

USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LOS PARQUE BIBLIOTECA DE
MEDELLÍN

Por

YUDY ALEXANDRA URIBE MARÍN

Trabajo de grado para optar al título de Bibliotecóloga

Asesor

Juan Camilo Vallejo Echavarría

Magister en gestión de la información y el conocimiento

Bibliotecólogo

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
ESCUELA INTERAMERICANA DE BIBLIOTECOLOGÍA

BIBLIOTECOLOGÍA

MEDELLIN

2017

Contenido

	Pág.
RESUMEN	5
PRESENTACIÓN	6
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	8
MARCO CONTEXTUAL	15
METODOLOGÍA.....	19
RESULTADOS	22
CONCLUSIONES.....	32
RECOMENDACIONES	35
Método para el uso y gestión de Facebook y otras redes sociales por parte de las Unidades de información	37
ANEXOS.....	59

INDICE DE GRÁFICAS

Pág.

GRÁFICA 1. ¿CONOCE DE LA EXISTENCIA DE UN MANUAL QUE GUÍE LA GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES DEL SBPM?	24
GRÁFICA 2.¿EXISTE UN PLAN DE COMUNICACIÓN MENSUAL EN SU UNIDAD DE INFORMACIÓN?	25
GRÁFICA 3. ¿POSEEN GRÁFICAS Y/O PLANTILLAS UNIFICADAS PARA LAS PUBLICACIONES DE TODAS LAS UNIDADES DEL SBPM?	26
GRÁFICA 4. ¿UTILIZAN ESAS GRÁFICAS Y/O PLANTILLAS?.....	26
GRÁFICA 5. FINES HACIA LOS CUALES SE EMPLEAN LAS REDES SOCIALES DEL PARQUE BIBLIOTECA ..	27
GRÁFICA 6. ¿CUÁLES SON LOS CONTENIDOS DE LOS POST?.....	28
GRÁFICA 7. ¿EN QUÉ FORMATO SE HACEN LAS PUBLICACIONES?.....	28
GRÁFICA 8. ¿CUENTAN CON ALGÚN FORMATO INFORMADO PARA LA PUBLICACIÓN DE SUS IMÁGENES DE MENORES DE EDAD EN FACEBOOK?	29
GRÁFICA 9. ¿EMPLEAN NORMAS DE REDACCIÓN, TONO Y ESTILO ESTABLECIDA DE MANERA UNIFICADA PARA TODAS LAS UNIDADES DE INFORMACIÓN?.....	30
GRÁFICA 10. ¿SE USAN LAS ESTADÍSTICAS PROPORCIONADAS POR FACEBOOK?	31

INDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1. FUENTES CONSULTADAS.....	59
TABLA 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS.....	61
TABLA 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES.....	77
TABLA 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK.....	82

RESUMEN

Facebook, una de las redes sociales más usadas en el mundo ha extendido sus alcances a todo tipo de público, por ello, las Unidades de información de distintas tipologías se han dado a la tarea de crear sus propios espacios en este entorno, a través de páginas o perfiles para mejorar sus acciones de comunicación, promoción y difusión de servicios y actividades. Este trabajo explora la situación actual de los Parque Biblioteca de la ciudad de Medellín, en relación con el uso de Facebook, con el objetivo de evaluar sus contenidos y actividades en esta red social, teniendo presente las prácticas realizadas por otras unidades de información de distintos países, para así tener claridad sobre su apropiación y uso real, y posteriormente proponer un método para el uso y gestión de Facebook y otras redes sociales por parte de las Unidades de Información. La metodología empleada para la consecución de este objetivo ha sido un rastreo bibliográfico de aquellas producciones académicas en cuyo contenido se aborda el uso de redes sociales por parte de bibliotecas públicas, y la recuperación de algunos manuales elaborados para orientar el uso de esas redes en Unidades de Información, lo cual fue complementado con la identificación de las páginas en Facebook de los Parque Biblioteca y la recopilación de información de cada una de éstas, a partir de algunas categorías que facilitaron la elaboración de un análisis descriptivo y cuantitativo de los contenidos y actividades de cada página, que permitieron unas conclusiones y recomendaciones finales para hacer del uso y la presencia de los Parque Biblioteca de la ciudad de Medellín en las redes sociales, algo más eficaz y enriquecedor.

Palabras claves

Facebook, redes sociales, Parques Biblioteca, Medellín, gestión

PRESENTACIÓN

Las tecnologías de la información y la comunicación han presentado considerables avances en las últimas décadas, de manera especial en lo que respecta a la eliminación de las barreras espaciales y temporales entre personas y organizaciones, acercando más sus distancias y acrecentando sus procesos de comunicación, a través del desarrollo de herramienta o plataformas tecnológicas que permiten una comunicación sincrónica y asincrónica entre los actores; entre esas herramientas cabe mencionar los boletines electrónicos, la mensajería instantánea o correo electrónico, los chats, las videoconferencias, los foros, las Wiki, los blogs y las redes sociales, llegándose a considerar a estas últimas como las de mayor proliferación en los últimos años con incidencia en diferentes ámbitos, entre ellos los de las bibliotecas, motivo por el cual se han desarrollado reflexiones e investigaciones en torno a este fenómeno, como lo denotan diferentes revisiones bibliográficas y trabajos investigativos realizados en torno a distintas tipologías de Unidades de Información y su uso de redes sociales, consignados en este trabajo.

Según Cobo y Pardo, las redes sociales se pueden definir como “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”¹ en las que se comparte información, experiencias y conocimientos a través de contenidos multimedia, teniendo cabida en esta concepción plataformas como YouTube, Instagram, LinkedIn, Twitter, MySpace, WhatsApp, y de manera particular Facebook, debido a su auge y uso cada vez mayor que lo sitúan como la red social más usada en el mundo con más de 1.590 millones de usuarios en todo el planeta, de los cuales 26 millones pertenecen a Colombia, ubicando así a nuestro país en el puesto número 17 dentro del ranking de los países con mayor presencia de Facebook entre sus habitantes, según los datos estadísticos de Owloo.com.

Facebook, creada en febrero de 2004 por Mark Zuckerberg, un estudiante de la universidad de Harvard, se ha convertido en un fenómeno con impactos significativos en la vida de millones de individuos y organizaciones como las bibliotecas públicas, quienes tampoco han podido aislarse y mantenerse al margen de este fenómeno, como se evidencia en los Parques Biblioteca de la ciudad de Medellín, quienes ya tienen presencia en esta red social con sus respectivas páginas desde hace aproximadamente seis años, lo cual ha incitado al desarrollo de esta investigación, partiendo del conocimiento previo de que

¹ COBO, Cristóbal y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona: México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic, 2007, p. 63

han sido adoptadas principalmente como una herramienta para la implementación de estrategias de promoción de servicios, recursos, actividades y eventos para sus usuarios potenciales y reales, según lo plantea el Manual Social Media, elaborado, de forma colaborativa, desde el área de Comunicaciones de la Subsecretaría de Lectura, Bibliotecas y Patrimonio; y que, según los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas trimestralmente por parte de los Parques Biblioteca a sus usuarios, sobre el conocimiento que éstos tiene respecto a las redes sociales en las que hacen presencia, de manera específica Facebook, reflejan un alto desconocimiento de la misma, pues de los 3.143 usuarios encuestados entre los meses de enero y agosto del año 2016, sólo el 31% dicen tener conocimiento de la página de Facebook de la unidad de información a la que asisten y el 69% restante afirman no saber de ella.

Partiendo de todo lo planteado anteriormente, se dio desarrollo a esta investigación, que tuvo como objeto determinar el uso de Facebook por parte de los Parques Biblioteca de la ciudad de Medellín para evaluar sus contenidos y actividades en esta red social, y para cuyo desarrollo se establecieron tres etapas. La primera buscó, a través de un rastreo bibliográfico, conocer aquellas producciones que se han generado en torno al uso de las redes sociales en bibliotecas públicas y los manuales que se han generado para orientar dicho uso. La segunda etapa, fue enfocada en un análisis de los contenidos y actividades que realizan las unidades de información de los Parque Biblioteca de Medellín en la red social Facebook, en contraste con las producciones halladas previamente, y una tercera etapa, en la que a partir de los contenidos obteniéndose de las anteriores, se generó la propuesta de un método, concebido con el fin de posibilitar a las bibliotecas públicas de la ciudad su acercamiento a la comunidad de usuarios a la que están dirigidas sus acciones, y una difusión mayor de sus servicios, actividades y eventos a través de una apropiación mayor de la red social Facebook, que contribuya al mejoramiento en el uso y visibilidad de las bibliotecas objeto del estudio en dicha red.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Para fines de esta investigación se hace necesario establecer algunos referentes conceptuales que permitirán aclarar y comprender el desarrollo de la misma.

Uno de esos conceptos es el de *biblioteca pública*. Según el Manifiesto de la UNESCO/IFLA (1974) en favor de las bibliotecas públicas, éstas se conciben como “fuerza viva de educación, cultura e información [...] que facilita a los usuarios todo tipo de datos y conocimientos”² a través de la disponibilidad gratuita de fondos, actividades y servicios dirigidos a contribuir al fortalecimiento de la cultura, la democracia y el desarrollo de la comunidad.

Sin embargo, Orlanda Jaramillo y Mónica Montoya en su trabajo intitulado *Revisión conceptual de la biblioteca pública* proponen una definición más amplia, en la que recogen todos aquellos elementos que caracterizan y diferencian a la biblioteca pública de otras unidades de información como son su finalidad, su gratuidad, su público y su extensión. Es así como las autoras plantean que:

“La biblioteca pública es una institución de carácter social (incluye lo educativo, informativo y cultural), financiada y reglamentada por el Estado*, cuya finalidad es posibilitar el libre acceso a la información, registrada en un soporte documental, que responde a unos criterios de selección y adquisición, para la satisfacción de necesidades en el plano educativo, informativo cultural y de uso del tiempo libre. Busca, con ello, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de todas las personas que hacen parte de una comunidad (municipio, vereda o barrio), para la construcción y articulación de relaciones democráticas, por medio de servicios y programas gratuitos y coordinados por profesionales del área”³.

Asimismo, el Manifiesto de la UNESCO/IFLA, puntualiza sobre las finalidades fundamentales que la biblioteca pública debe perseguir a través de la prestación de sus servicios enfocados hacia la información, la educación y la cultura, y estos son:

² IFLA. Sección de Bibliotecas Públicas. El Manifiesto IFLA/UNESCO en favor de las Bibliotecas Públicas. La Haya: IFLA. 1994. Recuperado de <http://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-la-ifla-unesco-sobre-la-biblioteca-p-blica-1994>

³ JARAMILLO, Orlanda y MONTOYA RIOS, Mónica. Revisión conceptual de la biblioteca pública. *En*: Revista Interamericana de Bibliotecología. 2000, Vol. 23, No. 1-2, p. 30

- Crear y consolidar el hábito de la lectura en los niños desde los primeros años
- Prestar apoyo al autoeducación y la educación formal de todos los niveles
- Brindar posibilidades para un desarrollo personal creativo
- Estimular la imaginación y creatividad de niños y jóvenes
- Sensibilizar respecto del patrimonio cultural y el aprecio de las artes y las innovaciones y logros científicos
- Facilitar el acceso a la expresión cultural de todas las artes del espectáculo
- Fomentar el diálogo intercultural y favorecer la diversidad cultural
- Prestar apoyo a la tradición oral
- Garantizar a todos los ciudadanos el acceso a la información comunitaria
- Prestar servicios adecuados de información a empresas, asociaciones y agrupaciones
- Contribuir al mejoramiento de la capacidad de información y de las nociones básicas de informática
- Prestar apoyo a las actividades y programas de alfabetización destinadas a todos los grupos de edad, participar en ellas y, de ser necesario, iniciarlas⁴.

Partiendo de dicha conceptualización y las finalidades de una biblioteca pública, cabe hacer alusión al concepto de *parque biblioteca*, el cual se encuentra ampliamente relacionado con lo ya expuesto.

Los parques bibliotecas surgen en la ciudad de Medellín, como un proyecto estratégico en el 2003-2004, liderado por el Alcalde de ese entonces, Sergio Fajardo Valderrama, y el cual pasa a ser parte del Plan de desarrollo 2004-2007 de la ya mencionada ciudad, desde donde se les concibe como espacios públicos dotados de funciones culturales, educativas, recreativas y formativas orientadas a contribuir a la consolidación de Medellín como una ciudad lectora con proyecciones y desarrollos constantes en el ámbito cultural, educativo y de emprendimiento, que aportan al mejoramiento de la calidad de vida y desarrollo social de la ciudad⁵.

Es por ello que dichos parques se encuentran dotados de diferentes espacios entre los que cabe mencionar las ludotecas, las oficinas de cajas de compensación, los centros de apoyo para el empleo, los programas de acompañamiento para las poblaciones más vulnerables y, por supuesto, las bibliotecas, consideradas su epicentro, desde donde se apuesta al

⁴ IFLA, Op. Cit, [En línea]

⁵ ALCALDÍA DE MEDELLÍN. *Plan de desarrollo de Medellín, compromiso de toda la ciudadanía 2004–2007*. Medellín: Alcaldía de Medellín, 2004, 188 p.

fortalecimiento de la cultura y la democracia de las comunidades en las que han sido instaurados, por medio de la lectura, la escritura y la oralidad sin distinción de raza, ideología, religión, sexo, edad, condición física o mental, acogándose con ello a lo dispuesto en el Manifiesto de la UNESCO/IFLA en lo que respecta a las características y finalidades de una biblioteca pública, permitiéndose así clasificar, en esta tipología, a las Unidades de Información de los Parque biblioteca de la ciudad de Medellín.

Afirma además el manifiesto, que “los fondos y servicios bibliotecológicos han de incluir todos los tipos de medios y tecnologías modernas; así como materiales tradicionales”⁶, entre los que cabe mencionar a las redes sociales, consideradas hoy como medios modernos de comunicación, de los que la biblioteca pública debe hacer uso para el mejoramiento y expansión de sus actividades.

Las redes sociales son definidas por Cobo y Pardo como “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”⁷, en las que se comparte información, experiencias y conocimientos a través de contenidos multimedia, teniendo cabida en esta concepción plataformas como YouTube, Instagram, LinkedIn, Twitter, MySpace, WhatsApp, y de manera particular Facebook, debido a su auge y su uso cada vez mayor, que lo sitúan como la red social más usada en el mundo con aproximadamente 1.590 millones de usuarios en todo el planeta.

De este modo, Facebook (www.facebook.com), creada en febrero de 2004 por Mark Zuckerberg, un estudiante de la universidad de Harvard, se ha convertido en un fenómeno con impactos significativos en la vida de millones de individuos y organizaciones como las bibliotecas públicas, quienes tampoco han podido aislarse y mantenerse al margen de este fenómeno, como lo afirman diversos trabajos generados desde el año 2006, que dan cuenta sobre la experiencias en la implementación y uso de Facebook en bibliotecas de diferentes tipologías, quienes se han sumado al uso de las redes sociales, de manera particular Facebook, en la búsqueda de diferentes fines entre los que cabe destacar las actividades relacionadas con marketing, la promoción y comercialización de los servicios, la promoción de los recursos, la extensión del servicio de referencia y la circulación de noticias o novedades, tal cual como lo denota la revisión bibliográfica realizada por Evgenia Vassilakaki y Emmanouel⁸, publicada en el año 2014.

⁶ IFLA, Op. cit. [En línea]

⁷ COBO y PARDO, Op. cit., p. 13

⁸ VASSILAKAKI, Evgenia y GAROUFALLOU, Emmanouel. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literatura. *En: Program*. 2014, vol. 48, no. 3. p. 226-245

¿Y a qué debe su auge esta red social?, muchos expertos en redes sociales, como Manuel Porrúa García⁹, coinciden en que dicho auge se debe a que es una red social, que ha permitido una extensión de nuestras actividades cotidianas, profesionales y académicas hacia una gran red de personas, de una manera sencilla, que requiere sólo algunos mínimos conocimientos en el uso de internet, pero que trae consigo un gran número de cambios y beneficios individuales y colectivos, que transforman nuestra realidad social y económica, a través de la comunicación rápida, el contacto colectivo y el intercambio de información y conocimientos por medio practicas herramientas y elementos de interacción que la configuran, como son:

- **Perfiles personales:** son aquellos creados por un individuo para uso personal, con una finalidad no comercial, a través de los cuales se pueden entablar relaciones entre individuos o amigos que acepten una solicitud previa de amistades o unirse a páginas o interactuar en grupos
- **Páginas o perfiles públicos:** estas son creadas con finalidades comerciales o de posicionamiento de marca de empresas u organizaciones con fines lucrativos y no lucrativos, en las cuales se habla de Fans o seguidores de la página, los cuales pueden unirse a esta sin solicitudes o permisos previos.
- **Grupos:** estos podrían equipararse a las páginas, con la diferencia de que poseen opciones de privacidad que les permite ser abiertos o cerrados, lo cual condiciona el ingreso de los usuarios.
- **Muro:** es la plataforma de comentarios e interacción de Facebook, en la cual podemos compartir contenidos propios (textos, imágenes, fotos, videos) y visualizar y comentar las noticias, notificaciones y contenidos publicados por los amigos, fans o miembros que tenemos agregados a nuestra cuenta, e incluso los contenidos de los contactos de nuestros contactos.
- **Chat y Messenger:** esta herramienta permite hablar en línea con los contactos de nuestro perfil o miembros de la página o grupo siempre o enviarles mensajes privados
- **Aplicaciones:** son elementos que otorgan a los perfiles, páginas o grupos funcionalidades extras. Algunas de ellas se encuentran accesibles desde el momento de la creación de la cuenta en Facebook como son vídeos, vídeos en vivo, fotos, juegos, notas, eventos, entre otras; pero otras pueden ser creadas por entidades o usuarios externos y añadidas, como son: aplicaciones de contenidos (Mapa, Pinterest, Easyhtml Pro, Little Shop, Flockr), aplicaciones de concursos y promociones (Momento ganador, Promo Getfans, Concurso trivial, Porra, Little Promo, Woobox), aplicaciones de encuestas (SurveyMonkey, Social Tool), aplicaciones para el monitoreo de social

⁹ PORRUA GARCÍA, Manuel. El impacto de las redes sociales. En: Dintel. 2010, No. 4, p. 158. [Citado el 20-04-2017] <<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/8487>>

media (FanGager, ConverSocial, AgoraPulse, Blitzmetrics), entre muchas otras que contribuyen a un mayor aprovechamiento de la red social.

Todos ellos estructurados de tal modo, que han hecho de Facebook, una herramienta multifuncional no sólo para las personas, sino también para la consecución de los objetivos de las empresas, las cuales han visto en las redes sociales una posibilidad para el complemento de muchas de sus actividades, como lo reitera un informe de Social Media Audit, reseñado por la revista Dinero,¹⁰ realizado entre junio y julio del año 2015, con una muestra de 52 empresas colombianas, en el cual se afirma que éstas usan las redes sociales en un promedio del 37%, siendo Facebook la más empleadas con un uso promedio del 50% en comparación con otras como Twitter y blogs.

Las actividades de marketing, han sido de las actividades principales que las empresas han complementado con el uso de las redes sociales, lo cual ha ido contribuyendo al fortalecimiento de un concepto relativamente nuevo, pero que poco a poco se ha ido incorporando no sólo en las organizaciones comerciales sino también en aquellas sin finalidades lucrativas como las bibliotecas públicas, y es el de *marketing digital*, *marketing online* o *marketing 2.0*, entendido como la incorporación de las técnicas, acciones y estrategias del marketing tradicional a los entornos digitales, de manera acorde a las características de cada entorno y su público.

Hace aproximadamente 10 años, el marketing partía de interpretaciones conservadoras, desarrolladas desde elementos como las 4P (Producto, Precio, Publicidad y Plaza), donde el cliente era un actor importante pero pasivo, tratado simplemente como consumidor, pero con la expansión del internet y de las redes sociales, esas características cambiaron, ahora se habla de prosumidos (Consumidor + Productor = Prosumidor)¹¹ un cliente que no sólo consume lo ofertado por las organizaciones, sino también que aporta a su concepción y producción, gracias a la interacciones, mediaciones y facilidades de expresión que ofrecen los entornos digitales, generando cambios en el elemento de las 4P, donde ahora "en lo referente a Producto, Precio y Plaza , son los usuarios los que pueden expresar su conformidad, preferencia o dirección frente a las mismas ofertas de la competencia (lo que implica el arrastre de otros usuarios). En lo referente a la publicidad, los usuarios ahora dejan "huellas digitales" que pueden estudiarse para hacer una comunicación más precisa y personalizada"¹², comunicación a cargo de

¹⁰ Las empresas estrellas de las redes sociales en Colombia. En; Revista Dinero. [En línea], 2015. Recuperado en 20 de mayo de 2017 de <<http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/las-empresas-estrella-redes-sociales-colombia/214129>>

¹¹ ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE. Marketing digital. [En línea]. [s.f.]. [Citado el 23 de mayo de 2017] <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/marketing_digital.pdf>

¹² Ibid, p. 17

personas con nuevos perfiles profesionales, promovidos con el surgimiento del marketing digital, como son el del *community manager* y el *social media manager*, cuyas diferencias radican en las actividad a ejecutar por cada uno de ellos en los entornos digitales, como lo aclara las siguiente imagen y que por ende también exige de estas personas capacidades y habilidades como: destreza para escribir; conocimientos de SEO (siglas de *Optimización en Motores de Búsqueda*, del inglés *Search Engine Optimization*); habilidades para la edición y creación de imágenes, videos y otras herramientas multimedia; capacidades para investigar y gestionar proyectos; saberes de analítica; capacidades comunicativas; aptitudes amables e iniciativa ante dificultades, todas ellas necesarias para lograr una gestión eficiente y enriquecedora de las redes sociales y otros medios digitales, que favorezca el trabajo conjunto entre clientes/usuarios y organizaciones, en beneficio de ambos.



