

Utilización de la red social Facebook para la Promoción de Servicios de Información en Bibliotecas Universitarias Dominicanas

Lic. Pablo Ant. Brito A.

Correo electrónico personal: pbrito2005@yahoo.com

Registro CVU: 573587

Resumen

La presente investigación tiene como línea fundamental de estudio, el uso de las tecnologías en educación y pretende bajo una metodología de corte cualitativo conocer y evaluar las facilidades que ofrece la red social *Facebook* para la promoción de servicios de información en bibliotecas universitarias dominicanas. Se basa en las técnicas de la entrevista y la observación para captar la percepción de los estudiantes sobre el uso de esta red social en contextos bibliotecarios. El estudio demuestra que las redes sociales aún no forman parte de un plan estratégico de marketing por parte de las bibliotecas como medio para la promoción de sus productos y servicios, aunque se reconoce la importancia de la socialización de los servicios bibliotecarios a través de las redes sociales.

Palabras Claves: Web 2.0, Redes sociales, Facebook, Marketing viral, Bibliotecas universitarias

Using the Facebook Social Network for the Promotion of the Dominican University Libraries Information Services

Abstract:

This research has as a fundamental line of study, the use of technologies in education and intended under a qualitative methodology to know and evaluate the facilities offered by the Facebook social network for the promotion of Dominican University libraries information services. It is based on the interview and observation techniques to capture the perceptions of students on the use of this social network in library contexts. The study shows that social networks still do not form part of a strategic plan of marketing by libraries as a means for the promotion of their products and services, although it is recognized the importance of socialization of services librarians through social networks.

Keywords: Web 2.0, Social Networking, Facebook, Marketing viral, University Libraries

Introducción

El presente estudio tiene por objetivo principal ¿Conocer y evaluar cómo utilizan las bibliotecas universitarias la aplicación de la Web 2.0 *Facebook* para la promoción y difusión de servicios de información en ambientes educativos de nivel superior? Para cumplir con dicho objetivo, este trabajo se centra en presentar la respuesta de los estudiantes a la pregunta inicial de investigación: ¿cómo utilizan las bibliotecas universitarias dominicanas la red social *Facebook* para la promoción de servicios de información?

Cabe mencionar que los resultados obtenidos prueban la existencia de una mayor apertura por partes de las bibliotecas universitarias hacia la implementación de las tecnologías de la Web 2.0, particularmente el uso de las redes sociales como medio de socialización de los servicios bibliotecarios, específicamente *Facebook*, no obstante dichas redes parezcan no estar muy difundida todavía entre las bibliotecas dominicanas, contrario a lo que pudiera pensarse dada su popularidad entre los estudiantes universitarios.

Marco Teórico

El Internet como la Web 2.0 han revolucionado las formas de comunicación y en este marco de expansión de las TIC, se requiere que las bibliotecas de Instituciones de Educación Superior (IES) respondan a las necesidades de su comunidad de usuarios. Por lo que, en la actualidad las bibliotecas universitarias se configuran como un elemento importante de la institución a la que le sirve y constituyen un servicio básico y relevante para el desarrollo de las funciones fundamentales de la universidad (Echeverri Montoya, 2010).

De manera que, ante la crisis de identidad de muchas bibliotecas, atrapadas entre los roles tradicionales y las expectativas de los usuarios, se necesita un modelo que profundice y fortalezca la participación de los usuarios y las bibliotecas, tomando en cuenta la tecnología disponible y la ideología que fomenta la Web 2.0. Las bibliotecas deben ir adoptando nuevas formas de comunicación y ver la Web social como una oportunidad de nuevas posibilidades para los bibliotecarios y los usuarios (Seoane García, 2007).

La construcción social de la información

La Web 2.0 se caracteriza por el paso de los datos a las personas. El software social ha suministrado una dinámica colaborativa que tiene su máxima expresión en las redes sociales. En este sentido Méndez (2012) señala que la Web 2.0 tiene mucho más que ver con el cambio que se produce en las personas y en la sociedad que con la tecnología. Es decir, la construcción social de la información es producto de la participación de la comunidad. La Web como plataforma, se caracteriza entonces por un posicionamiento estratégico que depende del usuario.

