facultad Regional Santa Fé "Ing. Jorge Omar Conca", Biblioteca de la Facultad Regional de Venado Tuerto "Libertad"). Para proporcionar un contexto histórico adicional se detalla una breve reseña histórica de cada unidad de información en el Anexo I.

### **3.3 Operacionalización de las variables**

En primer lugar variable es "una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse" (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 93). Éstas deben definirse tanto conceptual como operacionalmente. Sabino (1996) define la operacionalización de las variables como "el proceso que sufre una variable (o un concepto en general) de modo tal que se le encuentren los correlatos empíricos que permiten evaluar su comportamiento efectivo" (p. 136). Mientras que la definición conceptual "trata a la variable con otros términos" (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 110).

Durante la presente investigación se exploraron las siguientes variables: uso de redes sociales; redes sociales utilizadas; justificación de la elección de cada plataforma de red social; frecuencia de publicación; tipos de contenidos; dificultades que se presentan en la gestión de redes sociales; planificación de la gestión de redes sociales.

Los indicadores fueron identificados como los más relevantes en base a la bibliografía que permitió desarrollar el marco teórico y se encuentran vinculados con los objetivos planteados en este trabajo final.

Con la finalidad de presentar de forma general y resumida todos los elementos básicos de este trabajo y sus relaciones, se muestra a continuación el diseño de una Matriz de operacionalización de variables (Anexo II) con el desglose de las variables, los indicadores, las dimensiones que abarcan y los instrumentos de medición sugeridos para recolectar los datos.

### Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTO
Uso de RRSS por bibliotecas universitarias públicas	“Espacios digitales creados por las personas, para las personas, que facilitan la difusión de contenidos atractivos, la comunicación y el diálogo con un público más amplio y a la creación de redes a diferentes niveles-personal, profesional, empresarial, de marketing, etc.”(Kapoor, 2018, p.536)	*Presencia en RRSS	-Existencia de perfiles en RRSS (Sí/No)	Observación directa	Guía de observación
		*Antigüedad de uso	-Fecha de creación de los perfiles en RRSS	Observación directa	Guía de observación
		*Integración institucional	-cuenta propia de la biblioteca o parte de una institución mayor	Observación directa; Encuesta	Guía de observación / Cuestionario (Google Forms)
		*Plataformas utilizadas	-RRSS en las que la biblioteca tiene presencia activa (Facebook, Instagram, X, YouTube, otras)	Observación directa	Guía de observación
		*Frecuencia de uso	-Número de publicaciones semanales o mensuales	Observación directa	Guía de observación
		*Audiencia	-Número de seguidores o suscriptores por plataforma	Observación directa	Guía de observación
		*Objetivos comunicacionales	-Objetivos de uso de las RRSS: difusión, promoción, visibilidad, contenido, otros	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)
		*Público objetivo	-Público al que se dirige la comunicación (estudiantes, docentes, comunidad universitaria)	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)

Criterios de elección	“La decisión de elegir en qué red social se tendrá presencia va a depender de factores como los objetivos a alcanzar, el público objetivo, los recursos disponibles (tiempo, personal y presupuesto) y el contenido a generar según los objetivos propuestos”(Calverley, 2024, párr. 3).	*Elección	-Formato, alcance, popularidad de la red social, etc.	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)
Gestión de RRSS	“utilizar estrategias específicas para construir y mantener una presencia efectiva en estos canales con el objetivo de alcanzar metas y objetivos predefinidos”(Vargas Basilio, 2024, p.46 )	*Responsable de gestión  *Planificación formal  *Comunicación externa digital	-Área o persona encargada del manejo de las RRSS (director, área de comunicación, otros)  -Existencia de un plan de gestión, manual de procedimientos y objetivos establecidos  -Integración en un plan de comunicación institucional más amplio	Encuesta  Encuesta  Encuesta	Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)
Planificación estratégica en RRSS	La planificación permite a las bibliotecas universitarias que puedan buscar un mejor rendimiento en sus acciones en línea y en líneas generales permitirá establecer objetivos a alcanzar, determinar el público al cual va dirigido, herramientas a utilizar de acuerdo a ese público, optimizar el tiempo que se invierte en en RRSS, entre otros beneficios. (elaboración propia)	*Establecimiento de objetivos  *Planificación de contenidos	-Definición clara de metas comunicacionales en RRSS  -Uso de planificadores para tipos de contenido, fechas, responsables, y métricas	Encuesta  Encuesta	Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)
Tipo de contenido publicado	“En el contexto de la web, el contenido se refiere a la información presentada en sitios web o plataformas de medios sociales”(Żarnowski, 2025, párr. 1)	*Tipo de publicaciones -sólo en muros-  *Formato  *Calidad	-Cantidad y frecuencia de publicaciones por categoría (informativa, promocional, educativa, etc.)  -Tipo de formato: texto, imágenes, videos, interactivos  -Evaluación del contenido: utilidad, originalidad, relevancia y atractivo	Observación directa Encuesta  Observación directa  Observación directa	Guía de observación Cuestionario (Google Forms)  Guía de observación  Guía de observación

Desafíos en la gestión de RRSS	“Una situación de enfrentarse a algo que necesita un gran esfuerzo mental o físico para realizarse con éxito y que, por tanto, pone a prueba la capacidad de una persona” (Cambridge University, 2025, párr.1).	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Recursos humanos de la biblioteca</li> <li>*Recursos materiales</li> <li>*Estrategia</li> <li>*Monitoreo de RRSS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de personal capacitado o en cantidad insuficiente</li> <li>-Falta de recursos tecnológicos o financieros para gestión</li> <li>-Inexistencia de políticas o planes formales de comunicación digital</li> <li>-Falencias en el mantenimiento, control y seguridad de las plataformas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> </ul>
Formación profesional en RRSS	“Conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica” (Real Academia Española, 2024, párr.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Tipo de profesional encargado</li> <li>*Capacitación profesional</li> <li>*Tareas desempeñadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Formación profesional del personal a cargo (bibliotecario, community manager, curador de contenidos, etc.)</li> <li>-Cantidad y tipo de cursos recibidos (internos o externos)</li> <li>-Actividades realizadas: generar contenido, responder, curar información, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> </ul>
Impacto de las RRSS en la comunicación y vinculación	Se refiere al grado en que el uso de estas plataformas influye en la capacidad de las bibliotecas universitarias para comunicarse eficazmente con sus usuarios, fomentar la participación de la comunidad y fortalecer las relaciones con ella (elaboración propia )	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Interacción y engagement</li> <li>*Participación</li> <li>*Construcción de comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Número de comentarios y seguidores; calidad del intercambio</li> <li>-Participación de los usuarios en encuestas, eventos o foros en línea</li> <li>-Comentarios positivos, grado de identificación con la biblioteca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación directa</li> <li>Observación directa</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía de observación</li> <li>Guía de observación; Questionario (Google Forms)</li> <li>Questionario (Google Forms)</li> </ul>

### 3.4. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizaron dos técnicas diferentes. Primero, para el relevamiento de los perfiles de redes sociales se aplicó la técnica de observación directa y el

instrumento a utilizar fue una guía de criterios de elaboración propia (Anexo III) en hoja de cálculo de Microsoft Excel diseñada para tal fin en base a la bibliografía consultada y objetivos propuestos. Se comenzó el rastreo de perfiles en distintas redes sociales desde las redes personales de esta autora, por cada biblioteca, lo que permitió extraer datos cuantitativos y marcar sobre la planilla lo respectivo a: la presencia en redes sociales, cuáles son las más utilizadas, su frecuencia de uso, tipo de contenido publicado, interacción, calidad de esas publicaciones, entre otros aspectos en el período específico de junio a diciembre de 2024.

Cabe aclarar que la observación realizada fue externa, por lo cual no se podía tener acceso a las analíticas que ofrecía cada red social al no ser administradores de cada uno de los perfiles analizados.

Se agrega también que sólo se contabilizaron las publicaciones realizadas en los muros, no así las historias, por ser publicaciones que sólo permanecen visibles al público durante 24hs.

Para el caso donde hubo que determinar el cálculo del engagement de cada red social, se utilizó la calculadora en línea gratuita que ofrece Hootsuite<sup>1</sup> en su blog. Para comenzar a utilizarla se debe colocar los datos de número de seguidores, comentarios, compartidos y me gusta (esta información fue recolectada en la guía de observación).

Como en esta investigación se quiso calcular el porcentaje de interacción en un período de tiempo, se agregó el número de publicaciones totales en ese período a la segunda fila de la calculadora. Por último, una vez completado los campos sólo se debe pulsar en el botón calcular y allí se muestra el porcentaje de engagement.

---

<sup>1</sup> <https://blog.hootsuite.com/calculate-engagement-rate/>

Otra técnica utilizada para recabar información sobre las bibliotecas seleccionadas fue la encuesta a través de un cuestionario formulado en un formulario de Google Forms y enviado por correo electrónico a cada biblioteca para ser respondida por su director o responsable de las mismas. La información sobre las direcciones de correo electrónico fue recogida desde sus sitios web.

Se logró un índice de respuesta del 77,7% (21 bibliotecas) en una espera de 2 meses desde su primer envío y con sucesivos recordatorios.

La encuesta se estructuró con un total de 24 preguntas (algunas abiertas y otras cerradas) a los directivos o responsables de las 27 BUPSF en donde 20 tenían carácter de obligatorias, presentando en ocasiones alternativas de respuesta como así también la posibilidad de agregar alguna aclaración u opinión al encuestado y en otras se utilizaron escalas ordinales.

Para el caso de bibliotecas que no tenían redes sociales solamente se pidió completar las tres primeras preguntas para obtener de ello un análisis de la no utilización de redes sociales.

Las secciones abarcadas fueron: uso actual de RRSS; caracterización de la biblioteca; gestión y planificación de RRSS; impacto recibido y por último, desafíos y capacitación. (Ver Anexo IV)

### **3.4.1. Matriz de pertinencia y prueba piloto**

Para cada técnica utilizada (observación y encuesta) se realizó su respectiva matriz de pertinencia en relación a los objetivos planteados en la investigación (Anexos V y VI) y una prueba piloto de la encuesta, enviada por correo electrónico a 4 responsables de bibliotecas que no forman parte de la muestra de esta investigación pero dos de ellas pertenecen a la red de bibliotecas de UNL (biblioteca de la escuela Industrial Superior “Gral. San Martín”, biblioteca pública

“Dr. José Gálvez” y dos colegas bibliotecólogos que se desempeñan en otras dependencias) para evaluar la claridad y la efectividad del cuestionario.

Los resultados revelaron la necesidad de modificar las preguntas que ofrecían la posibilidad de marcar más de una opción, ya que estaban fijadas en opción múltiple y debía colocarse casilla de verificación para permitir poder elegir varias opciones, por lo cual se realizaron los ajustes técnicos correspondientes y se implementaron en el estudio principal.

En resumen, la encuesta piloto no se incluye como parte de los resultados del estudio principal, sino que se utilizó para mejorar y validar la calidad y la validez del estudio principal.

#### **3.4.2. Procesamiento y análisis de los datos**

Para el caso de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los directivos o responsables de las bibliotecas universitarias analizadas, el formulario de Google Forms presentó las respuestas ordenadas en una hoja de cálculo que se utilizó como matriz de datos para realizar algunos gráficos.

Por su parte, para la elaboración de la guía de observación, se utilizó la herramienta de Microsoft Excel por lo cual los datos fueron agrupados y seleccionados a otra hoja de Excel para ir elaborando los respectivos gráficos y tablas.

## **CAPÍTULO 4**

### **RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS**

En esta sección se presentan las principales tablas y gráficos que ilustran los resultados más relevantes para responder los objetivos de la investigación.

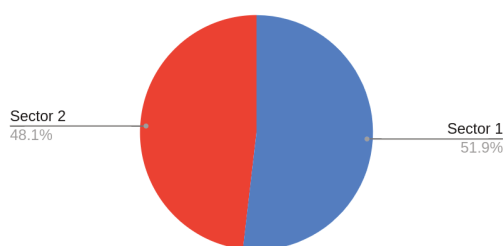
La presentación, interpretación y análisis de los datos se realiza por cada variable estudiada: uso de redes sociales por bibliotecas universitarias públicas; criterios de elección; gestión de redes sociales; planificación estratégica; tipo de contenido publicado; desafíos en la gestión de redes sociales; formación profesional en redes sociales; impacto de las redes sociales en la comunicación y vinculación.

A la vez se presentan los resultados apoyados por gráficos y se plantea también la discusión respecto a los antecedentes y marco teórico que sustentan esta investigación.

#### **4.1. Variable: Uso de RRSS por bibliotecas universitarias públicas**

Como se explicó en el Capítulo 3, se utilizaron dos instrumentos de recolección de datos, por un lado la observación directa en distintas redes sociales a las 27 BUPSF que conforman el estudio para determinar la presencia y cantidad de bibliotecas que poseen algún perfil en estas plataformas; por otro lado se llevó a cabo una encuesta a los directivos y/o responsables de cada una de estas bibliotecas para obtener más datos cuantitativos que no se pudieran obtener mediante la observación directa como así también datos cualitativos para complementar el análisis. La observación directa arrojó lo expresado por el siguiente gráfico:

*Gráfico 1. Presencia en Redes Sociales*



*Sector 1 (51.9%): 14 Bibliotecas con presencia en redes sociales.*

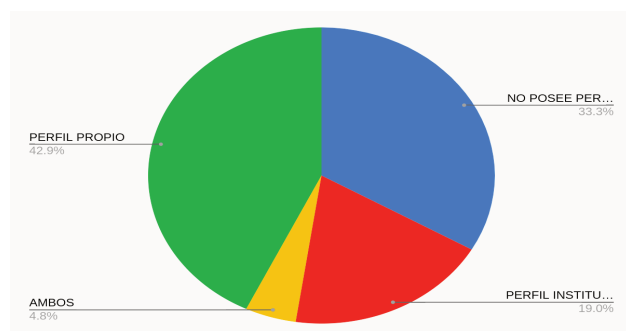
*Sector 2 (48.1%): 13 Bibliotecas sin presencia en redes sociales.*

El diagrama muestra claramente que apenas un poco más de la mitad de las bibliotecas (51.9%) tienen presencia en redes sociales, mientras que un porcentaje menor (48.1%) no están presentes en ninguna red social.

Estos resultados se complementan con más detalle con la encuesta realizada a directivos y/o responsables de cada biblioteca, aclarando que del total de 27 BUPSF no se logró el 100% de respuestas, sólo un índice de 21.

De ese instrumento se extrajo que el 42,9% (9 bibliotecas) tiene presencia en redes sociales a través de un perfil propio, un 33,3% (7 bibliotecas) no poseen perfil en ninguna red social, otro 19% (4 bibliotecas) tiene presencia en redes sociales a través de un perfil institucional y un 4,7% (una biblioteca) posee ambos perfiles (propio e institucional). Esto demuestra que la mayoría de las bibliotecas encuestadas posee un perfil propio en redes sociales quedando conformado de la siguiente manera:

*Gráfico 2. Perfiles en redes sociales*



Esta situación exhibe una similitud a lo expuesto en la encuesta internacional sobre redes sociales y bibliotecas WebJuntion (2018) en donde se ubica a las bibliotecas universitarias en un segundo lugar en cuanto al tipo de bibliotecas que utilizan RRSS.

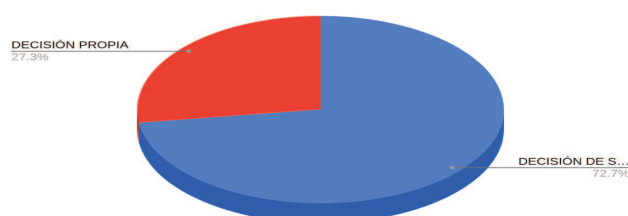
Los resultados obtenidos en este aspecto sugieren que la presencia en redes sociales es una práctica que llevan adelante las bibliotecas universitarias, se muestra una ligera tendencia hacia la incorporación de RRSS en dichas instituciones pero aún hay margen de crecimiento para su adopción por parte de algunas de ellas.

En este último punto la encuesta permitió indagar a las bibliotecas que no utilizan redes sociales, sobre la razón por la cual no tienen presencia en las plataformas como así también si existe intención futura de hacerlo.

Es así como el gráfico 3 muestra que de 11 bibliotecas que no tienen presencia en redes sociales, el 72,7% (8 bibliotecas) se debe a una decisión de su institución mayor (Facultad, Universidad) y en 3 (27,3%) fue por decisión propia.

Es decir que en su mayoría, la decisión de estar presentes en redes sociales se encuentra determinada por la institución mayor a la que pertenece una biblioteca universitaria.

*Gráfico 3. Decisión de la presencia en redes sociales*

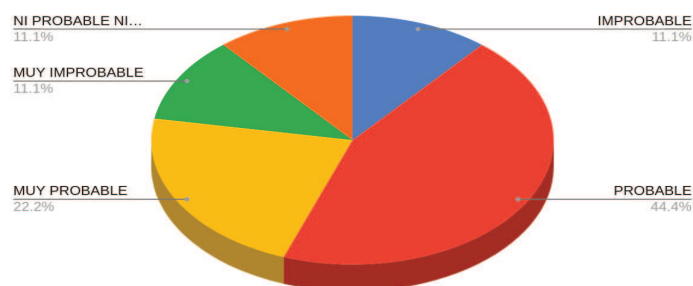


Por su parte, el gráfico 4 ilustra que de 9 bibliotecas que contestaron esta pregunta, la mayoría, el 66,6% (4 probables y 2 muy probables) deja abierta la

posibilidad en algún momento de tener participación en redes sociales. Las 3 respuestas ambiguas (especialmente "ni probable ni improbable") reflejan cierta incertidumbre o falta de una política clara sobre redes sociales en esas instituciones, más que representar un rechazo activo.

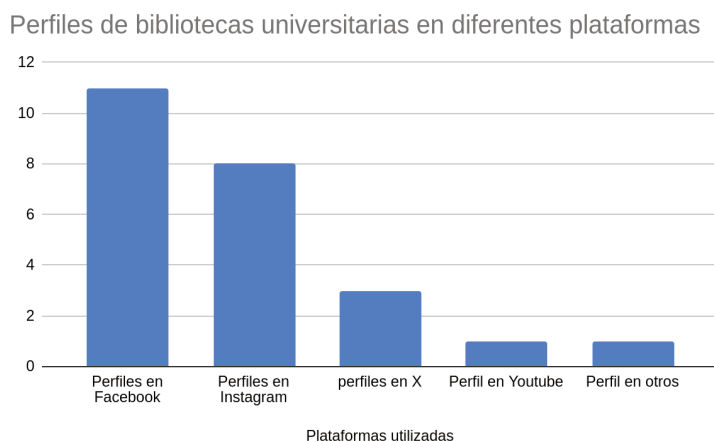
Aunque la mayoría no está participando activamente ahora, existe una fuerte apertura a la posibilidad futura de usar estas herramientas digitales que sugiere una evolución potencial en la actitud de estas unidades de información para futuras estrategias de comunicación.

*Gráfico 4. Intención de participación en redes sociales*



Otro aspecto se refiere a las plataformas más utilizadas, con lo cual se detectó que dentro de las 14 bibliotecas universitarias con presencia en redes sociales, existen 24 perfiles en total.

Gráfico 5. Plataformas más utilizadas



Se pudo observar que la plataforma más utilizada es Facebook, con 11 perfiles, seguida por Instagram, con 8 perfiles, luego en menor medida la red social X, con 3 perfiles y por último aparece Youtube y Threads con 1 sólo perfil.

Esto demuestra que Facebook lidera al momento de elegir una red social por parte de las BUPSF.

Este dato coincide con lo expuesto por Giménez (2024) en su estudio aplicado a instituciones universitarias en donde predomina el uso de Facebook aunque difiere un poco al orden de plataformas que le siguen en importancia.

También se puede observar una mejora respecto al uso de Facebook, planteado en su momento por Laudano et al. (2014) donde marcaba el escaso número de bibliotecas similares a la tipología de esta investigación que adoptaron Facebook.

A su vez, la información recabada se amolda a lo publicado en la encuesta internacional sobre redes sociales y bibliotecas WebJunction (2018) en donde se ubica a Facebook, X e Instagram en el ranking de RRSS más utilizadas en el área de las bibliotecas.

Este rasgo debe ser analizado además desde la actualización de su enlace, es decir, si se mantiene activo o no ya que tener un perfil de red social no significa que realmente esté siendo utilizado.