Imagen 1. Social media manager Vs. Community manager. [En línea] <
<http://comunidad.iebschool.com/iebs/files/2015/05/Social-Media-Manager-VS-Community-Manager1.jpg>>

Teniendo en cuenta todo lo ya planeado, se da paso a la realización de una investigación basa en los anteriores referentes conceptuales, los cuales proporcionan, al desarrollo de la misma, claridad y precisión.

MARCO CONTEXTUAL

Las tecnologías de la información y la comunicación han presentado considerables avances en las últimas décadas, de manera especial en lo que respecta a la eliminación de las barreras espaciales y temporales entre personas y organizaciones acercando más sus distancias y acrecentando sus procesos de comunicación, a través del desarrollo de herramienta o plataformas tecnológicas que permiten una comunicación sincrónica y asincrónica entre los actores; entre esas herramientas cabe mencionar los boletines electrónicos, la mensajería instantánea o correo electrónico, los chats, las videoconferencias, los foros, las Wiki, los blogs y las redes sociales, llegándose a considerar a estas últimas como las de mayor proliferación en los últimos años con incidencia en diferentes ámbitos, entre ellos los de las bibliotecas, motivo por el cual se han desarrollo reflexiones e investigaciones en torno a este fenómeno, como lo denota la revisión bibliográfica realizada por Evgenia Vassilakaki y Emmanouel Garoufallou¹³ publicada en el año 2014, en la que destacan principalmente trabajos que explorar la relación entre Facebook y las bibliotecas académicas o universitarias, y unos pocos encausados hacia la tipología de las bibliotecas públicas, como el publicado por YALSA (Young Adult Library Services Association) en el año 2008, y referenciado en esta revisión, que aunque no es un estudio científico, en él se proporciona una reflexión en torno a las redes sociales en bibliotecas escolares y públicas, además de un conjunto de herramientas para los bibliotecarios de dichas unidades de información, desde donde se suministran guías de cómo trabajar de la mano con las redes sociales en el proceso de aprendizaje de los adolescentes, teniendo en cuenta la cercanía de estas plataformas a ellos hoy.

En este trabajo de revisión bibliográfica también destaca la investigación de Aharony¹⁴ en la que se exploraron los patrones de uso de los perfiles tanto de algunas bibliotecas públicas como de algunas bibliotecas universitarias de Estados Unidos, encontrándose que existen similitudes entre ellas en lo que respecta al uso y la frecuencia con la que emplean la sección de información y actualización del perfil, y el fin con el cual recurrir al empleo de Facebook que es el de proporcionar un espacio de discusión y extensión de la biblioteca.

¹³ VASSILAKAKI y GAROUFALLOU, Op. Cit., p. 226-245

¹⁴ AHARONY, Noa. Facebook use in libraries: an exploratory analysis. En: Aslib Proceeding. 2007, Vol. 64, No. 4, p. 358-372

Otro trabajo relacionado con el uso de Facebook en las bibliotecas es el realizado por Jacobson intitulado: "*Facebook como herramienta en las bibliotecas: Percepción Vs. Uso actual*"¹⁵, para el cual se analizaron 12 páginas de Facebook de bibliotecas escolares y bibliotecas universitarias encontrándose que la gran mayoría de las bibliotecas emplean Facebook principalmente como una herramienta de marketing, sin dejar atrás otras funciones como: la interacción con los usuarios, la comunicación de necesidades a la biblioteca y como espacio de debate y discusión y que aunque las percepciones Vs. El uso actual, no difieren mucho una vez se obtienen los resultados totales de la investigación, se concluye que los bibliotecarios pueden ser mucho más ambiciosos en cuanto el uso de Facebook, y que para obtener mejores beneficios de esta red social se deben comprometer mucho más con la actualización de sus contenidos, mínimo una vez a la semana, además de que el autor hace la apreciación en las conclusiones de que Facebook sería una mejor herramienta para bibliotecas activas con gran cantidad de eventos, exposiciones, talleres u otras actividades y así se daría un mayor uso a los anuncios y las posibilidades de marketing. Y aunque este estudio aborda sólo el análisis de las páginas de Facebook de bibliotecas académicas, su metodología puede ser aplicable a un estudio en bibliotecas pública y sus conclusiones pueden ser tenidas en cuenta por todas las tipologías de unidades de información que hacen uso de la red esta red social.

Lo anterior permite afirmar que la mayoría de los artículos relevantes, enfocados en el uso de Facebook en bibliotecas, hacen referencia a estudios de casos de bibliotecas universitarias de diferentes países y a trabajos de revisión bibliográfica cuyo contenido aborda, en su mayoría, bibliotecas académicas (escolares y universitarias). Partiendo de ello, a continuación, se resaltan los siguientes trabajos investigativos que aportan a los fines de la investigación en curso desde su metodología y resultados obtenidos, aunque algunos de ellos no hagan referencia de manera específica a casos de bibliotecas públicas.

La investigación de Maristela Medes, Franciéle Carneiro y Benilde Inácio titulada: *Utilización de Facebook por las Bibliotecas Municipales del Estado de Santa Catarina*¹⁶, aborda 32 bibliotecas del municipio Santa Catarina, y aunque el número real de bibliotecas municipales que abarca este Estado son 294, el estudio se hace sólo con el 11% de ellas, ya que son las únicas que utilizan la red social. El objetivo de este trabajo fue verificar el uso de Facebook

¹⁵ JACOBSON, T. B. Facebook as a library tool: perceived vs actual use. *En*: College and research libraries, 2011, vol. 72, no. 1, p. 79-90

¹⁶ MENDES, Maristela, CARNEIRO GARCES, Franciéle y LOPES ALVE, Benilde Inácio. Utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas municipais do Estado de Santa Catarina Utilization of Facebook by municipal public libraries of Santa Catarina State. *En*: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. 2015, vol. 20, no. 1, p. 41-48

por parte de las ya mencionadas bibliotecas, e identificar el tipo de información que difunden a través de esta herramienta; para ello en un primer momento, se emplearon encuestas, se realizaron búsquedas de las bibliotecas en Facebook y la web en general y se realizó el análisis de sus perfiles y publicaciones, donde se tuvieron en cuenta datos como: los “me gusta” obtenidos, los indicadores de visitas registradas, las visualizaciones de lo publicado y el establecimiento de un ranking de acuerdo al número de “me gusta” obtenidos por cada perfil; desde dicho ranking se dio paso a la selección de los cinco perfiles de las bibliotecas con más “me gusta”, desde los cuales se evaluó la pertinencia de la información, haciendo uso de indicadores como: visibilidad, actualización, información básica y difusión selectiva de la información (publicaciones), cuyo análisis constituyó la etapa más importante de la investigación, de donde se concluyó que hay un bajo uso de la red social Facebook por parte de las bibliotecas municipales de Santa Catarina y que la actualización de los perfiles creados por parte del 11% de ellas es tardío, realizándose aproximadamente cada 6 meses, contribuyendo con ello a la obsolescencia en su gestión de la información y revelando las dificultades que se tienen para el manejo o gestión de este tipo de herramientas, y el desconocimiento de los beneficios de las mismas, y todo ello no por una deficiencia en recursos tecnológicos por parte del Estado de Santa Catarina, sino por deficiencias en el recurso humano en relación con la formación profesional, el factor tiempo y los estilos de gestión.

Este trabajo es de considerar, en lo que concierne a su metodología ya que otorga una guía sobre la manera en la que se puede abordar el desarrollo de una investigación, con la temática de redes sociales, desde una estructuración por fases y el establecimiento de indicadores. Además, sus resultados revelan un factor a considerar en la actual investigación y otras futuras y es el recurso humano, pues, aunque el trabajo esté dirigido al análisis de una herramienta virtual, las personas son imprescindible para el funcionamiento y entendimiento de ésta.

Otra investigación que también aporta desde su metodología, es la realizada por Claudia Nora Laudano [et.al.] intitulada “*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*”¹⁷, que, aunque acoge en su estudio sólo bibliotecas universitarias, la metodología de producción de datos descrita en ella y la elaboración de una matriz, esboza las variables más relevantes a tener en cuenta en el momento de estudiar el uso de las redes sociales por parte una o varias unidades de información, y así tener claridad, orden y precisión sobre dicho uso, que para efectos de la investigación Claudia Nora Laudano [et.al.] arrojó como resultado principal que la adopción de Facebook en las tres bibliotecas universitarias de Argentina seleccionadas

¹⁷ LAUDANO, Claudia Nora Laudano [et.al.]. Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada. En: Información Cultura y sociedad. 2016, no. 35, p. 107-124

para el análisis, se ha hecho de manera paulatina y su uso ha sido reducido en comparación con las muchas posibilidades que ofrece esta herramienta, por lo cual se sugieren otras posibilidades.

Por su parte Pereira y da Silveira¹⁸, realizaron un estudio de caso en Goiânia, capital del Estado de Goiás en Brasil, y aunque su enfoque no fue Facebook, sino diversas herramientas de la web 2.0, entre las cuales se abarcó esta red social, aporta conclusiones significativas que destacan el uso de Facebook como una estrategia proactiva y significativa para los procesos de democratización llevados a cabo desde las bibliotecas y como un canal eficiente en la interacción entre usuarios y biblioteca, que no sólo proporciona visibilidad a las unidades de información sino también un modo activo y óptimo de relacionarse, el cual será exitoso si tanto la comunidad, como los bibliotecarios y gestores participan conjuntamente de las transformaciones que el uso de una red social como Facebook requiere en cuando a su aceptación y modo de aplicación.

Teniendo en cuenta los casos expuestos en las diversas investigaciones anteriormente esbozadas, que hacen referencia, en su mayoría, a casos de bibliotecas académicas de Estados Unidos y países de Europa, se evidencia una ausencia de estudios referentes a bibliotecas de nuestro país, donde el uso de las redes sociales tampoco ha quedado exento de sus dinámicas.

Ello se evidencia de manera puntual en los ocho Parques Biblioteca de la ciudad de Medellín, objeto de esta investigación, que integran el Sistema de Bibliotecas Públicas de la ciudad y de los cuales, a continuación, se hace mención:

- Parque Biblioteca José Luis Arroyave – San Javier
- Parque Biblioteca Gabriel García Márquez – Doce de Octubre
- Parque Biblioteca León de Greiff – La Ladera
- Parque Biblioteca Tomás Carrasquilla – La Quintana
- Parque Biblioteca España – Santo Domingo Savio
- Parque Biblioteca Manuel Mejía Vallejo – Guayabal
- Parque Biblioteca Fernando Botero – San Cristóbal
- Parque Biblioteca José Horacio Betancur – San Antonio de Prado

Desde lo observado en los datos proporcionados por la página en Facebook de cada una de estas bibliotecas, de manera previa al desarrollo de esta investigación, se evidencio que los Parque Biblioteca de Medellín tienen presencia en esta red social, con sus respectivas páginas, desde hace

¹⁸ PEREIRA DE OLIVEIRA, Lais y DA SILVEIRA, Carlos Eduardo (2013). Interação e colaboração via web 2.0: estudo de caso em bibliotecas públicas do município de Goiânia (go). En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. 2013, vol.18, no. 2, p. 901-925

aproximadamente seis años, adoptándola principalmente como una herramienta para la implementación de estrategias de promoción de servicios, recursos, actividades y eventos para sus usuarios potenciales y reales como lo permiten inferir algunos de sus contenidos publicados en Facebook.

Sin embargo, los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas trimestralmente por parte de los Parques Biblioteca a sus usuarios, sobre el conocimiento que éstos tiene respecto a las redes sociales en las que hacen presencia, de manera específica Facebook, reflejan un alto desconocimiento de la misma, pues de los 3.143 usuarios encuestados entre los meses de enero y agosto del año 2016, sólo el 31% dicen tener conocimiento de la página de Facebook de la unidad de información a la que asisten y el 69% restante afirman no saber de ella.

Partiendo de todo lo anterior, se elabora este trabajo con el objeto de reconocer y describir cómo los Parque Biblioteca de la ciudad hacen uso de Facebook y cómo están llegando a la comunidad de usuarios a la que sirven desde los contenidos, la imagen y la divulgación de los mismos y desde allí proponer un método que posibiliten a las bibliotecas públicas de la ciudad su acercamiento a la comunidad de usuarios a la que están dirigidas sus acciones, y potencializar la difusión de sus servicios, actividades y eventos a través de la red social Facebook.

METODOLOGÍA

Para contribuir al cumplimiento del objetivo general de esta investigación, se estableció la realización de un rastreo bibliográfico, como la primera etapa a ejecutar, con el fin de identificar y recuperar algunas producciones (mínimo 10) que se han generado en torno al tema del uso de las redes sociales en bibliotecas públicas, con un enfoque más investigativo que reflexivo. Para esto, se establecieron como fuentes principales de búsqueda las bases de datos de DialNet, Doaj, Ebsco, Emerald, Scielo, Sicine Direct, Web of Science y el buscador Google Académico, para cuyos resultados, consignados en una tabla de Excel (Ver anexo Tabla 1) se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de selección:

- Tipo de producción: artículo
- Fecha de publicación: entre 2007 y 2017
- Tema: redes sociales y bibliotecas públicas
- Tipología de biblioteca: Biblioteca pública
- Texto completo
- Objetivo
- Conclusiones
- Metodología

En las estrategias de búsqueda utilizadas, dentro de las ya mencionadas fuentes, se emplearon términos como “social networking and Public libraries”, “social networks and Public libraries”, “redes sociales y bibliotecas públicas”, “Facebook and Public libraries”, “Public libraries and Facebook”, “Public libraries and Facebook on social networking on social networks”, obteniéndose gran cantidad de resultados, de los cuales se seleccionaron 12 producciones académicas, de las que nueve corresponden a estudios propiamente hecho en base a bibliotecas públicas, tres a investigaciones sobre redes sociales y bibliotecas académicas y/o escolares y uno de ellos a rastreos y análisis bibliográficos sobre producciones entorno a las redes sociales y las bibliotecas, estos últimos se tuvieron en cuenta ya que proporcionan información relevante sobre otros estudios, además de algunas reflexiones a considerar (Ver anexo Tabla 2).

Esta tarea de búsqueda de producciones académicas sobre redes sociales en bibliotecas públicas, se complementó con el rastreo de algunos modelos de manuales sobre el uso de las redes sociales, principalmente en bibliotecas, empleados para ello el buscador Google y utilizándose como instrumento para la consignación de la información un cuadro (Ver tabla 3), en el cual se consignaron los siguientes aspectos valorados en los resultados encontrados:

- Nombre del manual
- Productor/autor del manual
- Objetivo del manual
- Público o institución para quien fue elaborado el manual (Destinatario)
- Mención de los contenidos del manual

La realización de estas tareas, permitieron la consecución del primer objetivo específico planteado en esta investigación, que consistió en Identificar las producciones académicas que se han generado alrededor del tema de las redes sociales en bibliotecas públicas y los modelos de manuales para el uso de éstas que se han producido en otras unidades de información y/o instituciones de características diferentes

Posteriormente, el desarrollo de la investigación continuo con una segunda etapa, la cual fue enfocada en la realización de un reconocimiento y descripción de las actividades y contenidos de los Parque Biblioteca de la ciudad en la red social Facebook, partiendo inicialmente de una búsqueda de cada uno de los perfiles en ésta, en la que se empleó como criterio de pesquisa el nombre completo de cada unidad de información, obteniéndose así resultados precisos que nos llevaron a las páginas oficial de las bibliotecas, lo cual fue constatado mediante una lista de chequeo en la que se consignaron y verificaron los elementos distintivos que, desde el Manual Social Media, elaborado de forma colaborativa desde el área de Comunicaciones de la Subsecretaría de Lectura, Bibliotecas y Patrimonio de Medellín, se plantea que

todos los Parques Biblioteca deben poseer es su página de Facebook, como son:

- **Foto de perfil:** logo del Sistema de Biblioteca Públicas de Medellín.
- **Foto de portada:** imagen con los logos del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín.
- **Publicaciones:** correspondientes a las actividades de la biblioteca, acompañadas de una breve descripción.

Luego, se procedió a la recopilación de información de cada una de las páginas, a partir de las siguientes categorías:

- Información de la página
- Información gráfica de la página
- Uso del muro (Tipología de posteos)
- Tipologías de comentarios
- Número de “*Me gustas*” obtenidos en la página
- Número de seguidores y/o personas hablando de esto
- Visualizaciones de las publicaciones o visitas a la página

El esbozo de estas categorías permitió constatar la presencia y ausencia de ciertos elementos necesarios para la identificación y descripción de las actividades y contenidos de los Parque Biblioteca de Medellín en Facebook, cuyos hallazgos fueron consignados en una plantilla asignado a cada Unidad de Información (Ver Tabla 4), en la que se encuentra desarrollada cada una de las categorías. Con la aplicación de esta metodología, se pretendió situarse en el rol de los usuarios, y visualizar (del modo en que ellos lo harían) la estructura y contenidos de cada página revisada, con el fin de orientar las recomendaciones de esta investigación también hacia el provecho de ellos. Es de puntualizar que el rastreo de los datos de cada página comprendió las publicaciones realizadas por cada unidad de información desde el mes de enero hasta el mes de marzo.

De manera transversal a lo ya descrito, se recolectaron otros datos a través del instrumento de la encuesta, aplicada a las personas encargadas de la gestión de las redes sociales en cada Parque Biblioteca, en la que se interrogó por asuntos como: el conocimiento de manuales y lineamientos internos para la realización de post, el uso y contenidos de la página y su finalidad, la frecuencia en las publicaciones, la interacción de los usuarios con la biblioteca a través de la página, el uso de herramientas de Facebook y el manejo de situaciones conflictivas en la red social.

Para la aplicación de esta encuesta, se les contacto, inicialmente, a través de un mensaje al correo electrónico del área de tecnología y el área de gestión

social y cultural, al cual se le anexo el link del formulario que fue elaborado en la aplicación *Formulario* de Google (ver Formulario 1). Las contestaciones a través de este medio fueron poco eficaces, motivo por el cual se reenvió el mensaje y el link del formulario, a través de la herramienta de *Messenger* que proporciona Facebook, obteniéndose contestación por parte de todos en un tiempo promedio de 3 a 5 días. Es así como los datos obtenidos de la revisión directa de cada página y las respuestas al formulario, permitieron dar cumplimiento al del segundo objetivo específico planteado en este trabajo que consistió en reconocer y describir cuáles eran las actividades y contenidos de los Parque Biblioteca de la ciudad en la red social Facebook.

A partir de los hallazgos y resultados obtenidos de las etapas anteriores, se dio paso al desarrollo de la tercera fase, en la que se generó la propuesta de un método, concebido con el fin de posibilitar a las bibliotecas públicas objeto de este estudio y a otra tipología de bibliotecas de la ciudad de Medellín y de otros contextos, un acercamiento a la comunidad de usuarios a la que están dirigidas sus acciones, y una difusión mayor de sus servicios, actividades y eventos a través de una gestión y apropiación mayor de la red social Facebook.

RESULTADOS

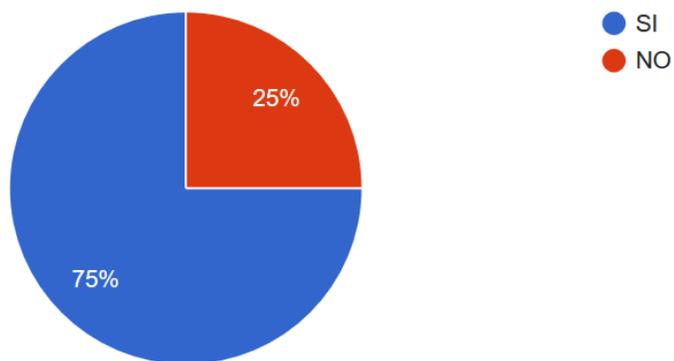
El inicio de esta investigación, con un rastreo bibliográfico sobre algunas producciones generadas en torno al tema del uso de la red social Facebook en bibliotecas públicas, con un enfoque más investigativo que reflexivo, permitió el hallazgo de 12 trabajos académicos, de los cuales nueve corresponden a estudios enfocados directamente en bibliotecas pública de países como Brasil, Argentina, Perú y Portugal; y los tres restantes a bibliotecas académicas y/o escolares principalmente de Estados Unidos, evidenciándose con ello, una ausencia de producciones académicas en países de habla hispana en torno al tema de las redes sociales en instituciones como las bibliotecas, lo cual es corroborado por distintas revisiones de literatura, como la realizada por Evgenia Vassilakaki y Emmanouel Garoufallou¹⁹ que abarco un análisis de documentos publicados entre los años 2006 y 2012, la mayoría de ellos centrados en reportes sobre el uso, presencia, experiencias y problemas respecto a la adopción de Facebook, y en los cuales no hay presencia de literatura de países Latinoamericanos, lo cual lleva a preguntarse si la ausencia de producciones académicas sobre Facebook en bibliotecas públicas en esta parte del mundo, es un relejo y resultado de la adopción tardía y aún tímida, de las redes sociales por parte de sus distintas Unidades de Información, como lo generalizan las conclusiones de los pocos trabajos Latinoamericanos, hallados en este rastreo bibliográfico, y los siguientes

¹⁹ VASSILAKAKI y GAROUFALLOU, Op. Cit., p. 226-245

resultados de esta investigación, procedentes del reconocimiento e identificación de los contenidos y usos de la red social Facebook, por parte de un conjunto de bibliotecas de la ciudad de Medellín (los Parques Biblioteca), que se ha destacado no sólo en Latinoamérica, sino en todo el mundo, principalmente por su arquitectura y enfoque social, como lo ratifican distintos reconocimientos otorgados a estos lugares, como el recibido en el año 2007 por parte de Global Knowledge Partnership por ser uno de los mejores proyectos del año, o el de ATLA y el de Bill & Melinda Gates, ambos en el mismo año (2009) por acceso al conocimiento²⁰, un tema ligado en la actualidad a las redes sociales debido al auge y relevancia que han tomado éstas, y que ha permeado todo tipo de organizaciones e instituciones en el mundo, como los bibliotecas.