Por lo tanto, la auténtica revolución 2.0 es la nueva concepción que se tiene de los usuarios y la manera de interactuar entre ellos. En las bibliotecas sucede lo mismo. Esta tecnología permite involucrar al usuario para que participe y aporte los contenidos. Así, los

principios de compartir, mejora continua, consideración del usuario como fuente de información, confianza, aprovechamiento de la inteligencia colectiva, etc., son los que han impulsado el establecimiento de la actitud 2.0, haciendo que la tecnología pase a un segundo plano (Margaix Arnal, 2007).

Las redes sociales y las bibliotecas universitarias

Las bibliotecas universitarias deben estar preparadas para responder a las necesidades de una sociedad que evoluciona constantemente y crear nuevos productos y servicios adoptando las ventajas que le brinda la Web social. Al respecto González Fernández-Villavicencio (2009) sostiene que en lugar de restringir con horarios; las bibliotecas, a través de las redes sociales, facilitan que los usuarios accedan desde el lugar que prefieran y en el momento que lo necesitan, respondiendo a sus necesidades en tiempo real.

La adopción generalizada de servicios como *Facebook* por personas de todas las edades, es evidencia de que la sociedad de la información está cambiando. Y las bibliotecas estarán siempre influenciadas por la naturaleza cambiante de las tecnologías de la información y las oportunidades potenciales de las nuevas herramientas que proporcionan oportunidades de cambios. Por lo que, las redes sociales son de gran relevancia para las instituciones que ofrecen servicios de información y el uso de sus aplicaciones pueden ser utilizadas por las bibliotecas para mejorar su relación con los usuarios. De manera que, al caracterizar las redes sociales, ya no sólo puede hablarse de presentaciones o perfiles personales. Las redes sociales virtuales de intercambio son un medio para hacer pública una causa, un punto de encuentro entre quienes tienen algún interés común y responden a una necesidad actual, que es la comunicación ágil y eficaz con una diversidad de propósitos (Mújica (2010).

Las redes sociales y sus potenciales usos en contextos bibliotecarios

Boyd y Ellison (2007) definen las redes sociales como servicios basados en Web que permiten a los usuarios crear un perfil de conexiones con otros usuarios del servicio, lo que bien puede ser utilizado por las bibliotecas para promocionar sus servicios y llegar a los usuarios fuera del espacio de la biblioteca tradicional. Es por esto que, recientemente muchas bibliotecas se han adentrado en este mundo de la Web social, abriendo todo tipo de perfiles en redes sociales como *Facebook*. Para García-Rivadulla (2010) aunque esta

actitud innovadora es positiva, puede que sea algo contraproducente en el mediano plazo, si la presencia de la biblioteca en las redes sociales no ha sido previamente definida y consensuada. Las bibliotecas deben estar y participar en las redes sociales. Pero antes de darse de alta en las mismas, deberán tener sesiones de reflexión estratégica para determinar el enfoque de su presencia en la Web social, qué objetivos de comunicación quieren lograr y cómo se complementan entre sí cada uno de los perfiles creados por las bibliotecas en las diferentes redes sociales y, sobre todo, cómo van a medir los resultados obtenidos. Como sostiene Méndez (2012), no sólo es estar en red social, sino la manera de cómo se está en ella. El uso de los servicios de redes sociales deben ser parte de una amplia y bien planificada estrategia para que puedan ser utilizados con eficacia (Dickson y Holley, 2010).

Uno de estos sitios de redes sociales más representativos en uso hoy en día es *Facebook*. En principio era de uso exclusivo de universitarios, pero amplió sus fronteras permitiendo así que cualquier persona que tenga un correo electrónico pueda acceder a dicho portal. Dentro de *Facebook*, se pueden subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa.

La presencia de *Facebook* en la vida cotidiana de los usuarios, su número creciente de miembros y la aparición de aplicaciones bibliotecarias, han despertado el interés de los profesionales de la información. Para Margaix-Arnal (2008) los bibliotecólogos ven las redes sociales como una nueva forma de obtener visibilidad y ofrecer servicios a sus usuarios, lo que se ha plasmado en varias de las publicaciones como Miller (2007); Arroyo (2008), Mújica (2010); entre otras.