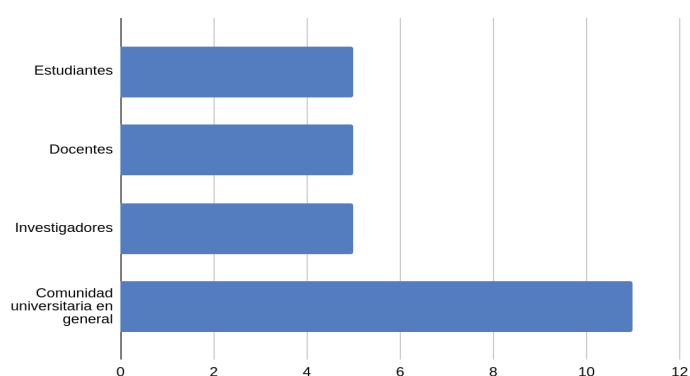
Así se encontró que de las 14 bibliotecas universitarias con presencia en redes sociales, 10 (71,4%) sí mantienen activos sus enlaces (con 2 bibliotecas que no los mantienen en todas sus plataformas, sólo en alguna) mientras que 4 (28,6%) presentan sus enlaces inactivos, lo que muestra que la mayoría de las BUPSF no sólo tiene presencia en alguna red social sino que tiene sus enlaces activos.

Por otro lado, la encuesta recabó información sobre el público al cual va direccionada la comunicación de estas bibliotecas en sus redes sociales.

En el gráfico 6 se observa que de las 12 bibliotecas que respondieron este aspecto casi su totalidad (91,7%-11 bibliotecas-) dirige su comunicación en RRSS hacia la comunidad universitaria en general. Esta inclinación puede relacionarse a la fuerte orientación de este tipo de bibliotecas con su misión principal vinculada a los fines propios de la universidad que abarca a toda la comunidad universitaria.

Sin embargo esta situación presenta una limitación y una debilidad estratégica en la gestión de redes sociales. En esta falta de segmentación, las bibliotecas pierden la oportunidad de maximizar el engagement y la eficacia de sus servicios y se corre el riesgo de que la comunicación pierda relevancia. Este argumento es defendido por Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) al afirmar que las bibliotecas deben hacer hincapié en la importancia de la segmentación con base en la planificación para llegar a diversos grupos dentro de la comunidad universitaria con contenido relevante y comunicar eficazmente los servicios especializados.

Gráfico 6. Público al cuál se dirige la comunicación



Otro aspecto vinculado a la variable 1 se relaciona con la frecuencia de uso que hace cada biblioteca en sus plataformas.

De esta manera se realizó el cálculo de la cantidad de publicaciones semanales y mensuales que cada biblioteca realizó durante el mismo período (junio de 2024 a diciembre 2024) en sus redes sociales.

Tabla 1. Promedio de publicaciones de cada biblioteca en sus RRSS

Biblioteca	Promedio de publicaciones en el muro de Facebook período junio a diciembre 2024		Promedio de publicaciones en el muro de Instagram período junio a diciembre 2024		Promedio de publicaciones en X período junio a diciembre 2024		Promedio de publicaciones en Youtube período junio a diciembre 2024		Promedio de publicaciones en otras redes período junio a diciembre 2024	
	mensual	semanal	mensual	semanal	mensual	semanal	mensual	semanal	mensual	semanal
1	4.14	1.03	4.57	1.14	1	0.25	0	0	0	0
2	17.14	4.28	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
3	0	0	1	0.25	0	0	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
4	5.85	1.46	4.42	1.1	4.71	1.17	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
5	0	0	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
6	1.57	0.39	3.42	0.85	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
7	4	1	5.28	1.32	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
8	sin perfil	sin perfil	2.42	0.6	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
9	sin perfil	sin perfil	0.57	0.14	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
10	0	0	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
11	2.14	0.53	1.42	0.35	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil

12	0	0	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
13	1.57	0.39	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil
14	sin perfil	sin perfil	0	0	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil	sin perfil

De la tabla se puede inferir que en el caso de la red social Facebook el 71.4% (10 bibliotecas) no alcanza la publicación semanal o sólo realiza una; el 7.14 % que equivale a una sola biblioteca realiza 4 publicaciones semanales en el período analizado y el 21.4% no tienen perfil en esa red social. Respecto a la frecuencia mensual se observa algo similar, en el caso de Facebook la mayoría de las bibliotecas (42.8%) no llega a realizar una publicación o sólo hace una al mes mientras que una sola biblioteca alcanzó las 2 publicaciones al mes, 3 instituciones alcanzaron de 4 a 5 publicaciones mensuales y una sólo reflejó la mayor actividad que corresponde a 17 publicaciones mensuales.

En cuanto a Instagram el 64.2% (9 bibliotecas) no llega a la publicación semanal o al menos sólo realiza una y el resto no posee perfil en ella. Para el caso de Instagram se refleja que el 28.5% de las instituciones no publico o al menos realizó una publicación mensual, 4 bibliotecas promediaron entre 2 a 4 publicaciones mensuales y una solamente logró 5 publicaciones en el período.

En el caso de la red social X, sólo 3 bibliotecas tienen perfil y siguen la misma tendencia de publicación de 0 (ninguna) a 1 semanalmente como así también no superan las 4 publicaciones mensuales.

En Youtube u otra red social sólo una biblioteca se observa con cuenta pero no ha realizado ninguna publicación en el período seleccionado.

Sobre este tema, los resultados de la encuesta se contraponen con lo observado en el punto anterior al obtener que la mitad de las bibliotecas (50%) aluden publicar a menudo en sus redes. Esto puede deberse a que la observación se llevó a cabo en un recorte temporal específico y aquí las respuestas dadas por las 12 bibliotecas se realizaron teniendo en cuenta posiblemente la actividad cotidiana de publicación desde el inicio de sus cuentas.

Los resultados evidencian que la gran mayoría de las BUPSF poseen perfiles con escaso movimiento de publicación en los muros de sus redes sociales, punto que refleja similitud con lo descrito en WebJunction (2018) en donde se infiere que aunque data de 2018 ya se menciona una cierta resistencia a la publicación en RRSS por parte de bibliotecas universitarias.

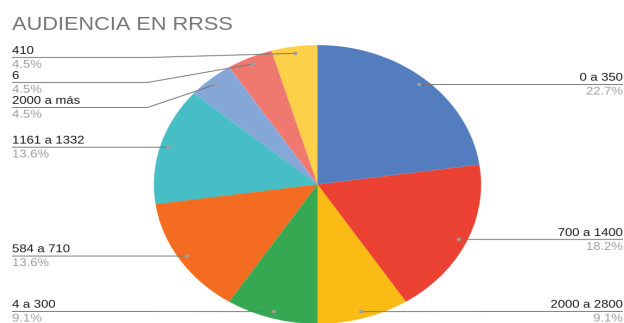
Estos resultados tampoco se ajustan a las recomendaciones de Hursh (2021) como publicar al menos una vez al día o no menos de 3 veces a la semana o lo recomendado por Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) de mantener una frecuencia constante, publicar regularmente para mantener a la audiencia comprometida y actualizada sobre las novedades de la biblioteca.

Respecto a la audiencia se puede observar que de 11 perfiles en Facebook, 5 bibliotecas (45,5%) no llegan a un mínimo de 500 seguidores en sus cuentas, 4 bibliotecas (36,4%) mantienen una cantidad de seguidores en una franja de 700 a 1400 y sólo 2 bibliotecas (18,2%) apenas superan los 2000 seguidores.

Para el caso de Instagram, de 9 perfiles se obtuvo que 2 bibliotecas (22,2%) no llegan a un mínimo de 500 seguidores, 3 bibliotecas (33,3%) apenas cubren el rango de 584 a 710 seguidores, es decir no llegan a 1000, otras 3 (33,3%) apenas superan los 1000 pero no pasan los 1500 seguidores y solamente una biblioteca (11,1%) pasa los 2000 seguidores.

En otras RRSS se detectó muy escasa audiencia para una biblioteca (1,4%) con apenas 6 suscriptores y otra con perfil en X (98,6%) con seguidores que no llegan a 500.

Gráfico 7. Audiencia en RRSS



En general se exhibe en cada perfil de red social de las BUPSF un escaso número de seguidores aunque con una cantidad mayor de bibliotecas que no llegan a los 500 seguidores en Facebook a comparación de Instagram.

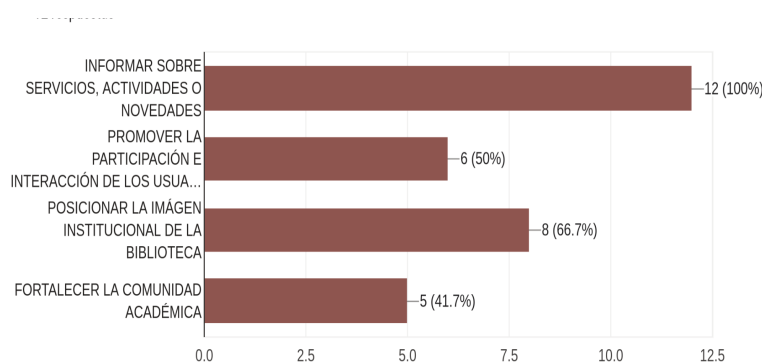
Aunque este aspecto por sí sólo no puede generar análisis para lo que es redes sociales, ya que la cantidad no hace a la calidad, pero sí manifiesta una falencia en el público objetivo mencionado anteriormente, permitiendo entrever que los números son bajos a las aspiraciones de las bibliotecas universitarias si se pretende cubrir a toda la comunidad universitaria y utilizar estas herramientas para comunicar, informar y generar una vinculación mayor con ella.

Este análisis se complementará luego en la variable 4.8 sobre interacción y engagement.

Otro rasgo son los objetivos comunicacionales, es decir, los objetivos de utilización de las RRSS.

Como muestra el siguiente gráfico, la encuesta confirma que el objetivo de la comunicación en sus redes sociales es informar sobre servicios, actividades o novedades.

Gráfico 8. Objetivos comunicacionales



La inclinación total hacia este objetivo es similar a los resultados obtenidos en investigaciones como las de Laudano et al. (2014), Choque Poma (2021), Basabe Melo (2021), Rodríguez (2023), Giménez (2024), en donde la difusión y promoción encabezan los objetivos de la mayoría de las bibliotecas para sus redes sociales.

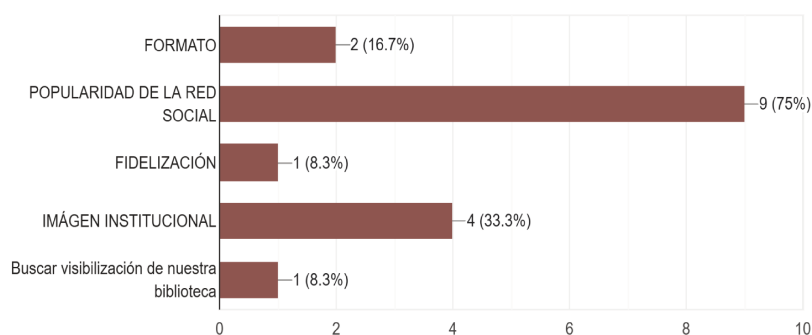
También debe recordarse lo que propone Marquina (2017) en este punto dentro de sus seis pasos para elaborar un plan de RRSS para bibliotecas que es el establecimiento de objetivos y metas en RRSS, siempre alineados con la estrategia global de la institución entendiendo qué es lo que se quiere conseguir con la presencia de la biblioteca en una red social.

#### 4.2. Variable: Criterios de elección

Para poder analizar este criterio se consultó a las BUPSF a través de la encuesta, los criterios que motivaron la elección de una red social.

El gráfico 9 ilustra que la opción más elegida (9 bibliotecas-75%-) abarcó la popularidad de la red social, seguida por la imagen institucional (33,3%) y en menor medida el formato, la fidelización de usuarios y la visibilización de la biblioteca.

Gráfico 9. Criterios que motivaron la elección de una red social



Se demuestra aquí que las bibliotecas universitarias priorizan este criterio porque las plataformas cuentan con un gran caudal de usuarios, como lo mencionara Aguiar y Silva (2010) los estudiantes universitarios en su día a día hacen uso de estas herramientas formando parte de la realidad de la comunidad académica.

Criterios como la fidelización de usuarios, el refuerzo de la imagen institucional, visibilización planteados en autores como Fernández Valderrama (2022), Cossich Ramos (2022), Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) no se ven muy reflejados en la elección de este colectivo de bibliotecas.

Se enfatiza que pese a la popularidad que ofrece una red social, no sólo es necesario pensar en ellas porque allí están los usuarios sino que se debe priorizar al momento de la elección cuáles son los objetivos que se persiguen, el público objetivo, los recursos, es decir, que ya inicie la actividad de planificación en RRSS.

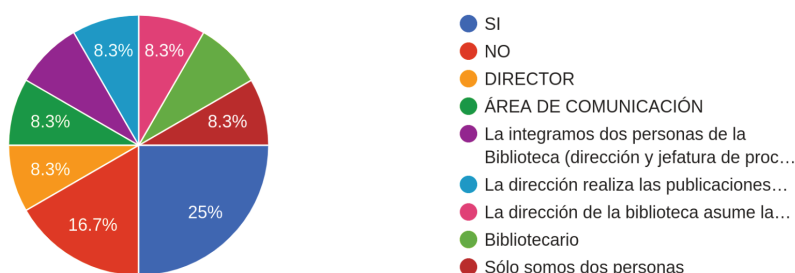
#### 4.3. Variable: Gestión de RRSS

Se abarcaron las siguientes dimensiones: la responsabilidad en la gestión de RRSS, planificación formal y comunicación externa digital.

Se pudo extraer mediante la encuesta que de 12 bibliotecas, el 25% cuenta con un área o persona encargada de la gestión de sus redes sociales y un 16,7% no poseen esta condición.

De los casos afirmativos se ofreció la posibilidad de agregar quién se encarga puntualmente de gestionar las redes sociales por lo que se argumentó en igualdad de porcentaje (8,3%) que la tarea está a cargo del director de biblioteca, dirección y jefatura de procesos técnicos, bibliotecario, etc. como evidencia el gráfico a continuación:

Gráfico 10. Gestión de RRSS



Esta situación revela un manejo y responsabilidad de los perfiles en RRSS por parte de las BUPSF mayormente desde cada dirección de las bibliotecas y una carencia de áreas específicas en donde se gestione esta actividad.

Los datos sugieren que estas instituciones no están asignando recursos humanos específicos y dedicados para la tarea, lo que compromete la efectividad de su presencia en línea. La presencia de una baja asignación de personal específico es un indicador de que, en la mayoría de los casos, la gestión de redes sociales es una tarea secundaria o complementaria. A su vez, se detecta una ausencia de gestión profesional que recae en roles diversos que implica una falta de planificación o manejo muy informal de estos canales de comunicación y que no exista una política clara sobre quién debe encargarse de la comunicación

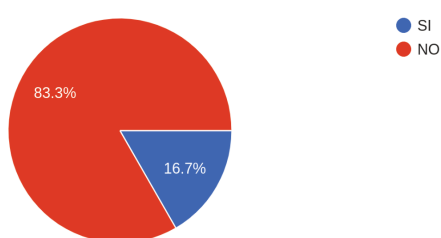
digital; más bien, se asigna a quien tiene disponibilidad o un cierto interés personal, lo cual no garantiza una estrategia coherente ni sostenible a largo plazo.

Queda demostrado que no se consideran las recomendaciones de Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) sobre quienes gestionan las redes sociales deben trabajar en equipo con colegas para un trabajo eficiente.

Los hallazgos evidencian también una brecha entre la práctica actual de las bibliotecas y las necesidades estratégicas para una comunicación digital eficaz como establece Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) quien ha enfatizado la necesidad de estrategias proactivas que requiere personal dedicado y con formación específica en comunicación digital y marketing; la importancia del desarrollo profesional como crucial para aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología. La asignación de la gestión de redes sociales a diferentes cargos sin formación específica va en contra de esta recomendación.

En lo que atañe a la dimensión sobre planificación formal, el gráfico 11 exhibe claramente que la mayoría, esto es, el 83,3% (10 bibliotecas) no cuenta con un plan de gestión formal escrito o un manual de procedimientos para RRSS y solamente un 16,7% (2 bibliotecas) manifiesta tenerlo.

*Gráfico 11. Planificación formal*



Estos resultados coinciden por lo expuesto en investigaciones como las de Rodríguez (2023), Rodríguez y Angelozzi (2024) quienes si bien abarcan todo su estudio en comunicación organizacional en bibliotecas universitarias privadas, una parte se ha enfocado en medios sociales y concluyen en un escaso desarrollo de documentos de gestión para una comunicación organizacional.

Vinculado a ello también se evidencia que de 12 BUPSF que respondieron a este punto, un 75% (9 bibliotecas) no forma parte de un plan institucional mayor.

Estos datos dan cuenta de la necesidad destacada por Marquina (2017) sobre la importancia de que las instituciones elaboren un plan de RRSS integrado a un plan de comunicación global que reúna todos los canales de comunicación de la biblioteca.

Estos resultados revelan una carencia estratégica crítica en la gestión de la comunicación digital de las bibliotecas encuestadas. La mayoría de las instituciones opera en redes sociales sin un manual de procedimientos o un plan de gestión formal, lo que indica un enfoque reactivo, informal y sin dirección clara.

Esta ausencia de un plan formal es alarmante y operar sin él expone a las BUPSF a diversos riesgos, desde crisis de comunicación mal manejadas hasta la simple ineficacia de sus mensajes.

La falta de un manual de procedimientos implica que las acciones en redes sociales dependen del criterio individual que lleva a una inconsistencia en el tono, la frecuencia, el tipo de contenido y la respuesta a los usuarios, diluyendo la identidad de la biblioteca en estos espacios.

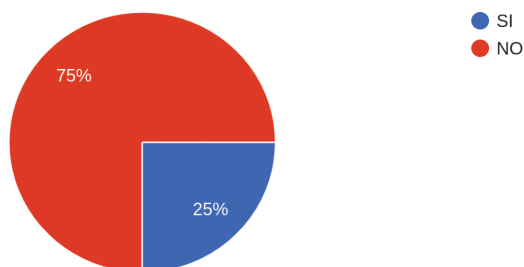
Esto contrasta con la literatura actual sobre gestión de bibliotecas en RRSS como el caso particular de recomendaciones de expertos como Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) quien ha insistido repetidamente en la necesidad de profesionalizar la presencia digital de las bibliotecas. Argumenta que para que las redes sociales sean efectivas, deben ser parte de un plan de marketing y comunicación más amplio, con objetivos claros, métricas de éxito y protocolos establecidos y que un plan formal asegura que el contenido sea relevante, oportuno y que llegue a las audiencias correctas, algo que no ocurre cuando la gestión es informal.

#### 4.4. Variable: Planificación estratégica en RRSS

Se considera importante recordar como ya ha expuesto esta autora que la planificación permite a las bibliotecas universitarias que puedan buscar un mejor rendimiento en sus acciones en línea y permitirá establecer objetivos a alcanzar, determinar el público al cual va dirigido, herramientas a utilizar de acuerdo a ese público, optimizar el tiempo que se invierte en en RRSS, entre otros beneficios.

Por ello, para el análisis de esta dimensión se indagó a las BUPSF a través de la encuesta sobre planificación en cuanto a tipo de contenido, fechas y responsables, por lo que se obtuvo que el 75% (9 bibliotecas) no realiza planificación del contenido a publicar y en menor cantidad (3 bibliotecas) sí lo hace.

*Gráfico 12. Planificación estratégica en RRSS*



Se puede constatar que la mayoría de las bibliotecas analizadas carecen de una planificación estratégica formal en el uso de RRSS, asumiendo como riesgos los planteados por autores como Marquina (2017) en un bajo rendimiento en sus acciones en línea, invisibilidad, ineficacia en la comunicación y un fracaso en consecución de objetivos.

Esto se contrapone además a lo planteado por Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) quienes manifiestan la importancia de la planificación de

contenidos y gestión de RRSS. Otra mirada similar la expone Pandolfo y Aguilera (2021) en donde le asigna notoriedad a la planificación en RRSS desde definición de objetivos, la calendarización y publicación.

Asimismo se exhibe una falencia en lo que respecta a la aplicación de evaluaciones sobre el rendimiento y métricas que realizan las BUPSF en sus RRSS, con resultados idénticos de 9 bibliotecas (75%) que no realizan evaluaciones ni realización de métricas internas.

Respecto a algunas métricas de rendimiento marcadas se destaca como la principal medición el alcance reflejando el interés de las BUPSF en el tamaño y crecimiento de su audiencia y el potencial de su organización.

Los resultados descritos se alejan de lo expuesto por Marquina (2017) cuando recomienda como último paso para completar la elaboración de un plan de RRSS para bibliotecas, la medición, evaluación y mejora del plan.

