

Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de La Plata, Berisso y Ensenada (Argentina)

Autor:
Laudano, Claudia Nora


Revista:
Información, Cultura y Sociedad

2016, N°35, pp. 107-124



Artículo

Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de La Plata, Berisso y Ensenada (Argentina)

 Claudia Nora Laudano, María Cecilia Corda, Javier Planas, María Inés Kessler y Alejandra Aracri

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Argentina. / claudialaudano@yahoo.com.ar

Resumen

En el artículo se analiza el uso de la red social Facebook por parte de bibliotecas populares de La Plata, Berisso y Ensenada (Argentina). Se realiza una revisión bibliográfica, se expone el procedimiento metodológico utilizado en la identificación de estas instituciones, la constatación del empleo de esta red social y los usos que cada una hace de la herramienta en cuestión, a partir de variables como: cantidad de seguidores, cantidad y tipos de publicaciones, características de la interacción con el entorno, entre otras. En los resultados se efectúa un análisis, de tipo cuantitativo, de las variables establecidas, destacándose un caso atípico por la cantidad de seguidores, posts e interacción con la comunidad. En las conclusiones se destaca el arribo tardío de estas bibliotecas a Facebook, lo que las ubica en un periodo de aprendizaje.

Palabras clave

*Bibliotecas populares
Facebook
Comunicación
Argentina*

Abstract

Presence and uses of Facebook in popular libraries of La Plata, Berisso and Ensenada (Argentina). This paper analyzes the uses of the social network Facebook by popular libraries in La Plata, Berisso and Ensenada (Argentina). After a bibliographic review on the subject, we expose the methodological procedures employed to identify which institutions have an account on this social network and then the main uses they make of the tool in question. The uses by the libraries are analyzed according to several variables: The number of followers, the frequency and type of posts, and finally, the quantity and quality of the comments, the characteristics of the interaction with the environment, among others. In the results, a quantitative analysis of the established variables, shows an atypical case, who presents higher number of followers, greater frequency and number of postings and more interaction with the

Keywords

*Popular libraries
Facebook
Communication
Argentina*

members of its community. The conclusion shows the late arrival of these libraries to Facebook, which places them in a learning period.

Artículo recibido: 07-10-2016. Aceptado: 24-11-2016

Introducción¹

Como es sabido, las bibliotecas populares constituyen una institución singular de Argentina, caracterizadas según la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares² por ser:

una asociación civil autónoma creada por la iniciativa de un grupo de vecinos de una comunidad. Ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales, de lectura y de extensión bibliotecaria en forma amplia, libre y pluralista. Las bibliotecas populares son dirigidas y sostenidas principalmente por sus socios y brindan información, educación, recreación y animación socio-cultural, por medio de una colección bibliográfica y multimedial general y abierta al público.

Creadas por ley en 1870, su aparición marcó una innovación bibliotecológica, en tanto eran administradas por asociaciones privadas con el propósito de ofrecer el acceso público e ilimitado a una colección variada de obras. La consulta se permitía de manera gratuita *in situ* y, a cambio de una cuota social, se facilitaba el préstamo domiciliario. A la vez, para su protección el estado creó la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares (Planas, 2010, 2014).

Si bien las bibliotecas populares comparten con las bibliotecas públicas su condición de accesibilidad, en tanto que abiertas al público en general, existen diferencias sustanciales en cuanto a los modos de financiamiento y administración de ambos tipos de instituciones (Laudano, 2008). En ese sentido, las bibliotecas públicas son de exclusiva responsabilidad del estado en su funcionamiento y administración. Entre otras cuestiones, esto implica tener garantizada partidas presupuestarias y que las decisiones sean tomadas por funcionarios/as de la administración pública, bajo sus lineamientos y reglamentaciones. En cambio, las bibliotecas populares son autónomas, sostenidas y administradas por vecinos/as de un barrio o localidad, mediante una comisión directiva elegida en asamblea de socios/as, que define sus lineamientos y prioridades. Respecto del financiamiento, conviven diferentes formas: algunas bibliotecas populares reciben subsidios de organismos estatales, mientras que otras dependen exclusivamente del sistema de aportes de socios/as y de recursos autogestionados.

En la actualidad, si bien ha habido avances en las bibliotecas populares en cuanto a la modernización de los servicios con la automatización de procesos a través del desarrollo de un software de gestión bibliotecaria, la implementación de proyectos de digitalización y la provisión de equipos tecnológicos, los estudios sobre el uso de herramientas comunicacionales no dan cuenta de la utilización de la red social Facebook por parte de las mismas. El mapa elaborado por el grupo de estudios Laboratorio de Bibliotecas Argentinas en la Web 2.0 (Labiari 2.0), hace constar un total de 119 bibliotecas públicas y populares que emplean herramientas de ese tipo, distribuidas mayormente en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe³.

En cuanto a las redes sociales, Facebook es la plataforma de mayor crecimiento en términos de números brutos, pero también de diversidad y alcance global (Van Dijck, 2016: 84). En la actualidad, cuenta con 1650 millones de usuarios/as activos/as mensuales (27 de abril del 2016) y le siguen en importancia Twitter, con 317 millones, e Instagram, con 300 millones. Argentina, con 28 millones de usuarios⁴, es el tercer

1. Este trabajo forma parte del proyecto de investigación del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de la Nación Argentina, H/664, "Usos y aplicaciones de tecnologías infocomunicacionales en bibliotecas argentinas. Relaciones con los contenidos curriculares en las carreras de Bibliotecología" (2013-2016), dirigido por Claudia Laudano, con asiento en el IDIHCS-UNLP-CONICET

2. CONABIP. <<http://www.conabip.gob.ar/node/40#overlay-context=node/13>> [Consulta: 21 noviembre 2016]

3. Labiar 2.0. <<https://labiarioargzo.com/mapa/>> [Consulta: 11 septiembre 2016]

4. Statista. <<https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/>> [Consulta: 21 noviembre 2016]

país de América Latina, luego de México y de Brasil, ubicándose en el puesto 15 del ranking mundial de los 20 países con más usuarios/as en Facebook⁵. Si se considera que en Argentina el número de personas que acceden a Internet asciende a 34 785 206 (junio 2016), se puede afirmar que el grado de penetración de la red social en el territorio es alto, ya que el 80% de quienes usan Internet, utilizaría Facebook. Por otro lado, cabe señalar que, según ComScore⁶, el tiempo promedio destinado a las redes sociales en Argentina es de 9.1 hs. por día, uno de los más altos a nivel mundial.

5. Internet Worldstats. <<http://www.internetworldstats.com/stats15.htm#south>> [Consulta: 21 noviembre 2016]

6. ComScore. <<https://www.comscore.com/lat/layout/set/popup>> [Consulta: 21 noviembre 2016]

De modo creciente en la década actual, diferentes tipos de bibliotecas se han sumado a la utilización de las redes sociales en general y de Facebook en particular, con distintos objetivos. Suelen primar cuestiones vinculadas al funcionamiento habitual de la biblioteca: información acerca de programas, nuevos servicios o novedades bibliográficas y usos comunicacionales para agilizar el vínculo con la comunidad usuaria (Rogers, 2012; Sandí, 2012; Breeding, 2009). Cabe aclarar que la adopción de Facebook u otras redes sociales no da lugar al abandono de las herramientas preexistentes (por ejemplo: blogs), sino a usos simultáneos y exploratorios según sus necesidades particulares.