Es así como la continuación de esta investigación abarco un reconocimiento y descripción de las actividades y contenidos de los Parque Biblioteca de la ciudad de Medellín en la red social Facebook, partiendo inicialmente de una búsqueda de cada uno de los perfiles en ésta, los cuales fueron hallados con el nombre completo, lo cual permite constatar una marca definida y unificada por parte de estos, que en las redes sociales se hace necesaria ya que otorga reconocimiento e identidad. Posteriormente, la recopilación de información de cada perfil, a partir de siete categorías relacionadas con la información institucional contenida en la página, los contenidos publicados, los formatos empleados, la tipología de comentarios dejados por los usuarios y el número de “me gusta”, seguidores y/o “personas hablando de esto”, permitieron, de manera complementaria, con los datos recogidos de la encuesta realizada a las personas encargadas de la gestión de las redes sociales en cada Parque Biblioteca, reconocer una unanimidad en cuanto a los perfiles profesionales designados para la gestión de la red social Facebook y una concordancia entre éstos y las tareas y habilidades exigidas por la administración de una página en Facebook, ello inferido de la información personal proporcionada al inicio de la encuesta por parte de la persona que la realizaron, entre la cual se indagaba por el cargo, ítem específico que permitió constatar que las página de la red social Facebook de los ocho Parque Biblioteca objeto de este estudio, se encuentra bajo la gestión de personas con el cargo de técnicos de cultura digital y gestores sociales y culturales (Ver tabla 1), cuyos conocimientos y habilidades conjuntas y debidamente sincronizadas, pueden dar lugar a un uso y una gestión más eficaz de la red social ya mencionada, si se tiene en cuenta que actualmente carecen de una uniformidad en su accionar, a pesar de contar con un Manual de Social Media, que otorga algunos parámetros para ello, y el cual, según, la encuesta, sólo el 75% afirma conoce, como lo refleja la siguiente gráfica:

²⁰ BIBLIOTECA PÚBLICA PILOTO DE MEDELLÍN PARA AMERICA LATINA. [En línea], 2017. Reconocimientos. Recuperado de 20 de mayo de 2017 en <<http://www.bibliotecapiloto.gov.co/copia-sitio/index.php/reconocimientos>>



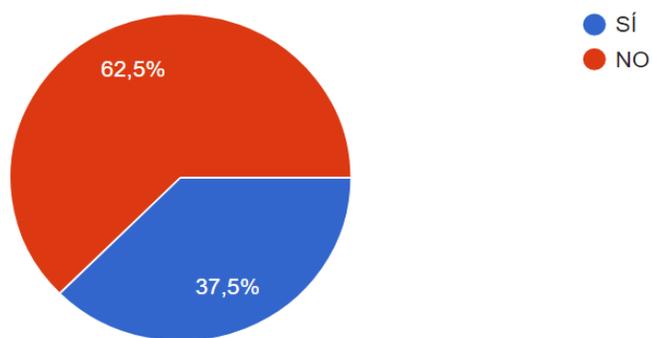
Gráfica 1. ¿Conoce de la existencia de un manual que guíe la gestión de las redes sociales del SBPM?

Nombre del Parque Biblioteca	Encargado de las Redes sociales	Cargo
Parque Biblioteca Tomás Carrasquilla - La Quintana	Astrid Lorena Carmona Suárez	Técnico de Cultura Digital
Parque Biblioteca España	Henry Álvarez Durango	Gestor social y cultural
Parque Biblioteca José Luis Arroyave - San Javier	Daniela Agudelo Berrio	Gestor Social y Cultural
Parque Biblioteca Jose Horacio Betancur - San Antonio de Prado	Mateo González Santamaría	Técnico en cultura digital
Parque Biblioteca León de Greiff - La Ladera	Omar Silva Narváez	Técnico Cultura Digital
Parque Biblioteca Gabriel García Márquez - Doce de Octubre	Lizet Macías Arce y Sara María López Muñoz	Gestora social y cultural y Técnica de cultura digital
Parque Biblioteca Fernando Botero - San Cristóbal	Giovany Marín Durango	Técnico de cultura digital
Parque Biblioteca Manuel Mejía Vallejo – Guayabal	Yamilett Gallo Botero	Gestora Social y cultural

Tabla 1. Datos de los profesionales encargados de la gestión de las redes sociales en los Parque Biblioteca de Medellín

Adicional a ello, el 37,5% de las bibliotecas objeto de esta investigación, dicen conocer, pero no aplicar, los lineamientos del SBPM para la generación y publicación de contenidos audiovisuales, lo cual permite inferir las causales de

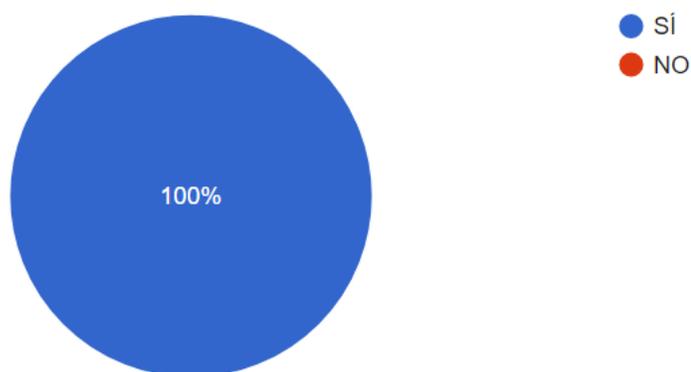
las respuestas ante otros interrogantes contemplados en la encuesta, donde estas difieren significativamente, aunque aparentemente todos los Parques Biblioteca respondan a los mismos lineamientos. Tal es el caso de los resultados del interrogante de si existe o no un plan de comunicaciones en su Unidad de Información, ante el cual el 62,5%, dijo que no existía, aunque se encuentra contemplado entre los contenidos del Manual Social Media²¹, como herramienta para priorizar objetivos y fortalecer estrategias de comunicación.



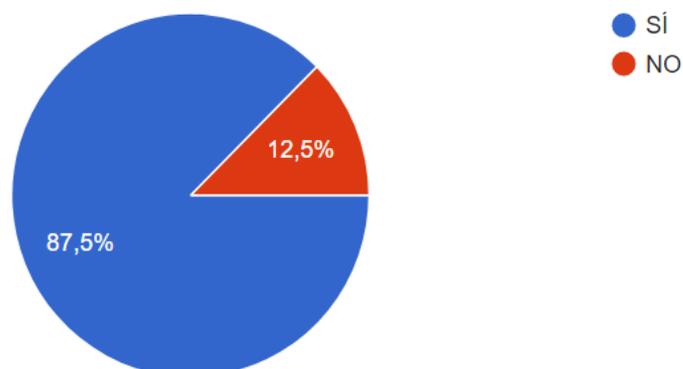
Gráfica 2. ¿Existe un plan de comunicación mensual en su Unidad de Información?

Y se observa lo mismo con la respuesta a la pregunta de si emplean o no plantillas unificadas para las publicaciones de todas las unidades del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín (SBPM), pues todos dicen conocerlas o saber de su existencia, pero un 12,5% no las usa, cuando el uso debería ser por parte de todas, como se especifica en el Manual, ya que esto permite no sólo dar orden a los contenidos de cada Unidad de Información, como parte de un Sistema, sino que también contribuye a la creación y fortalecimiento de la identidad de cada biblioteca como elementos independiente y pertenecientes un sistema general.

²¹ SUBSECRETARÍA DE LECTURA, BIBLIOTECAS Y PATRIMONIO. Manual Social Media. Medellín: Alcaldía de Medellín, (s.f.), p. 9

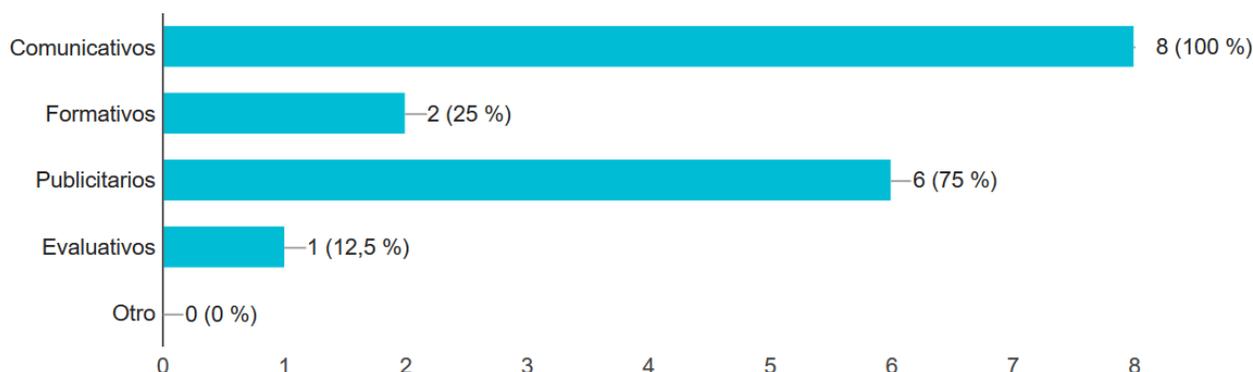


Gráfica 3. ¿Poseen gráficas y/o plantillas unificadas para las publicaciones de todas las unidades del SBPM?



Gráfica 4. ¿Utilizan esas gráficas y/o plantillas?

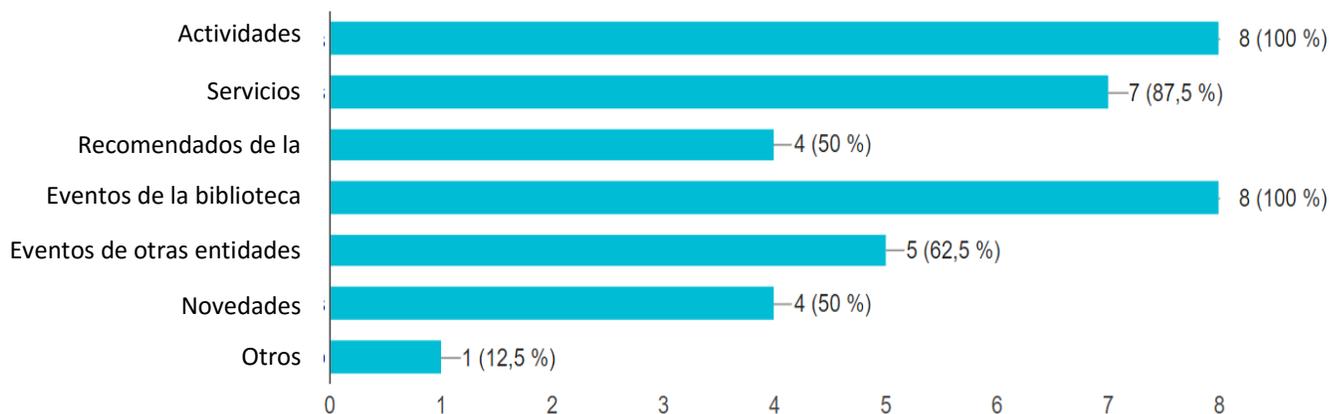
En lo que respecta a las preguntas sobre el objetivo y los fines de la presencia del Parque Biblioteca en las redes sociales, si se encuentran mayor relación y paridad entre las respuestas, observándose en la siguiente gráfica que un 100% de ellas define que su fin principal en las redes sociales es el de la comunicación, seguido de unos fines publicitarios, con el 75% de las respuestas.



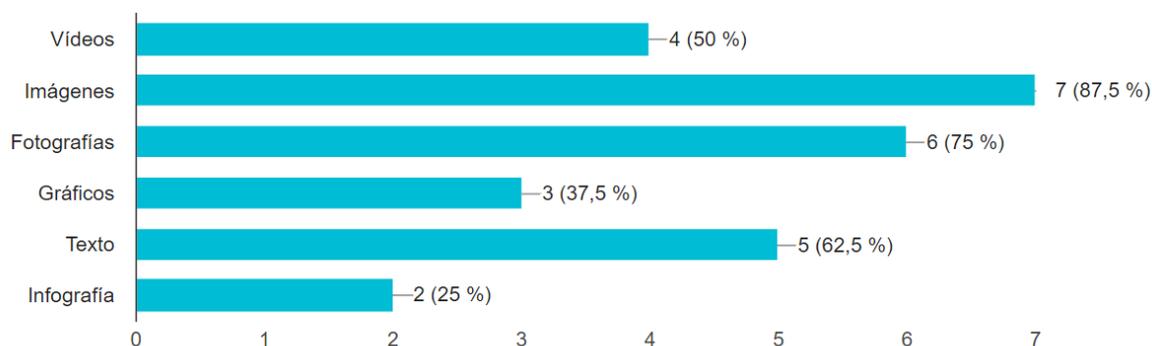
Gráfica 5. Fines hacia los cuales se emplean las redes sociales del Parque Biblioteca

En cuanto al objetivo, se puede ver en el siguiente gráfico, que las ocho bibliotecas encuestadas coinciden en que los 3 principales objetivos de sus páginas en Facebook son la promoción de servicios, la promoción de eventos y la divulgación de actividades, respuestas que se pueden constatar con lo identificado a través de la observación de cada página y la respuesta a otros interrogantes de la encuesta como ¿Cuáles son los contenidos de los Post? y ¿En qué formato se hacen los contenidos de las publicaciones?, en los cuales se identifica que las principales publicaciones de los Parque Biblioteca se centran en imágenes y vídeos sobre la oferta de servicios de la unidad de información, las actividades realizadas en ésta y los eventos propios y de otras entidades, acompañados siempre de una breve descripción que complementa y da claridad a la publicación, lo cual va de la mano con lo estipulado en el Manual Social Media para el SBPM, de manera puntual, en los apartados de Audio, vídeo y Fotografía, en los que adicionalmente se habla de la necesidad de especificar los créditos correspondientes a cada imagen y vídeo, lo cual si se observa que es omitido por todos los Parque Biblioteca ya que no aparecen referencias de autoría ni marcas de agua, y que se hace necesario reiterar la necesidad de su uso, por su importancia, ya que son los créditos los que reconocen el trabajo del creador de la imagen, vídeo o audio ya sea una persona o institución, y que no se debe omitir aunque nos encontremos en una era de muchos contenidos de fácil y libre acceso, pues como afirma Ziad Ramley y Connie Chan en su blog para fotógrafos y aficionados: "En la era del internet, el contenido es un lujo que nos abruma pero eso no disminuye su valor"²².

²²RAMLEY, Ziad y CHAN, Connie. A esto nos referimos cuando hablamos de darle crédito a los fotógrafos. Recuperado de 20 de mayo de 2017 en <https://thump.vice.com/es_mx/article/what-we-talk-about-when-we-talk-about-crediting-photographers>



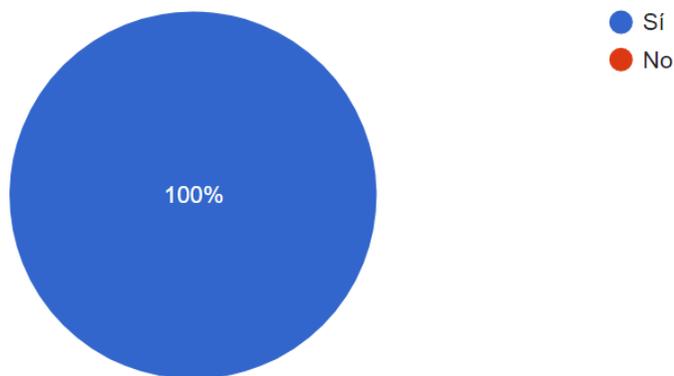
Gráfica 6. ¿Cuáles son los contenidos de los post?



Gráfica 7. ¿En qué formato se hacen las publicaciones?

Este tema de los créditos se encuentra también ligado al asunto de la protección de imagen de menores, un tema de gran interés en relación con las redes sociales, debido a cuestiones como la vulnerabilidad del derecho a la intimidad y la protección de la imagen que se pueden presentar en esta debido a su carácter de red social abierta, motivo por el cual en la encuesta se hizo pertinente preguntar a los gestores de la red social Facebook, si al momento de la fijación, reproducción y retransmisión de imágenes de menores de edad a través de la página de Facebook contaban con algún formato informado para la publicación de su imágenes en esta red, a lo que el 100% respondió contar con este formato, lo que permite inferir que los Parque Biblioteca reconoce la importancia de salvaguardar la identidad e integridad de la imagen de los menores en la internet, pero nos hace preguntar si lo hace de la manera adecuada, teniendo en cuenta que la publicación de estas imágenes muestran

los rostros de los menores, como se observa en las visitas realizadas a las páginas de cada Unidad de Información, cuando el Manual de Social Media }dice, de manera textual “No realizar primeros planos de rostros de menores de edad. Buscar tomas de espalda o laterales”²³, situación que reitera, una vez más, la necesidad de un mayor conocimiento y aplicabilidad de este manual por parte de cada una de las bibliotecas abordadas en esta investigación.

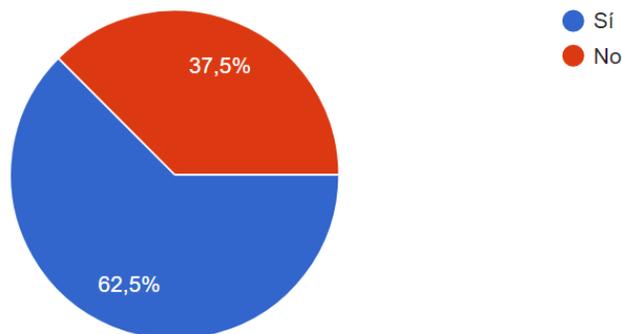


Gráfica 8. ¿Cuentan con algún formato informado para la publicación de sus imágenes de menores de edad en Facebook?

La encuesta y la observación de cada perfil de los Parque Biblioteca, también abarcó asuntos como la frecuencia de posteos en la página, el emplean normas de redacción, tono y estilo y los protocolos y el uso del lenguaje cuando se presentan mensajes o actitudes indebidas por parte de los usuarios en la página de Facebook de cada Parque Biblioteca. Ante ello, se reconoce que la frecuencia en las publicaciones no excede la cantidad de dos veces al día, lo cual no se puede contemplar como correcto o incorrecto, pero desde lo propuesto por los expertos en redes sociales y por el mismo manual de Social Media del SBPM, se considera que puede ser mejorado, con una mayor frecuencia de publicaciones al día, ya que con ello se puede aportar a una mayor visibilidad e interacción con los usuarios, esa que para ser eficaz requiere del empleo y cuidado de ciertos detalles, como es la manera de expresarse a través del lenguaje teniendo en cuenta elementos como el tono, el estilo y la redacción, y ante lo cual sólo el 62,5% de las gestores de redes sociales encuestados, respondieron tenerlos en cuenta al momento de realizar las publicaciones (Ver gráfica 9), caso contrario ocurre con la aplicación de protocolos al momento de responder a situaciones conflictivas o comentarios irrespetuosos por parte de los usuarios, pues todos los que respondieron la encuesta dicen aplicar unas normas de lenguaje que permitan una comunicación respetuosa, cordial y amable que faciliten el dialogo, el

²³ SUBSECRETARÍA DE LECTURA, BIBLIOTECAS Y PATRIMONIO, Op. Cit., p. 14

entendimiento y la resolución de la dificultad con el usuario, lo que es sumamente debido, y por ende debe ser replicado en las publicaciones y no sólo en las respuestas a comentarios y opiniones, dos formas en las que los usuarios de Facebook pueden manifestarse en las páginas, perfiles o grupos de esta red social, y que por ello se consideró necesario preguntar a los gestores de la red social por el uso de este recurso por parte de sus seguidores o visitantes de la página, ante lo que el 75% de ellos respondieron que sus usuarios sí lo emplean para compartir sus experiencias y sus necesidades, respuestas que se contrastaron con la observación directa de las páginas de Facebook de cada Parque Biblioteca, en las que se hallaron muy pocos comentarios y opiniones, los cuales, en su mayoría, sí hacían alusión a su experiencia en el Parque Biblioteca, pero no en relación con las actividades y servicios de este, sino al espacio, instalaciones y ambiente. En esta observación de comentarios también se halló que muy pocos de ellos tienen una contestación por parte de la biblioteca, y algunas de las páginas han omitido la activación del ítem de Opiniones. Todo ello hace visible la ausencia de una interactividad recíproca entre biblioteca y usuarios, y por ende un desaprovechamiento de las oportunidades de relación directa y fluida, como las que ofrece la red social de Facebook.



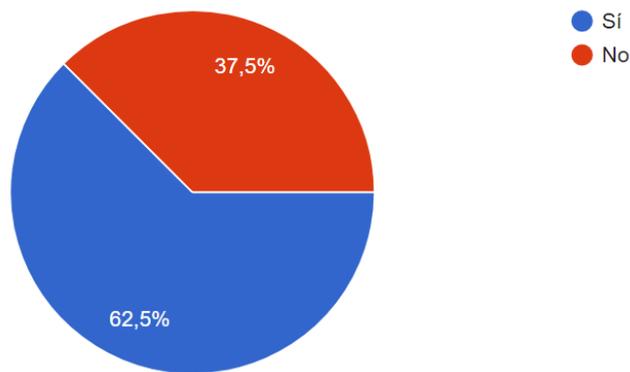
Gráfica 9. ¿Emplean normas de redacción, tono y estilo establecida de manera unificada para todas las unidades de información?