El uso de *Facebook* por los bibliotecarios es una manera eficaz de alcanzar e interactuar con los usuarios. Al respecto Ganster y Schumacher (2009) afirman que las páginas de *Facebook* son un complemento de los sitios Web de la biblioteca en términos de marketing y divulgación. Las páginas de *Facebook* pueden funcionar como portales de las bibliotecas, aumentando la visibilidad y accesibilidad de los servicios de la biblioteca (Farkas, 2008; Dickson y Holley, 2010). De manera que, *Facebook* ofrece al mercado publicitario y por ende a las bibliotecas, las posibilidades de segmentación del mercado, de ofertas personalizadas más allá de cualquier otro sistema (Fernández Crespo, 2010). Conviene establecer; entonces, una estrategia y seleccionar un sitio de red social que sea el adecuado para la biblioteca, siendo el criterio principal de elección las preferencias y

expectativas de los usuarios. Las bibliotecas dominicanas parecen haber optado por tener presencia en *Facebook*, dado el auge que tiene en el país.

Ahora bien, existen muchas formas en que *Facebook* puede ser utilizado para mejorar los servicios de la biblioteca. Se puede utilizar para proporcionar actualizaciones de noticias, eventos y exposiciones; promover la discusión de nuevos servicios, mostrar las nuevas adquisiciones, visualización de la información externa relevante, proporcionar *Ask-A-Librarian* de los servicio de referencias, establecer temas de discusión relevante, entre otras actividades (Thornton, 2009; Cooper, 2008). Por ello no es de extrañar que muchas bibliotecas opten por ello.

Metodología

Para efectos del presente estudio se recurrió a la metodología cualitativa para conocer y evaluar el uso de la red social *Facebook* para la promoción de servicios de información en bibliotecas universitarias y alcanzar los objetivos de la investigación, a través de la percepción que de sus resultados tienen los participantes de esta investigación. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2010) la investigación cualitativa proporciona profundidad en los datos y es de gran riqueza interpretativa en un contexto determinado, ya que intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan.

Para esta investigación se contó con una muestra de estudiantes de manera voluntaria y autoseleccionada por el investigador. El universo poblacional fue de 51 estudiantes de la Pontificia Universidad Madre y Maestra (PUCMM), la Universidad Autónoma de Santi Domingo (UASD) y la Universidad Nacional Pedro Henríquez (UNPHU). Las características principales de los estudiantes que se propusieron como participantes del estudio, es que son usuarios de sus respectivas bibliotecas de pertenencia, poseen una cuenta de registro en la red social *Facebook* y con hábitos de uso de la misma, además de responder de forma activa a la invitación hecha por el investigador. Los estudiantes elegidos, representaran la generalidad de los usuarios de las bibliotecas universitarias de Santo Domingo, D. N., República Dominicana.

De acuerdo con el enfoque metodológico descrito en esta investigación, se aplicaron las técnicas de la observación de los perfiles o portales de *Facebook* de las bibliotecas participantes y la entrevista semi-estructurada, con el propósito de conocer sus percepciones relacionadas con los objetivos de la investigación, las cuales ayudaron a

conocer y evaluar como utilizan las bibliotecas universitarias dominicanas la red social *Facebook* para la promoción de servicios de información en ambientes educativos de nivel superior.

A través de la observación, se pretendió construir un panorama sobre el uso de la red social *Facebook* por parte de las bibliotecas universitarias, analizando y señalando aspectos tales como las informaciones publicadas en el muro, la información proporcionada en el perfil, comentarios en foros, fotos, videos, enlaces, número o cantidad de seguidores y actualización de contenidos.

Con la entrevista semi-estructura, a través de preguntas y respuestas, se buscaba la recolección de datos que permitieran construir significados respecto del uso de la red social *Facebook* por parte de las bibliotecas universitarias para la promoción de productos y servicios de información. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2010), este tipo de entrevista permite hacer preguntas sobre las experiencias, conocimientos, creencias, expresión de sentimientos, percepciones y antecedentes. Además, de recabar la perspectiva de los estudiantes frente a las actividades de las bibliotecas en relación con las redes sociales, tomando como punto de partida las anotaciones de la observación de los portales antes señalados.

En relación con el procedimiento realizado, se establecieron acuerdos preliminares en cuanto a los espacios y horario en que serían entrevistados los estudiantes. Se realizaron varias entrevistas iniciales tipo piloto a estudiantes que acuden a la sala digital de la UASD, en área de cafería de la PUCMM y la UNPHU, las cuales sirvieron de modelo para las entrevistas. El objetivo de las entrevistas era identificar los intereses y opiniones de los estudiantes con relación a la socialización de los servicios de la biblioteca a través de las redes sociales de intercambio.