#### **4.5. Variable: Tipo de contenido publicado**

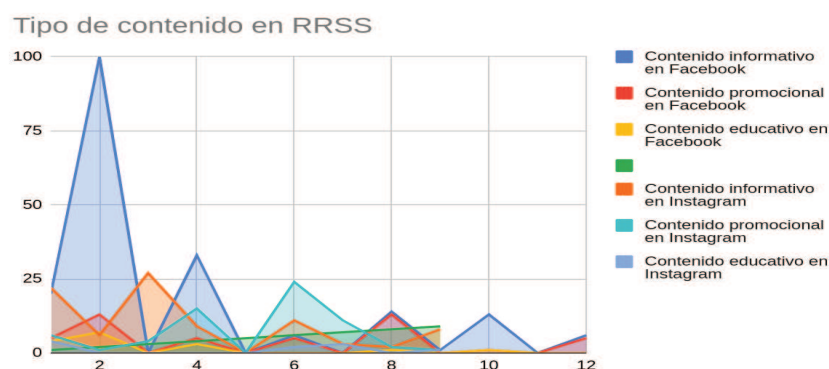
Como lo expresa Zarnowski (2025) al hablar de contenido se hace referencia básicamente a la información que se presenta en cualquier medio social o sitio web.

Para poder estudiar esta variable se analizaron durante el período de junio a diciembre de 2024 a través de la observación directa tanto el tipo de publicaciones (informativas, promocionales, educativas) en los muros de las RRSS de las BUPSF, el formato adoptado (texto, imagen, video, interactivo) y la calidad de dichas publicaciones para evaluar su contenido en función de utilidad, originalidad, relevancia y atractivo.

Para la dimensión tipo de publicaciones se dividieron en tres tipos: informativas (publicaciones sobre servicios y recursos de la biblioteca),

promocionales (promoción de actividades de la biblioteca u otro espacio de su institución mayor) y educativas (elaboración de tutoriales, guías de uso de diferentes recursos y servicios de la biblioteca). Se aclara que esta clasificación es propia de esta autora basada en los autores Lenis (2023) y Marquina (2018). A continuación se ilustran los resultados obtenidos por cada red social de las BUPSF en el período estudiado:

*Gráfico 13. Tipo de contenido publicado en RRSS*



De un total de 256 publicaciones de las bibliotecas que tienen Facebook, la mayoría abarcan publicaciones de tipo informativas, esto es, un 75,39% (193 publicaciones), 18,35% (47 publicaciones) corresponden a contenido promocional y un 6,25% (16 publicaciones) son educativas.

Para el caso de Instagram, se observa en el período abarcado que también predominan las publicaciones de tipo informativas con un total de 88 publicaciones (54,32%), el 39,5% (64 publicaciones) pertenece a publicaciones de promoción y el 6,17% (10 publicaciones) son de tipo educativas.

En el caso de la red social X, de 3 bibliotecas que tienen cuenta sólo se relevó que una sola biblioteca realizó publicaciones en el período con 27 publicaciones de contenido informativo, 3 promocional y 3 educativas.

Por último se aclara que en la red social Youtube no se pudo realizar un análisis ya que una sólo biblioteca posee cuenta pero no hizo publicaciones en el período.

Se demuestra que entre las categorías del contenido a publicar en sus redes sociales, la mayoría (75%-9 bibliotecas-) publica regularmente noticias y novedades institucionales, seguida por actividades culturales, recomendaciones de lectura, recursos y herramientas académicas. En menor medida otras como publicaciones con fines recreativos, normas de uso de la biblioteca, entre otros.

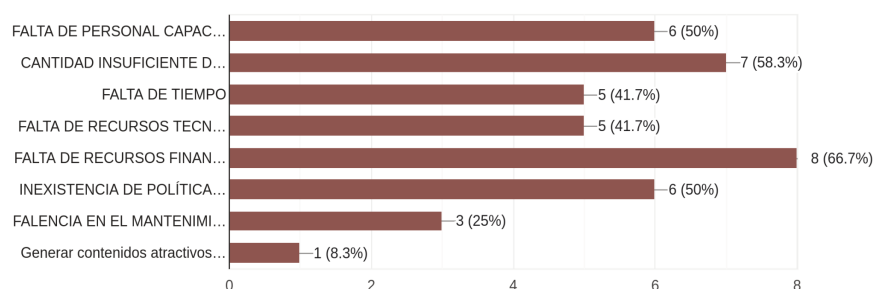
De todo ello se puede extraer que las BUPSF publican en sus redes sociales contenido mayormente informativo, es decir, información sobre horarios de atención y ubicación, servicios y recursos que se ofrecen, efemérides, adquisiciones, entre otros. A resultados similares arribaron Arroyo-Vázquez (2018), Rodríguez (2023), Giménez (2024), Laudano et al. (2014) y Pandolfo y Aguilera (2021) en donde se manifiesta que este tipo de bibliotecas sólo actúan como emisoras de contenidos informativos y el interés de la mayoría es comunicar sobre promoción y difusión de servicios, generando de esta manera una brecha entre uso e interacción, es decir, un interés hacia lo puramente informativo, una comunicación lineal, no logrando captar el interés de los seguidores, con publicaciones carentes de atractivo y con baja frecuencia de publicación que no contribuyen a la interacción con usuarios hoy concebidos por autores como Rodríguez García (2021) como prosumidores en donde crean contenido y participan. Esto demuestra que este colectivo de bibliotecas no han dado el salto aún hacia una biblioteca pensada con la participación del usuario como tampoco el ofrecimiento de espacios colaborativos en RRSS.

#### **4.6. Variable: Desafíos en la gestión de RRSS**

Los desafíos detectados en la gestión de RRSS incluyeron lo referente a recursos humanos y materiales de las bibliotecas universitarias, estrategias y monitoreo de RRSS.

La indagación se llevó adelante a través de la encuesta, en la cual se detectó que el 66,7% (8 bibliotecas) plantea como mayor desafío el proveniente de falta de recursos financieros, 7 bibliotecas (58,3%) manifiestan una cantidad insuficiente de personal, 6 bibliotecas marcan una falta de personal capacitado y la inexistencia de políticas de comunicación digital, 5 bibliotecas enfatizan en falta de tiempo y de recursos tecnológicos, un 25% una falencia en el mantenimiento, control y seguridad de las plataformas y sólo una biblioteca presenta el desafío de generar contenidos atractivos y relevantes y la necesidad de adaptación a un entorno digital en constante evolución. Así lo muestra el gráfico a continuación:

*Gráfico 14. Desafíos en la gestión en RRSS*



Se puede observar aquí una gran diferencia con dos de los tres desafíos planteados en su momento por la encuesta internacional de WebJunction (2018) sobre RRSS y bibliotecas en donde los retos apuntan a lograr crecimiento en audiencias y seguidores y la administración de las RRSS. Coincidiendo solamente en cuanto al tiempo y personal para dedicarse a la tarea.

Se agrega además que, el hecho de que solamente una biblioteca manifieste como desafío la generación de contenido atractivo, hace entrever una carencia en generar una relación bidireccional entre la biblioteca y sus usuarios.

Estudios como los de Arroyo-Vázquez (2018) y Laudano et al. (2014) han expuesto en forma similar este aspecto en donde se posiciona a las bibliotecas como emisoras y difusoras de contenidos en lugar de generar espacios de intercambio y construcción colectiva.

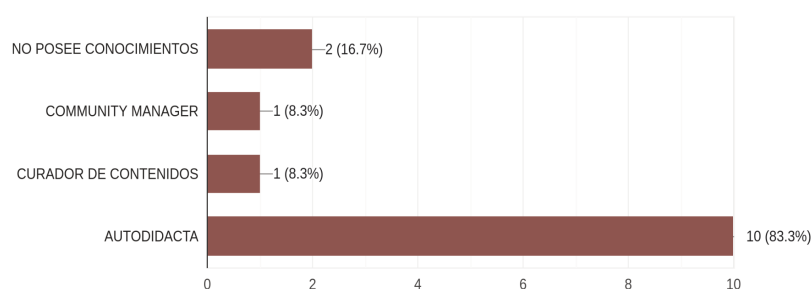
Esta situación expone una necesidad respecto a una formación continua en RRSS en el campo bibliotecológico y en donde quedan a mitad de camino estas unidades de información a los conceptos actuales de bibliotecas universitarias como los mencionados en el capítulo 2 de la sección 2.1.4 como el modelo CRAI apoyado por Echeverría et al. (2018) y Gaitán y Coraglia (2020), caracterizado por la incorporación y manejo de tecnologías digitales para brindar apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje y producción del conocimiento; la biblioteca 2.0 y 3.0 planteada por autores como Margaix Arnal (2007), Furtado (2019) y Paletta (2019) basadas en la participación, creación de espacios inteligentes y colaborativos y la necesidad de una demanda de capacitación constante y adaptación del personal bibliotecario, con nuevas funciones en su labor, no son congruentes con la realidad de estas bibliotecas.

#### 4.7. Variable: Formación profesional en RRSS

La variable formación profesional en RRSS comprende en este estudio a la tipología del profesional encargado en la tarea de RRSS, su capacitación profesional y las tareas desempeñadas.

Esta información se relevó a través de la encuesta enviada a los directivos y/o responsables de cada biblioteca que conforman esta investigación.

*Gráfico 15. Formación profesional en RRSS*



El gráfico anterior muestra como la mayoría de las bibliotecas (83,3%) expresaron un aprendizaje autónomo en RRSS, confirmando de esta manera que

no existe un desarrollo de nuevos roles profesionales surgidos de estas plataformas digitales en las BUPSF.

Profundizando en la capacitación profesional del personal encargado de las RRSS de las bibliotecas se pudo obtener a través de una pregunta abierta en la encuesta la cantidad y temáticas de los cursos realizados. Entre las respuestas se destaca en primer lugar que 4 bibliotecas (33,3%) contestaron no haber efectuado ningún curso, en otros casos se mencionaron una gran cantidad de capacitaciones relacionadas a la profesión bibliotecaria y el entorno de las TICs como un magister (no se aclara sobre qué), Licenciatura en Bibliotecología, Diplomatura en Bibliotecología y cursos sobre IA y transformación digital, herramientas de gestión de Google, etc. La Diplomatura a través de otra Universidad Nacional. Cursos que se ofrecieron en el programa de Capacitación para el Personal No docente (APUL-UNL) sobre Canva; cursos dictados por la ABISFE (Asociación de Bibliotecarios de Santa Fe) sobre formación gratuita en línea. Biblioteca digital y libros electrónicos. Trabajo colaborativo y planificación digital. Herramienta de uso libre para realizar presentaciones dinámicas en línea. Servicios de información y referencia especializada: En el entorno de las TICs. Un taller sobre trabajo colaborativo en red y seminarios del SIU.

La temática sobre curación de contenidos aparece solamente en una biblioteca y en 3 oportunidades se manifestaron cursos sobre “redes sociales: lenguaje y herramientas iniciales”; “Biblioteca 2.0: Introducción Multimedia, Colaboración y Redes”; “Manejo de redes sociales y edición”.

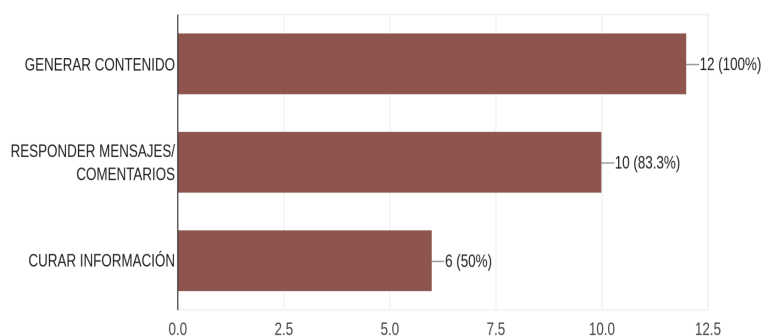
Si se ha hecho referencia a que las bibliotecas universitarias deben estar presentes en estos nuevos medios comunicacionales en los cuales se encuentran sus usuarios y que junto a sus profesionales deben estar a la vanguardia de las nuevas herramientas que ofrece la web 2.0 como son las RRSS, adaptando sus productos y servicios, buscando nuevas estrategias de comunicación y difusión de información y generación de contenido para hacer frente a usuarios cada día más informados, críticos y exigentes y como plantea Fernández Valderrama (2022) que

las RRSS son perfectas para que los profesionales de la información traspasen las estructuras físicas de sus bibliotecas, llama la atención la escasa formación profesional en el tema. Los hallazgos demuestran que muchas bibliotecas carecen de personal capacitado específicamente para gestionar redes, falta de formación de un perfil profesional con habilidades, destrezas y conocimientos que lo ayuden a enfrentar los desafíos actuales que proponen las tecnologías digitales.

Esta deficiencia impide el desarrollo de estrategias comunicativas efectivas como menciona Vidal Fernández (2020) y Vallefin (2020) en cuanto a la concepción de las RRSS dentro de la comunicación externa digital de las organizaciones, la cual debe estar sustentada en conocimiento y planificación.

Sobre las tareas específicas desempeñadas por el personal de RRSS, el siguiente gráfico permite ilustrar que el 100% de las bibliotecas que respondieron esta pregunta apuntaron como actividad que realizan la generación de contenido. El 83,3% (10 bibliotecas) manifestó responder mensajes o comentarios y sólo 6 bibliotecas (50%) la tarea de curar información.

*Gráfico 16. Tareas del personal de RRSS*



La alta tasa de respuesta sobre generación de contenido se explica como una concepción de las bibliotecas sobre todo lo que se publica, que ya fue expuesto en otros puntos basado en publicaciones lineales y direccionales sobre horarios, servicios, novedades, efemérides y no es interpretada como generadora de contenido bidireccional, es decir interesa generar y publicar contenido sin abarcar

la concepción de biblioteca participativa con interacción con sus usuarios . También es llamativo el resultado sobre curación de información puesto que muestra una contradicción respecto a lo apuntado sobre la capacitación en ese aspecto.

Por último, se propuso mediante otra pregunta abierta recabar la opinión sobre la experiencia de cada biblioteca universitaria en la actividad de redes sociales.

De 12 bibliotecas que contestaron se pudo extraer que una sola expresó una nula experiencia con RRSS mientras que la gran mayoría ha planteado ser muy positiva, destacando la posibilidad de acercar al usuario con la biblioteca, una mayor conexión, considerando esta experiencia como innovadora para poder mostrar recursos y servicios de la biblioteca. En un caso se valora la posibilidad de haber creado una política interna para luego generar los perfiles en RRSS, se enfatiza también en una mayor comunicación e interacción con los usuarios y se considera a Facebook como la plataforma más recomendable para las bibliotecas.

Por su parte cabe aclarar que a pesar de compartir experiencias positivas, también expresan que se podría ir más allá con una planificación en lo que respecta a las redes como así también los desafíos de llevar adelante la actividad con poco personal y escasa capacitación específica sobre el manejo de redes sociales.

#### **4.8. Variable: Impacto de las RRSS en la comunicación y vinculación**

Esta última variable refiere al grado en que el uso de estas plataformas influye en la capacidad de las bibliotecas universitarias para comunicarse eficazmente con sus usuarios, fomentar la participación de la comunidad y fortalecer las relaciones con ella.

Se desprenden las siguientes dimensiones :

### *Interacción*

En primer lugar se debe aclarar que para esta dimensión se utilizó la observación directa en los perfiles de redes sociales de las BUPSF en el período comprendido.

#### Red social Facebook

El análisis de las interacciones sólo se pudo realizar sobre 8 bibliotecas (72 %) de las 11 que tienen perfil en esta red social debido a que las 3 restantes (27%) no presentan publicaciones en el período de estudio.

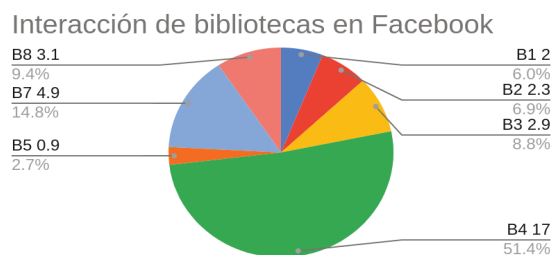
En lo que respecta a *comentarios*, 2 bibliotecas (25%) no obtuvieron esta interacción en ninguna publicación y la mayoría de ellas (5 bibliotecas-62,5%) no superan los 7 comentarios en total en el período de 7 meses. Sólo una biblioteca (12,5%) obtuvo más de 10 comentarios (13 en total) en su muro.

En cuanto a los *compartidos*, el máximo fue de 31 y el mínimo 2. Una sola biblioteca no tuvo esa interacción en ninguna publicación en el período.

De los *Me Gusta* sólo 2 bibliotecas (25%) tienen más de 100 me gusta en sus publicaciones en el período, una biblioteca (12,5%) no recibió ningún me gusta, 3 bibliotecas (37,5%) tuvieron menos de 50 me gusta y las 2 restantes (25%) superaron los 60 me gusta. El 87,5% de las bibliotecas tienen menos de 100 me gusta en el período abarcado.

A través del gráfico 17 se puede observar que el promedio máximo de interacciones es 17 y el mínimo 0. La mayoría de las bibliotecas (87,5%) tiene menos de 4 interacciones en total en sus publicaciones en sus muros durante el período de junio a diciembre de 2024.

Gráfico 17. Interacción en Facebook ( comentarios, compartidos, me gusta-sólo en muro-)



### Red social Instagram

En esta oportunidad, de 9 bibliotecas que tienen presencia en Instagram, se pudieron extraer resultados solamente de 8 instituciones (88,8%) debido a que una (11,1%) no realizó publicaciones en el período analizado.

En cuanto a *comentarios* se observa que 4 bibliotecas (50%) presentan 5 o menos comentarios en sus publicaciones en sus muros en dicho período.

El 25% (2 bibliotecas) tienen más de 10 comentarios y otras 2 ( 25%) logran más de 20 de estas interacciones. El máximo de comentarios fue de 30 y el mínimo 0.

Respecto a los *compartidos*, en 2 bibliotecas (25 %) no se presenta esta interacción en ninguna de sus publicaciones del período, una biblioteca (12,5%) presenta apenas 3 compartidos en total , 2 bibliotecas (25%) alcanzan entre 20 y 30 compartidos y 3 instituciones (37,5%) superan los 100 compartidos, siendo el máximo de compartidos en total 114 y el mínimo 0.

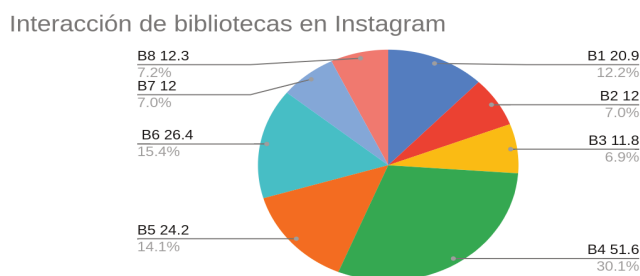
La mayoría (6 bibliotecas-75%-) se encuentra por debajo de los 36 compartidos en sus publicaciones en sus muros dentro de los 7 meses estudiados.

De los *Me Gusta*, una sola biblioteca (12,5%) tiene menos de 50 me gusta en total en sus publicaciones, otra institución (12,5%) suma un poco más de 50, 3

bibliotecas (37,5%) tienen entre 100 y 400 me gusta, otras 2 (25%) entre 500 y 700 me gusta y una sola (12,5%) supera los 1000 me gusta.

Como muestra el gráfico 19, el promedio máximo de interacción es de 51 y el mínimo 11. El 87,5% de las bibliotecas (7) tienen menos de 51 interacciones en sus publicaciones en el período, lo que da cuenta de aproximadamente 7 interacciones por mes en el lapso de junio a diciembre.

*Gráfico 18. Interacción en Instagram ( comentarios, compartidos, me gusta-sólo en muro-)*



### Otras redes sociales

Para el caso de la red social X se detectó que de 3 bibliotecas que tienen presencia en esta plataforma, solamente se pudieron obtener datos de una sola biblioteca (33,3%) debido a que las restantes no tuvieron actividad en el período analizado.

La única biblioteca con publicaciones en el período realizó 33 publicaciones, con 10 retweets, recibió 61 me gusta y obtuvo 17 comentarios en el período. Su tasa de interacción es de 2,6.

Sobre Youtube, hubo 2 bibliotecas con perfiles pero ninguna realizó publicaciones en el período estudiado por lo cual no pudieron ser analizadas.

### Engagement

Como se explicó en el capítulo 2 para calcular el engagement se utilizó la calculadora de tasa de interacción gratuita de Hootsuite para cada red social de las BUPSF.