Adicional a lo anterior, se encontró en esta investigación que sólo el 62,5% de los encuestados dicen hacer uso de las estadísticas de Facebook, la mayoría de ellos, para evaluar la interacción de los usuarios con la biblioteca, evaluar procesos de comunicación, evaluar visibilidad y fortalecer procesos, mientras que el 37,5% dice no hacerlo (Ver gráfica 10), a pesar de ser una herramienta gratuita ofrecida por la misma red social, que con un cuidadoso y constante análisis cualitativo de los datos allí ofrecidos puede aportar a mejorar la experiencia de las bibliotecas en las redes sociales y las herramientas y aplicaciones que emplean para la gestión de la calidad de los contenidos de estas, de manera acorde a lo que requerido por los usuarios y lo sugerido por

las estadísticas, pues en cuanto a la pregunta de ¿Qué herramientas y/o aplicaciones de Facebook emplean?, se observa en la siguiente tabla, que nos son muchas ni muy variadas, aunque Facebook ofrezca un gran abanico de posibilidades para hacer de las acciones de las bibliotecas en ésta, algo más llamativo, dinámico y enriquecedor.

Tabla. 2 ¿Qué herramientas y/o aplicaciones de Facebook emplean? (Retransmisión en vivo, encuestas, entre otro)
Transmisión en vivo
Programación de eventos
Eventos
Encuestas
Transmisión en vivo.
Ninguna
Ninguno
Encuestas

Tabla 2. Herramientas y aplicaciones empleadas por los Parque Biblioteca en Facebook



Gráfica 10. ¿Se usan las estadísticas proporcionadas por Facebook?

CONCLUSIONES

Desde la revisión realizada a otras investigaciones en torno al tema del uso de las redes sociales, y de manera específica Facebook, en instituciones como las bibliotecas, podemos afirmar que este estudio ha llegado a conclusiones similares, aunque todas se hayan dado desde contextos distintos, de manera particular, en lo que respecta a la tendencia de todas las bibliotecas, desde las académicas, hasta las públicas y populares, a emplear Facebook como espacio mayormente de difusión de sus actividades, dejándose relegadas otro gran número de posibilidades de uso que ofrece Facebook, como es la promoción y presentación de servicios de orientación y de referencia por medio de aplicaciones como el chat, el Messenger y los mismos espacios para comentarios, que como se ha evidenciado en la observación directa de cada página de Facebook de los Parque Biblioteca objeto de esta investigación, no son usados de manera amplia y prolongada, tanto por los usuarios como por los gestores de esta red social, en cada unidad de Información.

Las actividades de formación y alfabetización de usuarios desde las redes sociales también es una de esas posibilidades que presenta Facebook a las bibliotecas para la promoción y prestación de sus servicios, desde herramientas como publicación de videos, imágenes, audios, entre otros, y que también destacan en los resultados de este trabajo por su ausencia, ya que no se hayo en las publicaciones de Facebook de ningún Parque Biblioteca, contenidos relacionados con ello, que permitiesen dar cuenta de una intención de formar y alfabetizar desde las redes sociales, lo cual se hace necesario destacar en estas conclusiones, debido a su importancia en todas las bibliotecas, ya que la formación de nuestro público, desde todos los medios y espacios posibles, debe ser siempre una actividad relevante, pues contribuye de manera significativa a la consecución de los objetivos de toda biblioteca pública, en especial a los dirigidos a dar a conocer a todas las personas sus derechos, sus deberes y crear en ellos reflexiones y actitudes críticas ante lo leído, lo observado y lo vivenciado, partiendo de acciones como la alfabetización informacional que abarque el conocimientos de las fuentes de información, su búsqueda, su uso y análisis reflexivo, y que desde las redes sociales se hace factible y necesario teniendo en cuenta que es ahora en ellas donde se encuentra gran parte de nuestros usuarios reales y potenciales, situación que también hace comprender que las nuevas dinámicas del entorno exigen, por parte de las bibliotecas, el descentralizarse de sus espacios físicos y llegar hasta donde ha llegado y se ha instalado su público objetivo: las redes sociales, pero exige también la realización de ello de una manera planificada, y en el caso de los Parque Biblioteca, más concienzuda y reflexiva, que garantice una presencia relevante, significativa y eficaz de la biblioteca en

estos espacios, pues como se evidencio en esta investigación, aún la mayoría de estas instituciones trabajan en las redes sociales desde la intuición y las creencias personales, a pesar de contar en la actualidad con un Manual de Social Media, que el 25% desconoce, y en el que se establecen parámetros que orientan la gestión de las redes sociales desde el lenguaje a emplear, hasta los forma de generar y publicar los contenidos.

Adicionalmente a ello, el definir, identificar y conocer el público al que se desea abordar, es una de las tareas imprescindibles para el logro de un buen trabajo desde las redes sociales, y que todas las unidades de información de esta investigación al parecer han omitido, reflejándose ello en dos aspectos; el primero, la poca variedad de contenidos publicados, los cuales se pueden resumir en tres: actividades de la biblioteca, eventos propios y de otras entidad y algunos recomendados literarios; y el segundo, la baja apropiación de estos contenidos por parte de los usuarios, evidenciado en el poco número de 'me gustas' obtenidos en las publicaciones, y los escasos comentarios y opiniones realizadas a éstas. Pero a lo cual Facebook también puedo aportar para mejorarlo, pues es una red social que facilita el individualizar a nuestros usuarios, abordarlos de manera personalizada y desde allí caracterizarlos, acudiendo a la información de sus perfiles personales y a los comentarios y opiniones consignados por éstos en las publicaciones, donde siempre habrán rastros de las características de la persona y por ende información que incluir en esa caracterización, por lo cual se sugiere a todos los Parque Biblioteca activar la opción de 'Opiniones' dentro de la página de Facebook, ya que se encontró en la observación de éstas, que algunas la tenían deshabilitada, reduciendo con ello las posibilidad de expresión por parte de aquellos usuarios que no desean comentar directamente en los posts.

Adicional a lo anterior, el puntualizar en el tema del lenguaje a usar dentro de las redes sociales es pertinente, si se tiene en cuenta que el modo de expresarse a través de la redacción, el tono y el estilo, son claves para el establecimiento y manejo de las interacciones que allí se dan, pues un lenguaje respetuoso, amable, claro, constante y fluido puede garantizar una buena experiencia y acogida en las redes sociales, lo cual al parecer suele estar pasándose por alto en algunos casos, como en los de aquellos gestores de redes sociales que contestaron en la encuesta no emplear normas de redacción, tono y estilo al momento de realizar las publicaciones, aunque sea otro de los aspectos abordado y claramente desarrollado dentro de su Manual de Social Media, en el cual también se establece la obligación de especificar los créditos correspondientes a cada imagen y vídeo, y que igualmente es omitido por todos los Parque Biblioteca ya que no aparecen referencias de autoría, uso de licencias como Creative Commons, ni marcas de agua en ninguna imagen, vídeo o reseña que no esté relacionadas con frases de autores o escritores del mes, y que se hace necesario reiterar la necesidad de su uso, por su importancia, ya que son los créditos los que reconocen el trabajo

del creador de la imagen, vídeo, audio o texto, y que no se debe omitir aunque, como ya lo hemos expresado en este trabajo, nos encontremos en un momento actual donde muchos contenidos sea de fácil y libre acceso.

El tema de la protección de la imagen, de manera especial, la de los niños, también ha sido de consideración en esta investigación, de manera especial por el hallazgo de muchas imágenes publicada con el rostro de menores de edad en las páginas de Facebook de las bibliotecas abordadas para esta investigación, las cuales afirman tener y aplicar un formato de consentimiento para ello, aprobado por el mismo usuarios, pero que se hace insuficiente para proteger la integridad de estos menores, si tenemos en cuenta todos los riesgos que traen consigo las redes sociales, al ser exactamente sociales, y por ende, donde pueden acceder todo tipo de individuos de manera engañosa; por lo que se reitera, una vez mes, la necesidad de un mayor conocimiento y aplicabilidad del Manual Social Media donde este tema también es expuesto, ya que no basta sólo con contar con el consentimiento del usuarios, sino también procurar por parte de nosotros su protección.

También cabe anotar que Facebook puede ser un gran aliado en la promoción y divulgación de las actividades, servicios, novedades, recomendados y efemérides de cualquier biblioteca, pero también una herramienta significativa para la construcción de memoria de estas, pues su estructuración y funcionalidad, permite, a largo plazo, evidenciar cambios físicos y estructurales a través de todo lo registrado periódicamente. Igualmente, puede ser un gran aliado al momento de crear alianzas, evidenciar procesos y dar cuenta de cómo se están realizando ciertas acciones, en casos específicos como auditorías, evaluaciones de planes de trabajo y seguimiento de actividades; y aunque la gestión de todo ello, y las demás tareas que demanda la presencia y uso eficaz de las redes sociales requiere de esfuerzo e inversión en tecnología, tiempo, dinero y recursos humanos, las bibliotecas están llamadas a hacerlo para incursionar en las redes sociales de manera más activa y menos tímida, ya que es allí donde se encuentra y se encontrará gran parte de sus usuarios, que cada vez optan más por los espacios virtuales, pero cabe hacer la aclaración de que ello no implica el desatender los espacios físicos o trasladarse por completo al entorno virtual, sino hacer un complemento entre ambos y de ese modo satisfacer más ampliamente las necesidades, intereses y deseos de los usuarios de esta era tecnológica digital.

Finalmente, una mayor presencia por parte de los bibliotecólogos en la gestión de las redes sociales es necesaria, para que desde sus conocimientos aporte a la gestión de esas redes sociales, teniendo en cuenta la ausencia de éstos entre los perfiles de las personas que dieron contestación a la encuesta realizada dentro del desarrollo de esta investigación.

RECOMENDACIONES

La siguiente enumeración de recomendaciones, basadas en los resultados y aprendizajes obtenidos de esta investigación, de manera conjunta con el método propuesta al final de este trabajo, buscan contribuir a una mayor y más eficaz presencia y uso de la red social Facebook, por parte de los Parques Biblioteca de la ciudad de Medellín.

- Continuar haciendo presencia y activación de servicios y actividades desde Facebook, teniendo en cuenta que en la actualidad es la red de mayor uso, no sólo entre la población joven, sino también adulta, quien poco a poco ha incursionando mucho más en esta red social, lo cual aporta a la creación de relaciones intergeneracionales, que siempre se han buscado propiciar desde las bibliotecas públicas.
- Mantener el mismo perfil y conservar los elementos representativos de institucionalidad como el correo desde el cual se accede a la cuenta de la página de Facebook, los logos de la Alcaldía y del Sistema de Bibliotecas, las imágenes distintivas y los eslóganes, al igual que no crear perfiles por actividades y desde la misma página gestionar todos los contenidos.
- La página de Facebook de todos los Parques Biblioteca deben proporcionar al usuario mayor información sobre la institución, por lo que se hace necesario que algunos unidades de información complemente los siguientes datos: Descripción clara del Parque Biblioteca, Ubicación e indicaciones de cómo llegar de manera gráfica (mapa), horarios de atención, Información de contacto (teléfonos, correos electrónicos, páginas web con enlaces directos), fecha de inauguración, hitos, premios o reconocimientos obtenidos.
- Sería conveniente que la gestión de las redes sociales, se encuentre a cargo de un grupo interdisciplinar de profesionales, en el que los bibliotecólogos y otros profesionales de la información tenga un papel activo y cuenten previamente con capacitaciones en el funcionamiento técnico de la red social Facebook. Adicional a ello, se debe procurar que las personas integrantes de este grupo cuenten con habilidades y competencias como: capacidad comunicativa, edición de imágenes y textos, manejo HTML, desarrollo Web, capacidad de análisis, estrategias, investigadores, creativos, eficientes, amables, positivos, multitareas, proactivos, atentos y buenos líderes.
- Desde el tema de derechos de autor, cabe recomendar el uso cuidadoso y debido de herramientas que propicien el reconocimiento de la autoría de las imágenes, vídeos, audios, textos, como licencias de uso libre (Creative Commons), referencias, créditos y marcas de agua, teniendo en cuenta la omisión reiterada de estos elementos en las distintas publicaciones de las páginas de los Parque Biblioteca en Facebook

- Aumentar la cantidad de publicaciones al día, ya que con ello se puede aportar a una mayor visibilidad e interacción con los usuarios. Además de incluir en ellas enlaces directos hacia páginas web u otros espacios que complementen la información o contenido suministrado en cada publicación.
- Promover estrategias que permitan a los usuarios de la página en Facebook, tener un rol más activo, que genere en estos una mayor experiencia de interacción y protagonismo y con ello, un aumento en los niveles de apropiación de los contenidos, acompañado de una mayor difusión de la existencia de la página de la biblioteca en Facebook, a través de publicidad en las carteleras, páginas web (con enlaces directos), folletos, proceso de inscripción de usuarios nuevos, actividades de formación de usuarios y demás actividades y eventos de cada unidad de información.
- Teniendo en cuenta las múltiples oportunidades que ofrece Facebook, los Parques Biblioteca deben ampliar el uso de estas, no sólo hacia acciones de marketing o difusión, sino también de diálogos, discusiones e intercambio de experiencias, información y conocimiento, que aporte a la interacción entre la biblioteca y su comunidad, y sea fuente de retroalimentación para evaluarse. Empleando para ello normas de uso del lenguaje que no lo tecnifiquen, sino, por el contrario, lo hagan más cálido, amable y cercano al usuario.
- Fomentar en la red social, no sólo la búsqueda y uso de la información, sino también el cuidado de las distintas tipologías de materiales que la soportan, de manera especial los libros.
- Las publicaciones deberían contener más información que resulte de interés y sea llamativa para los usuarios y que se centre en los objetivos de la biblioteca.
- Es importante desarrollar y utilizar aplicaciones compatibles con Facebook, que permitan dar a conocer y promocionar servicios y recursos propios de las bibliotecas (colecciones, referencia, inscripción a la biblioteca, concursos, tips) que hagan la diferencia con el resto de las Unidades de información e inviten a los usuarios a interactuar con ellos.
- Se hace necesario mejorar los procesos de comunicación en las redes sociales, de manera específica, en la atención prestada a los comentarios de los usuarios, procurando dar respuesta a todos ellos en la mayor brevedad posible y con el lenguaje apropiado.
- Contrastar las acciones de gestión en redes sociales entre las mismas bibliotecas del sistema y de otros entes, y establecer con ellas contactos que permitan crear canales de comunicación y trabajos conjuntos que potencialicen el uso de las redes sociales a través del recurso de la cooperación interbibliotecaria desde entornos virtuales.
- Hacer un mayor uso de las estadísticas proporcionadas por Facebook para la evaluación no sólo de la interacción de los usuarios con la Biblioteca o evaluar procesos de comunicación como se evidencio en la encuesta, sino también para evaluar la interacción de la Biblioteca con los

Usuarios, fortalecer procesos y analizar la visibilidad de la biblioteca, y con todo ello potencializar el uso de las redes sociales.

Método para el uso y gestión de Facebook y otras redes sociales por parte de las Unidades de información

El planteamiento de este método cíclico, integrado por siete etapas, no busca ser un plan de estrategia de mercado desde las redes sociales para las bibliotecas, sino que ha sido creado con la intención de convertirse en un orientador de las acciones llevadas por estas instituciones en aquellos entornos digitales, y así hacer que la experiencia y uso de Facebook y otras redes sociales sea más enriquecedora y aporte significativamente al desarrollo y evolución de no sólo las bibliotecas objeto de este estudio, sino también a otras tipologías de Unidades de Información de la ciudad de Medellín y otros contextos.

Cabe agregar, que los “communities managers”, de cada biblioteca, serán los responsables de efectuar lo aquí propuesto, al ser los encargados directos del marketing de las bibliotecas en medios sociales, por lo cual no se debe olvidar las características con las cuales deben contar.



Imagen 2. Métodos para el uso y gestión de Facebook y otras redes sociales por parte de las Unidades de Información.

1. Diagnóstico sobre el uso de Facebook (uso de la red social por parte de la Unidad de Información)

Como primera etapa de este método, se ha establecido la realización de un diagnóstico preliminar que permita un acercamiento a la identificación de la situación actual referente a la presencia y uso de la unidad de información en las redes sociales, desde las observaciones, apreciaciones e información procedente de los profesionales encargados de la gestión o administración de éstas, por lo cual, se hace necesario, de manera previa, el establecimiento de una comunicación planificada entre los profesionales ya mencionados, en la que se dé claridad al qué, cómo, cuándo y por qué se está publicando y se está haciendo presencia en las redes sociales, esto de manera complementaria a la evaluación cualitativa de elementos puntuales como:

- Características de la página
- El tipo de contenidos publicados
- Los formatos empleados en las publicaciones
- La calidad de cada contenido
- El lenguaje empleado
- El tratamiento otorgado a los contenidos generados
- La periodicidad de las publicaciones
- El manejo de las imágenes de personas
- El manejo otorgado a los comentarios y opiniones de los usuarios

Además de ello, se plantea la realización de un análisis de factores internos y externos que podrían incidir en la gestión de las redes sociales, con el propósito de identificarlos, para luego potencializar aquellos elementos que favorecen dicha gestión y buscar soluciones a aquellos considerados limitantes. Para la consecución de esto, el empleo de herramientas de análisis como la FODA o DOFA o el modelo de las 7S, se podrían considerar propicias ya que también permitirían valorar el cómo se ha venido haciendo y evaluar el cómo se debe hacer lo que hasta el momento se ha realizado en y desde las redes sociales de las cuales se hace uso en cada unidad de información.

Diagnóstico sobre el uso de Facebook (uso de la red social por parte de la Unidad de Información)



Imagen 3. Diagnóstico sobre el uso de Facebook.

2. Caracterización de los usuarios, visitantes y/o seguidores de la página de Facebook de las Unidad de Información

El definir, identificar y caracterizar nuestro público objetivo en las redes sociales, se constituye en una actividad clave para una gestión efectiva de las mismas, por ello, las acciones de caracterización de los usuarios que interactúan con la página de Facebook de cada unidad de información, constituyen la segunda etapa del método, con la cual se busca establecer las características, intereses, necesidades, actitudes y preferencias de éstos, y a partir de ellas definir los contenidos a publicar y establecer estrategias para la gestión de las redes sociales, que permitan responder satisfactoriamente a los hallazgos y requerimientos de esa identificación y caracterización de usuarios, y con ello mejorar los procesos de comunicación entre la biblioteca y sus usuarios

Partiendo de lo anterior, el responder preguntas como: ¿Cuál deber ser nuestro público objetivo? ¿Cuál es la finalidad de nuestra presencia en las redes sociales? ¿Qué puedo dar a conocer desde las redes sociales? ¿Con

qué recursos y herramientas para la gestión de las redes sociales cuento? y ¿cuáles son los contenidos que considero imprescindibles de ser publicados?, se constituye en la primera acción de esta etapa, pues permitirá definir e identificar uno o varios públicos objetivos y evaluar, de manera parcial, lo que desde la página de Facebook de la unidad de información se les puede brindar. Posteriormente, la caracterización de dicha población será el siguiente paso a tener en cuenta, pues complementará la acción anterior de definición e identificación de nuestro público objetivo, así que para ello se deberá definir la muestra de la población que hará parte de la caracterización (usuarios seguidores o visitantes de la página de Facebook de la unidad de información) o buscar un panel de usuarios, es decir, “un grupo cuidadosamente seleccionado, y que es una muestra representativa de la población o segmento que quieres analizar”²⁴, los cuales se comprometan a responder voluntariamente a cuestionarios y cualquier otra solicitud de información. Luego, se deberán precisar las categorías en las cuales se estructurarán las principales características de esta población, que sean relevantes para la finalidad de cada unidad de información en las redes sociales, como por ejemplo la *ubicación geográfica*, la cual permitiría saber en cual sector está ubicado el usuarios y que ofertas de entidades cercanas o eventos se les pueden dar a conocer desde la página de Facebook de la biblioteca; *variables demográficas* como la edad y el sexo para la promoción de actividades y servicios puntuales de la biblioteca acordes a éstos dos elementos; *Intereses*, de gran importancia para la definición de contenidos y actividades, que cautiven la atención del usuario, y los cuales pueden ser extraídos del perfil de cada usuario de la muestra desde las sesiones predefinidas en la estructura de los perfiles de Facebook como: accesos directos guardados que guían a otras páginas, videos vistos y/o subidos, música preferida, libros que ha leído o son de su interés, grupos a los que se ha unido, entre otras.

Una vez definidas estas categorías, se continuará con la recolección de los datos e información arrojadas por cada una, a través de técnicas como la observación directa de cada perfil de la muestra, encuestas en línea (por medio de Messenger, correo electrónico, enlaces en los perfiles), análisis de contenidos, entre otras, cuyos datos e información arrojada podrán ser registrados en instrumentos como formularios, plantillas de Excel, cuestionarios, listas de chequeo (para la variable de los intereses), y los demás que se consideren pertinentes al momento de establecer las categorías y variables.

Los resultados obtenidos de las técnicas e instrumentos empleados, permitirán segmentar en grupos a los usuarios que interactúan con la página de Facebook, de acuerdo con los atributos similares que comparten, y desde ellos realizar un análisis que permita gestionar acciones para el establecimiento de

²⁴ SERRANO, Francisco Marco. Cómo plantear buenas encuestas para tus usuarios en redes sociales. [En línea]. 2013. Recuperado de 20 de mayo de 2017 en <<http://www.socialancer.com/plantear-buenas-encuestas-en-redes-sociales/>>

nuevas estrategias dirigidas a la satisfacción de esos atributos y a tener un contacto directo y fluido con los usuarios, desde el cual, a su vez, se potencialice el uso de las redes sociales por parte de las unidades de información.