Las entrevistas se realizaron con las intervenciones libre y abierta de los participantes del proyecto de estudio, las cuales fueron transcritas manualmente en la guía previamente elaborada, en la medida que se desarrollaban las entrevistas, para luego ser agrupadas de acuerdo a las temáticas presentadas, tomando en cuenta patrones verbales de similitud. La selección y construcción de categorías para la descripción y análisis de los datos, se realizó en base a la “relación de semántica simple” de la observación participante de Spradley, la cual consiste en la selección de un término abarcador o inclusivo con todos sus términos incluidos.

Las informaciones recolectadas de las observaciones de los participaciones, se describió de forma narrativa y acompañada de comentarios que interpretan el sentido y contexto de la participación, lo que permitió al finalizar esta etapa de recolección de datos, establecer conexiones y vínculos.

Resultados y discusión

Para la presentación y análisis de los datos recolectados por medio de las entrevistas, se procedió a agrupar y ordenar la información por categorías en base a las preguntas de la guía de entrevista utilizada durante el proceso de recolección de datos. La selección de dichas categorías sirvió de base para detectar similitudes y diferencias, al tiempo de poder inferir posibles tendencias.

Categoría 1: Información sociodemográfica de los participantes

La Figura 1 establece la composición del grupo de participantes por género para cada una de las instituciones a las que pertenecen, lo que permite tener un panorama general de cómo se construyó la selección de la muestra, la cual quedó constituida por 32 mujeres y 19 hombres. Donde se evidencia una participación preponderante de las mujeres con un 63%, contra un 37% de los hombres. Este hallazgo confirma la tendencia de que siguen siendo las mujeres los usuarios más activos en las redes sociales. Además, de la disponibilidad de las mujeres en querer participar en el estudio por considerarlo de importancia.

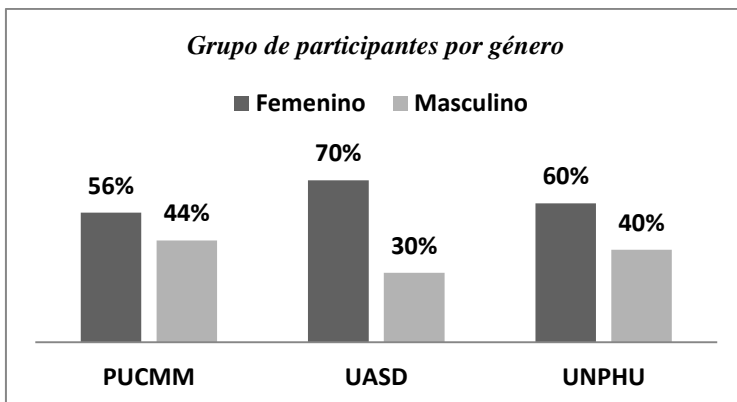


Figura 1. Porcentaje de hombres y mujeres que participaron en el estudio. (Datos recabados por el autor).

La figura 2 presenta la composición del grupo de participantes por edad para cada una de las instituciones y establece la diferencia de edades existentes en la población de estudio, donde el 61% tiene menos de 21 años, el 37% se encuentra entre los 22 y 30

años y sólo un 2% tiene edades superiores a los 30 años. De donde se puede inferir de acuerdo a la información, que los estudiantes más activos en las redes sociales tienden a ser en mayor proporción mujeres jóvenes con menos de 21 años.

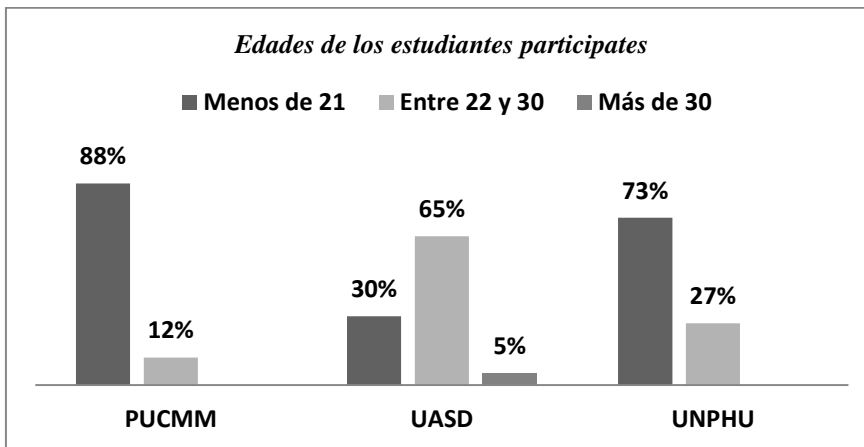


Figura 2. Composición por edad de los participantes en el estudio. (Datos recabados por el autor).