### **Facebook**

El 100% de los perfiles de las 8 BUPSF no alcanzó el mínimo recomendado de 3.6% para esta red social en el rubro educación según Mikolajczyk y Hu (2024).

### **Instagram**

Se evidencia que el 75% (6 bibliotecas) de los perfiles en esta red social no cumple con el engagement promedio recomendado que es 4.7%, según lo arrojado por Mikolajczyk y Hu (2024). Solamente 2 bibliotecas (25%) igualan o superan esta media siendo el engagement más alto de 9.9%.

### **Otras redes sociales**

El único perfil activo en la red social X, en el período estudiado, arroja un engagement de 0.7%, muy lejos del promedio recomendado. Como lo manifiestan Mikolajczyk y Hu (2024) para el área de educación la tasa de interacción promedio en X (Twitter) debe ser de 3.3%.

Por último se aclara que no se pudo obtener engagement de la red social Youtube debido a que las 2 bibliotecas con cuentas en esta plataforma no realizaron publicaciones en el período abarcado.

Los resultados evidencian similitudes con las conclusiones arrojadas en otras investigaciones como las de Arroyo-Vázquez (2018) que arroja un bajo nivel de interacción en Facebook, poniendo en consideración la interacción como clave en la estrategia de RRSS en las bibliotecas y Rodríguez (2023) que expone una poca interacción con los usuarios.

Se refuerza la insuficiente participación o interacción de los seguidores con las publicaciones en las distintas redes sociales de las BUPSF. El engagement y la interacción es un poco más en Instagram que en Facebook pero los resultados son en general muy bajos como así también se demuestra que no aparece interacción significativa en otras redes sociales.

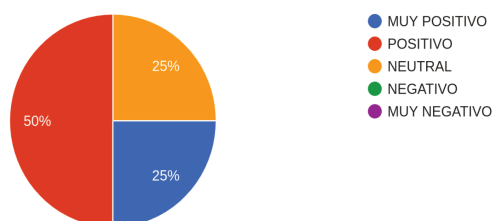
Sobre las propuestas de participación que elaboran las bibliotecas para los usuarios se pudo extraer que el 50% (6 bibliotecas) a veces llevan adelante propuestas mientras que la otra mitad lo considera poco habitual o nula.

Al indagar un poco más sobre las propuestas puntuales llevadas adelante por las bibliotecas universitarias para fomentar la participación con sus usuarios, las respuestas permiten inferir que mayormente estas instituciones no llevan adelante propuestas atractivas e innovadoras para fomentar la participación e interacción de los usuarios y se basan en prácticas direccionales como informar o difundir servicios, efemérides o eventos y/o tutoriales de formación de usuarios.

No se cumple aquí la recomendación de Alonso Arévalo y Quinde-Cordero (2023) de fomentar la interacción a través de preguntas, encuestas o concursos que involucren a los usuarios, respondiendo sus comentarios y mensajes para demostrar una valoración en su participación.

Respecto al impacto en la vinculación entre la biblioteca con su comunidad universitaria se expone mediante el siguiente gráfico que de un total de 12 bibliotecas, 6 (50%) lo evalúan positivamente y la otra mitad se divide en partes iguales entre neutral y muy positivo.

*Gráfico 19. Impacto de las RRSS en la vinculación biblioteca-comunidad universitaria*



Ligado a ello ante la opinión sobre cómo se considera que el uso de redes sociales en la biblioteca impacta en la comunicación y relación con sus usuarios se obtuvieron 12 respuestas de las cuales se considera en 2 oportunidades que el impacto es muy bajo.

En contraposición a ello el resto coincide en afirmar que en general el uso de las redes sociales en las bibliotecas es una experiencia positiva, convirtiéndose en una herramienta valiosa para visibilizar lo que la biblioteca hace, los servicios que se ofrecen, el material que ingresa, y hacer participar a los usuarios para crear comunidad.

Aunque se marca una paulatina visibilización en la comunidad universitaria también se aclara que en los casos de las bibliotecas que dependen de un área de comunicación institucional, muchas veces son reticentes a incorporar en sus agendas de comunicación lo que la biblioteca considera de importancia para ser difundido y remarcan que el uso de redes sociales es un complemento para fortalecer la comunicación, aunque no puede reemplazar otros medios.

Se destaca la idea desarrollada por esta autora en el marco teórico en lo referente a la comunicación externa digital, en donde la utilización de RRSS por parte de las bibliotecas universitarias influye en su capacidad para comunicarse eficazmente con sus usuarios, fomentar la participación de la comunidad y fortalecer las relaciones con ella.

Esta vinculación también permitirá validar uno de sus objetivos, el de ser conocidas por la comunidad en general y reconocidas por su comunidad universitaria.

Para terminar se manifiesta que en general los resultados empíricos evidencian una escasa articulación entre las prácticas observadas y los modelos conceptuales abordados en el capítulo 2, que señala una evolución del modelo de biblioteca universitaria hacia centros integrales de recursos para el aprendizaje, docencia e investigación, luego avanzando hacia la biblioteca 2.0 basada en la utilización de herramientas de la web 2.0 como las RRSS y la biblioteca 3.0, aquella que permite espacios de participación y colaboración con los usuarios en estas plataformas atendiendo a un usuario prosumidor.

Si bien se manifiesta en la mayoría de las BUPSF un impacto positivo respecto al uso de RRSS, situación que se asemeja a lo planteado por autores como Choque Poma (2021) que puso énfasis en la concientización de las bibliotecas en usar RRSS como un beneficio en la comunicación con sus usuarios, queda en evidencia que esta adopción tiene aún un desarrollo limitado sin una gestión y planificación que la sustente.

## CONCLUSIONES

El presente trabajo final tuvo como objetivo general analizar el estado actual del uso de redes sociales en la comunicación y gestión de las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe (Argentina) e identificar los factores que influyen en su implementación. Y como objetivos específicos el identificar las redes sociales en las que participan, las redes sociales más utilizadas y con qué frecuencia, criterios que influyen en la elección de cada plataforma de RRSS, la gestión de las redes sociales en estas bibliotecas, considerando si es institucional, espontánea o iniciativa individual, existencia de una planificación estratégica en la gestión de redes sociales, tipos de contenido publicados durante el período junio-diciembre de 2024, objetivo principal de la publicación de contenidos en RRSS (informar, interactuar, promocionar servicios, etc.), principales dificultades que enfrentan las BUPSF en la implementación y gestión de RRSS, nivel de capacitación del personal bibliotecario en la gestión de redes sociales y análisis del impacto del uso de RRSS en la comunicación y vinculación de las BUPSF con la comunidad académica.

Se pretende reforzar la importancia de la adaptabilidad de las bibliotecas universitarias al entorno de las TIC. De allí, entenderlas dentro de un nuevo concepto de biblioteca (biblioteca 2.0 y 3.0) inteligente, flexible al cambio, autónoma, eficiente, que se convierta en una plataforma para que los usuarios puedan contribuir, crear, interactuar y colaborar para conformar una red colaborativa tanto para ellos como para los bibliotecarios y poder fidelizar, lo que se traduce en ser verdaderas plataformas interactivas que los usuarios elijan.

Desde esta investigación se apoya la idea de que debe realizarse un uso responsable de estas plataformas, con seriedad y responsabilidad en su gestión, permitiendo un aprendizaje colaborativo, espacios de intercambio de información para la cooperación y como medios comunicativos para enlazar, publicar, intercambiar opiniones, experiencias y conocimientos con los usuarios.

En relación al primer objetivo específico los hallazgos demuestran que apenas un poco más de la mitad de las BUPSF tienen presencia en RRSS con perfil propio mayoritariamente, demostrando un reconocimiento del valor estratégico de estas herramientas para la comunicación bidireccional y la construcción de comunidad. Sin embargo, la reticencia existente debe interpretarse como un reflejo de desafíos reales, principalmente la escasez de recursos humanos y la necesidad de directrices estratégicas claras sumados al factor institucional que juega un papel determinante, limitando en ocasiones la autonomía de las bibliotecas, aunque la previsión de una futura participación sugiere un cambio de paradigma inminente.

Respecto al segundo objetivo específico se extrajo que las plataformas más utilizadas son Facebook seguida de Instagram, destacando la importancia de que en su mayoría las BUPSF mantienen activos sus enlaces. En cuanto a la frecuencia de publicación se evidencia que la gran mayoría de las BUPSF poseen perfiles con escaso movimiento de publicación en los muros de sus redes sociales.

Sin embargo, aunque la adopción de RRSS por parte de estas unidades de información sea mayoritaria, presenta una brecha significativa entre la simple creación del perfil y su gestión efectiva, cayendo muchas de ellas en una presencia pasiva al constatar perfiles con escaso movimiento de publicación. Esta frecuencia de publicación baja no solo es ineficaz, sino que va en contra de la naturaleza de estas plataformas, donde la relevancia se mide por la actualidad y la interacción anulando también los beneficios potenciales de visibilidad y comunicación.

El desafío real radica en cómo estar presente y la superación de esta brecha entre la simple existencia del perfil y el compromiso activo y frecuente es esencial para que las bibliotecas universitarias maximicen su valor y pertinencia en la era digital.

Se precisa además que la comunicación de estas bibliotecas en RRSS se direcciona y abarca en su mayoría a toda su comunidad universitaria. Vinculado a

ello, aunque no existe un parámetro ideal de cantidad de audiencia, puesto que cantidad no hace a calidad, los datos de cada red social permiten entrever que los números son bajos a las aspiraciones de las bibliotecas universitarias si se pretende utilizar estas herramientas para comunicar, informar, generar una vinculación mayor con su comunidad universitaria. No basta con saber a quién dirigirse; es imperativo desarrollar estrategias activas y con recursos suficientes que garanticen que ese público realmente sea alcanzado y se vincule de manera significativa con los servicios y recursos que la biblioteca ofrece.

Para el objetivo específico 3 se demostró el argumento de elegir una red social por su popularidad, lo que indica que las bibliotecas universitarias priorizan este criterio porque las plataformas cuentan con un gran caudal de usuarios.

Pese a ello el criterio de popularidad no debe ser el único ni el principal. Se exige la necesidad de una estrategia de redes sociales basada en datos y objetivos claros, que evalúe qué plataformas son más efectivas para la comunicación con la comunidad universitaria específica, en lugar de dejarse llevar por el gran caudal de usuarios de una plataforma.

Para el objetivo específico 4 se comprueba que el manejo y responsabilidad de los perfiles en RRSS por parte de las BUPSF se da mayormente desde cada dirección de biblioteca exhibiendo a la vez una carencia de áreas específicas que gestionen esta actividad. A la vez, mayoritariamente no cuentan con un plan de gestión formal escrito o manual de procedimientos para RRSS.

Sumado a ello, la mayoría de las BUPSF no forman parte de un plan institucional mayor, dando cuenta la necesidad sobre la importancia de que las instituciones elaboren un plan de RRSS integrado a un plan de comunicación global que reúna todos los canales de comunicación de la biblioteca.

Toda esta situación se traduce en una ausencia de gestión y asignación de recursos adecuada. Para que las bibliotecas universitarias logren sus aspiraciones

de una vinculación y una comunicación efectiva, integrada a un plan de comunicación externa digital más amplio, es imperativo profesionalizar la gestión de sus canales digitales, creando áreas o roles específicos con personal formado que pueda dedicar el tiempo y la experiencia necesarios para una presencia activa y de calidad.

En el objetivo 5 se concluye que en su mayoría estas bibliotecas no realizan planificación de contenido y exhiben falencias en la aplicación de evaluaciones de rendimiento y métricas.

Lo anterior es la causa raíz que explica la mayoría de las debilidades identificadas en los puntos anteriores (baja frecuencia, alcance limitado, gestión desde dirección). La ausencia de un plan de contenidos es la razón directa de la escasa frecuencia de publicación. Sin un plan, la gestión se vuelve reactiva e improvisada.

La falta de evaluación de rendimiento y métricas impide a las bibliotecas tomar decisiones basadas en datos. Esto puede explicar por qué se prioriza un criterio simplista como la "popularidad" de una red social en lugar de su eficacia real con la comunidad universitaria. Sin métricas, no se puede saber si la elección es acertada o si el contenido es relevante.

Sin un plan claro que defina objetivos medibles, estrategias para alcanzarlos y mecanismos para evaluar el progreso convierte la aspiración en una ilusión.

La superación de esta falta de planificación es el paso fundamental para que las BUPSF dejen de tener una presencia pasiva y comiencen a ser actores relevantes y efectivos en el entorno digital de sus universidades.

En lo que refiere al objetivo 6 queda demostrado que las BUPSF publican en sus redes sociales contenido mayormente informativo, es decir, información sobre horarios de atención y ubicación, servicios y recursos que se ofrecen, efemérides, adquisiciones, entre otros.

Los resultados obtenidos aquí representan otra muestra del por qué la audiencia es baja. Las BUPSF tratan las RRSS como un tablón de anuncios o un complemento de su sitio web, en lugar de un canal de comunicación interactivo y bidireccional. Las redes sociales requieren una gestión activa y un tipo de contenido que fomente la interacción. Estas bibliotecas están perdiendo la oportunidad de generar otro tipo de contenido de alto valor para la comunidad universitaria.

Se deduce también que la prevalencia de este tipo de contenido básico es un síntoma claro de que no existe una estrategia de contenido definida.

En conclusión, el tipo de contenido actual es insuficiente para cumplir con una vinculación mayor.

Sobre el objetivo específico 7 se exhibe una inclinación total hacia el objetivo comunicacional de informar sobre servicios, actividades o novedades de las bibliotecas.

Esta inclinación total hacia la función informativa, confirmada por el tipo de contenido publicado, revela una visión limitada del potencial de las RRSS y un enfoque inmaduro de la comunicación digital en el contexto académico.

Se observa una visión reduccionista de la comunicación que prevalece en este tipo de bibliotecas. La comunicación en redes sociales no es solo información, es fundamentalmente bidireccional. Limitarse a informar es ignorar las funciones de escucha activa, diálogo, engagement y construcción de comunidad inherentes a estas plataformas. Estas instituciones deben evolucionar de ser meros informadores a ser comunicadores estratégicos y proactivos, que equilibren la información esencial con la interacción, el contenido de valor y una escucha activa de las necesidades de su comunidad.

Respecto al objetivo específico 8 sitúa la falta de recursos financieros como el principal obstáculo, seguida por la cantidad insuficiente de personal, la falta de capacitación, la inexistencia de políticas de comunicación digital y la falta de tiempo/recursos tecnológicos, lo cual valida y explica de forma concluyente por qué la presencia actual en redes sociales es ineficaz.

La carencia de recursos financieros y de personal insuficiente explica directamente la ausencia de áreas específicas de gestión, la falta de tiempo para planificar contenidos y la baja frecuencia de publicación, representando una imposibilidad material de operar de manera profesional.

La inexistencia de políticas de comunicación digital es reflejo de una inmadurez institucional en la gestión del entorno digital. Esto explica las decisiones simplistas como el hecho de elegir redes sociales sólo por popularidad y el enfoque exclusivo en contenido informativo de bajo valor, que no aprovecha las mejores prácticas de comunicación digital.

Los desafíos demuestran que la superación de estas limitaciones no depende solamente de la iniciativa de los directivos de estos centros, sino de una decisión estratégica y financiera de la universidad en su conjunto para dotar a sus bibliotecas de los recursos y la autonomía necesarios.

Para el objetivo específico 9 se concluye que el personal presenta una formación autodidacta confirmando que no hay evidencia de desarrollo de roles profesionales específicos (curador de contenidos o community manager). Se destaca también que es muy escasa la capacitación (interna y externa) sobre RRSS.

El conjunto de estos resultados es la prueba fehaciente de la falta de profesionalización del área. La formación autodidacta, si bien demuestra iniciativa y buena voluntad por parte del personal, es insuficiente para abordar una tarea estratégica de la biblioteca. Depender del autoaprendizaje implica una gestión

inconsistente, basada en la practicidad, sin un marco teórico o metodológico sólido, lo que explica la falta de planificación y la limitada efectividad del contenido.

La inexistencia de figuras como el community manager o el curador de contenidos evidencia que las bibliotecas no han adaptado su estructura organizacional a las demandas del entorno digital. La gestión de redes sociales no es una tarea secundaria que cualquier persona pueda asumir; es una profesión que requiere competencias específicas y tiempo dedicado.

La falta de iniciativas de capacitación implica que las universidades no invierten en formación y el personal, por ende, depende del autoaprendizaje, lo que a su vez resulta en una gestión deficiente que no permite demostrar el valor del área para justificar futuras inversiones.

Se enfatiza que la falta de profesionalización es un obstáculo sistémico que impide que las BUPSF exploten el potencial de las RRSS. La buena voluntad del personal autodidacta no es suficiente. Para que estas bibliotecas superen la ineficacia actual y cumplan con sus aspiraciones, es fundamental que las autoridades universitarias inviertan en la creación de roles profesionales específicos y en programas de capacitación formales y continuos, integrando la comunicación digital como una función estratégica y esencial de la institución.

Para el último objetivo específico se contempló la interacción, el engagement, el grado de participación de los usuarios y la vinculación biblioteca-comunidad universitaria.

Se plantea una insuficiente participación o interacción de los seguidores con las publicaciones en las distintas redes sociales de las BUPSF. El engagement y la interacción es un poco más en Instagram que en Facebook pero los resultados son en general muy bajos como así también se demuestra que no aparece interacción significativa en otras redes sociales.

Lo descrito anteriormente es la consecuencia directa de todas las debilidades y carencias analizadas en todos los objetivos analizados.

El bajo engagement se traduce en una estrategia de comunicación digital fallida. Los usuarios no interactúan porque el contenido no es relevante, no es atractivo o no está diseñado para fomentar la conversación y no invita a la acción (comentar, compartir, etc.).

El hecho de que Instagram tenga un poco más de engagement que Facebook, a pesar de que los resultados generales son bajos, sugiere que hay un potencial inexplorado en esa plataforma (que es más visual y popular entre los estudiantes más jóvenes). Esto refuerza la idea de que una estrategia bien planificada y con recursos adecuados podría generar mejores resultados si se enfoca en las plataformas correctas y con los formatos adecuados.

En definitiva, la baja participación de seguidores refleja que la estrategia actual de las BUPSF en RRSS es ineficaz. Se debe pasar de la improvisación y autoaprendizaje a una gestión profesionalizada y estratégica que priorice la interacción, la planificación de contenido de valor y la asignación de recursos necesarios para un community management activo y efectivo.

Sobre el grado de participación de los usuarios se constató que el 50% de las BUPSF a veces llevan adelante propuestas, pero mayormente no son propuestas atractivas e innovadoras para fomentar la participación e interacción de los usuarios y se basan en prácticas direccionales como informar o difundir servicios, efemérides o eventos y/o tutoriales de formación de usuarios.

Se demuestra así que, incluso cuando las bibliotecas intentan fomentar la participación, fracasan en la ejecución debido a una comprensión limitada de la dinámica de las redes sociales y a una persistente visión unidireccional de la comunicación.

Existe una confusión de las BUPSF entre la provisión de información (valiosa, pero unidireccional) con la generación de participación.

Otro aspecto que se percibe es la falta de innovación y creatividad (concursos, retos de lectura, encuestas interactivas, debates sobre temas de actualidad académica). La creatividad y la innovación requieren tiempo, planificación y expertise específico.

Los intentos de fomentar la participación por parte de las BUPSF son, en su mayoría, ineficaces porque responden a una concepción errónea de la comunicación digital. Para superar la insuficiente interacción y el bajo engagement, es fundamental que se priorice la innovación, la creatividad y el diseño de propuestas bidireccionales que realmente estimulen el diálogo y la vinculación con la comunidad universitaria, más allá de la mera difusión de información logística o formativa.

Respecto al impacto en la vinculación entre la biblioteca con su comunidad universitaria se expone que la mitad de las BUPSF lo evalúan positivamente.

No obstante, este aspecto introduce un elemento de subjetividad y optimismo por parte de las bibliotecas en un panorama de datos objetivos mayormente negativos (baja frecuencia, bajo engagement, falta de planificación, falta de profesionalización).

Es fundamental que las BUPSF adopten métodos de evaluación rigurosos y basados en métricas reales para medir el impacto de sus RRSS. Solo a través de una evaluación honesta y basada en datos podrán identificar las áreas de mejora y justificar la necesidad de los recursos (financieros, humanos y de capacitación) necesarios para lograr una vinculación real y efectiva con su comunidad universitaria.