Imagen 4. Caracterización de los usuarios de la página de Facebook

3. Identificación del nivel de aceptación de los contenidos publicados en Facebook por parte de la Unidad de Información

La gestión de las redes sociales implica no sólo planear contenidos, publicarlos y programar la periodicidad de estos, sino también analizar los resultados de cada una de ellas y la aceptación que tienen, por lo cual, el saber si nuestros usuarios se encuentran interesados y de acuerdo con los contenidos publicados en Facebook, por parte de la Unidad de Información se hace

necesario conocerlo, esto nos permitirá evaluar si los contenidos y las estrategias o planes de gestión de las redes sociales que se han venido ejecutando están siendo los correctos, o por el contrario, requieren ser reevaluadas, mejoradas o cambiadas. Partiendo de ello, el identificar los niveles de interacción de los usuarios con los contenidos públicos, a través de datos como el número de me gustas obtenidos en cada tipo de contenido publicado, el tipo de comentarios y opiniones compartidos por ellos (inquietudes, felicitaciones, desaprobación/quejas, correcciones, sugerencias) y las veces que han compartido un contenido de la página de la biblioteca en su perfil, nos proporcionarán datos importantes, cargados de información de valor, la cual deberá ser extraída, a partir de un análisis cualitativo de aquellos datos, por parte del encargado de la gestión de las redes sociales, y así, poder acercarse a una respuesta más acertado respecto a lo propuesto en esta etapa.

Para la consecución de lo anterior, el empleo de herramientas de social media que permitan recoger los datos estadísticos propuestos, facilitará no sólo la recolección y organización de ellos, sino también su análisis, por ellos, una de las herramientas aquí recomendadas es la de *Estadísticas de Facebook*, ya que es completamente gratuita y no requiere ser descargada, instalada o crear otra cuenta para acceder a ella, sino que desde la misma página de Facebook de la biblioteca se puede tener acceso. Esta herramienta se divide en 6 subsesiones: visión general, alcance, me gusta, visitas, personas y publicaciones, esta última de nuestro mayor interés para lo planteado en esta etapa, ya que en ella se presentan en detalle todos los datos relacionados con el desempeño de cada una de las publicaciones, permitiéndonos ver de manera gráfica todas las publicaciones realizadas con su respectiva fecha, su alcance (número de personas que vieron la publicación o personas alcanzadas), su interacción (número de clic obtenidos en la publicación y número de me gustas, reacciones, comentarios y veces que se ha compartido la publicación) además de los comentarios negativos obtenidos. Otra herramienta a emplear puede ser *AgoraPulse*, también de uso gratuito, a la cual se puede acceder mediante un registro en su página principal (<https://www.agorapulse.com/es/>) con la cuenta de Facebook. En lo que respecta a las publicaciones, esta página nos permitirá conocer el porcentaje de personas alcanzadas por cada publicación; el porcentaje de interacción a través de me gusta, una compartición o un clic en la publicación; porcentaje de personas que han marcados las publicaciones negativamente, ranking de mejores fans o seguidores, registro de las conversaciones sostenidas con los seguidores o usuarios de la página, entre muchas otras, que pueden aportar no sólo a los resultados perseguidos en esta etapa sino también a los de las demás.

Además, todos los hallazgos obtenidos desde las acciones anteriores, pueden ser complementados con la realización de una corta encuesta, dirigida de manera puntual a la muestra de la población definida en la etapa anterior, en

la que, a través de mínimo cuatro interrogantes, se indague por la pertinencia y calidad de las publicaciones, de una manera dinámica y divertida que incite y facilite su contestación, por ejemplo, una encuesta en la que se responda con emoticones, como el siguiente ejemplo tomado de la página de Facebook de la Revista Dinero, publicado el 19 de abril de 2017, con el fin de conocer las preferencias de sus lectores.



Imagen 5. Tomado de la página de Facebook de la Revista Dinero, publicado el 19 de abril de 2017



Imagen 6. Identificación del nivel de aceptación de los contenidos publicados en Facebook

4. Establecimiento de estrategias

Con los resultados obtenidos de las etapas anteriores, el siguiente paso es establecer estrategias para la potencialización de los servicios de la biblioteca y las actividades de formación de usuarios a través de las redes sociales, pues como lo reflejaron los resultados de la investigación previa al planteamiento de este método, la mayoría de las bibliotecas objeto de este estudio, emplean las publicaciones de sus redes sociales sólo para promocionar actividad de lectura, escritura, talleres de formación digital, talleres de creación, ociosidad y eventos culturales de su Unidades de Información y de algunas otras entidades, dejando relegados otros contenidos también de gran valor para cualquier biblioteca y sus usuarios, como son sus servicios y las acciones de formación o alfabetización informacional, motivo por el cual se propone en esta etapa, el planteamiento de estrategias que favorezcan una mayor difusión de

éstos elementos a través de las redes sociales y así aportar a la formación de nuestros usuarios, no sólo en todo lo que pueden encontrar en las unidades de información, sino también en otros lugares y medios, instruyéndoseles en el uso de las bibliotecas, en los recursos bibliográficos y físicos que estas poseen y de los cuales pueden hacer uso; dándoseles a conocer entidades públicas a las que pueden acceder para dar soluciones a sus problemas cotidianos o se les invite a conversar e interactuar no sólo con la biblioteca sino con lo demás usuarios.

Algunas de esas estrategias pueden estar constituidas por temáticas como:

- **Instrucción bibliográfica**, en la que tendrían lugar contenidos como la descripción del *Sistema de Clasificación Dewey* (¿Cuántos usuarios saben en qué consisten los números y letras con los que están marcados todos los libros de las bibliotecas?), *recomendados literarios* (presentar autores u obras del mes y dar a conocer no sólo las adquisiciones nuevas de la biblioteca, sino todos aquellos demás recursos que podrían ser de interés para nuestro público objetivo), existencia y uso de *bases de datos* (propias de la unidad de información y las disponibles de acceso libre), uso del *catálogo bibliográfico* (muchos usuarios pueden desconocer la existencia de este y otros tantos saber que existe pero no cómo usarlo)
- **Orientación a servicios**, que permitan a los usuarios conocer todas las oportunidades de aprendizaje, formación, diversión y ocio con los que puede contar desde su biblioteca. Para el contenido de estos se puede recurrir a contenidos como *vídeos* en los que el personal de la biblioteca, e incluso otros usuarios, den a conocer los servicios de la Unidad de Información; *infografías* donde se expliquen los procedimientos de inscripción a la biblioteca, el préstamo de material, el préstamo de espacios, el servicio de referencia; imágenes en las que se invite a conocer los servicios de información local, donde se dé cuenta de la existencia y posibilidad de acceso a servicios de internet, visitas guiadas y todas las actividades de la Unidad de Información.
- **Formación ciudadana**, que consistiría en dar a conocer a los usuarios sus derechos y deberes sea una acción de relevancia en las redes sociales de la Unidad de Información, por medio de la instrucción en trámites legales, la disposición de rutas para la solución de conflictos o búsqueda de ayuda ante entidades públicas y/o privadas.
- **Concursos**, donde se potencia esa interacción entre la biblioteca y la comunidad de usuarios de las redes sociales.
- **Encuestas versátiles**, que permitan no sólo que los usuarios nos escuchen, sino también que sean escuchados y se diviertan haciéndolo, y así conocerlos mejor y poder establecer relaciones más directas con ellos, y con sus aportes mejorar en nuestros procesos, contenidos y modo de satisfacer sus necesidades, intereses y deseos.

- **Aplicaciones**, que se puedan desarrollar desde el equipo de trabajo, y que sean compatibles con Facebook, para con ello incluir contenidos no sólo versátiles, sino también útiles para la biblioteca y los usuarios que permitan, por ejemplo, recomendar lecturas, presentar concursos, destacar contenidos, identificar y premiar a los más fieles seguidores

Los anteriores contenidos son sólo una guía, ya que no se pueden establecer unos parámetros uniformes para todas las Unidades de Información en cuanto a ellos, teniendo en cuenta que cada biblioteca responde y seguirá respondiendo a demandas distintas de información e intereses, según la comunidad de usuarios en la cual se encuentra inmersa, pues es ésta la que la configura y la trasforma, en la medida que va cambiando, lo cual hace a las Unidades de Información organismos necesariamente dinámicos y receptivos a los cambios.



Imagen 7. Establecimiento de estrategias

5. Producción y gestión de contenidos (plantear una estructura de acuerdo con los contenidos)

Una vez diagnosticado nuestro uso de las redes sociales, definido y caracterizado nuestro público objetivo, clarificado nuestro objetivo en éstas y establecidas nuestras estrategias, el siguiente paso es producir y gestionar contenidos acordes a todo lo planteado y requerido en esas distintas etapas ya ejecutadas.

Como lo expresan Jorge Carlos de la paz, Miguel Ernesto Gómez y Beatriz Pérez²⁵, las características de las redes sociales han suscitado una nueva forma de producción de contenidos que sean útiles y llamativos, motivo por el cual esta actividad requiere de dedicación y creatividad, y por supuesto, un óptimo dominio de herramientas de diseño, que faciliten la creación de contenidos que reflejen, de manera conjunta, el alcance de los objetivos del uso de las redes sociales por parte de la Unidad de Información y la satisfacción de los requerimientos de nuestros usuarios.

Cuando hablamos de producción de contenidos, hacemos referencia a el establecimiento de tipos de contenidos, diseño y calidad de los mismos; para el caso de las Unidades de Información, la generación de contenidos con recursos libres que salvaguarden derechos de autor y reconozcan el trabajo creativo de otras personas y de la misma Unidad de Información, es obligatorio, para lo cual se propone el uso de la licencia Creative Commons, las macas de agua, los créditos y referencias en los distintos contenidos, además de publicaciones con diseños más visuales que textuales, adaptables a cualquier dispositivo, como vídeos, infografías, podcasting o aplicaciones teniendo en cuenta su compatibilidad con la red social a emplear (Ver imagen 2), ya que pueden contemplarse como un gran recurso para generar algo útil y práctico que incite a la interacción y que se diferencien de lo publicado en formatos tradicionales y así capturar con mayor eficiencia la atención de los usuarios y motivarlos a convertir estos contenidos en algo viral, para que llegue a todos aquellos usuarios potenciales a los que aún no hemos alcanzado, eso sí, sin olvidar que cada contenido producido irá en pro de un objetivo específico, por lo cual la comunicación hacia los usuarios no puede ser siempre a través de la misma modalidad de contenidos, tendrá que diversificarse, por lo que, el trabajo continuo en la actividad de producción será siempre un requisito fundamental, que además exige la atención a detalles como la calidad y resolución de la imagen, los formatos a emplear, la tipografía a usar, los colores a manejar y el lenguaje a utilizar, y adicionalmente los modos de capturar las imágenes en las que, de manera particular, haya presencia de niños, teniendo en cuenta que por ley se hace necesario proteger

²⁵ DE LA PAZ, Jorge C., GÓMEZ Miguel y PEREZ Beatriz. Estrategia de comunicación en redes sociales, Escenarios teórico prácticos para los medios de comunicación en Cuba. En: Razón y Palabra. 2016, no. 92, p.

su imagen en medios públicos como las redes sociales, por lo que el contar con formatos que habiliten a la Unidad de información la publicación de estas imágenes es un importante elemento a tener en cuenta en la gestión de las redes sociales, y el realizar tomas que oculten el rostro de niños y de aquellos adultos que así lo deseen.

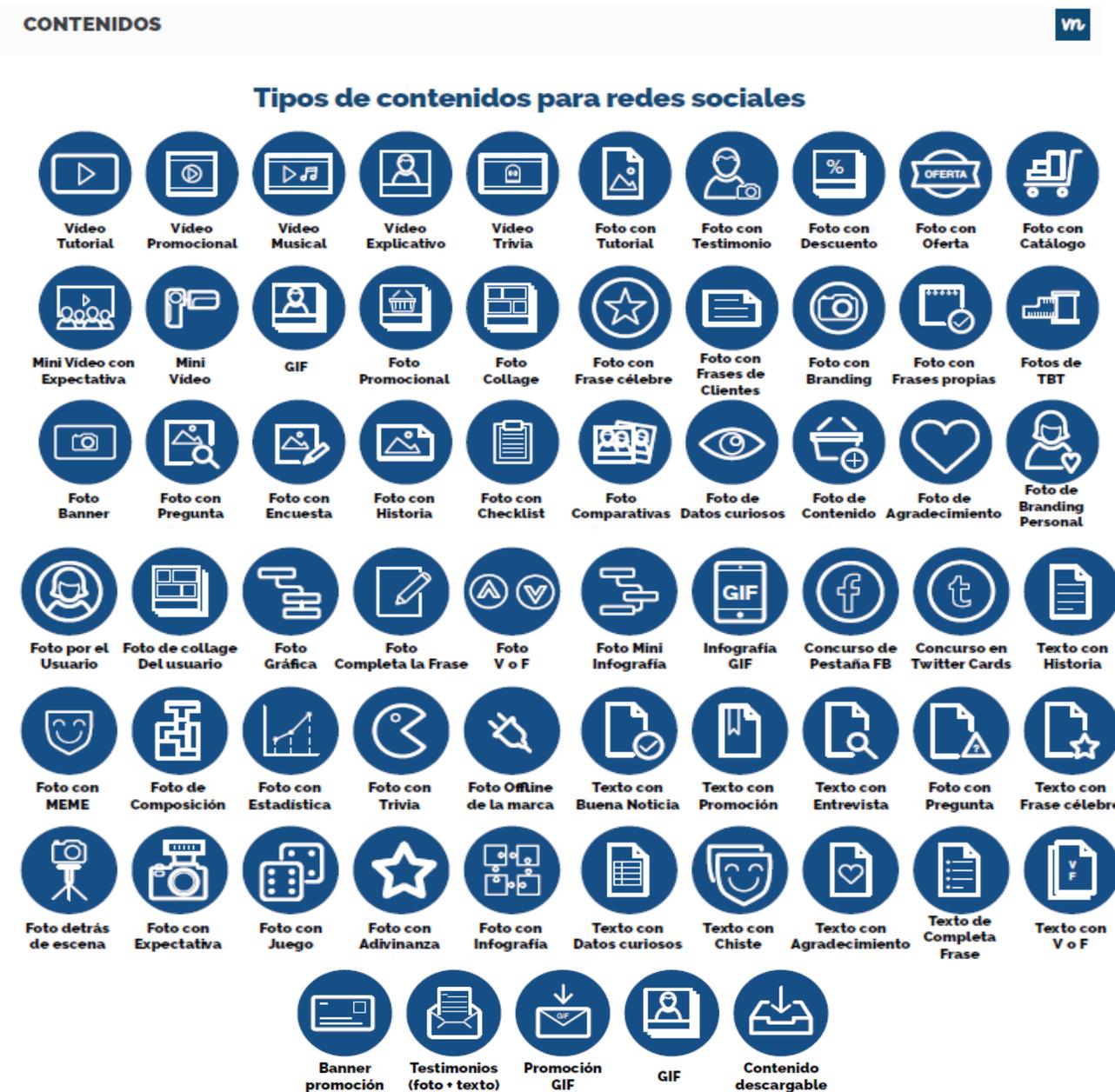


Imagen 8. Tipos de contenidos para redes sociales. Compartida vía e-mail por vilmanunez.com el 27 de mayo de 2017

En dicha gestión también se deberá contemplar la realización de un plan de contenidos, previo a las acciones de publicación en las redes sociales, en el que se especifiquen los siguientes aspectos:

- **Los contenidos a publicar cada semana:** en los que se tengan presente las actividades y servicios de la Unidad de Información, al igual que las efemérides del mes; eventos especiales de la Unidad de Información, de otras entidades o de la ciudad; eventualidades y noticias destacadas en el ámbito de las bibliotecas; encuestas y concursos semanales con los que se invite a los usuarios o seguidores a interactuar; días especiales como el día del idioma, el día de la tierra, la semana del internet, el mes del niño, entre muchos otros de los que la biblioteca puede hacer uso para promocionarse en relación con ellos sin olvidar sus objetivos.
- **La frecuencia de las publicaciones:** la cual deberá ser definida por cada Unidad de Información teniendo en cuenta las dinámicas de ésta, los niveles de actividad de la página, los contenidos a publicar, el recurso humano disponible y el horario de cada publicación. Aunque los expertos en redes sociales recomiendan realizar mínimo tres publicaciones al día, ya que esta frecuencia da más actividad a la página y permite al usuario o seguidor de la misma constatar que hay un interés por actualizar constantemente sus contenidos y que hay un interés por parte del administrador en estar en contacto e interacción con el usuarios o visitante.
- **Los horarios de cada publicación:** teniendo en cuenta que los momentos del día en los cuales hacer las publicaciones inciden directamente en la interacción de los usuarios con éstas, se hace necesario analizar, desde las estadísticas de Facebook, cuales son los momentos del día en los que se registra mayor actividad en la página, por parte de los usuarios o visitantes, recomendándose, independientemente de ellos, los horarios entre las 13:00 y las 15:00 hs, donde se presente mayor tráfico de usuarios en las redes sociales según distintos expertos en estos medios.

También se deberá tener en cuenta la realización de un plan de gestión de crisis, en el que establezca u monitoreo a los comentarios y opiniones de los usuarios y de las mismas personas encargadas de la gestión de las redes sociales, y así detectar aquellas situaciones que pueden generar crisis que afecten la imagen de la Unidad de información o la del mismo usuarios y tomar las correcciones respectivas, como: pedir disculpas si hemos cometido un error, adoptar un tono conciliador y tratar de llegar a acuerdos, redactar una respuesta oficial desde la Unidad de Información, distraer la situación con otros contenidos relevantes o planificar una estrategia puntual para aquella crisis.

Adicional a ello, también se debe contemplar en esta etapa la organización de los contenidos publicados en las redes sociales, en un medio distinto que permita su gestión y fácil acceso es necesario, por lo cual se propone generar un sistema de organización de los contenidos a publicar y los ya publicados, con una estructura por carpetas, subcarpetas y un orden cronológico, como el permitido en herramientas como Drive, Dropbox y OneDrive, que adicional a ello permiten y facilitan el trabajo colaborativo, lo que aportaría a un trabajo conjunto organizado entre todos los “communities manager” de las Unidades de Información desde un mismo lugar virtual.

Un respaldo de lo publicado empleando este tipo de sistematización, permitirá que a un corto plazo lo allí contenido sea también una caja de herramientas colaborativa y evidencia de procesos, actividades y gestiones de cada Unidad de Información, que también podría compartirse entre diferentes bibliotecas y fortalecer el trabajo interbibliotecario.

Producción y gestión de contenidos (plantear una estructura de acuerdo con los contenidos)



Imagen 9. Producción y gestión de contenidos

6. Recopilación y análisis de métricas de Facebook (Datos cibernéticos)

Esta etapa es un complemento a todas las anteriores, de manera especial a la etapa del diagnóstico, porque permitirá la obtención de datos cuantitativos que, como afirman Patricio Calderón y Graciela Zúñiga: “por sí solos no ofrecen ningún tipo de información, pero contextualizados y con las herramientas de análisis adecuadas, pueden dar una idea del impacto que se tiene”.²⁶

Algunos de esos los datos a recopilar y analizar serían:

- **Número de seguidores/fans:** las personas a la cual se llega con los contenidos que se ofrecen.
- **Número de visitas:** es el número total personas que visitan la página de la red social
- **Promedio de me gustas obtenidos en las publicaciones:** número de veces que una publicación ha recibido una valoración de “me gusta” por parte de los usuarios, visitantes o seguidores de la página.
- **Tiempos de tráfico:** días y horarios en los que se presenta mayor tráfico de usuarios en la página
- **Publicaciones más comentadas:** aquellos contenidos con los cuales los usuarios o visitantes han tenido más interacción.

Entre las herramientas de análisis más empleadas para la Recopilación y análisis de métricas de redes sociales tenemos:

- **Estadísticas de Facebook o Facebook Insights:** el cual permitirá a los gestores de esta red social un resumen de las actividades de la página en lo que respecta a número de fans, alcance de las publicaciones, número de personas que han interactuado con ellas, el número de me gustas obtenidos por cada publicación y número de veces que los usuarios han ido a tu página desde un sitio web distinto a Facebook, todos ellos datos importantes y de acceso gratuito.
- **Crowdbooster:** esta herramienta, también de acceso gratuito, permite hacer seguimiento a los contenidos, a los fans y visitantes de la página,

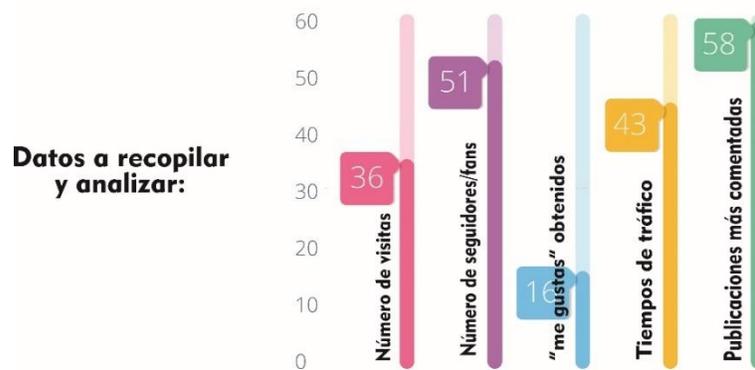
²⁶ CALDERON CRUZ, Patricio y ZUÑIGA ZAPATA, Graciela. Estudio exploratorio secuencial para la creación de un manual de uso de redes sociales para organizaciones sin fines de lucro en Chile. Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas y al título de Ingeniero Comercial. Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Escuela de ingeniería comercial, 2015, p 63.

conocer cuáles de estos son los más activos, cuáles son los momentos de más dinamismo de las publicaciones, entre otros datos importantes al momento de evaluar las acciones llevadas a cabo en las redes sociales.