En tal sentido, al indagar la utilización de herramientas 2.0 en 32 bibliotecas públicas y 33 académicas de Irlanda, Leonard (2011) encontró que las redes sociales son las más difundidas, seguidas de los blogs y los servicios de RSS. En particular, Facebook y Twitter son usadas para difundir noticias, eventos y servicios bibliotecarios, además de permitirles aumentar la presencia en los espacios virtuales y captar desde allí nuevos usuarios/as. Respecto de lo que ocurre en bibliotecas públicas y académicas en Portugal, a inicios de la década actual, Alvim (2010) afirmaba que los blogs continuaban siendo más utilizados que Facebook, como tendencia contraria a lo que sucede a nivel mundial, donde ha disminuido el uso de los blogs a favor de redes como Facebook y Twitter. Asimismo, sostenía que se registraban usos simultáneos más que exclusivos de una u otra herramienta, aunque con escaso diseño de una política comunicacional.

En trabajos anteriores del equipo de investigación, respecto del uso de Facebook en bibliotecas de investigación (Laudano et al., 2014) y en bibliotecas universitarias (Laudano et al., 2016), se analizó su utilización a partir de dimensiones como el inicio de la actividad en esa red social a través de páginas o perfiles, el vínculo con otras redes sociales y los sitios web institucionales, la cantidad de seguidores, la tipología de mensajes que publicaban como posteo, entre otras. En las conclusiones de estos trabajos se destacaba la disparidad en la construcción de una estrategia comunicacional, definida por la frecuencia (o periodicidad) y la calidad de las publicaciones halladas, además de la función que adquiere la red social en estas bibliotecas, como herramienta de difusión de información más unilateral por parte de la institución, que como espacio de intercambio con sus usuarios.

Dada la popularidad creciente de Facebook en el país desde hace algunos años y ante la inexistencia de estudios específicos respecto de bibliotecas populares, este trabajo tiene como propósito describir y analizar la presencia y el uso de esa red social por parte de las bibliotecas populares en las ciudades de La Plata, Berisso y Ensenada (Argentina).

Antecedentes

La bibliografía recopilada reporta principalmente análisis, experiencias y estudios de casos de bibliotecas universitarias en su mayoría y públicas en menor medida. Si bien estas últimas pueden relacionarse con las populares aquí abordadas, no coinciden plenamente en su funcionamiento y estructura, como se ha señalado más arriba.

Mientras las primeras por lo general están solventadas por alguna instancia estatal (municipal, provincial o nacional), las segundas dependen de organizaciones de la sociedad civil, tales como clubes, asociaciones barriales, uniones vecinales, entre otras. Sus dificultades financieras han ido en aumento en los últimos tiempos, lo cual trajo consecuencias decisivas en su desarrollo y en sus funciones culturales y sociales. Al no registrarse antecedentes bibliográficos vinculados específicamente con las bibliotecas populares, a continuación se recurre a literatura especializada en otras tipologías, en particular, las bibliotecas públicas.

Según Herrera Delgado (2011), existe un acuerdo en la bibliografía en sostener que la biblioteca 2.0, categoría que incluye bibliotecas que emplean las redes sociales en sus escritorios de trabajo, es la que está en todas partes, no tiene barreras, invita a la participación y centra su organización y servicios en los usuarios. En este sentido, la biblioteca 2.0 refiere a una institución que esboza cambios dentro de su estructura administrativa y en la organización de sus recursos documentales, promueve una actitud proactiva entre los profesionales, asocia una nueva actitud dinámica entre usuarios, auspicia una predisposición abierta que comulgue con el cambio constante y la flexibilidad.

En particular, respecto de los usos de Facebook por parte de bibliotecas y bibliotecarios, Vassilakaki y Garoufallou (2014) agruparon en 6 temáticas los trabajos compilados: uso de Facebook por parte de las bibliotecas; creación de perfiles de Facebook (perfiles de bibliotecas; perfiles de bibliotecarios); lineamientos para bibliotecas; experiencias de bibliotecarios en el uso de Facebook; perspectivas de exploración (perspectivas de bibliotecarios; perspectivas de usuarios); exploración del uso de los perfiles de las bibliotecas.

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

Sánchez García (2012) releva la presencia de las 155 bibliotecas agrupadas en 93 municipios de la provincia de Málaga en las redes sociales. En este estudio exploratorio, menciona que la escasa presencia detectada se debe a falta de personal o de tiempo para emprender esta política comunicacional.

En tanto, Bodnar y Doshi (2011) elaboraron un ensayo crítico respecto de la utilización de redes sociales en bibliotecas, entre ellas, Facebook. Discuten con quienes postulan las mejores prácticas desarrolladas en bibliotecas académicas y sobre la descripción de los usos más corrientes y su "éxito", tales como la publicación de fotos, videos o eventos. Asimismo, cuestionan algunas metodologías aplicadas que intentan "medir el impacto" a través, por ejemplo, de cantidad de seguidores.

Por su parte, Alvim (2010), en un estudio sobre bibliotecas públicas y universitarias portuguesas, destaca que los simple "me gusta" no pueden conformar a las bibliotecas en la relación que tienen que establecer con su comunidad. De allí que, sostiene el autor, la utilización de redes sociales se realiza más en un sentido de difusión de ciertas novedades o servicios, de manera unilateral, y no explotando las potencialidades comunicacionales mediante instancias planificadas. En tal sentido, coincide con las recomendaciones hechas por Andrade y Velázquez (2011) sobre la necesidad de contar con una política que oriente el uso de estas redes sociales.

En el año 2010, García Giménez (2010) señalaba que la presencia en Facebook de las bibliotecas públicas en Barcelona era experimental y resaltaba que los principales usos que se hacían de la herramienta se circunscribían al anuncio de nuevas adquisiciones bibliográficas, actividades de la biblioteca, la promoción de los servicios y la replicación de noticias que previamente habían publicado en su sitio web. En este trabajo el autor concluye que restaban muchas otras posibilidades de uso que todavía no se estaban explotando de manera generalizada.

Margaix Arnal (2008), refiriéndose a bibliotecas universitarias españolas, destaca que estas comenzaron a plantearse su presencia en las redes sociales para estar donde usuarios/as se encuentran, esto es, utilizar sus mismas plataformas y canales de comunicación y seguir siendo relevantes en el contexto de su experiencia de uso de Internet. En este sentido, otros tipos de bibliotecas parecen haber adoptado la misma estrategia al adherir a las diversas redes sociales, entre ellas a Facebook.

En América Latina, Aquino (2014) al considerar los usos en las bibliotecas académicas peruanas, observó que el modo de enlazar entre la cuenta en Facebook y el sitio Web de la biblioteca no siempre era bidireccional y que aún no se experimentaba un uso exhaustivo de las aplicaciones de la red social, a pesar del incremento de su utilización desde principios de la década. En Uruguay, García Rivadulla (2013) analizó la percepción desde el punto de vista del usuario (docentes, estudiantes, egresados e investigadores) sobre la Web social, donde incluye a Facebook. Mediante una encuesta en línea, concluye que existe un gran desconocimiento de los servicios ofrecidos por las bibliotecas universitarias.