El mayor desafío para las BUPSF no es tecnológico, sino institucional y estratégico. Para superar esta ineficacia y lograr una vinculación real con su comunidad, es imperativo un cambio de paradigma, una mutación real hacia el nuevo modelo de biblioteca profesionalizando la gestión, asignando recursos financieros y humanos específicos y capacitados desde las universidades, implementando una gestión de RRSS dentro de la comunicación digital externa de la institución con una planificación estratégica rigurosa basada en datos y objetivos medibles, evolucionando de la difusión unidireccional a la comunicación interactiva y de valor, que equilibre la información con el engagement y la escucha activa.

Solo a través de un compromiso real y una inversión estratégica podrán las bibliotecas universitarias maximizar su valor y pertinencia en el entorno digital del siglo XXI.

Es imprescindible una reflexión desde las instituciones y sus profesionales sobre las herramientas y el uso que se les vaya a dar al momento de elegir estas plataformas como uno de los medios para la comunicación, al planteamiento de objetivos claros, y a una planificación detallada de aquello que las bibliotecas universitarias hagan en las redes sociales.

Finalmente, se mencionan como limitaciones del estudio la imposibilidad de acceder a analíticas internas de los perfiles; la no inclusión de usuarios; el período seleccionado acotado así como el incumplimiento de respuestas a la encuesta por parte de algunas bibliotecas.

Como líneas futuras de investigación se detectan un análisis de la percepción de los usuarios respecto a las redes sociales de las bibliotecas; estudios sobre accesibilidad de las publicaciones que realizan las bibliotecas en sus redes sociales; la situación de las bibliotecas universitarias respecto a la seguridad de los perfiles; la curación de contenidos que realizan los profesionales respecto a las fake news en redes sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aceves Jiménez, R. (2001). La biblioteca electrónica y la sociedad virtual: volver a inventar la biblioteca. En J. Magán. (Coord.). *Temas de biblioteconomía universitaria y general* (pp. 46-52).  
<https://books.google.com.pe/books?id=wr8GdyOrEoAC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Aguiar, G. A. & Silva, J. F. M. (2010). *As bibliotecas universitarias nas redes sociais*. <http://repositorio.febab.org.br/items/show/5014>
- Alonso Arévalo, J. y Saraiva, R. M. (2020). Las competencias básicas en materia de información en el contexto de la universidad del siglo XXI. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, (42), 153-162.  
<https://www.redalyc.org/journal/2630/263062301007/263062301007.pdf>
- Alonso Arévalo, J. y Quinde-Cordero, M. (2023). *Estrategias de visibilidad de bibliotecas en redes sociales: Cómo comunicar el valor de la biblioteca con éxito*.  
<https://gedos.usal.es/bitstream/handle/10366/152709/Estrategias%20de%20visibilidad%20de%20bibliotecas%20en%20redes%20sociales2.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Araujo, W., Pinho Neto, J. & Freire, G. (2016). O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitarias com foco no marketing de relacionamento. *Encontros Bibli: revista electronica de Biblioteconomía E Ciencia Da Informacao*, 21(47), 2-15.  
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2016v21n47p2/32327>
- Arriola Navarrete, O. (2009). Una caracterización de la biblioteca universitaria actual. *Revista Códice*, 5(2), 113-131. <http://eprints.rclis.org/14514/>

Arroyo Vázquez, N. y Merlo Vega, J. A. (9-11 de mayo de 2007). *La biblioteca como usuaria de la web 2.0*. 10 Jornadas españolas de documentación, Santiago de Compostela.

[https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/18022/DBD\\_Biblioteca%20usuar%20web%202.0.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/18022/DBD_Biblioteca%20usuar%20web%202.0.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Arroyo Vázquez, N. (2009). El uso profesional de las redes sociales. *Anuario ThinkEPI*, 3(1), 145-152.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3013063>

Arroyo-Vázquez, N. (2018). Interacción en las páginas en Facebook de las bibliotecas universitarias españolas. *El profesional de la información*, 27(1), 65-74.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.06>

Basabe Melo, F. F. (2021). *Plan de marketing digital para las redes sociales en las bibliotecas universitarias*.

[https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas\\_informacion\\_documentacion/767](https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/767)

Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.

<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Brave. (2022, 19 de agosto). *Qué es la Web 3*.

<https://brave.com/es/web3/what-is-web3/>

Brophy, P. & Craven, J. (1999). *The Integrated Accessible Library: a model of service development for the 21st century*.

[https://sid-inico.usal.es/idocs/F8/FDO23177/the\\_integrated\\_accessible\\_library.pdf](https://sid-inico.usal.es/idocs/F8/FDO23177/the_integrated_accessible_library.pdf)

Calverley, S. (2024). Cómo elegir la red social perfecta para tu marca. *Indígenas digitales*.

<https://indigenasdigitales.com/como-elegir-la-red-social-perfecta-para-tu-marca/>

Cambridge University Press & Assessment. (2025). *Cambridge Dictionary*.  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>

Carrasco-Polaino, R., Villar-Cirujano, E. y Martín-Cárdaba, M. A. (2019). Redes, tweets y engagement: análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter. *El profesional de la información*, 28(4), 1-14.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.15>

Casey, M. (2006). Library 2.0: Service for the Next-Generation Library. *Library Journal*.  
[https://drive.google.com/file/d/0B6Rc1-COLCvreWJveVh6c0VCOWs/view?resourcekey=0-mMw\\_6FJf-Z3\\_0xLaUdukVA](https://drive.google.com/file/d/0B6Rc1-COLCvreWJveVh6c0VCOWs/view?resourcekey=0-mMw_6FJf-Z3_0xLaUdukVA)

Climent Sanchís, S. (2012). La comunicación y las redes sociales. *3c TIC: cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 2(1), 1-9.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4817328>

Coraglia, M. I. y Vázquez, M. (2019). *Los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI). Su gestión para el desarrollo del Blended Learning*.  
[https://www.researchgate.net/publication/343537813\\_Los\\_Centros\\_de\\_Recursos\\_para\\_el\\_Aprendizaje\\_y\\_la\\_Investigacion\\_CRAI\\_Su\\_gestion\\_para\\_el\\_desarrollo\\_del\\_Blended\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/343537813_Los_Centros_de_Recursos_para_el_Aprendizaje_y_la_Investigacion_CRAI_Su_gestion_para_el_desarrollo_del_Blended_Learning)

Cossich Ramos, M. (2022). O uso de mídias sociais por bibliotecas e suas aplicações: relato de experiência da Biblioteca Leopoldo Nachbin da Universidade Federal do Rio de Janeiro. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, 27(1), 1-16.  
[https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/17414/1/Artigo\\_Revista%20ACB.pdf](https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/17414/1/Artigo_Revista%20ACB.pdf)

Choque Poma, P. (2021). *El papel de las bibliotecas en las redes sociales (facebook, messenger y whatsapp)*. Caso: biblioteca de humanidades y ciencias de la

*educación* [Tesis de maestría, Universidad Mayor de San Andrés].  
<http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/28562>

Correduría Inteligente (2019, 6 de mayo). Redes Sociales : definición y características.  
*Píldoras de conocimiento*.  
<https://www.mpmssoftware.com/es/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas/>

Databot. (2022, octubre 18). Bibliotecas 3.0, espacios inteligentes y colaborativos.  
*Databot Technologies*.  
<https://www.databot.es/blog/bibliotecas-modernas-espacios-inteligentes-colaborativos>

Echeverría, J. C., Quezada, A. M., y Villamar, I. B. (2018). Influencia del CRAI en la producción de conocimientos de estudiantes de un Centro de Educación Superior. *RECIAMUC*, 2(3), 777-802.  
<https://www.reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/140>

Estrada Villacís, M. E. (2016, noviembre 29). Bibliotecas híbridas. *Infotecarios*.  
<https://www.infotecarios.com/bibliotecas-hibridas/>

Etecé (2024, 3 de julio). Redes sociales. *Enciclopedia Humanidades*.  
<https://humanidades.com/redes-sociales/>

Fernández Valderrama, L. D. (2022). ¿Por qué usar las redes sociales en tu biblioteca?. *Revista Otlet*, (22).  
<https://www.revistaotlet.com/por-que-usar-las-redes-sociales-en-tu-biblioteca/>

Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 17(33), 73-81.  
<https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-09>

- Furtado, C. C. (2019, 1 a 4 de octubre). Biblioteca 2.0 + web 3.0 = Biblioteca 3.0. XXVIII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação, Vitória, Brasil. <https://portal.febab.org.br/cbbd2019/article/view/2225>
- Gaitán, A. y Coraglia, M. I. (2020). El CRAI como evolución necesaria de la Biblioteca Universitaria. *Revista Latinoamericana de Educación Comparada*, 11(17), 111-131.  
[https://www.researchgate.net/publication/343539108\\_El\\_CRAI\\_como\\_evolucion\\_necesaria\\_de\\_la\\_biblioteca\\_universitaria](https://www.researchgate.net/publication/343539108_El_CRAI_como_evolucion_necesaria_de_la_biblioteca_universitaria)
- Gavilán, C. M. (2008). *Bibliotecas universitarias: concepto y función. Los CRAI*. <http://eprints.rclis.org/14816/1/crai.pdf>
- Giménez, E. B. (2024). *El uso de las redes sociales en las bibliotecas de los institutos universitarios de la República Argentina en el año 2023* [Tesina, Universidad Nacional de Mar del Plata].  
[http://humadoc.mdp.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1263/Gimenez%20E\\_Ciencia%20de%20la%20Informacion.pdf?sequence=1](http://humadoc.mdp.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1263/Gimenez%20E_Ciencia%20de%20la%20Informacion.pdf?sequence=1)
- Gómez González, C. D. y Sosa Zaragoza, P. (2020). El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo. *Boletín de la Asociación Andaluza de bibliotecarios*, 35(119), 51-75.  
<https://www.aab.es/app/download/32902152/Bibliotecas-Bolet%An-119%20-%20051-076.pdf>
- Gómez Hernández, J. A. (2002). *Gestión de bibliotecas*.  
[http://eprints.rclis.org/10372/1/Gestion\\_de\\_Bibliotecas\\_Gomez-Hernandez\\_2002.pdf](http://eprints.rclis.org/10372/1/Gestion_de_Bibliotecas_Gomez-Hernandez_2002.pdf)
- Handley, R. (2023). Gestión de Redes Sociales: Guía Completa. *Semrush Blog*.  
<https://es.semrush.com/blog/gestion-redes-sociales/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.  
<https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>

Herrera, P. (19 de abril de 2022). Engagement en redes sociales: ¿cuándo medirlo, cómo y por qué?. *Digitals*.  
<https://ddigitals.net/blog/marketing-digital/engagement-redes-sociales/#:~:text=Cuando%20la%20compra%20de%20seguidores,esconder%20m%C3%A1s%20de%20una%20trampa.>

Hursh, A. (2021) . La Guía 2022 de las redes sociales para bibliotecas: todo lo que necesitas saber sobre Facebook. *Universo Abierto*.  
<https://universoabierto.org/2021/12/13/la-guia-2022-de-las-redes-sociales-para-bibliotecas-todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-facebook/>

Imaginadigital. (14 de febrero de 2022). Qué es el engagement en redes sociales y cómo potenciarlo. *Imagina News*.  
[https://imaginadigital.com/noticias/que-es-el-engagement-en-redes-sociales-y-como-potenciarlo/#:~:text=Consejos%20para%20mejorar%20el%20engagement&text=Publica%20contenido%20%C3%BAtil%20y%20de,im%C3%A1genes%2C%20video%2C%20audio\).](https://imaginadigital.com/noticias/que-es-el-engagement-en-redes-sociales-y-como-potenciarlo/#:~:text=Consejos%20para%20mejorar%20el%20engagement&text=Publica%20contenido%20%C3%BAtil%20y%20de,im%C3%A1genes%2C%20video%2C%20audio).)

Jiménez Martín, M. y Plaza-Navas, M. A. (junio, 2018). La red. 10 años de redes sociales en la red de bibliotecas y archivos del CSIC . *Enredadera*, (31), 20-24.  
[https://digital.csic.es/bitstream/10261/165735/1/6\\_10\\_años\\_redes\\_sociales\\_Red\\_CSIC.pdf](https://digital.csic.es/bitstream/10261/165735/1/6_10_años_redes_sociales_Red_CSIC.pdf)

- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite. The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K. & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Inf Syst Front*, 20, 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Kawalec, A. (2009). *Propuesta de una red social para bibliotecas universitarias* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio Institucional – Universitat Politècnica de València. <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13985/tesina%20final%20Anna%20Kawalec%20PROPUESTA%20DE%20UNA%20RED%20SOCIAL%20PARA%20%20BIBLIOTECAS%20UNIVERSITARIAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- 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. <http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCv4n1a02>
- Laudano, C., Corda, M., Planas, J. 2015, 8 al 10 de octubre). *Prácticas comunicacionales con redes sociales en bibliotecas universitarias argentinas*. XIX Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Corrientes, Argentina. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.5493/ev.5493.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5493/ev.5493.pdf)
- Laudano, C., Planas, J., Kessler, M. (2015, 29 al 30 de octubre). *Acerca de la apropiación de las redes sociales en bibliotecas universitarias argentinas: características y desafíos profesionales*. IV Jornadas de Intercambio y

Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología, La Plata, Argentina.  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.5290/ev.5290.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5290/ev.5290.pdf)

Lenis, A. (2023, 20 de enero). 7 tipos de contenidos de redes sociales (con ejemplos y tips). *HubSpot*.

<https://blog.hubspot.es/marketing/contenido-para-redes-sociales>

Mannes, J. M. (2007). *Teoría da biblioteca 2.0 e suas implicacoes nas redes sociais*.

[https://www.researchgate.net/publication/31514684\\_TEORIA\\_DA\\_BIBLIOTECA\\_20\\_Web\\_20\\_e\\_suas\\_implicacoes\\_para\\_as\\_bibliotecas](https://www.researchgate.net/publication/31514684_TEORIA_DA_BIBLIOTECA_20_Web_20_e_suas_implicacoes_para_as_bibliotecas)

Margaix Arnal, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *Profesional de la información*, 16(2), 95–106. <https://doi.org/10.3145/epi.2007.mar.01>

----- (2008). *Informe APEI sobre web social*.

<https://ciberinnova.edu.co:10004/archivos/plantilla-ovas1-slide/documents-UCN-Canvas/Documentos-ova-ambiental/3.%20La%20web%20social.pdf>

Marquina, J. (2013). *Informe APEI sobre bibliotecas ante el siglo XXI*.

<https://www.apei.es/wp-content/uploads/2013/11/InformeAPEI-BibliotecasSigloXXI.pdf>

----- (2017). 6 pasos para crear un plan social media en tu archivo o biblioteca. *Julián Marquina*.

<https://www.julianmarquina.es/6-pasos-para-crear-un-plan-social-media-en-tu-archivo-o-biblioteca/>

----- (2018, 18 de enero). Cómo conectan las bibliotecas con sus usuarios a través de las redes sociales. *Julián Marquina*.

<https://www.julianmarquina.es/como-conectan-las-bibliotecas-con-sus-usuarios-a-traves-de-las-redes-sociales/#:~:text=Las%20bibliotecas%20utilizan%20las%20redes.y%20apoyar%20a%20otras%20bibliotecas.>

- (2022). La comunicación digital en las bibliotecas: principales objetivos y beneficios. *Julián Marquina*.  
[https://www.julianmarquina.es/la-comunicacion-digital-en-las-bibliotecas-principales-objetivos-y-beneficios/#google\\_vignette](https://www.julianmarquina.es/la-comunicacion-digital-en-las-bibliotecas-principales-objetivos-y-beneficios/#google_vignette)
- Mikolajczyk, K y Hu, N. (2024, 4 de noviembre). Tasas de interacción promedio para 12 industrias [2024]. *Hootsuite*.  
<https://blog.hootsuite.com/es/tasa-media-de-interaccion/>
- Nuñez, V. (2017, 17 de enero). Fórmula para calcular engagement en redes sociales y CTR plantillas. *VILMA*.  
<https://vilmanunez.com/formula-engagement-redes-sociales-ctr/>
- Ocaña Echeverría, P. M., y Freire Aillón, T. M. (2022). Impacto de la gestión de redes sociales en las empresas gastronómicas. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 16, 52-67. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>
- Orera Orera, L. (2007). La biblioteca universitaria ante el nuevo modelo social y educativo. *El profesional de la información*, 16(4), 329-337.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2007.jul.07>
- Ortigosa Delgado, M. T., Domínguez Fernández, C. y Bustamante Rodríguez, A. T. (2019). Guía para la elaboración de un plan social media para bibliotecas. *Boletín de la Asociación Andaluza de bibliotecarios*, 34(118), 95-113.  
[https://www.aab.es/app/download/32412037/Bibliotecas-Bolet%An-118%20-%20094-113.pdf?\\_ga=2.122595019.1726121949.1683888450-676423268.1657010015](https://www.aab.es/app/download/32412037/Bibliotecas-Bolet%An-118%20-%20094-113.pdf?_ga=2.122595019.1726121949.1683888450-676423268.1657010015)
- Pandolfo, M. y Aguilera, R. (2021, 26 al 28 de octubre). *Planificar y sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias*. IX Encuentro de Agentes de Bibliotecas y Bibliotecarios del Mercosur, Posadas, Misiones.  
[http://eprints.rclis.org/39879/1/Pandolfo\\_Aguilera\\_Planificar%20y%20sistem](http://eprints.rclis.org/39879/1/Pandolfo_Aguilera_Planificar%20y%20sistem)

atizar%20publicaciones%20en%20redes%20sociales%20de%20bibliotecas%20universitarias.pdf

Paletta, F. C. (2019). *Informação e conhecimento na Web 3.0: biblioteca digital*. <https://repositorio.usp.br/directbitstream/7a03ad6a-35b3-4314-b118-39df9a8c0b1c/002958716.pdf>

Peixoto, S. & Gonçalves Duarte. (2018). *As bibliotecas e as mídias sociais: o uso do Facebook pelas bibliotecas das Universidades federais brasileiras* [Tesis de maestría, Universidade Federal de Goiás]. <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/8829>

Ponce, I. (2012). *Monográfico: redes sociales*. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-rede-sociales>

Prada, M. P. y Allendez Sullivan, P. (2021). *La biblioteca universitaria en movimiento*. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-074/20>

Quispe, O. (2015). *La comunicación digital en las universidades públicas: el portal web de la UNMSM* [Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/36594ac9-c4ba-4b8e-83bb-63ead1b1b7e1>

Real Academia Española. (2024, 26 de noviembre). Formación profesional. En *Diccionario panhispánico del español jurídico*. Recuperado de <https://dpej.rae.es/lema/formaci%C3%B3n-profesional>

REBIUN. (2013). *Línea 1 (3er. P. E.). Organización, comunicación y liderazgo*. <https://repositoriorebiun.org/bitstream/handle/20.500.11967/212/Definici%C3%B3n%20de%20Biblioteca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rodríguez, M. (2022). *Gestión de la comunicación organizacional externa digital de las bibliotecas universitarias integrantes de la Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de la República Argentina (BUCOC)* [Tesis, Universidad Nacional de Córdoba]. Repositorio digital de la Universidad Nacional de Córdoba  
<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/552539/Trabajo%20final%20-Mariela%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, M. (2023). Gestión estratégica de la comunicación organizacional externa en la era de los medios sociales. Desafíos de las bibliotecas integrantes de la red BUCOC. *Información, Cultura y Sociedad*, (49), 91-114.  
<https://doi.org/10.34096/ics.i49.13086>
- Rodríguez, M. & Angelozzi, S. (2024). La gestión de la comunicación externa digital en bibliotecas universitarias. El caso de las bibliotecas pertenecientes a la Red de Bibliotecas de Universidades Católicas y de Orientación Católica en Argentina. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 47(2), 1-13.  
<http://eprints.rclis.org/45781/1/v47n2e353152.pdf>
- Rodríguez García, A. A. (2021). *La triada ideal para la co-creación de contenidos digitales y metadatos*.  
[https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI\\_UNAM/145/1/07\\_informacion\\_despues\\_ariel\\_rodriguez.pdf](https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/145/1/07_informacion_despues_ariel_rodriguez.pdf)
- Sabino, C. A. (1996). *El proceso de investigación*. Lumen Hvmanitas.
- Santos Neto, J. A. dos & Silva Barros, B. D. (2022). Mediação da informação no Instagram da biblioteca central UFPA: Um estudo de caso do perfil @BCUFPA. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, (18), 1-22. <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1826>
- Saorín Pérez, T. (2001). El concepto de biblioteca híbrida. *Revista de ANABAD Murcia*, p. 29-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3953388>

- Sola-Martinez, M. J. (2021). Los hilos en Twitter: cómo evaluarlos y estudio de su uso en el perfil de la Biblioteca Nacional de España.  
<http://eprints.rclis.org/42502/>
- Universia. (2020, 31 de mayo). Para qué sirven las redes sociales en la universidad. *BlogUniversia*.  
<https://www.universia.net/co/actualidad/orientacion-academica/que-sirven-redes-sociales-universidad-1159734.html>
- Universidad Nacional del Litoral. (ca. [2000]). *Red de bibliotecas. Biblioteca Centralizada FHUC-FADU-ISM*  
<http://www.bibliotecas.unl.edu.ar/biblioteca-centralizada-fhuc-fadu-ism/>
- Uranga, W. (2007). Soñar futuros para construir el presente: La comunicación prospectiva estratégica para el desarrollo. *Punto Cero*, 12(14), 13-26.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839606003>
- Vallefin, C. (2020). *La gestión de la comunicación digital en bibliotecas de la UNLP: Construcción de espacios interactivos e innovadores en un contexto de riesgo* [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Memoria Académica.  
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1920/te.1920.pdf>
- Vargas Basilio, M., Yaulilahua Llancari, S. M., y Quincho Zevallos, H. (2024). Gestión de redes sociales y el nuevo consumidor digital millennial en una ciudad del Perú. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 15(1), 44-55.  
<https://doi.org/10.33595/2226-1478.15.1.1000>
- Vidal Fernández, P. (2020). *Gestión de la comunicación digital en la Universidad Pública ecuatoriana* [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. Repositorio de tesis de la Universitat Jaume I.  
<https://www.tdx.cat/handle/10803/670238#page=1>

WebJunction. (2018, 13 de febrero). *Resumen de la encuesta sobre redes sociales y bibliotecas.*

<https://www.webjunction.org/news/webjunction/social-media-libraries-survey.html>

Zarnowski, S. (2025). Qué es contenido. *Localo.*

<https://localo.com/es/diccionario-de-marketing/que-es-contenido>

## **ANEXOS**

### **ANEXO I. Breve reseña de las bibliotecas universitarias públicas de Santa Fe, Argentina**

#### **Universidad Nacional del Litoral (UNL)**

La UNL, fue creada por Ley Nacional el 17 de octubre de 1919.