- **AgoraPulse:** esta herramienta permite organizar, planear y analizar las publicaciones de una página, teniendo en cuenta estadísticas como el número de seguidores, el porcentaje de interacción a través de me gusta, una compartición o un clic en la publicación; porcentaje de personas que han marcados las publicaciones negativamente, ranking de mejores fans o seguidores, registro de las conversaciones sostenidas con los seguidores o usuarios de la página, entre otros, a los cuales se puede acceder desde una versión de pago o una versión gratuita, dependiendo de lo deseado.
- **Octosync:** la característica principal de esta aplicación es que permite analizar datos estadísticos de tu página en comparación con otras páginas, lo cual se ofrece a través de distintos planes (básico, intermedio, profesional y experto) cuyos costos varían según el nivel requerido.

Todas estas herramientas facilitarán no sólo las acciones de recopilación y análisis de datos propuestos en esta etapa, sino también las de la siguiente etapa de evaluación.

Recopilación y análisis de métricas de Facebook (Datos cibernéticos)



Herramientas de análisis de métricas de redes sociales:

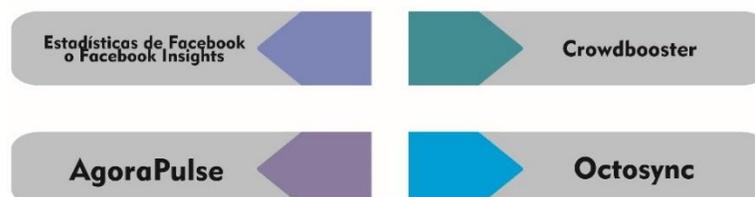


Imagen 10. Recopilación y análisis de métricas

7. Evaluación (cuantitativa y cualitativa)

Para conocer con certeza si estamos obteniendo los resultados esperados nuestras estrategias y planes de publicación, la evaluación es la única acción que nos permitirá saberlo. Por lo cual se deben establecer indicadores de seguimiento de cantidad y calidad, acordes a nuestros objetivos en la red social y hacer uso de las aplicaciones y herramientas de métricas web disponibles en el entorno digital.

Una de las ventajas principales de realizar marketing o gestión de contenidos desde las redes sociales, es que posibilita evaluar con exactitud, y de manera constante y sin costosos estudios de mercado, aspectos como: los contenidos que atraen más a nuestro público objetivo, número de visitas a la página, los días y los horarios más apropiados para las publicaciones y los seguidores más fieles. Pero para ello se requiere establecer con antelación indicadores que orienten el seguimiento a esos aspectos, los cuales pueden ser varias, dependiendo de los objetivos y estrategias concebidas previamente por cada Unidad de Información para su gestión en las redes sociales. A continuación, se plantean algunos de esos indicadores a tener en cuenta en todo proceso de marketing en redes sociales:

- **Alcance de seguidores:** ayuda a medir la atracción que los contenidos generan en la audiencia y la calidad de ésta.
- **Alcance orgánico:** hace referencia al número de seguidores y personas no seguidoras que han visitado la página.
- **Grado de interacción:** permite medir el número de personas que le dieron click a las entradas de la página y con ello conocer la aceptabilidad de las mismas.
- **Personas hablando sobre ti:** se encuentra incluido en el indicador de grado de interacción, y mide tres elementos: me gusta, comentarios y contenidos compartidos.
- **Reportes negativos:** este indicador hace referencia a todos los reportes negativos que un seguidor de la página puede efectuar, como activar la opción de esconder los post de la página de su muro, no ver más entradas de la página, dejar de seguir la página o reportarla como spam. Y cuya evaluación aporta a medir el alcance de las publicaciones y de la página y tomar acciones de mejora.²⁷

²⁷ Las 6 métricas de Facebook imprescindibles para los especialistas de marketing [En línea]. 2013, Recuperado el 20 de mayo de 2017 de <<http://www.socialancer.com/metricas-pagina-facebook-marketing/>>



Imagen 11. Evaluación

Todos los resultados obtenidos de esta investigación deberán ser reportados en un informe a todo el equipo de Community Manager de la Unidad de Información, y a partir de ellos adaptar las estrategias y todo lo planeado según lo sugerido por la evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

AHARONY, Noa. Facebook use in libraries: an exploratory analysis. En: Aslib Proceeding. 2007, Vol. 64 No. 4, p. 358-372

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. *Plan de desarrollo de Medellín, compromiso de toda la ciudadanía 2004–2007*. Medellín: Alcaldía de Medellín, 2004. 188 p.

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE. Marketing digital. [En línea]. [s.f.]. [Citado el 23 de mayo de 2017] <
http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/marketing_digitall.pdf>

AQUINO, Silvana. 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.

ALVIM, Luisa. Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas. En: *Cadernos BAD*. 2009, No. 1-2, p. 31-59

A.R. RIZA, yuu y ABRIZAH, A. Do you facebook? usage and applications of facebook page among academic libraries in Malaysia. En: *International Information and Library Review*. Diciembre, 2011, Vol. 43, No.4, p. 239-249

BERNARDINO, Maria Cleide [et.al.]. O uso do Facebook pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará. En: *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*. 2014, Vol. 5, Vo. 1, p. 112-123

BREEDING, Marshall. Social networking strategies for professionals. En: *Computers in libraries*. Octubre, 2009, Vol. 29, p. 29-31

BIBLIOTECA PÚBLICA PILOTO DE MEDELLÍN PARA AMÉRICA LATINA. Reconocimientos. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <
<http://www.bibliotecapiloto.gov.co/copia-sitio/index.php/reconocimientos>>

CALDERON CRUZ, Patricio y ZUÑIGA ZAPATA, Graciela. Estudio exploratorio secuencial para la creación de un manual de uso de redes sociales para organizaciones sin fines de lucro en Chile. Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas y al título

de Ingeniero Comercial. Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Escuela de ingeniería comercial, 2015, 133p.

CALIL, Alberto y ALMENDRA, Gabriela. As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras. En: Em Questão. Junio. – abril, 2016, Vol. 22, No. 1, p. 188-214

CALVACANTE, Caroline Pazini y DA SILVA, José Fernando Modesto. 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. 2013, p. 780-794

COBO, Cristóbal y PARDO, Hugo. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona : México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic, 2007. [En línea]. [Citado el 05-09-2016] <www.oei.es/historico/tic/planeta_web2.pdf>

DE LA PAZ, Jorge C., GÓMEZ Miguel y PEREZ Beatriz. Estrategia de comunicación en redes sociales, Escenarios teórico prácticos para los medios de comunicación en Cuba. En: Razón y Palabra. 2016, no. 92, p. 1-40. Recuperado de 20 de mayo de 2017 en <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/viewFile/69/pdf>>

DE OLIVEIRA, Lais Pereira y DA SILVEIRA, Carlos Eduardo. Interatividade e colaboração via Web 2.0 estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia Interactivity and collaboration in Web 2.0: a case study in Public Libraries in the city of Goiânia - Brazil. En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. Julio-diciembre, 2013, Vol. 18, No. 2, p. 901-925

DOS SANTOS, Bruna Bomfim Lessa y FERREIRA GOMES, Henriette. 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. (15: 26-30, outubro, 2015: João Pessoa, Brazil) Trabajos presentados. João Pessoa, Brasil: ENANCIB. 2015, p. [s.p.]

ERNOULT, Emeric. Las 6 métricas de Facebook imprescindibles para los especialistas de marketing [En línea]. 2013, [Citado el 20-05-2017] <<http://www.socialancer.com/metricas-pagina-facebook-marketing/>>

IFLA. Sección de Bibliotecas Públicas. El Manifiesto IFLA/UNESCO en favor de las Bibliotecas Públicas. La Haya: IFLA. 1994. [En línea]. [Citado el 20-05-

2017] <<http://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-la-ifla-unesco-sobre-la-biblioteca-publica-1994>>

JACOBSON, T. B. Facebook as a library tool: perceived vs actual use. En: College and research libraries. Enero, 2011, Vol. 72, No. 1, p. 79-90. [En línea]. [Citado el 05-09-2016] <<http://crl.acrl.org/content/72/1/79.short>>

JARAMILLO, Orlanda. MONTOYA RIOS, Mónica. Revisión conceptual de la biblioteca pública. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. 2000, vol. 23, no. 1-2, p. 13-53

LAUDANO, Claudia Nora Laudano [et.al.]. Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada. En: Información Cultura y sociedad. 2016, no. 35, p. 107-124

LAUDANO, Claudia, Corda, María Cecilia, PLANAS, Javier A. y KESSLER, María Inés. 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. 2016, vol. 39 no. 1, p. 23-37

MENDES, Maristela, CARNEIRO GARCES, Franciéle y LOPES ALVE, Benilde Inácio. Utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas municipais do Estado de Santa Catarina Utilization of Facebook by municipal public libraries of Santa Catarina State. En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. 2015, vol. 20, no. 1, p. 41-48

MOSCHINI, Silvina. Claves del Marketing Digital: la nueva comunicación empresarial en el mundo 3.0. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <<http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>>

NÚÑEZ, Vilma. Cómo crear un plan de contenidos en seis pasos (Incluye ejemplo y plantilla). [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <<https://vilmanunez.com/como-crear-un-plan-de-contenidos-en-seis-pasos-incluye-ejemplo-y-plantilla/>>

PEREIRA DE OLIVEIRA, Lais y DA SILVEIRA, Carlos Eduardo (2013). Interação e colaboração via web 2.0: estudo de caso em bibliotecas públicas do município de Goiânia (go). En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. 2013, vol.18, no. 2, p. 901-925

PRICE EWEN, Deborah. Successful Social Networking in Public Libraries. En: The Electronic Library. 2015, Vol. 33, No. 1, p. 157-159

PORRUA GARCÍA, Manuel. El impacto de las redes sociales. En: Dintel. 2010, no. 4, p. 158-159. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/8487>>

RAMASAMY, Ramachandran. Benchmarking Malaysia in the global information society: regressing or progressing. En: Journal of CENTRUM Cathedra. 2010, vol. 3, no.1, p. 67-83

RAMLEY, Ziad y CHAN, Connie. A esto nos referimos cuando hablamos de darle crédito a los fotógrafos. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <https://thump.vice.com/es_mx/article/what-we-talk-about-when-we-talk-about-crediting-photographers>

SANCHEZ GARCÍA, María José. Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la provincia de Málaga. En: Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios. 2012, año. 27, no. 104, p. 92-96

SANDÍ, Magda Cecilia. (2012). Las redes sociales presentes en las bibliotecas. En: E-Ciencias de la información, 2012, vol. 2, no. 2, informe técnico 2. Recuperado en 05 de septiembre de 2016 en <<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/8487>>

SUBSECRETARÍA DE LECTURA, BIBLIOTECAS Y PATRIMONIO. Manual Social Media. Medellín: Alcaldía de Medellín, (s.f.)

TOPPER, Elisa F. Social networking in libraries. En: New Library World. 2007, vol. 108, no. 7-8, p. 378-380

VASSILAKAKI, Evgenia y GAROUFALLOU, Emmanouel. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literatura. En: Program. 2014, vol. 48, no. 3, p. 226-245

SERRANO, Francisco Marco. Cómo plantear buenas encuestas para tus usuarios en redes sociales. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <<http://www.socialancer.com/plantear-buenas-encuestas-en-redes-sociales/>>

_____. Las empresas estrellas de las redes sociales en Colombia. En: Revista Dinero. 2015. [En línea]. [Citado el 20-05-2017] <<http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/las-empresas-estrella-redes-sociales-colombia/214129>>

ANEXOS

Tabla 1. Fuentes consultadas

Tabla 1. FUENTES CONSULTADAS			
Fuente	Documentos encontrados	Referencia bibliográfica	Recurso disponible
Web of science	Use of social networks in the Public Libraries of the Valencian Public Reading Network	TALENS, Desamparados Cebolla. Use of social networks in the Public Libraries of the Valencian Public Reading Network. En: Métodos de información. Vol. 6 , no. 10, pag. 5-28, 2015	Resúmen
	Facebook use in libraries: an exploratory analysis	AHARONY, Noa (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. En: Aslib Proceeding, 2007, vol. 64 no. 4, p. 358-372	Texto completo
	Facebook as a library tool: perceived vs actual use	JACOBSON, Terra B. Facebook as a library tool: perceived vs actual use. En: College and research libraries, 2011, vol. 72, no. 1, p. 79-90	Texto completo
	Social Networking Phenomenon and its Use in Libraries	GRGIC, Ivana Hebrang y MACNJAK, Dorja. Social Networking Phenomenon and its Use in Libraries. En: Croatian Journal of Education-hrvatski Casopis Za Odgoj i Obrazovanje, 2015, vol. 17, no. 1, p. 217-241	Texto completo
DialNet	Utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas municipais do Estado de Santa Catarina Utilization of Facebook by municipal public libraries of Santa Catarina State	MENDES, Maristela, CARNEIRO GARCES, Franciéle y LOPES ALVE, Benilde Inácio. Utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas municipais do Estado de Santa Catarina Utilization of Facebook by municipal public libraries of Santa Catarina State. En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, 2015, vol. 20, no. 1, p. 41-48	Texto completo
	Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la provincia de Málaga	SANCHEZ GARCÍA, María José. Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la provincia de Málaga. En: Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios, 2012, año. 27, no. 104, p. 92-96	Texto completo
	Interatividade e colaboração via Web 2.0: estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia Interactivity and collaboration in Web 2.0: a case study in Public Libraries in the city of Goiânia - Brazil	DE OLIVEIRA, Lais Pereira y DA SILVEIRA, Carlos Eduardo. Interatividade e colaboração via Web 2.0: estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia Interactivity and collaboration in Web 2.0: a case study in Public Libraries in the city of Goiânia - Brazil. En: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, 2013, vol. 18, no. 2, p. 901-925	Texto completo
	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	LAUDANO, Claudia Nora 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, 2016, vol. 39, no. 1, p. 23-37	Texto completo

Tabla 1. FUENTES CONSULTADAS			
Fuente	Documentos encontrados	Referencia bibliográfica	Recurso disponible
Emerald	The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature	VASSILAKAKI, Evgenia y GAROUFALLOU, Emmanouel. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. En: Program, 2014, vol. 48, no. 2, p. 226-245	Texto completo
	Social networking in libraries	TOPPER, Elisa F. Social networking in libraries. En: New Library World, 2007, vol. 108, no. 7-8, p. 378-380	Texto completo
	Successful Social Networking in Public Libraries	Deborah Price-Ewen. Successful Social Networking in Public Libraries. En: The Electronic Library, 2015, vol. 33, no. 1, p. 157-159	Texto completo
Ebsco	Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas	ALVIM, Luisa. Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas. En: Cadernos BAD, 2009, no. 1-2 p. 31-59	Texto completo
Science Direct	Do you facebook? usage and applications of facebook page among academic libraries in malaysia	A.R. Riza Ayu y A. Abrizah. En: Do you facebook? usage and applications of facebook page among academic libraries in malaysia, 2011, vol. 43, no. 4 , p. 239-249	Texto completo
Google académico	Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada	LAUDANO, Claudia Nora Laudano [et.al.]. Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada. En: Información Cultura y sociedad, 2016, no. 35 , p. 107-124	Texto completo
	Bibliotecas públicas do Brasil e o uso de dispositivos de comunicação da web social: o Facebook como espaço da mediação da informação	DOS SANTOS, Bruna Bomfim Lessa y FERREIRA GOMES, Henriette. 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 Inf ormação. (15: 26-30, outubro, 2015: João Pessoa, Brazil) Trabajos presentados. João Pessoa, Brasil: ENANCIB, 2015, p. [s.p.]	Texto completo
	O uso do Facebook pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará	BERNARDINO, Maria Cleide [et.al.]. O uso do Facebook pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará. En: InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, 2014, vol. 5, no. 1, p. 112-123	Texto completo
	O uso do Facebook por bibliotecas públicas localizadas na cidade de São Paulo	CALVACANTE, Caroline Pazini y DA SILVA, José Fernando Modesto. 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. 2013, p. 780-794	Texto completo
Doaj	As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras	CALIL, Alberto y ALMENDRA, Gabriela. As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras. En: Em Questão, 2016, vol. 22, no. 1, jan./ abr, p. 188-214	Texto completo

Tabla 2 . Rastreo bibliográfico: producciones académicas sobre el uso de redes sociales en bibliotecas públicas

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
1	Interatividade e colaboraçãõ via Web 2.0: estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia	Lais Pereira de Oliveira, Carlos Eduardo da Silveira	Bibliotecas públicas	Este trabajo abordar el tema del uso de los recursos proporcionados por la web 2.0 en bibliotecas tres públicas de Goiânia , para la dinamización de los espacios y la atracción de nuevos usuarios, mediante la revisión de literatura acerca del tema, la exploración de nuevas plataformas web basadas en la colaboración y la aplicación de entrevistas estructuradas a los bibliotecarios de 3 bibliotecas públicas del municipio de Goiânia con el fin de conocer su visión acerca de la web 2.0	Los investigadores resaltan el uso de Facebook como una estrategia proactiva y significativa para los procesos de democratización llevados a cabo desde las bibliotecas y como un canal eficiente en la interacción entre usuarios y biblioteca, que no sólo proporciona visibilidad a las unidades de información sino también un modo activo y óptimo de relacionarse, el cual será exitoso si tanto la comunidad, como los bibliotecarios y gestores participan conjuntamente de las transformaciones que el uso de una red social como Facebook requiere en cuando a su aceptación y modo de aplicación.	* Revisión de literatura * Exploración de distintas plataformas de la web 2.0 basadas en la colaboración * Instrumento para recolección de datos: La entrevista. Aplicación de entrevistas estructuradas a directivos de las bibliotecas (por su visión amplia de la institución) con el fin de conocer la percepción de estos acerca de la web 2.0. Nota: no se hace mención de los nombres de las bibliotecas para salvaguardar el mismo.	2013

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
2	Utilización de Facebook por las Bibliotecas Municipales del Estado de Santa Catarina	Maristela Medes, Franciéle Carneiro Garcês y Benilde Inácio Lopes	Bibliotecas públicas	Esta investigación abordó el estudio de 32 bibliotecas del municipio Santa Catarina, y aunque el número real de bibliotecas municipales que abarca este Estado son 294, el estudio se hace sólo con el 11% de ellas, ya que son las únicas que utilizan la red social. El objetivo de este trabajo fue verificar el uso de Facebook por parte de las ya mencionadas bibliotecas e identificar el tipo de información que difunden a través de esta herramienta; para ello en un primer momento, se emplearon encuestas, se realizaron búsquedas de las bibliotecas en Facebook y la web en general y se realizó el análisis de sus perfiles y publicaciones, evaluándose la pertinencia de la información contenida en ellos, haciendo uso de indicadores como: visibilidad, actualización, información básica y difusión selectiva de la información (publicaciones)	Se concluyó que hay un bajo uso de la red social Facebook por parte de las bibliotecas municipales de Santa Catarina y que la actualización de los perfiles creados por parte del 11% de ellas es tardío, realizándose aproximadamente cada 6 meses, contribuyendo con ello a la obsolescencia en su gestión de la información y revelando las dificultades que se tienen para el manejo o gestión de este tipo de herramientas, y el desconocimiento de los beneficios de las mismas, y todo ello no por una deficiencia en recursos tecnológicos por parte del Estado de Santa Catarina, sino por deficiencias en el recurso humano en relación con la formación profesional, el factor tiempo y los estilos de gestión.	*División de la investigación en tres fases *Fase1. Verificación de la presencia de todas las bibliotecas del municipio en una lista de Bibliotecas *Fase2. Búsqueda de la presencia de las bibliotecas en Facebook y la web *Fase3. Análisis de los perfiles y publicaciones de cada biblioteca objeto de la investigación. Creación de un ranking con el número de gustos obtenidos / Selección de las bibliotecas más populares/ Definición de indicadores / Análisis del perfil y las publicaciones / Ver nota 1 *Instrumentos empleados: Sitio web de búsqueda de Google, red social Facebook *Criterios evaluados: pertinencia de la información contenida en los perfiles *Uso de indicadores como: visibilidad, frecuencia de actualización, información básica, difusión selectiva de información (publicaciones)	2015

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
3	Presencia y usos de Facebook en las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada	Claudia Nora Laudano, María Cecilia Corda, Javier Planas, María Inés Kessler y Alejandra Aracri	Bibliotecas públicas	Esta investigación, comprendió la exploración de las bibliotecas populares de La Plata, Berisso y Ensenada, ubicados en la provincia de Buenos Aires (Argentina), en cuanto al uso de la red social Facebook por parte de éstas. Para su desarrollo se hizo inicialmente un rastreo de todas aquellas bibliotecas populares teniendo como fuente principal el registro oficial de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares, posteriormente se rastreó su existencia en la red social Facebook y luego se elaboró un matriz en la que se consignó información relativa a las páginas y perfiles de cada biblioteca, realizando un recorrido por cada uno de ellos, como si se fuese un usuario.		*Identificación de una fuente de información sobre el total de las bibliotecas populares de la Plata, Berriso y Ensenada. Fuente de información principal: El registro oficial de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares *Instrumento consolidación de información: planilla *Constatación de la adopción de la herramienta Facebook por parte de las bibliotecas populares, mediante un protocolo de búsqueda que consistió en: 1) certificar si la biblioteca tenía 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. *Elaboración de una matriz en la que se consignó la información de	2016