En Brasil, diferentes estudios (Costa et al., 2013; Marinho, Pereira y Pereira, 2013; Farias, 2013) indican la subutilización de Facebook, falta de actualización de contenidos, escasa interacción con usuarios/as, por lo que recomiendan capacitar al personal de las bibliotecas en su uso y posibilidades, tanto como en el diseño de políticas comunicacionales efectivas.

Santos (2015), por su parte, tras investigar 14 bibliotecas públicas brasileñas, verificó que la red más empleada era Facebook; no obstante, sus funcionalidades no eran explotadas en todo su potencial. Los posteos más frecuentes se vinculaban a actividades culturales, aunque sin la existencia de una estrategia para involucrar al público, sino que se utilizaba la herramienta para divulgación de eventos. No encontró que haya una comunicación sostenida con los usuarios reales y potenciales, con lo cual se subutiliza esta posibilidad, cuestión que no favorece el papel mediador de la biblioteca pública. Parte de estos resultados fueron expuestos por Santos y Gomes (2015) en una ponencia en relación al tema de mediación de información.

En el estudio realizado en el estado de Santa Catarina por Mendes, Silva y Alves (2015), se verifica un porcentaje muy bajo de utilización de Facebook por parte de las bibliotecas públicas, donde las publicaciones más frecuentes están relacionadas con adquisiciones recientes, eventos, noticias y sugerencias de lecturas. Según las autoras, la baja adhesión a esta red social podría adjudicarse a las deficiencias respecto a la cualificación profesional de quienes trabajan en esas instituciones, al estilo de gestión de la información llevado adelante y al tiempo relativamente corto en que esta red ha comenzado a ser utilizada en bibliotecas.

Otros tres trabajos dan cuenta de estudios referidos a bibliotecas públicas brasileñas. El primero, realizado por Bernardino, Suaiden y Cuevas Cerveró (2014), indaga sobre la presencia en Facebook de bibliotecas del estado de Ceará: de las 184 existentes, apenas un 18% posee perfil en la red. Con ello remarcan que se desaprovecha una herramienta valiosa para la difusión de sus servicios. El segundo, una ponencia de

Calvacante y Silva (2013) referida a tres bibliotecas públicas de la ciudad de São Paulo, comprueba que la llegada a Facebook es algo tardía (año 2010 y 2011) y que el promedio de posteos tenía variaciones importantes con bibliotecas que realizaban un posteo cada tres días en un caso, y casos en que se realizaban hasta tres por día. Los autores aclaran que no fue objeto de su estudio el análisis de la calidad y la tipología de esos posteos.

Por último, un artículo reciente de Calil y Almendra (2016) analiza 4 bibliotecas públicas brasileñas, tomando como referencia los posteos efectuados entre enero y junio del año 2013, a los que se clasificó en: eventos, servicios de la biblioteca, mensajes (vinculados a difusión de hechos o noticias que la institución considera relevantes), cuestiones administrativas, fechas conmemorativas, obituarios y fotos. Tras analizar cada caso en particular de los 4 tomados y relevar que difieren los números de posteos en ese semestre según cada institución abordada, concluyen que los más explotados se vinculan con eventos, mensajes y servicios.

Metodología

El estudio, de carácter exploratorio, comprendió el análisis de las bibliotecas populares de los partidos de La Plata, Berisso y Ensenada, ubicados en la provincia de Buenos Aires (Argentina). Si bien existen diferentes directorios gubernamentales y de asociaciones federativas privadas, se apeló como fuente de información principal al registro oficial de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares alojado en su sitio web (http://www.conabip.gob.ar/buscador_bp). Allí se ofrece: nombre de la entidad, teléfono, dirección postal, una localización territorial mediante la aplicación Google Maps y, en algunos casos aislados, acceso al catálogo y los sitios o redes sociales que las bibliotecas pudieran tener. Luego de asentar el total de las instituciones en un planilla preparada a tal efecto, se desarrolló la metodología de producción de datos empleada por este equipo de investigación para indagar sobre los usos de Facebook por parte de las bibliotecas de institutos y centros de investigación y universitarias de Argentina (Laudano et al., 2014, 2016). En este sentido, se constató la adopción de esta herramienta por parte de las bibliotecas populares mediante un protocolo de búsqueda que consistió en: 1) certificar si la biblioteca mantenía un sitio web y, en ese caso, si presentaba un enlace a la dirección de Facebook; 2) si no se cumplían esas condiciones, se continuaba con las siguientes alternativas de rastreo en el buscador Google: primero, mediante una sintaxis de exploración que combinaba el nombre completo de la biblioteca, la localidad de radicación y el término Facebook; segundo, a través de técnicas de indagación heterodoxas, conducentes a cubrir todos los caminos posibles. 3) Los resultados, afirmativos o negativos, fueron apuntados en la planilla mencionada.

Con el listado resultante se elaboró una matriz para volcar la información de interés relativa a las páginas y los perfiles de Facebook de las 49 bibliotecas populares. Entre los principales ítems relevados figuran los datos institucionales básicos, los principales usos de la plataforma (secciones preferentes), la cantidad y el tipo de publicaciones realizadas y las características de la interacción generada con la comunidad de contactos, medida en este caso en términos de cantidad de “me gusta”, “comentarios” y “compartir”. El relevamiento de la información tomó como referencia 30 días, entre los meses de marzo y abril de 2016. En general, con la metodología planteada se buscó situarse en el lugar de usuarios/as y recorrer, así, lo mismo que ellos/as pueden ver en los muros de cada una de las instituciones.

Resultados

1. Panorama general

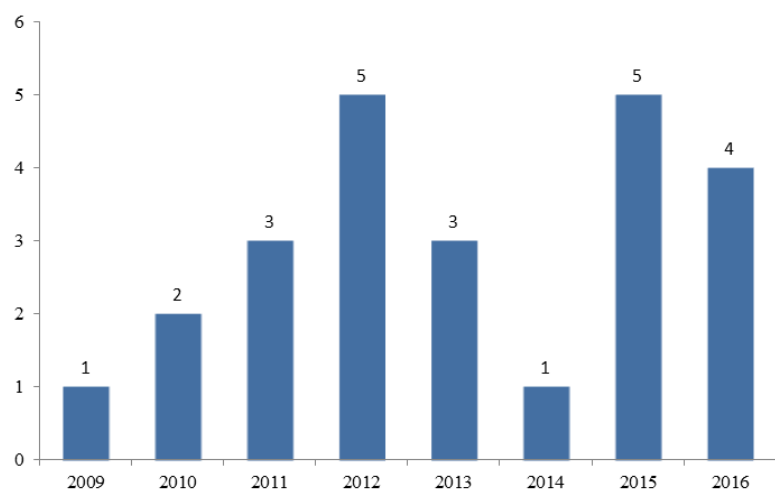
1.1 Páginas y perfiles

De las 49 bibliotecas populares que conformaron la muestra, 24 de ellas crearon un espacio en Facebook (48%), 8 lo hicieron en la modalidad perfil (33%) y 16 como página (66%). Las primeras acumulan 7089 amigos y las segundas, 50 268 seguidores. Los totales parecen alentadores, pero una mirada detenida enseña algunos datos reveladores. Entre ellos, se destacan los 44 048 seguidores que detenta una sola institución. Se trata, sin duda, de un caso atípico. Y por ello es preciso omitir su presencia en el análisis de esta variable. Así, el global de contactos producidos bajo el modo página queda en 6220. Si en términos absolutos se puede apreciar una paridad entre ambos modos, el promedio visibiliza una diferencia importante entre un grupo y otro: 886 para el primero y 414 para el segundo. Cabe consignar, no obstante, que dicha información corresponde a una instantánea tomada en un contexto de los usos de Facebook que suele ser algo inestable o errático. Por ejemplo: 4 de las 16 bibliotecas que emplean el modo página no registraron actividad desde noviembre de 2015, lo que no solo implica una clara desactualización, sino que constituye un indicio de una cuenta en desuso, aunque es difícil de aseverar. En otro caso, una biblioteca mantiene una página con 1000 seguidores que no utiliza y, pese a ello, atiende cotidianamente un perfil con 400 amigos.