Es considerada como hija de la reforma de 1918 bajo principios de comunidad universitaria libre y abierta, políticamente autónoma y aseguradora del carácter estatal de la enseñanza universitaria.

Nace como una universidad regional, ya que comprendía escuelas e institutos asentados en las ciudades de Santa Fe, Paraná, Rosario y Corrientes.

La creación de la Universidad revistió características novedosas debido a que abarcaba Facultades y escuelas ubicadas en distintas ciudades de la región.

En Santa Fe, se creó sobre la base de los estudios de derecho existentes en la Universidad de Santa Fe (desde 1889), y sobre la base de la Escuela Industrial (creada en 1909) siendo las primeras facultades la de Derecho y la de Química Industrial y Agrícola.

#### ***Red de Bibliotecas UNL***

La UNL cuenta con un vasto y diverso fondo bibliográfico amplio cubriendo todas las áreas del conocimiento.

Inicialmente las bibliotecas funcionaban en forma independiente hasta el año 1997. A partir de entonces se comenzó una labor conjunta y un trabajo coordinado entre todas para un mejor aprovechamiento de recursos y brindar mejores servicios. Es así como se logró conformar la Red de Bibliotecas de la UNL la cual

está conformada por las bibliotecas de todas las Facultades, Institutos, Escuelas Superiores y de Enseñanza Media y por una biblioteca pública. Ellas son:

- Biblioteca Centralizada de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, de la Facultad de Humanidades y Ciencias y del Instituto Superior de Música;
- Biblioteca Centralizada “Dr Ezio Emiliani” de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas, Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas, Escuela Superior de Sanidad y Facultad de Ciencias Médicas;
- Biblioteca Centralizada de la Facultad de Ciencias Agrarias y Facultad de Ciencias Veterinarias;
- Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas;
- Biblioteca “Pablo Vrillaud” de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales;
- Biblioteca "Dr. Ezio Emiliani" de la Facultad de Ingeniería Química;
- Biblioteca “Gral. José de San Martín” de la Escuela Industrial Superior;
- Biblioteca Pública y Popular “José Gálvez”;
- Biblioteca del Centro de Idiomas;
- Biblioteca “Rosarito Vera Peñaloza” Jardín la Ronda;
- Biblioteca Escuela Primaria;
- Biblioteca “Mafalda” de la Escuela Secundaria UNL;
- Biblioteca “Silvia Claudia Otte” de la Escuela de Agricultura, Granja y Ganadería;
- Biblioteca Centro Universitario Gálvez;
- Biblioteca “Pablo Vrillaud” Centro Universitario Reconquista Avellaneda.

Cabe aclarar nuevamente que de este listado solamente se trabajó con las bibliotecas que tienen carácter de universitarias.

***Biblioteca Centralizada de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, de la Facultad de Humanidades y Ciencias y del Instituto Superior de Música (Biblioteca Centralizada FHUC-FADU-ISM)***

La Biblioteca Centralizada FHUC-FADU-ISM fue creada por Resolución N° 265/03 del Consejo Superior de la UNL, unificando el acervo de las bibliotecas de estas facultades.

Se ha convertido en un centro de recursos para el aprendizaje, apoyo a la docencia, el estudio, la investigación, y la extensión de la comunidad universitaria en su conjunto.

Su misión es facilitar el acceso a los recursos de información, promover su difusión y colaborar en los procesos de creación del conocimiento a fin de contribuir a la consecución de los objetivos de la Universidad.

Su visión es “ser una biblioteca que adapte en su oferta de servicios de información aquellas tendencias innovadoras y uso de TICS, constituyéndose como un Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) hacia la comunidad específica de las Facultades de Humanidades y Ciencias - Arquitectura, Diseño, Urbanismo y Música, y a la comunidad universitaria en general, sin distinción de soportes y formatos de información, garantizando así, equidad en el acceso a la información”

***Biblioteca Centralizada de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas, Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas, Escuela Superior de Sanidad y Facultad de Ciencias Médicas (Biblioteca Centralizada Ezio Emiliani)***

Esta biblioteca centralizada es creada por Resolución 197/03 del Consejo Superior recibiendo el nombre de "Dr. Ezio Emiliani", con la misión de brindar servicios de apoyo a la enseñanza, la investigación, la extensión y la gestión de la Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas (FBCB) y la Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas (FICH), mediante la gestión de la información y la documentación.

La misma unifica el acervo de las Bibliotecas de la Facultad de Bioquímica, la Escuela Superior de Sanidad, la Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas y la Facultad de Ciencias Médicas.

La biblioteca ofrece diferentes servicios, tratando de satisfacer plenamente la compleja demanda de la comunidad a la que sirve: estudiantes, docentes, investigadores, egresados, no docentes y profesionales en general asociados a la Cooperadora de la UNL; y está abierta a toda la comunidad para la consulta de información.

Como biblioteca especializada es un referente para los docentes y alumnos brindando apoyo informativo y se encuentra en permanente desarrollo respecto de los servicios que brinda.

***Biblioteca Centralizada de la Facultad de Ciencias Agrarias y Facultad de Ciencias Veterinarias (Biblioteca Centralizada FAVE)***

La Biblioteca Centralizada FAVE de la UNL tiene como misión participar en forma activa del proceso de enseñanza aprendizaje brindando a toda la comunidad universitaria, a través de sus recursos informativos y servicios al usuario, el acceso, consulta y recuperación de información especializada y actualizada en congruencia con las necesidades y exigencias de la Educación Superior.

Sus orígenes se remontan a una iniciativa que tuvo su fundador, padre Luis Kreder, de la Congregación del Verbo Divino, con el apoyo de otras tantas personalidades de la ciudad que aportaron su esfuerzo para hacer realidad una casa de altos estudios en la ciudad de Esperanza, Provincia de Santa Fe.

La entidad educativa comenzó como Escuela Preparatoria de Agricultura y Ganadería en el Colegio San José en el mes de julio de 1960, convirtiéndose el 10 de abril de 1961 en Facultad de Agronomía y Veterinaria (FAVE), dependiente de la Universidad Católica de Santa Fe.

Posteriormente comenzó a dictar clases en la construcción situada sobre la ruta provincial n° 70.

El 17 de mayo de 1973 se produjo su traspaso a la UNL, recuperando el estatus de Facultad en 1979.

La organización de la biblioteca comienza en el año 1965 con la confección de un inventario del material bibliográfico disponible. Actualmente tiene su edificio propio, que gracias a las gestiones realizadas por las autoridades se inauguró el 24 de noviembre de 1999. Con su nuevo espacio físico y las innovaciones tecnológicas ha permitido ofrecer a los usuarios amplias comodidades como salas de lecturas, acceso libre a los estantes, sala de multimedios y búsquedas de información on-line.

### ***Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas (Biblioteca FCE)***

Esta biblioteca inició sus actividades en 1952 con el Curso de Contadores de Santa Fe, creado el 3 de diciembre de 1951 según Resolución recaída en Expte. N° 46.638, para y bajo la dependencia de la Facultad de Ciencias Económicas, Comerciales y Políticas con sede en la ciudad de Rosario (provincia de Santa Fe). La biblioteca fue creciendo muy lentamente, hasta que por Ley N° 17.987 del 29 de noviembre de 1968 se transforma a la Unidad Académica en Facultad.

Uno de los primeros requerimientos de las autoridades en concordancia con el nivel académico, fue dotar a la biblioteca de personal profesional y de partidas presupuestarias para adquisición de material bibliográfico y equipamiento.

Se designan bibliotecólogos, personal administrativo y se inician las tareas de organización.

En 1995 comenzó un período de automatización, logrando una óptima organización de la biblioteca, permitiendo un control más adecuado de los materiales, precisión en el registro de información y mayores beneficios a los usuarios.

Con el transcurso del tiempo la biblioteca fue cambiando su ubicación, siempre dentro del mismo edificio, hasta la que tiene en la actualidad en el hall antiguo, desde el 27 de septiembre de 2016, fecha de su reinauguración. La renovada biblioteca bajo un nuevo sistema de estanterías abiertas, significó la puesta en valor y resignificación del edificio con un importante valor patrimonial construido a principios del siglo XX.

Tiene como misión: dar apoyo al aprendizaje, la docencia y la investigación, dando respuesta a las necesidades que se originan a través de las cátedras de los planes de estudio de las carrera de grado y posgrado, facilitando el acceso y difusión de recursos de información y colaborando en los procesos de creación del conocimiento tendiendo a lograr la excelencia académica y un óptimo ejercicio profesional.

Su visión es: que su oferta de servicios brinde espacios versátiles para la investigación y el estudio mediante tendencias innovadoras en el uso de las tecnologías, tendiendo a formar usuarios autónomos en el uso de la información. Reconocer a la biblioteca como un elemento insustituible del proceso

enseñanza-aprendizaje académico, estableciendo estrategias y servicios de calidad con una gestión eficaz, dinámica y eficiente, que contribuya al aprendizaje permanente y adaptada a la innovación educativa.

A futuro planifica incrementar la adquisición de documentos digitales y fortalecer las colecciones existentes con el fin de satisfacer adecuadamente los requerimientos de las carreras de grado y posgrado, en concordancia con el crecimiento de los alumnos.

### ***Biblioteca “Pablo Vrillaud” de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales***

En 1896 se crea la Biblioteca Pública de la Universidad Provincial de Santa Fe, que luego en 1929 se transforma en Biblioteca Central de la UNL.

Toma el nombre de “Pablo Vrillaud” en 1995 en reconocimiento a éste como director de la biblioteca en el año 1924 siendo aún estudiante y una destacada personalidad, luchador incansable por la ilustración del pueblo, uno de los líderes de la Reforma Universitaria de 1918, y de los principales artífices de la creación de la UNL, fundador y primer presidente de la Federación Universitaria Argentina.

Recién en el año 1932, se convierte en Biblioteca de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, adquiriendo considerable crecimiento, las secciones de historia, literatura y filosofía.

En 1935 se nombra como director a Domingo Buonocore, abogado y bibliófilo. Como parte de su valioso aporte incorporó un nuevo ordenamiento de clasificación y búsqueda. Promovió la incorporación de las obras más destacadas de la bibliografía jurídica europea, fundamentalmente italiana, española y francesa. Se encargó personalmente de hacer gestiones para que bibliotecas particulares sean donadas. Puso en marcha un “Boletín informativo de la biblioteca” donde se podía seguir la evolución de la misma e informarse sobre recientes obras adquiridas, entre otras cosas.

Durante dos décadas no solo fue el director, sino el alma de la biblioteca, dándole un impulso que aún hoy se puede observar.

En el año 2006 se nombra a la Sala de Lectura “Domingo Buonocore” en homenaje a uno de los más importantes forjadores e impulsores de la bibliotecología en Argentina y América Latina.

La Biblioteca Pablo Vrillaud pertenece al casco histórico de esta ciudad.

Se constituye como un centro de recursos para el aprendizaje, de apoyo a la docencia, al estudio y a la investigación, como también a actividades de extensión de la comunidad universitaria en su conjunto.

Su misión es facilitar el acceso a los recursos de información, promover su difusión y colaborar en los procesos de creación del conocimiento con el fin de contribuir a la consecución de los objetivos de la Universidad. Por su parte su visión es ser una biblioteca líder e innovadora en su oferta de servicios, tanto para la comunidad de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, como para la comunidad universitaria en general, satisfaciendo las necesidades de información de sus usuarios.

En los últimos tiempos, la biblioteca se ha ido adaptando a las tecnologías de la información, brindando nuevos servicios: ofrece computadoras (PCs) con conexión a Internet para la realización de trabajos académicos y búsquedas bibliográficas en el catálogo on line, acceso al catálogo colectivo (CC) y a la Biblioteca Virtual de UNL (repositorio institucional), Plataforma BiDi con libros digitales, bases de datos (BD) especializadas, acceso a Wi-Fi y préstamo de notebooks en sala de lectura.

También se incorporó un kit con equipamiento y tecnologías asistivas a través del Área de Inclusión y Calidad de Vida de UNL, con el objetivo de favorecer la accesibilidad académica.

Además del servicio tradicional se ofrece referencia virtual a través de la consulta en línea mediante correo electrónico, formulario web y redes sociales.

### ***Biblioteca "Dr. Ezio Emiliani" de la Facultad de Ingeniería Química***

La Biblioteca "Dr. Ezio Emiliani" de la Facultad de Ingeniería Química dependiente de la UNL comenzó sus actividades en 1920 en aulas de la Escuela Industrial Superior Anexa, actuando en forma conjunta con la misma, hasta que la

facultad en ese tiempo Facultad Industrial y Agrícola contó con edificio propio en terrenos lindantes a la escuela mencionada.

Su fondo documental se fue formando inicialmente gracias al aporte de una serie de donaciones por parte de profesores, de alumnos de la facultad, de la entonces Escuela de Farmacia, además de las compras de libros y suscripciones de revistas científicas e industriales europeas y americanas.

Con el paso del tiempo la biblioteca fue creciendo gracias a la importancia y prestigio adquirido durante décadas, por la calidad de sus egresados quienes en retribución a la formación recibida han donado a la misma bibliotecas particulares de personajes de relevancia dentro del ámbito de la enseñanza de la ingeniería química, por ejemplo Ing. Minervini, publicaciones e informes del Ing. Josué Gollan, Ing. G. Fester, entre otras.

Esta biblioteca tiene carácter público, y de estanterías abiertas, permitiendo a los usuarios la consulta directa en el área temática de su interés. Destinada a estudiantes, docentes, no docentes e investigadores de la Unidad Académica, Institutos y establecimientos educativos con terminalidades afines con las carreras que se dictan en la misma.

### ***Biblioteca Centro Universitario Gálvez***

Se inauguró el 22 de agosto de 2008 para satisfacer de manera eficiente las demandas de información de los usuarios. Cuenta con una sala de lectura, escritorios individuales y grupales, acceso a internet, sistema de estantes abiertos, orientación y asesoramiento al usuario, catálogo bibliográfico online, atención al público en general, préstamos a domicilio, en sala y especiales.

### ***Biblioteca "Pablo Vrillaud" Centro Universitario Reconquista Avellaneda***

El Centro Universitario Reconquista-Avellaneda de la Universidad Nacional del Litoral (Ex Escuela Universitaria del Alimento) funciona en la ciudad de Reconquista desde el año 1973, aportando a la consolidación del polo de desarrollo educativo del norte provincial.

Este Centro Universitario cumple una función tanto académica como de servicios, respondiendo a las exigencias socioeconómicas de la región. En el mismo, se despliegan todas las actividades que la Universidad desarrolla con el objetivo de fortalecer los vínculos con el sitio y contribuir a su desarrollo.

En 2018 se inaugura su biblioteca, la cual pone a disposición de la comunidad universitaria una amplia serie de productos y servicios destinados a satisfacer de manera eficiente las demandas de información que los usuarios le planteen:

- Estanterías de acceso libre.
- Los usuarios de otras universidades, graduados, investigadores, escuelas o institutos, particulares y/o empresas, pueden efectuar consultas en la colección.
- Atención personalizada.
- Consulta y préstamo domiciliario
- Préstamo interbibliotecario
- Consulta de bases de datos, revistas y libros electrónicos.

### **Universidad Nacional de Rosario (UNR)**

Esta Universidad se creó el 29 de noviembre de 1968 a través de la Ley 17.987 que determinó la autonomía de las facultades asentadas en la ciudad que desde 1919 y hasta ese entonces dependían de la UNL.

Además de la Facultad de Ciencias Médicas, Farmacias y ramos menores, en Rosario se establecieron la Facultad de Ciencias Matemáticas, Físico-Químicas, y Naturales aplicadas a la Industria; y la Facultad de Ciencias Económicas y Políticas. En los años siguientes se fueron incorporando la de Filosofía; Ciencia Política; Odontología; Ciencias Agrarias, Arquitectura, Veterinarias y Psicología. Además de los hospitales escuelas, dos escuelas secundarias, el Instituto Superior de Música de Rosario y el Instituto Superior de Bellas Artes.

Adoptó primero el estatuto de la UNL mientras se desandaba la normalización que concluyó con el estatuto de 1986 donde se ratificó el cogobierno con docentes, estudiantes graduados y no docentes. Por primera vez desde su creación, la UNR contó con sus órganos de gobierno en pleno funcionamiento y comenzó un

período de transformaciones y acciones continuas, que no se han interrumpido hasta la actualidad.

***Biblioteca de Arquitectura, Planeamiento y Diseño “Arq. Don Hilarión Hernández Larguía”***

La presente institución comenzó a funcionar como tal a partir de julio de 1973 y recibió el nombre de “Arq. Don Hilarión Hernández Larguía” honrando a este prestigioso profesional, docente de la casa de altos estudios. Fue uno de los fundadores, junto a otros colegas de su época como el Arq. Ángel Guido y Juan B. Durand, de la Sociedad de Arquitectos de Rosario, creada en defensa y reglamentación de la profesión, cuando la carrera aún estaba en sus comienzos y funcionaba como Escuela de Arquitectura. Con la donación de uno de los mayores aportes bibliográficos contribuyó a la formación de esta biblioteca.

En el marco de un proceso de innovación y mejoramiento permanente se ha construido un plan estratégico que logró que la biblioteca defina qué y cómo quiere que sea el futuro.

Su misión es ofrecer servicios de calidad dirigidos a responder las demandas de información de los usuarios en relación a la docencia, investigación y formación continua de la comunidad universitaria.

Asegurará la recopilación, conservación, acceso y difusión de los recursos de información en los diferentes soportes.

Tiene como visión convertirse en un espacio innovador proveyendo tecnología; servicios; y recursos informativos necesarios para integrarse como componente activo en los procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y formación continua. Impulsando, además, la integración e interrelación con Instituciones afines de carácter nacional e internacional.

***Biblioteca de Ciencia Política y Relaciones Internacionales “Dr. Juan Carlos Puig”***

El 16 de octubre de 1990 el Consejo Directivo de esa Facultad resuelve la creación de la biblioteca. Con el aumento de su bibliografía y la creciente demanda de usuarios, se proyectó la construcción de un edificio propio. El mismo fue inaugurado el 5 de marzo del año 2002.

Lleva el nombre de Dr. Juan Carlos Puig en homenaje al destacado teórico, diplomático y primer director de la Escuela de Relaciones Internacionales de la casa de estudios.

Se brindan los servicios de préstamo de libros en sala de lectura y domicilio, sala de lectura silenciosa y parlante, estanterías abiertas, referencia general y especializada, préstamos de computadoras portátiles en sala de lectura y acceso a bases de datos, entre otros.