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
						<p>interés relativa a las páginas y los perfiles de Facebook de las 49 bibliotecas populares</p> <p>* Uso de indicadores:</p> <p>Nota: La información o ítems considerados de interés fueron: 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”</p>	
4	Da blogosfera ao Facebook: o paradigma da comunicação nas bibliotecas portuguesas	Luisa Alvim (2010),	Bibliotecas públicas	<p>En esta investigación, la autora analiza la presencia de 308 bibliotecas públicas y 167 bibliotecas académicas de Portugal, en la blogosfera y en Facebook, con el fin de evaluar su interacción, participación y comunicación con la comunidad de usuarios. Para su desarrollo se aplicó un análisis etnográfico, un análisis métrico de cierta información contenida en los blog y en los perfiles/ páginas de Facebook.</p>	<p>Para poder consolidar una comunicación efectiva con los usuarios, se hace necesario que las bibliotecas no sólo hagan uso de los blogs y redes sociales, sino también que reconozcan el potencial de sus profesionales, establezcan una política de uso de sus servicios y hagan un reconocimiento y uso de todas las posibilidades que ofrecen las redes, pues la investigación demuestra que no están haciendo uso de todas las potencialidades de éstas.</p>	<p>* Se estableció una parrilla de análisis de Facebook, dividida en 3 sesiones (Interacción de la biblioteca con el usuario, Interacción de la biblioteca con amigos y enlaces, Interacción del usuario con la biblioteca) cada una de ellas con unos indicadores definidos para identificar y medir la dimensión de la comunicación en la red social Facebook desde cada tipo de interacción. (Tabla 3)</p> <p>*Se definieron 3 facetas a analizar de la comunicación entre las bibliotecas y sus usuarios virtuales en la red social Facebook (tabla 4).</p> <p>* Establecimiento de un Valor de síntesis de la comunicación (Media ponderada de los valores que figuran en las facetas 1, 2 y 3)</p>	2009

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
5	Bibliotecas públicas do Brasil e o uso de dispositivos de comunicação da web social: o Facebook como espaço da mediação da informação.	Santos, Bruna Bomfim Lessa dos y Henriette Ferreira Gomes	Bibliotecas públicas	El objetivo fue analizar y caracterizar la presencia de las bibliotecas públicas SNBP entorno de dispositivos de comunicación web social, entre ello Facebook. e identificar las formas en que han atraído a sus usuarios a su espacio físico, con el fin de comprobar el flujo de información y el intercambio de lazos sociales entre ellos y la comunidad en la promoción de una comunicación más participativa.	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. Como resultado, se identificaron algunas herramientas de Facebook que pueden ser utilizadas para las bibliotecas y, a partir de las notas y los textos publicados por ellas, como son adecuadas para las herramientas de los medios de comunicación de la información.	*Para esta investigación se adoptó un enfoque cualitativo y cuantitativo , de carácter descriptivo, con el fin de identificar las características más significativas de la utilización de los dispositivos de la web social en las bibliotecas públicas *Se realizó un estudio de casos múltiples , en asociación con el estudio documental , ya que era necesario observar y analizar los diálogos entre las bibliotecas y sus usuarios en los dispositivos de comunicación web, así como el contenido de las publicaciones de las bibliotecas en este entorno *Se establecieron los siguientes criterios para la selección de las bibliotecas objeto del estudio: a) las bibliotecas de la utilización activa de los dispositivos de comunicación de la web social; b) las bibliotecas de referencia de la experiencia, la calidad de los productos y servicios, y la infraestructura; c) las bibliotecas con mayor tradición y la visibilidad dentro del estado al que pertenecen; d) bibliotecas que tienen en sus espacios físicos recursos electrónicos. *Para obtener información de la muestra, se adoptó la técnica de la observación directa de las interacciones existentes y diálogos entre las bibliotecas y	2015

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
						<p>sus usuarios en DCW, asociados con la técnica de análisis de contenido de los mensajes y textos publicados en estos dispositivos. Por lo tanto, se decidió desarrollar un análisis categorial (establecimiento de categoría) a partir de observaciones de los mensajes de los cuales se extrajeron las categorías. También las visitas de rutina a DCW utilizados por las bibliotecas en sus actualizaciones, se realizó utilizando como soporte a la aplicación Página Monitor (permite que el navegador utilizado, monitoree los cambios en las páginas web), lo que permitió una mayor frecuencia en la observación e identificación de nuevos temas</p>	
6	O uso do Facebook pelas bibliotecas públicas do estado do Ceará	Bernardino, Maria Cleide Rodrigues; Emir José Suaiden y Aurora Cuevas Cerveró.	Bibliotecas públicas	Se trata de un estudio exploratorio con la ayuda de funcionalista y métodos fenomenológicos y enfoque cuantitativo. El objetivo es analizar el uso de Facebook por 184 bibliotecas públicas SEBP / CE.	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. Finalmente se concluye que el uso de Internet y las redes sociales por las bibliotecas públicas contribuye a una mayor socialización y la interacción entre los usuarios y para dar una	<p>*Se adoptó una investigación de naturaleza cualitativa y cuantitativa, que tuvo propiedades medibles y al mismo tiempo también tuvo propiedades subjetivas, por lo que el análisis se llevó a cabo mediante la combinación con el fin de fortalecer los resultados de búsqueda de triangulación de observaciones, las perspectivas teóricas, las fuentes y metodologías</p> <p>*Se le concibió como un estudio exploratorio, que se caracterizó por la realización de un estudio preliminar con el fin de entender el fenómeno (GIL,</p>	2014

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
					mayor visibilidad a la biblioteca pública y por lo tanto la promoción de sus servicios y actividades	1999) y un análisis descriptivo que tuvo como objetivo observar, registrar y analizar los fenómenos, sin interferencia del investigador *Para la realización de la investigación se emplearon dos métodos de las ciencias sociales: la fenomenológica y funcionalista. En este estudio en particular, la fenomenología contribuirá a la comprensión del fenómeno de las redes sociales para la distribución y difusión de la información en las bibliotecas públicas. El método funcionalista , que consiste en un método de interpretación (MARCONI, Lakatos, 2010) ayudará a comprender los componentes, relaciones e interrelaciones sociales	

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
7	O uso do Facebook por bibliotecas públicas localizadas na cidade de São Paulo	Calvacante, Caroline Pazini y José Fernando Modesto da Silva	Bibliotecas públicas	"Este estudio tiene como objetivo poner en contexto las bibliotecas públicas con las redes sociales en Internet, centrándose en las bibliotecas públicas localizadas en la ciudad de Sao Paulo en el uso de Facebook. Se han analizado los perfiles de Mário de Andrade Biblioteca, la Biblioteca Viriato Corrêa y Sao Paulo Biblioteca con la ayuda de la herramienta propia de las métricas de redes sociales en Internet. De esto, parece que los sitios de redes sociales se deben utilizar con eficacia para lograr la visibilidad en la web" (CALVACANTE, Caroline Pazini y DA SILVA, José Fernando Modesto. 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. 2013, p. 780	Esta investigación abarco 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.	*Se emplearon las metricas propias de Facebook: Nombre de la red, Datos de creación, Número de Post, Numero de "Me gusta", número de visitas, número de páginas enlazadas, número de seguidores *Los datos recogidos se monitorearon por la herramienta SCUP (una herramienta de monitoreo de redes sociales, gestión de perfiles, Servicio al Cliente 2.0 y CRM social)	2013

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
8	As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras	Calil, Alberto y Gabriela Almendra	Bibliotecas públicas	"En este artículo se presenta un estudio sobre la apropiación de Facebook por cuatro Bibliotecas Públicas de Brasil: Biblioteca Pública de Acre, Biblioteca Pública de Paraná, Biblioteca Pública del Estado de Pernambuco y Sao Paulo Biblioteca. Las direcciones de estudio en base a revisión de la literatura, los conceptos de la Biblioteca Pública, la mediación socio-técnico y social, los medios de comunicación y cuestiona el papel de la biblioteca pública en la sociedad contemporánea. La encuesta también indica que las bibliotecas, a través de la mediación, deben reconocer la importancia de su espacio como un lugar de diálogo. Por lo tanto, se analizaron los mensajes publicados en las páginas de fans de las bibliotecas seleccionadas durante el período de enero a junio de 2013. Se concluyó que los medios sociales estudiado aquí no se utiliza en todo su potencial" (CALIL, Alberto y ALMENDRA, Gabriela. As apropriações do Facebook pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras. En: Em Questão, 2016, vol. 22, no. 1, jan./abr, p. 188)	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.	*Empleo de un análisis cuantitativo y cualitativo *Identificación de las bibliotecas que emplean Facebook *se establecieron 2 etapas : la primera, identificar cuales BPEs tenían su contenido analizado. y la segunda consistió en elegir un representante de cada región para permitir una vista más cercana de la realidad de cada región *Recolección de datos : número de me gusta durante un período seleccionado, captura de todos los post durante una línea de tiempo de las BPEs mediante las capturas de pantalla (cantidad de publicaciones entre enero y junio 2013) *Para el análisis se crearon categorías : eventos, servicios de la bibliotecas, mensajes, cuestiones administrativas, fechas conmemorativas, obituario, fotos	2016

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
9	Facebook use in libraries: an exploratory analysis	Aharony	Bibliotecas públicas / Bibliotecas Universitarias	Esta investigación se desarrolló con el objetivo de explorar los patrones de uso de los perfiles de facebook tanto de algunas bibliotecas públicas como de algunas bibliotecas universitarias de Estados Unidos, por medio del empleo de análisis estadísticos descriptivos y análisis de contenidos.	Afirma en sus resultados que existen similitudes entre las bibliotecas exploradas, en lo que respecta al uso y la frecuencia con la que emplean la sección de información y actualización del perfil, y el fin con el cual recurrir al empleo de Facebook que es el de proporcionar un espacio de discusión y extensión de la biblioteca.	*Establecimiento de 3 preguntas principales de investigación: (1) ¿Las bibliotecas públicas y académicas utilizan las mismas secciones de Facebook? (2) ¿Las bibliotecas públicas utilizan Facebook más o menos que las bibliotecas académicas? 3) ¿El contenido de los puestos asignados por las bibliotecas públicas es diferente del asignado por las bibliotecas académicas? *División de la investigación en dos fases: (1) análisis estadístico descriptivo: Elección de las bibliotecas que usan Facebook, para incluirlas en las muestras. Para su localización en Google se emplearon términos como "Facebook", "bibliotecas académicas", Facebook y bibliotecas académicas". Como criterios para la selección se establecieron los siguientes: que la cuenta de Facebook de la biblioteca hubiese estado activa durante todo el examen del Período (mayo-junio de 2010), que fueran bibliotecas americanas y se excluyeron las bibliotecas con pocas publicaciones en la sección de pared (seis o menos). (2) Análisis de contenido: esta fase fue un análisis estadístico descriptivo, que se empleó para describir las características básicas de los datos	2012

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
						<p>en el estudio, contenidos en los posts de las bibliotecas seleccionadas como muestra. Proporcionando un resumen simple sobre la muestra y las medidas, este tipo de análisis simplemente describe lo que los datos muestran. En muchos estudios, es un primer paso, precediendo a un análisis inferencial más complejo</p> <p>*Se empleó un enfoque inductivo / agrupamiento, ya que el autor no tenía suposiciones a priori sobre los principales temas presentados en los post, ideando nuevas categorías cada vez que un tema principal no coincidía con ninguna categoría anterior.</p> <p>*Después de crear cuatro categorías principales (dentro de las bibliotecas públicas) y tres categorías principales (dentro de las bibliotecas académicas), el codificador generó nuevas subcategorías según el contenido de los posts. Cada categoría fue evaluada por un único clasificador, y luego cruzadas y organizadas en categorías más amplias por un segundo clasificador. El porcentaje final de acuerdo para todas las decisiones de codificación fue de 90 por ciento, lo que sugiere que la clasificación de codificación utilizada era fiable</p>	

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
10	Facebook as a library tool: perceived vs actual use	Jacobson, Terra B.	Bibliotecas escolares / Bibliotecas universitarias	Para esta investigación se analizaron 12 páginas de Facebook de bibliotecas escolares y bibliotecas universitarias	En el análisis se encontró que la gran mayoría de las bibliotecas emplean Facebook principalmente como una herramienta de marketing, sin dejar atrás otras funciones como: la interacción con los usuarios, la comunicación de necesidades a la biblioteca y como espacio de debate y discusión (Jacobson, 2012) y que, aunque las percepciones Vs. El uso actual, no difieren mucho una vez se obtienen los resultados totales de la investigación, se concluye que los bibliotecarios pueden ser mucho más ambiciosos en cuanto el uso de Facebook, y que para obtener mejores beneficios de esta red social se deben comprometer mucho más con la actualización de sus contenidos, mínimo una vez a la semana, además de que el autor hace la apreciación en las conclusiones de que Facebook sería una mejor herramienta para bibliotecas activas con gran cantidad de eventos, exposiciones, talleres u otras actividades y así se daría un mayor uso a los anuncios	* Selección de las bibliotecas para la evaluación (condición: que actualizarán constantemente su página de Facebook, al menos una vez por semana) * División de las bibliotecas en 6 categorías (Estas categorías fueron las siguientes: Pequeñas Facultades / Universidades (menores de 3.000 estudiantes); Colegios / Universidades de mediano tamaño (3.000 a 10.000 estudiantes); Grandes Colegios / Universidades (10.000 estudiantes y más); Bibliotecas de sucursales (parte de un sistema universitario más grande); Colegios Comunitarios (ofreciendo hasta grados asociados); Bibliotecas especiales (colecciones específicas de sujetos)) * Creación de un formulario para la recopilación de datos de cada página de Facebook de las bibliotecas (Incluyó la fecha de creación de la página de Facebook para cada página, el número de fans, el número de cambios de páginas seguidas y el número de días en que existía la página. El formulario también recopiló información sobre el uso de aplicaciones específicas como fotos, eventos y ayuda de referencia. También recopiló información sobre el número total de publicaciones en la	2011

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
					y las posibilidades de marketing.	pared y el número de publicaciones de los fans, así como otras aplicaciones opcionales que se agregaron a las páginas de Facebook). *Tabulación de los datos en una dos cuadros, asignándose a cada campo o categoría una puntuación binaria que al sumarse otorga una media *Los resultados se categorizaron en 6 niveles, de mayor a menor número de respuesta (Los artículos con el mayor número de respuestas se clasificaron como nivel 1, el segundo más alto como nivel 2, y así sucesivamente a través de 5 niveles de "uso" y un nivel "0" de No uso. Estos usos fueron desarrollados por Hendrix en su estudio de 2009 como usos posibles para Facebook.	
11	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	Claudia Nora Laudano [et.al.]	Bibliotecas Universitarias	Acoge en su estudio sólo tres bibliotecas universitarias	Esta investigación arrojó como resultado principal que la adopción de Facebook en las tres bibliotecas universitarias de Argentina seleccionadas para el análisis, se ha hecho de manera paulatina y su uso ha sido reducido en comparación con las muchas posibilidades que ofrece esta herramienta, por lo cual se sugieren otras posibilidades.	*Se estableció un protocolo de búsqueda que consistió en: 1) Certificar si en el sitio web de cada entidad se enlazaba la dirección de Facebook. 2) Si estaba disponible, se dejaba constancia de la dirección en una planilla ad hoc. 3) Si no estaba disponible, se continuaba con las siguientes alternativas de rastreo en el buscador de Facebook: 3.1) por el nombre completo de la biblioteca; 3.2) por la denominación de la	2016

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
						<p>institución mayor; 3.3) por la sigla. 4) Cuando ninguna de estas opciones arrojaba resultados positivos, se recurría a Google empleando los términos anteriores más "Facebook"</p> <p>*Se elaboró una matriz para volcar la información de interés relativa a las páginas y los perfiles de Facebook de las bibliotecas. Entre los principales ítems relevantes figuran los datos institucionales básicos, la visibilidad y accesibilidad de la página o el perfil de Facebook en la web de la biblioteca, los principales usos de la plataforma (secciones preferentes), la cantidad y el tipo de publicaciones realizadas en el muro en un marco temporal de 60 días (clasificandose a partir de ellos en poco activos, activos y muy activos), las características de la interacción generada a partir de los comentarios y un panorama de los usos simultáneos de otras plataformas infocomunicacionales.</p>	

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
12	Do you facebook? usage and applications of facebook page among academic libraries in malaysia	A.R. Riza Ayu y A. Abrizah	Bibliotecas Universitarias	Esta investigación explora el uso y la aplicación de la red social Facebook en algunas bibliotecas académicas de Malasia, con el propósito de aportar a éstas ideas que permitan mejorar sus prácticas en el uso de esta red social y con ello hacer más eficaz el proceso de comunicación con sus usuarios. Para ello las autoras establecieron primero una serie de preguntas para guiar la investigación y luego analizaron los contenidos de los perfiles enfocándose en el uso.	De esta investigación se concluyó que un total de 14 bibliotecas académicas en Malasia estaban utilizando la página de Facebook como parte de sus servicios a los usuarios y sólo tres bibliotecas estaban utilizando plenamente su página de Facebook. Sin embargo, la mayoría de las bibliotecas estaban utilizando su página de Facebook para la comercialización y crear conciencia de los servicios de la biblioteca hacia sus usuarios.	<p>*Recopilación de datos de la página web y la página de Facebook de las bibliotecas objeto del estudio. Hecha en 3 pasos: A) Identificación de la biblioteca académica con la página de Facebook. B) Identificación del uso y aplicación del "Muro" y características de la Página. C) Examen del uso de las aplicaciones de comunicación</p> <p>*Análisis de los datos recopilados</p> <p>*Desarrollaron los siguientes instrumentos para evaluar la página de Facebook de la biblioteca basada en las obras de Burkhardt (2010); Nguyen (2008) y Tripathi y Kumar (2010). A) Índice de aplicación de la página de Facebook de la biblioteca B) Uso del estado de la página de Facebook de la biblioteca</p> <p>*Los investigadores establecieron 29 puntos de control que fueron utilizados para entender el uso y la aplicación de la página de Facebook entre las bibliotecas académicas. Los puntos de control se dividieron en 4 categorías (tabla2)</p> <p>*Cada lista de comprobación fue codificada en binario como 1 (SI) o 0 (NO) para indicar la presencia o ausencia de las características y aplicaciones para la página de Facebook de la biblioteca.</p> <p>*Los datos para el estatus en el "Muro"</p>	2011

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
						se recopilaron a través de dos formularios : a) Estado publicado por la biblioteca; B) publicación de usuarios. Los datos recogidos en el formulario "Estado publicado por la biblioteca" son: fecha del estatus publicado, tema del estatus, tipos de status (identificados por los investigadores), números de "Like" y números de "Comment" para ese estado. Los datos recopilados fueron enviados a cada administrador de la página de Facebook de la biblioteca para su verificación a través de correos electrónicos.	
13	The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literatura	Evgenia Vassilakaki y Emmanouel Garoufallou	Bibliotecas públicas / Bibliotecas Universitarias	En esta investigación de revisión bibliográfica, destacan principalmente trabajos que exploran la relación entre Facebook y las bibliotecas académicas o universitarias, y unos pocos encausados hacia la tipología de las bibliotecas públicas, como el publicado por Yalsa en el año 2011. Para esta exploración se empleó un método de selección de documentos (de toda tipología) publicados entre el año 2006 y 2012, teniendo en cuenta su relevancia	"Se encontró que el cuerpo principal de la literatura reportada se centró en la presentación de informes, experiencias, problemas y lecciones aprendidas de la construcción de una presencia en Facebook. Unos pocos estudios tuvieron como objetivo explorar las perspectivas de los usuarios y los bibliotecarios hacia los sitios de redes sociales, mientras existe una fuerte necesidad de directrices específicas para ayudar a las bibliotecas y los bibliotecarios en la Adopción de Facebook" (VASSILAKAKI,	"El método de revisión selectiva se utiliza para identificar, documentar y presentar la literatura pertinente de una manera estructurada y anotada. Más específicamente, se consideran todos los tipos de documentos publicados entre 2006 y 2012. Además, los trabajos se asignan sobre la base de sus objetivos expresados a temas y subtemas emergentes"	2014

Tabla 2. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: PRODUCCIONES ACADÉMICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS							
N° de registro	Título	Autor (es)	Tipología de biblioteca	Resumen/Objetivo	Conclusiones obtenidas	Metodología	Fecha de publicación
					Evgenia y GAROUFALLOU, Emmanouel. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. En: Program, 2014, vol. 48, no. 2, p. 226)		

Tabla 3 Rastreo bibliográfico: manuales para el uso de redes sociales

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
Manual Social Media	Elaborado de forma colaborativa desde el área de Comunicaciones de la Subsecretaría de Lectura, Bibliotecas y Patrimonio	"Fortalecer los procesos de comunicación de los programas, proyectos y estrategias, afianzar las relaciones con los públicos externos, reforzar la reputación de marca, y garantizar una unidad en la comunicación pública con la ciudadanía" (Tomado del apartado del manual Escuchar, informar, conversar)	Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín	<ul style="list-style-type: none"> * ¿Qué es un community manager? * Lista de las cuentas oficiales del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín en las redes sociales * Uso de hashtags (#) * Directorio de hashtags (#) * Decálogo para el uso de redes sociales * Recomendaciones para el uso y administración de Facebook * Recomendaciones para el uso y administración de Twitter * Generación y publicación de contenidos audiovisuales * Comunicación en tiempo de crisis * Vocabulario social media y marketing digital * Bibliografía