El año promedio de arribo de todas las instituciones a Facebook es 2013, mientras que la media para las 16 entidades con página es 2014 (4 en 2016; 4 en 2015; 1 en 2014; 3 en 2013; 1 en 2012; 3 en 2011), para las 8 con perfil es 2011 (1 en 2009; 2 en 2010; 4 en 2012; 1 en 2015). Con exclusión del “caso atípico” para evaluar la suma de contactos en el tiempo (de otro modo, su extraordinario rendimiento produciría una distorsión importante), esta última referencia muestra que, si las 15 bibliotecas con página necesitaron 28 meses para llegar a los 6220 seguidores, las otras requirieron 68 meses para alcanzar 7089 amigos (es decir, más del doble de tiempo). En otros términos, las primeras sumaron a razón de 154 adhesiones al mes, mientras que las segundas 111. Este análisis no dice mucho de los mecanismos y las estrategias diferenciales en la construcción de las redes de relación que aportan páginas o perfiles. Lo cuantitativo, en este caso, habla más de la curva de crecimientos en la generación de contactos en este tipo de redes sociales, que se inician con una difusión rápida y luego se estancan en un promedio que puede variar sustantivamente en función de la comunidad usuaria y la intensidad de actividades generadas por la institución. Se sabe que Facebook prevé que las organizaciones utilicen el modo página, entre otras cosas, para ofrecer sus servicios pagos de promoción. No obstante, la flexibilidad de los controles y el número muchas veces escasos de amigos, hace que las bibliotecas puedan operar sin mayores problemas en la modalidad perfil, que por fuera de las sugerencias comerciales, facilita la búsqueda de contactos. El Gráfico 1 indica el año de arribo de las 24 bibliotecas.

Que el 55 % de las bibliotecas (13 de 24) haya empezado a utilizar Facebook entre 2013 y 2016 habla de una llegada muy tardía a esta plataforma, que comenzó a expandirse con rapidez a partir de 2006. Como sucede en otras tipologías de bibliotecas (Laudano et al., 2014, 2016), las recomendaciones expertas que sugieren “estar donde están los usuarios” no coincide, en general, con lo que se podría enunciar como “estar en el momento en el que están los usuarios”. Este retraso muestra, tal como señaló tempranamente Margaix Arnal (2008), que en estos ámbitos los tiempos de apropiación tecnológica —en tanto proceso material y simbólico— son más lentos en relación con

Gráfico 1. Año de arribo de las bibliotecas



el vértigo social y comercial instituido, a la vez que lo son en referencia a las propuestas de actualización que se difunden desde la literatura bibliotecológica misma. En esta línea, aún en 2008 algunos/as profesionales expresaban sus dudas respecto de la necesidad de sumarse a Facebook sin otra razón aparente que seguir una tendencia, aunque este reparo era enunciado desde el sentido común y no era el producto de análisis rigurosos sobre la potencial acogida de esta herramienta entre sus usuarios/as (Del Prado, 2008). El estudio de las causas que explican este distanciamiento en los casos del presente artículo no fueron objeto de indagación, no obstante, cabe especular con razones de diferente índole: la implementación de Internet en esas asociaciones, la movilidad del personal bibliotecario que las atiende y la ausencia de políticas institucionales que fijen objetivos comunicacionales a mediano y largo plazo.

1.2 Información general

Las bibliotecas populares, a diferencia de otros tipos de bibliotecas, están fuertemente atravesadas por las dinámicas que establecen las asociaciones civiles de las que dependen administrativamente y las prácticas cotidianas de lectores/as en el contexto de un espacio delimitado por las características socioculturales del barrio en el que se radican. Esta cualidad las mantiene vigentes como instancias presenciales de contacto y, por lo mismo, toda actividad promocionada mediante Facebook exige la asistencia de su comunidad usuaria. De manera que la información básica y esencial para cualquier persona que esté interesada en tomar contacto con la institución resulta fundamental, en especial para quienes no la frecuentan de forma regular. Estos datos son: dirección postal, teléfono, e-mail, descripción institucional, horarios de atención, información de los servicios que presta y, si corresponde, el enlace a otros sitios o redes sociales de la propia institución. Una lectura a la sección información provista por la misma plataforma —con algunas diferencias en el formulario según se trate de la modalidad perfil o página— revela un pobre panorama para las 24 bibliotecas analizadas. Vistas de manera global, solo 7 entidades aportan datos en más de 3 de las 7 categorías preestablecidas. Entre los aspectos llamativos se destaca la escasa difusión que se le da a la cuenta de correo electrónico, con apenas 2 ocurrencias. El teléfono fijo, con el 50 %, parece ser la cara opuesta, lo que mostraría su vigencia entre las modalidades de comunicación utilizadas. Finalmente, con excepción de la dirección postal (16/24), las ocurrencias de la información restante es muy baja. El Gráfico 2 describe el panorama.

Por otro lado, la identificación visual que ofrecen las bibliotecas populares mediante la imagen de portada y perfil que corresponde a Facebook suele combinar una

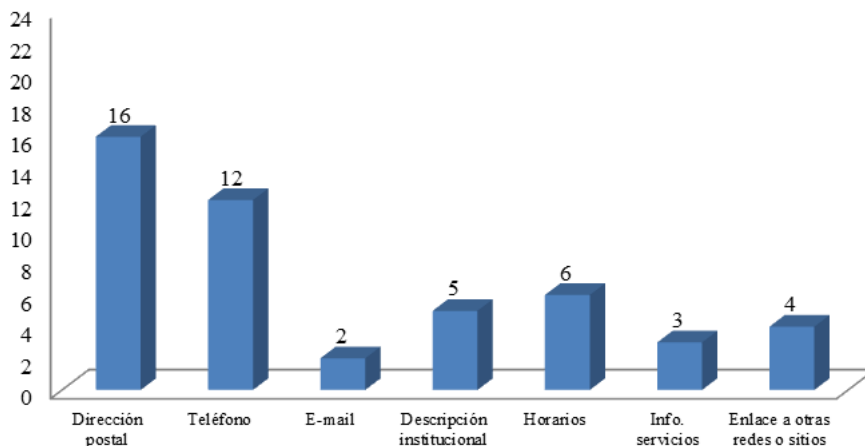


Gráfico 2. Información general

fotografía del frente de la institución con otros tipos de consignas, que van desde el uso de logotipos institucionales (por lo regular, referidos a la institución mayor que las contiene) y figuras alusivas a la cultura del impreso (estanterías con libros, salas de lectura, plumas, etc.), hasta instantáneas de eventos y personas vinculadas con la entidad. En general, estas remisiones establecen una vinculación entre el espacio material y cotidiano de la biblioteca y el ámbito virtual de la red social que mantiene para la comunidad.