Es un referente de acceso abierto (AA) y administra la comunidad de la Facultad en el Repositorio Hipermedial de la UNR.

### ***Biblioteca de Ciencias Agrarias***

La biblioteca fue organizada en el año 1972.

Tiene como objetivo localizar y proveer información para satisfacer necesidades de investigación, aprendizaje y auto formación, coordinando servicios que contribuyan a la lectura selectiva, crítica y creativa.

Está abierta a toda la sociedad, pero algunos de sus servicios están destinados únicamente a la comunidad educativa de la institución.

Su colección se basa en temáticas vinculadas a las actividades académicas de la Facultad y está constituida por material impreso y electrónico. Se conservan, además, los trabajos de investigación de los alumnos de grado y postgrado y, desde sus inicios, es una de las bibliotecas depositarias de FAO en Argentina.

### ***Biblioteca de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas "Dr. Hipólito González"***

Esta biblioteca debe su nombre al docente que impulsó su creación en 1971. Posee dentro de su acervo bibliográfico material actualizado para las cinco carreras que se cursan en la Facultad, trabajos de investigación y también material antiguo de gran valor bibliográfico.

A partir del año 2007 agregó la sala de Internet con ocho computadoras en red, para el uso gratuito de los alumnos de la facultad.

Utiliza el sistema de estanterías abiertas con el acceso directo de los usuarios, lo que facilita el contacto de los estudiantes, a los diferentes autores y a las distintas materias.

Es el objetivo continuar con la actualización de las colecciones y participar de las actividades inherentes al desarrollo de la comunicación académica para toda la comunidad, incorporando nuevos recursos y optimizando los existentes.

### ***Biblioteca de Ciencias Económicas y Estadística "Estanislao S. Zeballos"***

Se inauguró oficialmente el 26 de junio de 1915. Es una institución que tiene como misión satisfacer la demanda de información y documentación de la comunidad universitaria, preservando, procesando y difundiendo su repertorio bibliográfico y desarrollando en forma continua los medios materiales y tecnológicos para el acceso y recuperación de información facilitando la investigación y el estudio.

Repasando su historia se pueden señalar como hitos importantes: la designación en 1905 como director de la Escuela Superior Nacional de Comercio de Rosario al Ingeniero Julio Bello, quien tuvo enorme interés de dotar a esa institución de una biblioteca que respondiera a los propósitos del establecimiento y a la cultura de la ciudad. Realizó numerosas gestiones para obtener libros y publicaciones oficiales, pero además para que pudiera ser declarada pública y lograr el nombramiento de un bibliotecario. Como consecuencia de las gestiones realizadas, el 30 de abril de 1910 el Poder Ejecutivo Nacional dictó el decreto declarando pública la biblioteca y nombrando bibliotecario. Contaba en ese entonces con 5000 ejemplares.

El 17 de octubre de 1919 fue promulgada la ley 10861, creando la UNL y con ella la Facultad de Ciencias Económicas, Comerciales y Políticas, organizada sobre la base de la Escuela Superior Nacional de Comercio. La biblioteca de la escuela pasó entonces a depender de la facultad.

El 15 de octubre de 1923 el Honorable Consejo Directivo de la facultad designó a la biblioteca con el nombre de "Doctor Estanislao S. Zeballos", motivado por el fallecimiento del estadista que tanto interés había demostrado por ella.

La biblioteca creció y aumentaron sus instalaciones y en la actualidad pertenece a la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

### ***Biblioteca Central de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura "Ingeniero Luis Laporte"***

La Biblioteca Central "Ingeniero Luis Laporte", de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura, fue creada en junio de 1921 con la base de los libros de la Escuela Industrial, aunque éstos no eran adecuados para estudios superiores, y con adquisiciones parciales hechas directamente por la casa.

Al año siguiente, la biblioteca ya contaba con más de medio millar de libros y registró de julio a diciembre de 1922 un total de 814 lectores.

### ***Biblioteca de Ciencias Médicas***

En 1920 el Decano de la Facultad de Ciencias Médicas, Dr. Rafael Araya, creó la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas con la compra de 1169 obras, sumando además publicaciones periódicas.

A partir de ese momento se inicia un proceso de crecimiento continuo, a través de la incorporación de colecciones privadas y donadas, que pasaron a formar parte del riquísimo patrimonio de la Biblioteca de la Facultad.

La Biblioteca es la encargada de administrar y gestionar las colecciones bibliográficas y documentales, que utilizan los estudiantes, los docentes, no docentes y profesionales posgraduados de esta facultad.

Es integrante del catálogo de la BV, originado a partir de la red de bibliotecas de la Universidad Nacional de Rosario y participa del Repositorio Hipermedial de la UNR.

### ***Biblioteca de Ciencias Veterinarias “Juan Carlos Fain Binda”***

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Veterinarias de la UNR fue organizada a partir del mes de noviembre de 1973, producto de la compra y donación de materiales y a partir de 1979 se la comenzó a organizar.

Hoy se encuentran a disposición de alumnos, docentes y graduados, una colección de 5.694 títulos de libros, con el sistema de estanterías abiertas; y aproximadamente 300 títulos de publicaciones periódicas.

Es una institución que pretende fortalecer y mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios bibliotecarios y la formación del personal.

Tiene como misión ofrecer servicios de información, eficientes y de calidad, dirigidos a la satisfacción de las necesidades de formación e información de su comunidad académica y científica, a través de colecciones, infraestructura y recursos humanos que, en cantidad y calidad suficientes, contribuyan al logro de los objetivos de docencia, investigación y extensión de la institución como así también ayudar a sus usuarios en el proceso de transformar la información en conocimiento.

### ***Biblioteca de Derecho “Dr. Fontanarrosa”***

Hacia el año 1970 la facultad no contaba con biblioteca propia hasta que el 10 de agosto de ese año se comenzó a organizar la misma a través de la elaboración de un proyecto.

La biblioteca funcionó desde 1971 hasta 1978 en un edificio hasta su traslado en el mes de agosto de 1978 al local donde funcionaba el archivo de Tribunales.

Al año siguiente se volvió a trasladar a la que es hoy aula Fontanarrosa, donde todavía permanece puesta la placa que recuerda este suceso.

En el año 1980 la trasladan nuevamente al local que ocupa actualmente, compartiendo el espacio con la biblioteca de la Facultad de Ciencias Agrarias.

En la actualidad tiene la Biblioteca Circulante con estanterías abiertas, la Biblioteca Especializada con acceso restringido y la Hemeroteca ubicada en la planta alta también con acceso libre al estante y cuenta con una fotocopidora con sistema de autoservicio.

Entre algunos de los servicios que ofrece se encuentran: Préstamo a sala y a domicilio; Búsquedas de jurisprudencia, legislación o doctrina; confección de Dossier; envío de información por correo electrónico; catálogo de consulta automatizado; servicio de correo electrónico; disponibilidad de Internet, entre otros.

### ***Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades y Artes***

La Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades y Artes, fundada el 1° de diciembre de 1947, es un espacio donde se puede consultar material bibliográfico disponible para toda la comunidad universitaria.

Para facilitar el acceso a la información, la biblioteca cuenta con personal calificado para asesorar a los usuarios en su búsqueda.

### ***Biblioteca “Luis A. Camani Altube” de la Facultad de Odontología***

El generoso legado de la biblioteca personal del Dr. Camani Altube impulsó la creación de la Biblioteca de esta Casa de Estudios, que desde el 20 de marzo del 2006 lleva su nombre.

Tiene la misión de brindar servicios de información y documentación para apoyar el proceso de enseñanza/aprendizaje en el que se incluyen a docentes, investigadores y estudiantes de la institución, haciendo extensivo su accionar a la zona de influencia.

### ***Biblioteca “Dr. Juan Carlos Gardella” de la Facultad de Psicología***

La Biblioteca de la Facultad de Psicología lleva su nombre en homenaje al Dr. Juan Carlos Gardella, defensor de los Derechos Humanos.

La colección inicial la constituyó el material existente en la Escuela de Psicología que funcionaba en la Facultad de Humanidades y Artes. En 1996 se inauguró haciendo su primera compra de material. El fondo bibliográfico especializado en Psicoanálisis, Psicología y Psicodiagnóstico fue incrementándose con sucesivas donaciones. En la actualidad la biblioteca cuenta con más de 7000 registros de monografías, que abarcan además, temáticas como Psiquiatría, Filosofía, Epistemología, Lingüística, Educación, Sociología, Biología, Historia, Literatura, también Tesis y Revistas así como Actas de Congresos y Jornadas afines a la temática. Su colección es ingresada sistemáticamente al catálogo de la biblioteca a través de estándares internacionales que permiten dar a conocer los fondos existentes en este centro de información.

La misión de la biblioteca es colaborar activamente en el proceso enseñanza-aprendizaje de la Universidad para esto aspira a mejorar y optimizar sus servicios. Asegurando el acceso libre y democrático a la información propiciando actividades que desarrollen competencias y habilidades para asegurar la inclusión a través de la alfabetización informacional. Estamos trabajando en el diseño de cursos de formación de usuarios y actividades de extensión bibliotecaria.

### **Universidad Tecnológica Nacional (UTN)**

En 1959, por Ley N° 14.855, la Universidad Obrera Nacional se introdujo al régimen jurídico de autarquía con el nombre de UTN.

Fue la única universidad nacional del país con la ingeniería en el foco central de su estructura académica.

Posee carácter federal, por incluir a todas las regiones de Argentina.

Sus 33 Sedes están localizadas en la región del Noreste (Provincia de Chaco); Noroeste (Provincia Tucumán); Cuyo (Provincias de La Rioja y Mendoza); Centro (Provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe); Metropolitana y Bonaerense (Ciudad y Provincia de Buenos Aires); Sur (Provincias de Chubut, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego).

Esto se traduce en un permanente e íntimo vínculo con los sistemas productivos regionales que promueven un fructífero intercambio académico nacional.

Por otra parte, de su presencia en toda la extensión geográfica del país deriva su amplia capacidad de recepción de estudiantes.

La investigación en UTN tiene por objetivo desarrollar soluciones innovadoras para los desafíos tecnológicos más desafiantes que plantea nuestra sociedad. Es misión de la casa de estudios crear, preservar y transmitir los productos de los campos científico, tecnológico y cultural para la formación plena del hombre como sujeto destinatario de esa cultura y de la técnica, extendiendo su accionar a la comunidad para contribuir a su desarrollo y transformación. De ese modo, el desarrollo de proyectos culturales es impulsado por parte de las diferentes áreas de la Universidad, en gestión asociada con actores y organismos del campo cultural.

En el mismo sentido, en el marco de una política de generación de conocimientos y capacidades tecnológicas en vinculación con el medio, la UTN colabora con la resolución de los problemas de la industria y la sociedad, prestando servicios a empresas, instituciones y organizaciones de la sociedad civil.

La UTN tiene compromiso con el bienestar y la justicia social, su respeto por la ciencia y la cultura, y la necesidad de su aporte al progreso de la Nación y las regiones que la componen. Es por ello que consagra el derecho al ingreso irrestricto y a la gratuidad de la enseñanza en sus carreras de grado.

### ***Red de Bibliotecas de la UTN***

Constituye un espacio interinstitucional que ofrece recursos para la docencia, el aprendizaje, la investigación y la gestión.

El desarrollo de esta Red se inscribió en el marco de las políticas de la Secretaría Académica de la UTN con el fin de fortalecer las acciones académicas y lograr acuerdos de colaboración entre las distintas sedes de la Universidad.

A través de esta Red se pretendió que la cooperación entre las distintas unidades de gestión bibliotecaria no sólo permita compartir e intercambiar recursos y servicios, sino también y principalmente favorezca el trabajo en equipo potenciando la gestión de cada una de las unidades participantes apuntando siempre a la mejora constante y la calidad de los servicios.

Sus objetivos generales son asegurar el acceso a la información para favorecer el desarrollo de la ciencia, la técnica, la cultura e innovación; delinear estrategias para la puesta en marcha de políticas y programas referidos al quehacer de las bibliotecas de la UTN; asesorar a la comunidad tecnológica en temas específicos de los servicios bibliotecarios; promover actividades de gestión colaborativa entre las distintas sedes de la UTN; formar parte de la REDIAB, con la representación de dos integrantes por la Universidad Tecnológica Nacional, y la adhesión del conjunto de Bibliotecas; establecer relaciones de cooperación con instituciones nacionales e internacionales.

### ***Biblioteca de la Facultad Regional Rafaela “Miguel A. Williner” (UTN FRRA)***

La Biblioteca de la Facultad Regional Rafaela de la UTN ha sido pensada en función de las carreras que se cursan en la institución, con el espíritu de servir a las consultas, estudios e investigaciones de sus docentes, alumnos, graduados y no docentes.

Su historia se enlaza con la propia historia de la Facultad. Sus orígenes se encuentran desde 1976 en la Escuela Nacional de Educación Técnica N°1 “Guillermo Lehmann”. De ahí pasa, en 1980, a otro edificio con el fin de lograr una mejor funcionalidad.

A partir del año 2000, cuando comienzan a funcionar un número de cursos de ingenierías parte de la biblioteca se vuelve a trasladar.

Actualmente dicha sede concentra todo el material de las carreras de Ingeniería y de Tecnicatura Universitaria en Industrias Alimentarias y en la sede de Bv. Roca mantiene la bibliografía de las Licenciaturas en Organización Industrial, Administración Rural y de la Tecnicatura Universitaria en Programación.

Se fue dotando de material adquirido con fondos de la universidad y por donaciones de instituciones y por personas que generosamente hicieron su contribución.

En el año 2011, más precisamente el 31 de marzo, se logró concretar un proyecto que fue la inauguración de una nueva biblioteca institucional, con el valioso aporte económico de la Fundación Alfredo Williner.

La misión de la biblioteca de la UTN FRRA es brindar apoyo a la actividad académica de investigación, logrando satisfacción a la demanda de información de los usuarios, con accesos rápidos y claros a las diferentes fuentes de información a través de su base de datos y realizar una atención personalizada.

Su visión es prestar un servicio de información bibliotecaria que apoye el desarrollo en la comunidad universitaria contribuyendo al desarrollo general de la sociedad impulsando la innovación y el uso de las nuevas tecnologías con vocación de servicio público.

### ***Biblioteca de la Facultad Regional Reconquista “Alcides R. Martínez”***

El 11 de septiembre de 1992 la biblioteca de la Facultad Regional Reconquista quedó inaugurada con el nombre de “Ing. Alcides Roberto Martínez” en memoria de un docente de esa casa de estudios y funciona como único centro de documentación dentro de la institución.

Cuenta con una hemeroteca, videoteca, biblioteca de normas, apuntes de cátedras de las carreras de grado y de posgrado que se dictan en la facultad, tesis, trabajos finales y acceso a través de su web a bibliotecas virtuales y digitales.

También presta un servicio abierto a la comunidad a través del proyecto de Biblioteca Técnica Abierta a la Comunidad. Éste se va desarrollando en forma progresiva, tratando de proyectar a todos los sectores de la sociedad pero en particular a los profesionales técnicos y empresas de la zona en beneficio de los fines académicos, culturales y de desarrollo humano que persigue la UTN.

La misión de la Biblioteca Técnica Abierta a la Comunidad es contribuir al logro de los fines académicos, culturales y de desarrollo humano que persigue la UTN.

La Biblioteca de la Facultad Regional Reconquista aspira a ser el referente en la región, en un contexto nacional e internacional, como biblioteca de mayor prestigio y renombre en temas de ingeniería, gestión, educación universitaria y cultura.

### ***Biblioteca de la Facultad Regional Rosario “Manuel Belgrano”***

La Biblioteca de la Facultad Regional Rosario comienza a funcionar en el año 1953 por iniciativa de quienes fueran los primeros docentes de esa Casa de Estudios que donaron una cantidad importante de ejemplares de libros técnicos, constituyendo en ese acto, la primera organización bibliográfica de la facultad. Sus comienzos se inician en el edificio del Instituto Superior Politécnico y posteriormente adquiere una mejor y mayor organización cuando la Facultad Regional Rosario se muda en el mismo año a los altos del Colegio Nacional N° 1. En ese año la Biblioteca incrementa su acervo bibliográfico al continuar las donaciones de profesores y alumnos de la Regional y se establecen las primeras adquisiciones de libros y enciclopedias técnicas por parte de las autoridades de la Facultad.

En el año 1969 se inaugura el edificio de la Facultad y con ello la biblioteca se muda al nuevo edificio.

Posteriormente en el año 1970 la biblioteca comienza a funcionar en la Sala de Profesores. Se organiza profesionalmente y su acervo bibliográfico, para esa época, llegaba a los 2300 ejemplares. Comienza a funcionar además la Hemeroteca, que cuenta con las primeras revistas y publicaciones técnicas.

Durante el año 1983 se da por terminado el subsuelo y entrepiso y la Biblioteca se instala en las dos alas que hoy albergan tanto Sala de Lectura como Biblioteca.

Se inauguró bajo el nombre de " Biblioteca Manuel Belgrano".

Actualmente cuenta con más de 8000 volúmenes y se ha logrado informatizar tanto la búsqueda del material, como así también el préstamo bibliográfico. Se trata de que todos los años se incorporen títulos actualizados en distintas especialidades, procurando además, mejorar la calidad en el servicio y atención al usuario.

### ***Biblioteca de la Facultad Regional Santa Fe “Ing. Jorge Omar Conca”***

En la década de 1950 comenzó a funcionar la UTN en Santa Fe dictando sus primeras clases en las instalaciones de la Facultad de Ingeniería Química de la UNL y la Escuela Industrial Superior dependiente de dicha Universidad.

Posteriormente se instala la parte académica en un inmueble y las oficinas administrativas en otro.

Al terminarse el nuevo edificio en 1978, se realizó su traslado.

Inicialmente la biblioteca funcionó en el nuevo edificio, donde hoy se encuentra el Aula Multimedia.

Por una gestión directa del Sr. Ingeniero Jorge O. Conca, se destinó dinero para hacer una nueva biblioteca que hoy lleva merecidamente su nombre.

La biblioteca universitaria "Rector Comodoro Ing. Jorge Omar Conca", fue inaugurado en su actual emplazamiento el 19 de septiembre de 1980.

Su misión consiste en brindar apoyo a la actividad académica, constituyendo un espacio de formación permanente para la comunidad universitaria a la que sirve, colaborando proactivamente en el acceso, generación y difusión del conocimiento científico y tecnológico a través de sus recursos bibliográficos y la tecnología dispuesta para tal fin.

Entre sus funciones se encuentran las de:

- Clasificar y catalogar las obras recibidas.
- Elaborar, gestionar y controlar los catálogos de uso interno y público.
- Organizar la circulación, préstamo y archivo de las obras de la biblioteca.
- Entender en la ejecución de estadísticas sobre movimiento de material bibliográfico y lectores.
- Asesorar a la comunidad educativa sobre pertinencia y relevancia del material bibliográfico, entre otros.

### ***Biblioteca de la Facultad Regional de Venado Tuerto "Libertad"***

Esta biblioteca posee dos ambientes: un depósito de libros y una amplia sala de lectura. Se encuentra completamente informatizada, estando todo el material catalogado y clasificado según normas internacionales.

En la actualidad se cuenta con aproximadamente 2900 ejemplares, estando en constante crecimiento, cubriendo la necesidad de las carreras que se dictan como así también de los grupos de investigación que funcionan en la casa.

Persigue los objetivos de la propia facultad: crear, preservar y transmitir la técnica y la cultura universal en el campo de la tecnología.

Tiene como misión: apoyar a la docencia, la investigación, la proyección de la Universidad, la educación integral y la actualización profesional, brindando servicios de información y gestión del conocimiento, buscando siempre satisfacer las necesidades de sus usuarios prestando servicio de una manera efectiva y óptima que beneficie a toda la comunidad universitaria.

Su visión es ser reconocidos como un centro de recursos para el aprendizaje y la investigación en el campo de la tecnología, caracterizado por la excelencia de sus colecciones y por la implementación de servicios innovadores.

### **Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf)**

La UNRaf es una universidad pública y gratuita argentina creada en el año 2014 mediante la Ley N° 27.062 , ubicada en la ciudad homónima, de la provincia de Santa Fe. Forma parte del Sistema Universitario Argentino.

#### ***Biblioteca UnRaf***

El año de gestación radica en el mes de diciembre de 2016, período en el cual no contaba con espacio físico, mobiliario ni material bibliográfico. La primera donación fue de la Biblioteca de la UTN y por el personal de la Universidad. Tiene como misión gestionar y administrar servicios de información y documentación a fin de satisfacer las necesidades académicas de la comunidad universitaria y la consecución de los objetivos de la Universidad.