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
Manual de buenas prácticas en Redes sociales	Leticia Barrionuevo Almuzara (Universidad de León) Eva Estupinyà Pinyol (Universitat de Lleida) M. del Carmen Martín Marichal (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) Helena Martín Rodero (Universidad de Salamanca) Javier Mezquita Acosta (Universidad CEU San Pablo) Brigit Nonó Rius (Universitat de Girona) Cristina Vaquer Suñer (Universitat Oberta de Catalunya)	"Debido a la relevancia que han tomado las redes sociales en las instituciones académicas es necesario desarrollar unas políticas para los perfiles y establecer unos usos recomendados, además de unos criterios por los cuales regirnos para entablar una comunicación fluida y correcta con nuestros usuarios" (Tomado de la introducción del manual)	REBIUN	*Política en redes sociales: normas de uso y estilo *Manual de uso de las redes sociales *Monitorización de las redes sociales *Difusión de las redes sociales Evaluación de la presencia en las redes sociales *Bibliografía

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
3. Manual de uso y estilo de las redes sociales	Subcomisión de Comunicación 2.0 de la BUZ	"Específicamente, este Manual se dirige al personal que va a crear, gestionar y mantener una presencia de la Biblioteca en los medios sociales" (Tomado de la introducción del manual)	Biblioteca de la Universidad de Zaragoza (dirigido a sus profesionales y usuarios)	<ul style="list-style-type: none"> * INTRODUCCIÓN * OBJETIVOS Y PRINCIPIOS QUE INSPIRAN LA PRESENCIA DE LA BUZ EN LAS REDES SOCIALES. RESPONSABILIDADES * RECOMENDACIONES DE USO GENERAL Pautas generales Contenidos de publicación Criterios lingüísticos y estilo de la comunicación Derechos de autor, licencias, protección de datos Gestión de crisis Identidad Corporativa * MEDIOS SOCIALES. HERRAMIENTAS UTILIZADAS POR LA BUZ. * Redes sociales (Facebook, Twitter) Definición Contenido Recomendaciones * Creación y curación de contenidos (Blog Tirabuzón, Pinterest) Definición Contenido Recomendaciones * Imagen y Multimedia (Flickr, You Tube) Definición Contenido Recomendaciones * Documentos (Slideshare) Definición Contenido Recomendaciones * MONITORIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES. DIFUSIÓN DE LAS HERRAMIENTAS 2.0 DE LA BUZ * EVALUACIÓN DE LA PRESENCIA DE LAS REDES SOCIALES DE LA BUZ. Indicadores y métricas. * BIBLIOGRAFÍA
Plan de comunicación en redes sociales de la biblioteca universitaria - Universidad de Extremadura	U.T. de Extensión, Comunicación y Difusión	No lo tiene planteado	Universidad de Extremadura	<ul style="list-style-type: none"> * Introducción * Pautas generales * Facebook * Twitter * Slideshare * YouTube * Pinterest * Blogs * ISSUU * Productores de información * Estrategias para la promoción de nuestros perfiles * Medición de resultados * Bibliografía consultada

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
Plan medios sociales	Departamento de Servicios de entornos virtuales, Marketing Comunicación con los usuarios. UNED	Los objetivos que perseguimos con este Plan de Medios Sociales son: *Incrementar nuestra presencia en la red y nuestro reconocimiento de marca. *Mejorar nuestra reputación como biblioteca universitaria, posicionándonos como referente entre las bibliotecas universitarias a través de la generación de contenido de calidad. *Aumentar el valor de la marca de la Biblioteca, asociándola a valores de calidad como la innovación y la modernidad. *Mejorar nuestro servicio de atención a los usuarios e incrementar el nivel de interacción con los mismos. *Generar tráfico hacia nuestra web corporativa. (Tomado de la introducción del plan)	Biblioteca UNED	* Introducción * Normas generales de actuación en medios sociales de la Biblioteca de la UNED Imagen corporativa Contenidos El registro lingüístico Actualización y continuidad en el servicio Difusión de la presencia en medios sociales * Blogs Consideraciones generales * Facebook Gestión de permisos y configuración de la página Gestores de la página de Facebook Contenidos para la publicación * Twitter Publicación de tweets Listas de Twitter Herramientas * Pinterest Derechos de autor de las imágenes * Youtube * LinkedIn * Gestión de crisis * Monitorización de la reputación on-line, medición de resultados y gestión de medios sociales Hootsuite Creación de alertas Klout *Bibliografía

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
Lineamientos para la publicación de contenidos en redes sociales institucionales de la Pontificia Universidad Javeriana - Cali	Dirección de Comunicaciones. Pontificia Universidad Javeriana - Cali	"...es necesario reconocer las redes sociales como canales de comunicación entre la Pontificia Universidad Javeriana y sus audiencias, regular su uso y establecer normas de publicación de contenidos, ya que, aunque se trata de medios no convencionales, representan la voz oficial de la Institución y contribuyen a la reputación de la marca" (Tomado del párrafo introductorio)	Pontificia Universidad Javeriana - Cali y sus audiencias	* Normas sobre el uso de las redes sociales institucionales * Publicación de contenidos
Guía de usos y estilos en las redes sociales de la junta de Castilla y León	Junta de Castilla y León. Se trata de un documento en permanente revisión por lo que cualquier ciudadano puede enviar sus aportaciones a la guía a través del perfil de Twitter del 012 (@012jcyL Atención al Ciudadano)	"Este documento está destinado a ayudar y orientar a todos aquellos Centros Directivos de la Junta de Castilla y León sobre la mejor manera de utilizar las redes sociales en sus relaciones con los ciudadanos" (Tomado de Objetivo y alcance)	Centros Directivos de la Junta de Castilla y León	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Redes Sociales • Beneficios y puntos a tener en cuenta sobre la presencia en redes sociales • Usos de las redes sociales por el personal de la organización • Creación de Cuentas • Presentación y nombre de la cuenta • Gestión y publicación de contenidos • Gestión de aportaciones de otros usuarios • Gestión de errores • Facebook • Twitter • Youtube • Buenas prácticas • Monitorización • Indicadores • Cuentas satélite • Bibliografía • Formulario de solicitudes de creación de cuenta en redes sociales • Modelo de "Normas de uso" • Aviso legal • Imagen gráfica

Tabla 3. RASTREO BIBLIOGRÁFICO: MANUALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES				
Nombre del manual	Producto / Autor del manual	Objetivo del manual	Destinatario	Contenidos del manual
Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalitat de Cataluña	Generalitat de Cataluña	No lo tiene planteado	Generalitat de Cataluña. Biblioteca de Cataluña - DADES CIP	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Blog • Twitter • Facebook • Youtube • Flickr • Slideshare • Otros repositorios • Derechos de autoría • Evaluación de la presencia en las redes sociales • Imagen gráfica
Manual de orientación para participar en redes sociales	Secretaria de Comunicação Social (SECOM) de la Presidencia del Brasil	"...ha elaborado este manual para orientar la actuación del sector público en las redes sociales" (Tomado de la presentación del manual)	El sector público	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Objetivos del documento • Conceptos básicos • La formación de opinión en la era de las redes sociales • Cuantificar la nueva era social • ¿Cuáles son las principales redes? • Ecosistemas de redes • Los 3 dogmas de las redes sociales • ¿Para qué se debe preparar? • Lineamientos del lenguaje verbal y visual • Metodologías y activaciones • Supervisión de redes sociales • Manual interno de conducta para empleados y colaboradores • Gestión de crisis de la imagen

Tabla 4 Identificación de las actividades y contenidos de los parques biblioteca en Facebook

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
PARQUE BIBLIOTECA MANUEL MEJIA VALLEJO - GUAYABAL						
Información del perfil	Información gráfica del perfil	Uso del muro (tipología de posteos)	Tipología de comentarios	Número de "Me gusta" obtenidos en la página	Número de seguidores y/o personas hablando de esto	Visualizaciones de las publicaciones o visitas a la página

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
Una breve descripción del parque en el apartado de HISTORIA	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Preguntas sobre lo publicado	2577	85	Este dato no es visible al público
Horarios de atención al público	Foto de portada: frase del escritor Fernando Gonzáles, con los respectivos logos de la Alcaldía y el SBPM	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Respuestas a las inquietudes de los usuarios en los comentarios			
Fecha de inauguración (apertura)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
Información de contacto (teléfono fijo, correo institucional, enlace directo hacia la página web del SBPM)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 3 categorías: Fotos, videos, publicaciones	Publicación de videos con distintos usuarios de la biblioteca invitando a los demás a participar de las actividades y servicios de la biblioteca				
Una breve descripción		No posee post sobre eventos				
Dirección y descripción de cómo llegar (Transporte público) (sin mapa)		No posee posteos de gif				
Botón para enviar mensajes		No posee posteos de sólo texto				
Opción para sugerir cambios						

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
PARQUE BIBLIOTECA GABRIEL GARCÍA MARQUEZ - DOCE DE OCTUBRE						
Una breve descripción del parque en el apartado de HISTORIA	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Posee un total de 40 opiniones (calificaciones de 1 a 5 estrellas)	2725	93	3551
Ubicación del Parque Biblioteca, acompañada de un mapa (Dónde estamos) y descripción de cómo llegar	Foto de portada: fragmento de la obra Alma desnuda de Alfonsina Storni, con los respectivos logos de la Alcaldía y el SBPM	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Sobre las instalaciones del Parque Biblioteca			
Horarios de atención al público	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos o actividades de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	Sobre el ambiente de la biblioteca			
Información de contacto (teléfonos fijos, correo institucional, enlace directo hacia la página en Facebook)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 4 categorías: Fotos, opiniones, vídeos, publicaciones	Publicación de vídeos con recomendados bibliográficos y sobre actividades de otras entidades	Sobre la atención en la biblioteca			
Una breve descripción		Recomendados literarios (imagen con fragmentos de una obra y fotografía del autor)	Sólo se contestó una opinión escrita (opinión positiva)			
Botón para enviar mensajes		Vídeo sobre lo realizado en el año anterior (resumen)	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
Opción para sugerir cambios		Publicaciones sobre #PequeñasAccionesParaCuidarElPlaneta en imagen y texto				
		Efemérides				

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
		No posee post sobre eventos				
		No posee posteos de gif				
		Posee posteos de sólo texto				
PARQUE BIBLIOTECA GABRIEL GARCÍA MARQUEZ - DOCE DE OCTUBRE						
Una breve descripción del parque en el apartado de HISTORIA	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Sobre las actividades	2123	188	Este dato no es visible al público
Horarios de atención al público	Foto de portada: Imagen sobre el cumpleaños número 10 del Parque Biblioteca	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
Fecha de inauguración (apertura)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	No se visualizan opiniones			
Información de contacto (teléfono fijo, correo institucional, enlace directo hacia la página web del SBPM)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 3 categorías: Fotos, videos, publicaciones	Publicación de videos con contenidos sobre las actividades de la biblioteca y de otras instituciones				
No posee información de ubicación y cómo llegar		Información de interés (eventualidades en la biblioteca)				
Una breve descripción		No posee post sobre eventos				
Botón para enviar mensajes		No posee posteos de gif				
Opción para sugerir cambios		Posee posteos de sólo texto				
Hitos						

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
PARQUE BIBLIOTECA LEÓN DE GREIFF - LA LADERA						
No tiene una descripción sobre la biblioteca (HISTORIA)	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca con una breve descripción de lo realizado en ellas	Posee un total de 16 opiniones (calificaciones de 1 a 5 estrellas)	1731	38	2192
Horarios de atención al público	Foto de portada: Imagen de la biblioteca en conmemoración de sus 10 años	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Sobre el nombre de la biblioteca			
Fecha de inauguración (apertura)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	Sobre las instalaciones del Parque Biblioteca			
Información de contacto (enlace directo hacia la página web del SBPM)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 4 categorías: Fotos, opiniones, vídeos, publicaciones	Publicación de vídeos contenido de algunas actividades de la biblioteca y una presentación de ésta	Sobre los beneficios del parque biblioteca			
Ubicación del Parque Biblioteca, acompañada de un mapa (Dónde estamos) y descripción de cómo llegar. Dirección / teléfono		Recomendados literarios (imagen con fragmentos de una obra y fotografía del autor)	Ninguna de las opiniones tiene contestación por parte de la biblioteca. Sólo uno de ellos fue comentado por otros usuarios			
Descripción donde sólo se dice el horario de atención de la biblioteca		No posee post sobre eventos	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
Hitos		No posee posteos de gif				
Botón para enviar mensajes		Posee posteos de sólo texto				
Opción para sugerir cambios						

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
PARQUE BIBLIOTECA JOSÉ LUIS ARROYAVE - SAN JAVIER						
Una breve descripción del parque en el apartado de HISTORIA	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Inquietudes sobre horarios de las actividades publicadas. CON SU RESPECTIVA RESPUESTA	2017	34	1518
Ubicación del Parque Biblioteca, acompañada de un mapa (Dónde estamos) y descripción de cómo llegar	Foto de portada: fragmento de la obra Alma desnuda de Alfonsina Storni, con los respectivos logos de la Alcaldía y el SBPM	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Posee un total de 28 opiniones (calificaciones de 1 a 5 estrellas)			
Información de contacto (teléfonos fijos, correo institucional, enlace directo hacia la página en Facebook)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	Sobre la atención brindada por los empleados			
Una breve descripción	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 4 categorías: Fotos, opiniones, vídeos, publicaciones	Publicación de vídeos con recomendados bibliográficos y sobre actividades de otras entidades	Sobre el ambiente de la biblioteca			
Premios obtenidos		Recomendados literarios (imagen o videos con fragmentos de una obra y fotografía del autor)	Sobre los servicios			
Botón para enviar mensajes		Vídeo sobre lo realizado en el año anterior (resumen)	Recomendaciones hacia otras páginas			
Premios obtenidos		Publicaciones sobre #PequeñasAccionesParaCuidarElPlaneta en imagen y texto	Ninguna de las opiniones tiene contestación por parte de la biblioteca			

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
		Efemérides	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
		Post sobre eventos				
		No posee posteos de gif				
		No posee posteos de sólo texto				
PARQUE BIBLIOTECA ESPAÑA - SANTO DOMINGO SAVIO						
Información de contacto (enlace directo hacia la página web del SBPM y un correo electrónico)	Foto del perfil: logo del SBPM	Información importante - Novedades	Sobre la actividad publicada	1712	1680	Este dato no es visible al público
Una breve descripción	Foto de portada: fragmento de la obra Los tres Mosqueteros de Alejandro Dumas, con los respectivos logos de la Alcaldía y el SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
Fecha de inauguración (apertura)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 3 categorías: Fotos, vídeos, publicaciones	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	No se visualizan opiniones			
Hitos (uno)		Publicaciones sobre eventos o actividades de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas, acompañadas de una imagen				
Botón para enviar mensajes		Publicación de vídeos con contenidos sobre actividades de la biblioteca y de otras entidades				
Opción para sugerir cambios		Recomendados literarios (imagen con fragmentos de una obra y fotografía del autor)				

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
		Vídeo sobre lo realizado en el año anterior (resumen)				
		No posee posteos de gif				
		No posee posteos de sólo texto				
PARQUE BIBLIOTECA FERNANDO BOTERO - SAN CRISTOBAL						
Una breve descripción del parque en el apartado de HISTORIA	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Posee un total de 40 opiniones (calificaciones de 1 a 5 estrellas)	1791	66	Este dato no es visible al público
Horarios de atención al público	Foto de portada: Frase del escritor Fernando González, con los respectivos logos de la Alcaldía	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio y publicaciones del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Sobre las instalaciones del Parque Biblioteca			
Fecha de inauguración (apertura)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos o actividades de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas acompañadas de una imagen	Sobre el ambiente de la biblioteca			
Información de contacto (teléfono fijo, correo institucional, enlace directo hacia la página web del SBPM)	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 3 categorías: Fotos, vídeos, publicaciones	Publicación de vídeos con recomendados bibliográficos y sobre actividades de otras entidades	Sobre la atención en la biblioteca			
No posee información de ubicación y cómo llegar		Recomendados literarios (imagen con fragmentos de una obra y fotografía del autor)	Sólo se contestó una opinión escrita (opinión positiva)			
Una breve descripción		Vídeo sobre lo realizado en el año anterior (resumen)	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
Botón para enviar mensajes		Publicaciones sobre Tips ortográficos				
Opción para sugerir cambios		Concursos (la trivía) (18 de marzo)				
Hitos (uno)		Información de interés (eventualidades en la biblioteca)				
		No posee post sobre eventos				
		No posee posteos de gif				
		Posee posteos de sólo texto				
PARQUE BIBLIOTECA JOSE HORACIO BETANCUR - SAN ANTONIO DE PRADO						
Ubicación del Parque Biblioteca, acompañada de un mapa (Dónde estamos) sin indicación textual de cómo llegar	Foto del perfil: logo del SBPM	Publicación de imágenes sobre las actividades realizadas en el parque biblioteca y los productos de éstas, con una breve descripción de lo realizado en ellas	Sobre lo interesante de la actividad publicada	1765	61	1521
Horarios de atención al público	Foto de portada: imagen siluetiada de la estructura externa del Parque Biblioteca Fernando Botero - San Cristóbal	Publicación de imágenes sobre la oferta de servicio del parque biblioteca, acompañadas de una breve descripción	Posee un total de 36 opiniones (calificaciones de 1 a 5 estrellas)			
Información de contacto (teléfonos fijos y enlace directo hacia la página web del SBPM)	Destacadas en la parte superior de la página	Publicaciones sobre eventos o actividades de otras entidades con una breve invitación a participar de ellas, acompañadas de una imagen	Sobre las instalaciones del Parque Biblioteca			
Una breve descripción	Visibilidad del contenido de la página al inicio en 4 categorías: Fotos, opiniones, vídeos, publicaciones	Publicación de vídeos con contenidos sobre actividades y servicios de la biblioteca y eventos de otras entidades	Sobre el ambiente de la biblioteca			

Tabla 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y CONTENIDOS DE LOS PARQUES BIBLIOTECA EN FACEBOOK						
Botón para enviar mensajes		Recomendados literarios (imagen con fragmentos de una obra y fotografía del autor)	Sobre la atención en la biblioteca			
Opción para sugerir cambios		Información de interés (eventualidades en la biblioteca)	De todas las opiniones sólo hubo una negativa, por el ruido en la biblioteca			
Botón para llamar		Posee post sobre eventos	Son muy pocos los comentarios de los usuarios			
		No posee posteos de gif				
		Posee posteos de sólo texto				

Formulario 1. Gestión de las redes sociales en los parques biblioteca del SBPM.

Gestión de las redes sociales en los Parque Biblioteca del SBPM

El siguiente formulario pretende recolectar información sobre la gestión y uso de las redes sociales en los Parque Biblioteca del Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín, para la elaboración del trabajo de grado "USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LOS PARQUE BIBLIOTECA DE MEDELLÍN". Por favor diligencie la siguiente información solicitada.

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Nombre del funcionario *

Cargo *

Nombre del Parque Biblioteca *

¿Conoce de la existencia de un manual que guíe la gestión de las redes sociales del SBPM?

SI
NO

Se emplean las redes sociales del Parque Biblioteca, con fines: *

- Comunicativos
- Formativos
- Publicitarios
- Evaluativos

Otro:

¿Cuál es el objetivo de la página o perfil en Facebook del Parque Biblioteca?

*

- Asistencia al Usuario
- Promoción de Servicios
- Divulgación de actividades
- Promoción de eventos
- Posicionamiento de marca
- Medios de interacción / discusión / conversación

Otro:

¿Existe un plan de comunicación mensual? *

SÍ
NO

¿Poseen gráficas y/o plantillas unificadas para las publicaciones de todas las unidades del SBPM? *

SÍ
NO

¿Utilizan esas gráficas y/o plantillas? *

SÍ
NO

¿Por qué?

¿Qué recursos y herramientas emplean para la gestión de la calidad de los contenidos? (editores de imagen/videos, marcas de agua) *

¿Se hace respaldo de lo publicado en Facebook en alguna otra herramienta? *

SÍ

NO

Otro:

Al momento de realizar las publicaciones ¿emplean normas de redacción, tono y estilo establecida de manera unificada para todas las unidades de información? *

Sí

No

¿Con qué frecuencia postean en la página o perfil? *

Una vez al día

Dos veces al día

Tres o más veces al día

Una vez a la semana

Dos veces a la semana

Una o más veces al mes

¿Cuáles son los contenidos de los posts? *

Actividades

Servicios

Recomendados de la Biblioteca

Eventos de la Biblioteca

Eventos de otras entidades

Novedades

Otro:

¿En qué formato se hacen las publicaciones? *

Vídeos

Imágenes

Fotografías

Gráficos

- Texto
- Infografía

Al momento de la fijación, reproducción y retransmisión de imágenes de menores de edad a través de la página de Facebook ¿Cuentan con algún formato informado para la publicación de esas imágenes en esta red? *

Sí
No

¿Conoce lineamientos del SBPM para la generación y publicación de contenidos audiovisuales? *

- Conozco
- No conozco
- Conozco y Aplico

¿Qué herramientas y/o aplicaciones de Facebook emplean? (Retransmisión en vivo, encuestas, entre otro) *

¿Comparten los usuarios sus experiencias en la página de Facebook del Parque Biblioteca? *

Sí
No

¿Manifiestan los usuarios sus necesidades a través de la página de Facebook del Parque Biblioteca? *

Sí
No

¿De qué manera?

¿Se usan las estadísticas proporcionadas por Facebook? *

Sí
No

¿Para qué se usan las estadísticas proporcionadas por Facebook? *

- Evaluar la interacción de los usuarios con la Biblioteca
- Evaluar la interacción de la Biblioteca con los Usuarios
- Evaluar procesos de comunicación
- Evaluar visibilidad
- Fortalecer procesos
- No aplica

Brevemente, describa cuales son los protocolos y el uso del lenguaje cuando se presentan mensajes o actitudes indebidas por parte de los usuarios en la página de Facebook del Parque Biblioteca. *