1.3 Total de publicaciones

Las 24 bibliotecas populares alcanzaron en total unas 305 publicaciones en Facebook durante los 30 días considerados para el relevamiento. Al separar la información en cuartiles, se pudo observar una diferencia drástica entre el grupo más activo y las restantes: las 18 bibliotecas reunidas en los tres primeros cuartiles acumulan el 20% de los posteos (1ro, 1%; 2do, 6%; 3ro, 13%), mientras que las otras 6 cubren el 80% restante. El Gráfico 3 refleja la escala de valores absolutos.

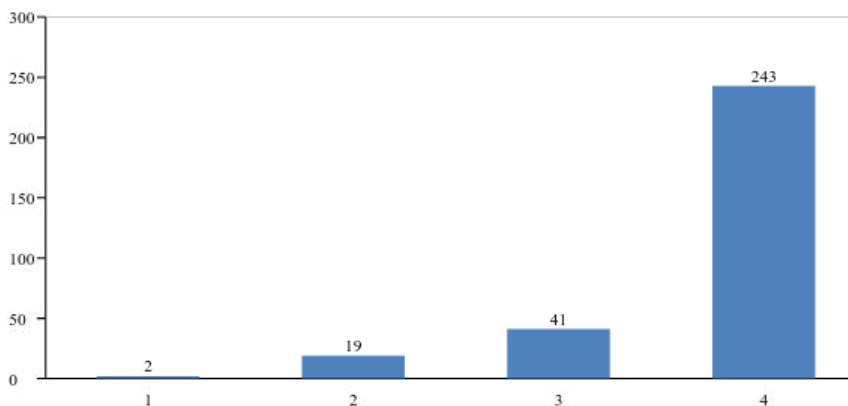


Gráfico 3. Total de publicaciones, agrupadas por cuartiles

Al evaluar las proporciones entre el volumen de publicaciones y el lapso temporal dentro del que fueron realizadas se advierte, en términos cuantitativos, que la frecuencia de uso es baja si se la compara con, al menos, un posteo por día que es lo que se sugiere como medida estándar o adecuada para mantener una comunicación fluida en esta u otras redes sociales con la comunidad de contactos. En este sentido, las instituciones del 4to cuartil registran unas 61 publicaciones por semana; las del

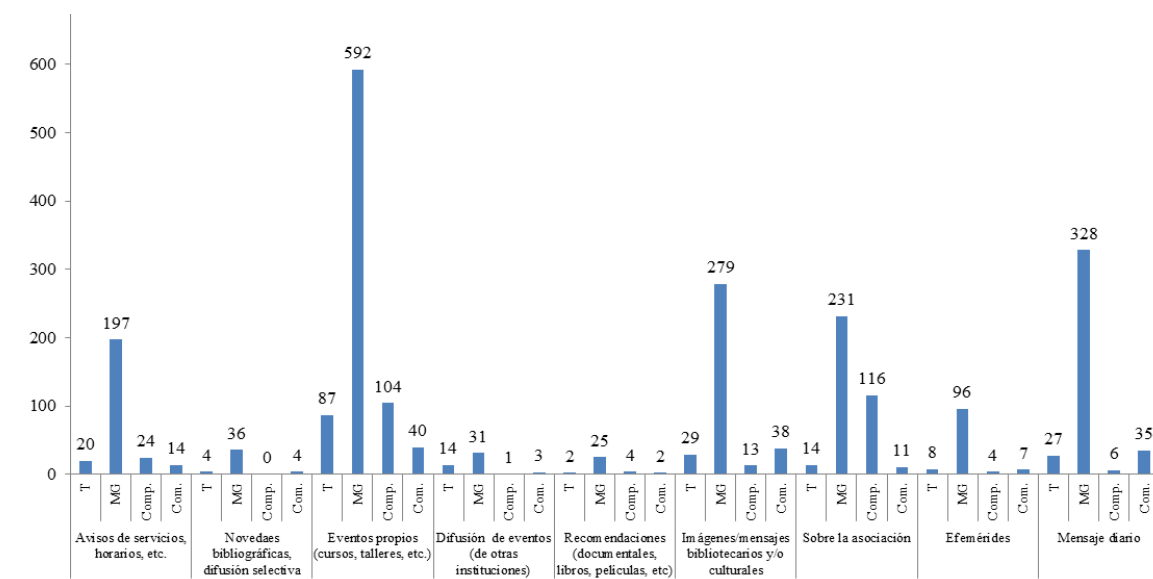


Gráfico 4. Posteos y resonancias (volumen absoluto)

3ro, 10; las del 2do, 5 y, por último, las del 1ro requirieron dos semanas por cada aparición. Esto puede reflejar el hecho de que las bibliotecas populares experimentan cierta inestabilidad en los puestos de trabajo; muchas veces son de personal único y no tienen el marco institucional que otro tipo de bibliotecas pueden poseer, tal es el caso de las universitarias o las de los centros e institutos de investigación.

1.4 Publicaciones y resonancias

El panorama que ofrecen el total y la frecuencia de publicaciones se debe completar con una revisión de sus características tipológicas y con una exploración de las reacciones que generan entre seguidores/amigos. A partir de las experiencias investigativas previas (Laudano et al., 2014, 2016), y de los resultados de la prueba piloto, se organizaron diez categorías, a saber: avisos de servicios (comprende horarios de atención, servicios en general, cuestiones relativas a la gestión, etc.); novedades bibliográficas (incluye compras, donaciones y difusión de material ya disponible en la biblioteca); eventos (abarca cursos, talleres, ciclos de lectura, cine y otros similares; se contabiliza la difusión previa tanto como las muestras de los resultados, tangibles en mensajes, fotos, videos, etc.); difusión de eventos (considera solo aquellos eventos organizados por otras instituciones); recomendaciones (contiene sugerencias culturales de distinto tipo: películas, libros, documentales, programas de tv, sitios Web, etc.); imágenes/mensajes culturales y/o bibliotecarios (a diferencia de la categoría anterior, en esta clase incorpora todos aquellos mensajes escritos, como la publicación de la frase de un escritor, que contribuye con el fomento de la creencia en la lectura); sobre la asociación (compila toda la información relativa a la sociedad con la que se vincula la biblioteca, con excepción de los eventos); efemérides (recoge las manifestaciones realizadas en fechas emblemáticas); mensajes diarios (capta saludos de cortesía que hacen a la vida cotidiana); otros.