Su visión radica en constituirse en un centro de recursos para el aprendizaje y la investigación que posibilite la generación y gestión del conocimiento de la comunidad académica, que distinga a la Universidad en el ámbito local, regional y nacional.; ser un ámbito accesible, acogedor, pluralista, moderno de encuentro para la generación de conocimiento, de proyectos, de ideas, enmarcado en los valores que sostiene la UNRaf.



## ANEXO II

### Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTO
Uso de RRSS por bibliotecas universitarias públicas	“Espacios digitales creados por las personas, para las personas, que facilitan la difusión de contenidos atractivos, la comunicación y el diálogo con un público más amplio y a la creación de redes a diferentes niveles-personal, profesional, empresarial, de marketing, etc.”(Kapoor, 2018, p.536)	*Presencia en RRSS	-Existencia de perfiles en RRSS (Si/No)	Observación directa	Guía de observación
		*Antigüedad de uso	-Fecha de creación de los perfiles en RRSS	Observación directa	Guía de observación
		*Integración institucional	-cuenta propia de la biblioteca o parte de una institución mayor	Observación directa; Encuesta	Guía de observación / Cuestionario (Google Forms)
		*Plataformas utilizadas	-RRSS en las que la biblioteca tiene presencia activa (Facebook, Instagram, X, YouTube, otras)	Observación directa	Guía de observación
		*Frecuencia de uso	-Número de publicaciones semanales o mensuales	Observación directa	Guía de observación
		*Audiencia	-Número de seguidores o suscriptores por plataforma	Observación directa	Guía de observación
		*Objetivos comunicacionales	-Objetivos de uso de las RRSS: difusión, promoción, visibilidad, contenido, otros	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)
*Público objetivo	-Público al que se dirige la comunicación (estudiantes, docentes, comunidad universitaria)	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)		
Criterios de elección	“La decisión de elegir en qué red social se tendrá presencia va a depender de factores como los objetivos a alcanzar, el público objetivo, los recursos disponibles (tiempo, personal y presupuesto) y el contenido a generar según los objetivos propuestos”(Calverley, 2024, párr. 3).	*Elección	-Formato, alcance, popularidad de la red social, etc.	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)
Gestión de RRSS	“utilizar estrategias específicas para construir y mantener una presencia	*Responsable de gestión	-Área o persona encargada del manejo de las RRSS (director, área de	Encuesta	Cuestionario (Google Forms)

	efectiva en estos canales con el objetivo de alcanzar metas y objetivos predefinidos”(Vargas Basilio, 2024, p.46 )	*Planificación formal  *Comunicación externa digital	comunicación, otros)  -Existencia de un plan de gestión, manual de procedimientos y objetivos establecidos  -Integración en un plan de comunicación institucional más amplio	Encuesta  Encuesta	Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)
Planificación estratégica en RRSS	La planificación permite a las bibliotecas universitarias que puedan buscar un mejor rendimiento en sus acciones en línea y en líneas generales permitirá establecer objetivos a alcanzar, determinar el público al cual va dirigido, herramientas a utilizar de acuerdo a ese público, optimizar el tiempo que se invierte en en RRSS, entre otros beneficios. (elaboración propia)	*Establecimiento de objetivos  *Planificación de contenidos	-Definición clara de metas comunicacionales en RRSS  -Uso de planificadores para tipos de contenido, fechas, responsables, y métricas	Encuesta  Encuesta	Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)
Tipo de contenido publicado	“En el contexto de la web, el contenido se refiere a la información presentada en sitios web o plataformas de medios sociales” (Żarnowski, 2025, párr. 1)	*Tipo de publicaciones -sólo en muros-  *Formato  *Calidad	-Cantidad y frecuencia de publicaciones por categoría (informativa, promocional, educativa, etc.)  -Tipo de formato: texto, imágenes, videos, interactivos  -Evaluación del contenido: utilidad, originalidad, relevancia y atractivo	Observación directa Encuesta  Observación directa  Observación directa	Guía de observación Cuestionario (Google Forms)  Guía de observación  Guía de observación
Desafíos en la gestión de RRSS	“Una situación de enfrentarse a algo que necesita un gran esfuerzo mental o físico para realizarse con éxito y que, por tanto, pone a prueba la capacidad de una persona” (Cambridge University, 2025, párr.1).	*Recursos humanos de la biblioteca  *Recursos materiales  *Estrategia  *Monitoreo de RRSS	-Falta de personal capacitado o en cantidad insuficiente  -Falta de recursos tecnológicos o financieros para gestión  -Inexistencia de políticas o planes formales de comunicación digital  -Falencias en el mantenimiento, control y seguridad de las plataformas	Encuesta  Encuesta  Encuesta  Encuesta	Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)  Cuestionario (Google Forms)

Formación profesional en RRSS	“Conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica” (Real Academia Española, 2024, párr.1)	<p>*Tipo de profesional encargado</p> <p>*Capacitación profesional</p> <p>*Tareas desempeñadas</p>	<p>-Formación profesional del personal a cargo (bibliotecario, community manager, curador de contenidos, etc.)</p> <p>-Cantidad y tipo de cursos recibidos (internos o externos)</p> <p>-Actividades realizadas: generar contenido, responder, curar información, etc.</p>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario (Google Forms)</p> <p>Cuestionario (Google Forms)</p> <p>Cuestionario (Google Forms)</p>
Impacto de las RRSS en la comunicación y vinculación	Se refiere al grado en que el uso de estas plataformas influye en la capacidad de las bibliotecas universitarias para comunicarse eficazmente con sus usuarios, fomentar la participación de la comunidad y fortalecer las relaciones con ella (elaboración propia )	<p>*Interacción y engagement</p> <p>*Participación</p> <p>*Construcción de comunidad</p>	<p>-Número de comentarios y seguidores; calidad del intercambio</p> <p>-Participación de los usuarios en encuestas, eventos o foros en línea</p> <p>-Comentarios positivos, grado de identificación con la biblioteca</p>	<p>Observación directa</p> <p>Observación directa Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Guía de observación</p> <p>Guía de observación; Cuestionario (Google Forms)</p> <p>Cuestionario (Google Forms)</p>

## ANEXO III

### Guía de observación para RRSS

Biblioteca 1							Observaciones
V. 1	Existencia de perfiles en RRSS SI/NO						
	Fecha de creación de cada perfil	Facebook	Instagram	X	YouTube	Otro:	
	Nombre del perfil						
	Enlace activo						
	Cuenta propia de la biblioteca SI/NO						
	Antigüedad						
	Forma parte de una institución mayor SI/NO						
	RRSS en las que tiene presencia activa	Facebook	Instagram	X	YouTube	Otro	
	N° de publicaciones promedio	Mensuales	Mensuales	Mensuales	Mensuales	Mensuales	
		Semanales	Semanales	Semanales	Semanales	Semanales	

	N° total de publicaciones del período						
	N° de seguidores/suscriptores por plataforma						
V. 5	Cantidad de publicaciones por categoría	Informativa	Informativa	Informativa	Informativa	Informativa	
		Promocional	Promocional	Promocional	Promocional	Promocional	
		Educativa	Educativa	Educativa	Educativa	Educativa	
	Tipo de formato	Imágenes	Imágenes	Imágenes	Imágenes	Imágenes	
		Texto	Texto	Texto	Texto	Texto	
		Video	Video	Video	Video	Video	
		Interactivos	Interactivos	Interactivos	Interactivos	Interactivo	
	Evaluación del contenido	Original	Original	Original	Original	Original	
		Útil	Útil	Útil	Útil	Útil	
		Relevante	Relevante	Relevante	Relevante	Relevante	
		Atractivo	Atractivo	Atractivo	Atractivo	Atractivo	
V. 8	Cantidad de compartidos						
	Cantidad de me gusta						
	Cantidad de comentarios						

	Cantidad de visualizaciones						
	Engagement						
	Participación de usuarios	Eventos	Eventos	Eventos	Eventos	Eventos	
		Encuestas	Encuestas	Encuestas	Encuestas	Encuestas	
		Foros en línea	Foros en línea	Foros en línea	Foros en línea	Foros en línea	

## ANEXO IV

### **Encuesta realizada a directivos/responsables de cada biblioteca universitaria**

Encuesta sobre Estado de situación del uso de las redes sociales por parte de las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe, Argentina

#### CONSENTIMIENTO

Declaro que he sido informado/a e invitado/a a participar como informante en la investigación denominada "Estado de situación del uso de las redes sociales por parte de las bibliotecas universitarias públicas de la provincia de Santa Fe, Argentina". Éste es un trabajo de investigación realizado en el marco de la tesina final de la carrera de Licenciatura en Bibliotecología de la UNL. He sido informado/a que la información registrada será confidencial, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas. Estoy en conocimiento que los datos me serán socializados al cierre de la investigación y que la participación en esta encuesta reviste total voluntariedad.

#### USO ACTUAL DE REDES SOCIALES

Esta sección contempla la utilización de redes sociales por parte de la biblioteca así como la relación con su institución mayor en el manejo de estas plataformas

#### **1-La biblioteca tiene presencia en redes sociales a través de :**

PERFIL PROPIO

PERFIL INSTITUCIONAL

AMBOS

NO POSEE PERFIL EN REDES SOCIALES

#### **2- Aclaración: sólo responder en caso de NO contar con perfil en redes sociales**

**Si la biblioteca NO tiene presencia en redes sociales se debe a :**

DECISIÓN PROPIA

DECISIÓN DE SU INSTITUCIÓN MAYOR

**3- Si la biblioteca NO tiene presencia actual en redes sociales ¿tiene intención futura de hacerlo?Aclaración: sólo responder en caso de no contar con perfil en redes sociales finalizando su participación en esta encuesta, muchas gracias**

MUY PROBABLE

PROBABLE

NI PROBABLE NI IMPROBABLE

IMPROBABLE

MUY IMPROBABLE

CARACTERIZACIÓN DE LA BIBLIOTECA

Esta sección refiere a aspectos concretos que caracterizan a la biblioteca respecto a sus redes sociales

**4- ¿Hacia qué público se dirige la comunicación en estas plataformas? Puede marcar más de una opción**

ESTUDIANTES

DOCENTES

INVESTIGADORES

COMUNIDAD UNIVERSITARIA EN GENERAL

**5- ¿Qué criterios incidieron en la elección de las redes sociales utilizadas por su biblioteca? Puede marcar más de una opción**

FORMATO

POPULARIDAD DE LA RED SOCIAL

FIDELIZACIÓN

## IMÁGEN INSTITUCIONAL

OTROS:

**6- ¿Qué objetivos comunicacionales orientan la publicación de contenidos en redes sociales? (marque todos los que correspondan)**

INFORMAR SOBRE SERVICIOS, ACTIVIDADES O NOVEDADES

PROMOVER LA PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN DE LOS USUARIOS

POSICIONAR LA IMÁGEN INSTITUCIONAL DE LA BIBLIOTECA

FORTALECER LA COMUNIDAD ACADÉMICA

**7- ¿Qué categorías de contenido publica regularmente su biblioteca en redes sociales? (marque todas las que correspondan)**

NOTICIAS Y NOVEDADES INSTITUCIONALES

RECURSOS Y HERRAMIENTAS ACADÉMICAS

ACTIVIDADES CULTURALES O DE EXTENSIÓN

RECOMENDACIONES DE LECTURA O CONTENIDOS

TESTIMONIOS O EXPERIENCIAS DE USUARIOS

PUBLICACIONES CON FINES RECREATIVOS (JUEGOS, TRIVIAS, EFEMÉRIDES, ETC.)

Otros:

GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE REDES SOCIALES

Esta sección refiere a la utilización de estrategias específicas para construir y mantener una presencia efectiva en estos canales con el objetivo de alcanzar metas y objetivos predefinidos

**8- A la hora de gestionar su red o redes sociales ¿la biblioteca cuenta con un área o persona encargada del manejo de sus redes sociales? En caso afirmativo detallar**

SI

NO

DIRECTOR

ÁREA DE COMUNICACIÓN

Otros:

**9- ¿Existe un plan de gestión formal escrito o un manual de procedimientos de redes sociales en su biblioteca?**

SI

NO

**10- ¿La biblioteca forma parte de un plan de comunicación institucional más amplio?**

SI

NO

**11- ¿Se utilizan planificadores para tipos de contenido, fechas, responsables?**

SI

NO

**12- ¿Se realiza una evaluación del rendimiento en redes sociales?**

SI

NO

**13- ¿Se realizan métricas internas?**

SI

NO

**14- ¿Qué métricas se utilizan para evaluar el rendimiento en redes sociales?**

ALCANCE

IMPRESIONES

ENGAGEMENT

TASA DE CLICS

TASA DE CONVERSIÓN

TASA DE CRECIMIENTO DE SEGUIDORES

Otros:

**15- ¿Con qué frecuencia publica contenido su biblioteca?**

NUNCA

RARA VEZ

A VECES

A MENUDO

SIEMPRE

IMPACTO PERCIBIDO

Se refiere al grado en que el uso de estas plataformas influye en la capacidad de las bibliotecas universitarias para comunicarse eficazmente con sus usuarios, fomentar la participación de la comunidad y fortalecer las relaciones con ella

**16- La biblioteca ¿lleva adelante propuestas para lograr la participación de sus usuarios?**

NUNCA

RARA VEZ

A VECES

A MENUDO

SIEMPRE

**17- Describa brevemente una buena práctica implementada en su biblioteca en redes sociales**

**18- ¿Cómo evalúa el impacto de las redes sociales en la vinculación entre la biblioteca y su comunidad universitaria?**

MUY POSITIVO

POSITIVO

NEUTRAL

NEGATIVO

MUY NEGATIVO

**19- ¿Cómo considera que el uso de redes sociales en la biblioteca impacta en la comunicación y relación con sus usuarios?**

## DESAFÍOS Y CAPACITACIÓN

En esta sección se abarca tanto a los desafíos que refiere a una situación de enfrentarse a algo que necesita un gran esfuerzo mental o físico para realizarse con éxito y que, por tanto, pone a prueba la capacidad de una persona, en este caso

la capacidad de los profesionales en la gestión de estas plataformas, como al conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica

**20- ¿Qué desafíos se presentan en la gestión de redes sociales? Puede marcar más de una opción**

FALTA DE PERSONAL CAPACITADO

CANTIDAD INSUFICIENTE DE PERSONAL

FALTA DE TIEMPO

FALTA DE RECURSOS TECNOLÓGICOS

FALTA DE RECURSOS FINANCIEROS

INEXISTENCIA DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

FALENCIA EN EL MANTENIMIENTO, CONTROL Y SEGURIDAD DE LAS PLATAFORMAS

Otros:

**21- ¿Qué formación profesional tiene el personal encargado de las redes sociales? Puede marcar más de una opción**

NO POSEE CONOCIMIENTOS

COMMUNITY MANAGER

CURADOR DE CONTENIDOS

AUTODIDACTA

**22- ¿Qué cantidad y tipo de cursos (internos o externos) han realizado las personas encargadas de redes sociales?**

**23- ¿Qué tareas desempeña el personal de redes sociales? Puede marcar más de una opción**

GENERAR CONTENIDO

RESPONDER MENSAJES/COMENTARIOS

CURAR INFORMACIÓN

Otros:

**24- ¿Podría describir brevemente cómo ha sido la experiencia de su biblioteca en la actividad de redes sociales?**

ANEXO V

**Matriz de pertinencia de los objetivos específicos con los ítems de la guía de observación:**

<b>Objetivo específico</b>	<b>Relación con Ítem/s de la guía de observación</b>
1. Identificar la participación de las BUPSF en redes sociales	Nombre del perfil, red social, enlace activo, fecha de creación
2 Determinar cuáles son las redes sociales más utilizadas y con qué frecuencia.	Frecuencia de publicaciones, antigüedad
3. Analizar los criterios que influyen en la elección de cada plataforma de RRSS.	Se abordó desde la encuesta
4. Examinar la gestión de las redes sociales en estas bibliotecas, considerando si es institucional, espontánea o iniciativa individual.	Nombre de los perfiles
5. Indagar si existe una planificación estratégica en la gestión de redes sociales por parte de estas bibliotecas.	Se aborda en la encuesta
6. Describir los tipos de contenido publicados en las redes sociales de estas bibliotecas durante el período junio-diciembre de 2024.	Clasificación del contenido (informativo, educativo, promocional, etc.), formato de publicaciones
7. Identificar el objetivo principal de la publicación de contenidos en RRSS (informar, interactuar, promocionar servicios, etc.).	Relación contenido-objetivo (ej: informar, interactuar, promocionar)
8. Determinar las principales dificultades que enfrentan las bibliotecas en la implementación y gestión de RRSS.	Observaciones sobre baja frecuencia, falta de interacción, ausencia de planificación

9. Evaluar el nivel de capacitación del personal bibliotecario en la gestión de redes sociales.	Profesionalismo percibido en el manejo, calidad del contenido
10. Analizar el impacto del uso de RRSS en la comunicación y vinculación de las bibliotecas con la comunidad académica.	Interacciones (likes, comentarios, compartidos), engagement visible, diversidad de audiencias

ANEXO VI

**Matriz de pertinencia de los objetivos específicos con los ítems de la encuesta:**

Objetivo específico	Relación con Ítem/s de la encuesta
1. Identificar la participación de las BUPSF en redes sociales	<p>La biblioteca tiene presencia en redes sociales a través de...</p> <p>Si NO tiene presencia en redes sociales se debe a...</p> <p>Si la biblioteca NO tiene presencia actual en redes sociales ¿tiene intención futura de hacerlo?</p>
2. Determinar cuáles son las redes sociales más utilizadas y con qué frecuencia.	<p>La biblioteca tiene presencia en redes sociales a través de...</p> <p>Si NO tiene presencia en redes sociales se debe a...</p> <p>Si la biblioteca NO tiene presencia actual en redes sociales ¿tiene intención futura de hacerlo?</p>
3. Analizar los criterios que influyen en la elección de cada plataforma de RRSS.	<p>¿Hacia qué público se dirige la comunicación en estas plataformas?</p> <p>¿Qué criterios incidieron en la elección de las redes sociales utilizadas por su biblioteca?</p>
4. Examinar la gestión de las redes sociales en estas bibliotecas, considerando si es institucional, espontánea o iniciativa individual.	<p>A la hora de gestionar su red o redes sociales, la biblioteca ¿cuenta con un área o persona encargada del manejo de sus redes sociales?</p> <p>¿Existe un plan de gestión formal escrito o un manual de procedimientos de redes sociales en su biblioteca?</p> <p>¿La biblioteca forma parte de un plan de comunicación institucional más amplio?</p>
5. Indagar si existe una planificación estratégica en la gestión de redes sociales por parte de estas bibliotecas.	<p>¿Se utilizan planificadores para tipos de contenido, fechas, responsables?</p> <p>¿Se realiza una evaluación del rendimiento en redes sociales?</p> <p>¿Se realizan métricas internas?</p>

	<p>¿Qué métricas se utilizan para evaluar el rendimiento en redes sociales?</p> <p>¿Con qué frecuencia publica contenido su biblioteca?</p>
6. Describir los tipos de contenido publicados en las redes sociales de estas bibliotecas durante el período junio-diciembre de 2024.	¿Qué categorías de contenido publica regularmente su biblioteca en redes sociales?
7. Identificar el objetivo principal de la publicación de contenidos en RRSS (informar, interactuar, promocionar servicios, etc.).	¿Qué objetivos comunicacionales orientan la publicación de contenidos en redes sociales?
8. Determinar las principales dificultades que enfrentan las bibliotecas en la implementación y gestión de RRSS.	<p>¿Qué desafíos se presentan en la gestión de redes sociales?</p> <p>¿Podría describir brevemente cómo ha sido la experiencia de su biblioteca en la actividad de redes sociales?</p>
9. Evaluar el nivel de capacitación del personal bibliotecario en la gestión de redes sociales.	<p>¿Qué formación profesional tiene el personal encargado de las redes sociales?</p> <p>¿Qué cantidad y tipos de cursos (internos o externos) han realizado las personas encargadas de redes sociales?</p> <p>¿Qué tareas desempeña el personal de redes sociales?</p>
10. Analizar el impacto del uso de RRSS en la comunicación y vinculación de las bibliotecas con la comunidad académica.	<p>¿Cómo evalúa el impacto de las redes sociales en la vinculación entre la biblioteca y su comunidad universitaria?</p> <p>¿La biblioteca lleva adelante propuestas para lograr la participación de sus usuarios?</p> <p>Describa brevemente una buena práctica implementada en su biblioteca en redes sociales</p> <p>¿Cómo considera que el uso de redes sociales en la biblioteca impacta en la comunicación y relación con sus usuarios?</p>