El Gráfico 4 expone el volumen total (T) de publicaciones hechas en cada una de estas categorías y las relaciona con las resonancias generadas entre los seguidores/amigos de las bibliotecas. Estas respuestas fueron medidas en términos de cantidad de “me gusta” (MG), “compartir” (Comp.) y “comentarios” (Com.). El Gráfico 5 también enseña el total de ocurrencias de cada una de las categorías, pero a diferencia del anterior, presenta las repercusiones en términos relativos, esto es: cuántos me

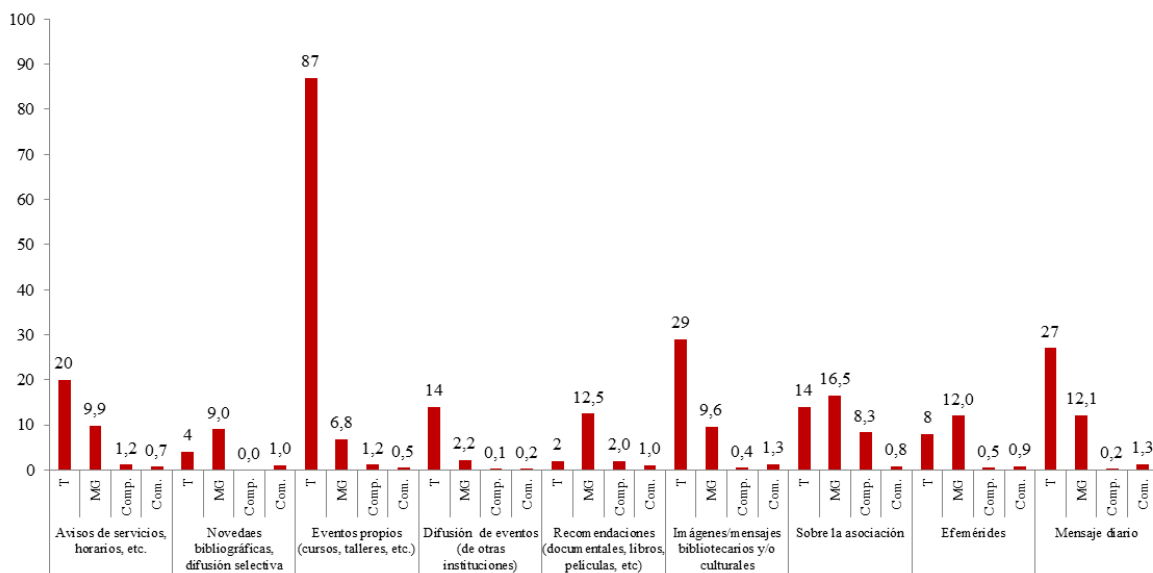


Gráfico 5: postes y resonancias (volumen relativo)

gusta, compartir o comentarios se obtuvo por cada posteo. Por otro lado, y para evitar posibles distorsiones en las visualizaciones, se excluyó la clase “otros”, dada su marginalidad, y uno de los casos trabajados, cuyo comportamiento está muy por encima de lo regular (ver sección 2: “Un caso atípico”).

Con esas salvedades, se observa que la mayor parte de los posteos cae en la categoría eventos, con un 42% del total. Muy por debajo aparecen las publicaciones referidas a las imágenes/mensajes bibliotecarios y culturales y los mensajes diarios, con 14% y 13% respectivamente. Cabe consignar que esta última práctica corresponde afiliarla a una sola biblioteca, que de lunes a viernes saluda a su comunidad entre una y dos veces al día. Los avisos de servicios (10%), la difusión de eventos (7%) y las novedades sobre la asociación (7%) siguen en tercer término de ocurrencias, mientras que los demás tipos de información (efemérides, novedades bibliográficas y recomendaciones) cierran la grilla sin superar el 4%. En términos absolutos, las reacciones acompañan al desempeño registrado en la cantidad de posteos. Así, por ejemplo, las publicaciones referidas a los eventos propios recibieron la mayor cantidad de *me gusta*, fueron compartidas más veces y promovieron mayor cantidad de comentarios. Igual constatación se puede realizar en torno a los mensajes culturales, los avisos de servicios y las novedades de la entidad mayor (Gráfico 4). Ahora, puestas estas devoluciones en términos proporcionales, se pueden apreciar algunas variantes interesantes (Gráfico 5).

Aunque a primera vista resulta algo obvio, las noticias relativas a la asociación reciben más *me gusta* y compartidos que cualquier otra categoría. Esta constatación prueba que los contactos que siguen con atención el perfil o la página de la biblioteca se sienten parte de ella, contrariamente a las especulaciones que pudieran realizarse respecto del alcance global que permite esta u otras redes sociales. En esta misma tónica, hay que leer los buenos resultados que se obtuvieron mediante publicaciones referidas a los avisos de servicios y las novedades bibliográficas. Las tres últimas categorías descriptas y sus niveles de aparición en el muro, sin embargo, están asociadas a la efectiva existencia de hechos considerados novedosos, como la compra de libros o la modificación en el horario de atención al público. Por esta condición, se percibe que las repercusiones generadas a partir de la producción de información destinada a usuarios/as en las categorías recomendaciones, mensajes culturales y/o bibliotecarios y efemérides son todavía más estimables, en tanto que representan una

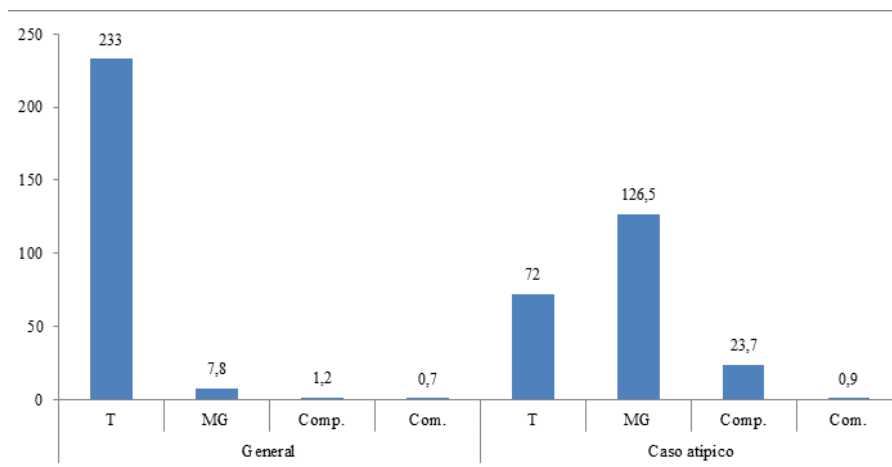


Gráfico 6: lo general y lo atípico

práctica de servicio altamente valorada por el público y, lo que es sustancial para la labor bibliotecaria, su realización es susceptible de mejorarse y planificarse, ya sea mediante el sencillo aumento de su frecuencia, o mediante una progresiva planificación que agudice la sintonía con la comunidad destinataria.

Por último, cabe brindar alguna consideración sobre la escasa cantidad (absoluta y relativa) de comentarios. Este fenómeno no es exclusivo de esta tipología de bibliotecas ni del uso de Facebook en tanto que red social. La mayoría de las publicaciones que realizan estas instituciones guardan una lógica más emparentada con las dinámicas de la comunicación impresa que con aquellas que posibilitan las plataformas 2.0; esto es, el tipo de novedades que aparece en los muros raramente invita a un intercambio con la comunidad de contactos, a establecer un ida y vuelta que exceda el efímero “me gusta”, para acercarse a una producción de sentidos mutuamente contruidos. En este caso, por supuesto, quedan por evaluar las condiciones materiales objetivas en las que se desarrollan las bibliotecas populares para afrontar una práctica de ese tipo.

2. Un caso atípico

Al comenzar la lectura de resultados se advirtió que, entre los casos analizados, había uno claramente atípico. Por empezar, sus más de 44.000 seguidores prueban una llegada social que va mucho más allá de su anclaje territorial, de su influencia en un barrio puntual. Esta extraordinaria comunidad no es el resultado de ninguna casualidad: la biblioteca desarrolla desde hace varios años y, de manera sostenida, una intensa actividad cultural y recreativa orientada al público infantil. Su página de Facebook, creada en 2011, registra todas las novedades relativas a esa producción, desde que se anuncia un evento hasta su posterior reporte, donde suelen incluirse una variada gama de fotografías y, en ocasiones, videos breves. En esta categoría se registraron 51 de los 72 posteos que la entidad realizó durante el período de recolección de datos. Las otras 21 publicaciones resultan marginales, si se juzga que el volumen se reparte de forma pareja entre los avisos de servicios, las novedades bibliográficas, la difusión de eventos, las noticias sobre la asociación y, en lo que constituye un uso poco frecuente en el conjunto de las bibliotecas, algunos artículos de opinión —que en el relevamiento fueron incorporados en la categoría otros—. En términos cuantitativos el número de posteos, así como también su frecuencia media de aparición, doblan al promedio de las bibliotecas más activas. La brecha es más evidente en cuanto a las manifestaciones de sus usuarios/as: mientras que el conjunto de las entidades obtuvo por las 233 publicaciones unos 1.815 me gusta, 272 compartir y 154 comentarios; el

caso atípico generó con aquellos 72 posteos unos 9.109 me gusta, 1.706 compartir y 68 comentarios. El Gráfico 6 recorre esta comparación, a la vez que muestra proporcionalmente lo que provocó cada una de las publicaciones.

Una vez más, se debe insistir en un punto: el alcance sociocultural logrado por la institución que aquí se identifica bajo el rótulo “caso atípico” explica las diferencias extraordinarias que la separan del resto de las instituciones al momento de observar los valores que asumen cada una de las variables empleadas, en especial aquellas en las que el número de seguidores tiene gran incidencia. Es probable que, a mayor cantidad de contactos, más chances de generar algún tipo de interacción. Pero no se trata de una norma y la proporción de comentarios así lo demuestra, al quedar al mismo nivel que el global. Esto enseña, una vez más, que las resonancias medibles en términos de comentarios son huidizas para todas las entidades. Más allá de estas cuestiones estadísticas, el caso atípico revela una posición consolidada en cuanto al uso de Facebook como herramienta de comunicación.

A modo de conclusión

Dada la inexistencia de estudios específicos, el artículo constituye un aporte original en cuanto a la presencia y los usos de Facebook por parte de las bibliotecas populares, una tipología institucional singular de Argentina. A partir del trabajo exploratorio realizado sobre páginas y perfiles de Facebook pertenecientes a una muestra de 49 instituciones de las ciudades de La Plata, Berisso y Ensenada, en primer lugar, llama la atención que menos de la mitad emplee la plataforma comunicacional, considerando su alta difusión en la población en general. Al respecto, para próximos estudios, cabría analizar cuáles medios de comunicación se consideran más apropiados en la actualidad para la interacción con la comunidad usuaria en dichas bibliotecas.

Luego, se arribó a un conjunto de observaciones de carácter similar a las analizadas en la bibliografía existente en otras tipologías de bibliotecas, en otros contextos. Entre ellas, se destaca la adopción relativamente tardía de Facebook por parte de las entidades, que independientemente de las razones que en cada caso produjeron esa demora, indica que la mayor parte de las bibliotecas populares se ubica en una etapa inicial, definida como un período de aprendizaje.

Asimismo, el estudio puso en evidencia la visibilidad relativa de estas instituciones en la plataforma. En tal sentido, el análisis de cantidad y frecuencia de las publicaciones, un aspecto central en lo que respecta a la fluidez comunicacional, reveló que el 25% de las bibliotecas realizó el 80% del total de posteos considerados en el trabajo. Por otro lado, se registró una baja ocurrencia de comentarios, cuestión que remite a la escasa interacción que presentan estas páginas/perfiles entre las bibliotecas y sus usuarios/as; fenómeno que, sin embargo, no es exclusivo de estas instituciones en particular.

La metodología empleada para la observación y el registro de la información permitió abordar algunos usos de la plataforma en principio percibidos como erráticos o poco comprensibles, a la vez que, identificar algunas pautas —aunque tácitas— de implementación susceptibles de ser fortalecidas a través una política que oriente el uso de la red social, la adopción de un plan integral de comunicación y la capacitación del personal en el uso de la herramienta, como sugiere la bibliografía (Andrade y Velázquez, 2011; Marinho, Pereira y Pereira, 2013; Farias, 2013). En ese sentido, la ausencia de los datos de identificación básicos, es una de las variables donde se detectó mayor cantidad de carencias en el conjunto estudiado. Por otro lado, en relación a los tipos de posteos, las resonancias, medidas en términos de me gusta y compartidos de las recomendaciones realizadas por el personal bibliotecario, invita a pensar que

la producción de noticias y servicios mediante Facebook puede ser una alternativa a explotar por estas instituciones.

El caso atípico, que presenta un fuerte contraste con el conjunto analizado, sostiene una política de comunicación sólida desde hace varios años, observable en la cantidad, la regularidad y la coherencia de las publicaciones, así como también en las respuestas que obtiene desde el público. Sin embargo, en este momento que se advierte como inicial y exploratorio en el uso y apropiación de Facebook por parte de las bibliotecas populares analizadas, se considera que no es procedente establecer comparaciones. El caso atípico asienta su prolífico vínculo comunicativo en las actividades socioculturales que desenvuelve como biblioteca y se beneficia con las potencialidades de la plataforma en línea.

Esta investigación, de corte cuantitativo —en buena medida por la ausencia de antecedentes que obligan a una exploración primaria—, abre un camino susceptible de ser continuado con otras metodologías de estudios que apunten a explorar las circunstancias materiales objetivas en las que tienen lugar las maneras en que las bibliotecas hacen usos diferenciales de Facebook y, en general, de otras tecnologías de información y comunicación.

Referencias Bibliográficas

- » Aharony, Noa. 2012. Facebook use in libraries: an exploratory analysis. En *Aslib Proceedings*. Vol. 64, no. 4, 358-372.
- » Alvim, Luisa. 2010. Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas. En *Cadernos de Biblioteconomia, Arquivística e Documentação*. No. 1/2. <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/cadernos/article/view/752/751>> [Consulta: 29 junio 2016].
- » Andrade, Erika y Estela Velázquez. 2011. La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. En *Biblios*. No. 42. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16120044003>> [Consulta: 15 junio 2016].
- » Aquino, Silvana. 2014. Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. En *Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias (6a: 2014: Lima)*. Trabajos presentados. Lima: Altamira. 18 p. <<http://eprints.rclis.org/23207/1/SilvanaAquino-Altamira2014.pdf>> [Consulta: 20 junio 2016].
- » Bernardino, Maria Cleide Rodrigues; Emir José Suaiden y Aurora Cuevas Cerveró. 2014. O uso do Facebook pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará. En *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*. Vol. 5, no. 1. <<http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/64334/82236>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » Bodnar, Jonathan y Ameet Doshi. 2011. Asking the right questions: a critique of Facebook, social media, and libraries. En *Public Services Quarterly*. Vol. 7, no. 3/4, 102-110.
- » Breeding, Marshall. 2009. Social networking strategies for professionals. En *Computers in Libraries*. Vol. 29, no. 9. <<https://librarytechnology.org/repository/item.pl?id=14260>> [Consulta: 20 junio 2016].
- » Calil, Alberto y Gabriela Almendra. 2016. As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras. En *Em Questão*. Vol. 22, no. 1, jan./abr. <<http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245221.188-213>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » Calvacante, Caroline Pazini y José Fernando Modesto da Silva. 2013. O uso do Facebook por bibliotecas públicas localizadas na cidade de São Paulo. En *Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (25a: 2013: Florianópolis)*. Trabajos presentados. Florianópolis, Brasil: FEBAB. p. 780-794. <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1285/1286>> [Consulta: 15 junio 2016].
- » Costa, Luciana F. da; Francisca Ramalho; Alan da Silva; Roberia de Lourdes Andrade y Edilson Filho. 2013. Uso de redes sociais por bibliotecas universitárias de instituições particulares de ensino superior de João Pessoa. En *Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (25a: 2013: Florianópolis)*. Trabajos presentados. Florianópolis, Brasil: FEBAB. p. 2753-2767. <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1449>> [Consulta: 15 junio 2016].
- » Del Prado, Miguel Ángel. 2008. Respuesta a propósito del intercambio generado sobre el artículo de Natalia Arroyo titulado "El uso profesional de las redes sociales". <<http://www.thinkepi.net/el-uso-profesional-de-las-redes-sociales>> [Consulta: 11 agosto 2016].

- » Farias, Marlucy Veleda. 2013. O uso das Redes Sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. En *Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação* (25a: 2013: Florianópolis). Trabajos presentados. Florianópolis, Brasil: FEBAB. p. 2439-2454. <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1428>> [Consulta: 15 junio 2016].
- » García Giménez, Daniel. 2010. Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. En *BID: textos universitaris de Biblioteconomia i Documentació*. No. 24. <<http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » García Rivadulla, Sandra. 2013. *Percepción 2.0: las bibliotecas universitarias uruguayas en la Web social desde el punto de vista del usuario*. Madrid, España: Universidad Carlos III de Madrid. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. 64 p. Tesis de Maestría. <https://dl.dropboxusercontent.com/u/26786134/Percepcion2.0_SandraGarciaRivadulla.pdf> [Consulta: 10 junio 2016].
- » Herrera Delgado, Lisbeth Berenice. 2011. La biblioteca académica 2.0: innovación en México. En *E-Ciencias de la Información*. Vol. 1, no. 2. <<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/543/598>> [Consulta: 15 junio 2016].
- » Laudano, Claudia Nora. 2008. Información, medios de comunicación y bibliotecas. Análisis de políticas públicas y prácticas profesionales. En *Información, cultura y sociedad*. No. 19. <<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/832/811>> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Laudano, Claudia Nora; María Cecilia Corda; Javier Planas y María Inés Kessler. 2014. Los usos de la red social Facebook en las bibliotecas de institutos y centros de investigación en Argentina. En *Palabra clave (La Plata)*. Vol. 4, no. 1. <<http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCv4n1a02>> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Laudano, Claudia Nora; María Cecilia Corda; Javier Planas y María Inés Kessler. 2016. Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. En *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Vol. 39, no. 1. <<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/view/25421>> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Leonard, Nick. 2011. *An examination the prevalence of Web 2.0 tools in Irish public and academic libraries and the implementation of Web 2.0 tools as a major component of library 2.0*. Thesis MSc Information and Library Management. Dublin: Dublin Business School. 100 p. Tesis de Maestría. <http://esource.dbs.ie/bitstream/handle/10788/313/msc_leonard_n_2011.pdf?sequence=1> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Margaix Arnal, Didac. 2008. Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. En *El profesional de la información*. Vol. 17, no. 6. <http://eprints.rclis.org/12568/1/articulo_Facebook_Margaix.pdf> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Marinho, Reimunda; Liliane Pereira y Lilia Pereira. 2013. Redes sociais em bibliotecas universitárias públicas da cidade de São Luís para divulgar seus serviços. En *Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação* (25a: 2013: Florianópolis). Trabajos presentados. Florianópolis, Brasil: FEBAB. p. 2603-2618. <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1439/1440>> [Consulta: 10 julio 2016].

- » Mendes, Maristela; Franciéle Silva y Benilde Alves. 2015. Utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas municipais do estado de Santa Catarina. En *Revista ACB*. Vol. 20, no. 1, jan./abr. <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/990/pdf_108> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Planas, Javier. 2010. Bibliotecas populares en la Argentina decimonónica. Aproximaciones críticas a una política de la lectura. En *Jornadas de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología* (1a: 2010: La Plata). Trabajos presentados. La Plata: FaHCE. UNLP. <<http://jornadabibliotecologia.fahce.unlp.edu.ar/jornadas2010/planas>> [Consulta: 2 agosto 2016].
- » Planas, Javier. 2014. Las bibliotecas populares en la Argentina entre 1870 y 1875: La construcción de una política bibliotecaria. En *Informatio*. Vol. 19, no. 1. <<http://informatio.eubca.edu.uy/ojs/index.php/Infor/article/view/152/229>> [Consulta: 2 agosto 2016].
- » Rogers, Curtis R. 2012. Social media, libraries, and Web 2.0: how American libraries are using new tools for public relations and to attract new users? En *Annual survey* (4a: 2011: Columbia). Trabajos presentados. Columbia: South Carolina State Library. <http://dc.statelibrary.sc.gov/bitstream/handle/10827/7271/SCSL_Social_Media_Libraries_2011.pdf?sequence=1> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Sánchez García, María José. 2012. Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la provincia de Málaga. En *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*. No. 104. <<https://www.aab.es/app/download/10100541/Redes.pdf>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » Sandí, Magda Cecilia. 2012. Las redes sociales presentes en las bibliotecas. En *E-Ciencias de la Información*. Vol. 2, no. 2, informe técnico 2. <<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/8487/8010>> [Consulta: 11 septiembre 2016].
- » Santos, Bruna Bomfim Lessa dos y Henriette Ferreira Gomes. 2015. Bibliotecas públicas do Brasil e o uso de dispositivos de comunicação da web social: o Facebook como espaço da mediação da informação. En *Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação* (16a: 2015: João Pessoa). Trabajos presentados. Joao Pessoa: ENANCIB. <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/3119/1053>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » Santos, Bruna Bomfim Lessa dos. 2015. *A mediação da informação e o uso da biblioteca pública: o Facebook como estratégia de interlocução e participação dos usuários*. Salvador: UFBA. 245 p. Tesis de Maestría. <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18659>> [Consulta: 21 noviembre 2016].
- » Statista. 2016. *Ranking mundial de los 20 países con más usuarios de Facebook a fecha 2 de marzo de 2016* (en miles). <<https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/>> [Consulta: 21 noviembre de 2016].
- » Van Dijck, José. 2016. *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- » Vassilakaki, E. y E. Garoufallou. 2014. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. En *Program Electronic Library and Information Systems*. Vol. 48, no. 3, 226-245.