Categoría 2: Penetración y notoriedad de las redes sociales

La figura 3 establece que el conocimiento y notoriedad espontánea que de las redes sociales tiene el grupo participantes, es producto de las posibilidades de expresividad que el usuario encuentra en las redes sociales, la cuales les permiten desarrollar un perfil mucho más personalizado, donde la red social *Facebook* es conocida por el 100% de los estudiantes del grupo. *Twitter* es conocido por el 80% de los participantes e *Instagram* por el 47%, entre otras. Lo que confirma la tendencia actual de que sigue siendo *Facebook* la red social más visitada y conocida a nivel mundial, ocupando el puesto número 1 en la República Dominicana como el sitio más visitado en la Internet.

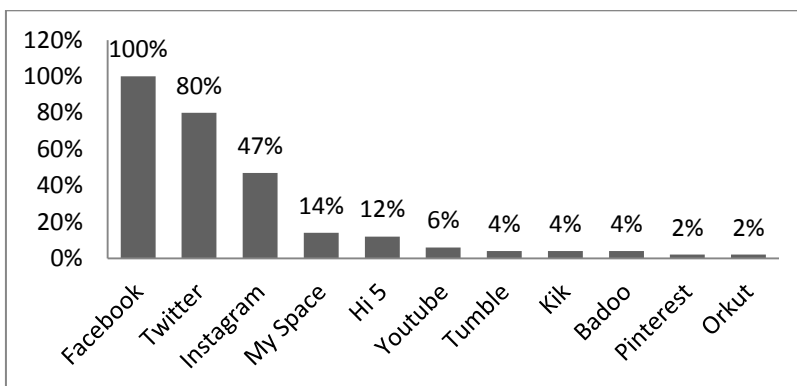


Figura 3. Conocimiento de las redes sociales por parte de los estudiantes entrevistados. (Datos recabados por el autor).

La figura 4 determina que los antecedentes de uso de las redes sociales por parte de los estudiantes se producen antes del 2010, años de gran auge para las redes sociales de intercambio, alcanzando ser la tecnología del futuro, lo que evidencia la revolución que constituyeron las redes sociales para el mundo en la primera década del siglo XXI.

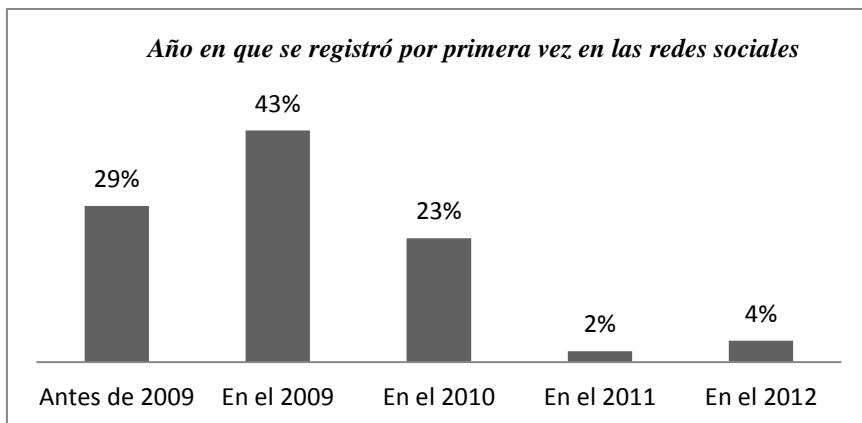


Figura 4. Año en que se registró por primera vez a una red social. (Datos recabados por el autor).

La figura 5, demuestra que el principal lugar de conexión para cualquiera de las redes sociales por parte de los estudiantes entrevistados, sigue siendo el propio hogar con un 64%, mientras que el 28% se conecta desde el trabajo o la universidad. De donde se puede inferir que *Facebook* funciona como un lugar de encuentro entre personas con necesidades e intereses afines.

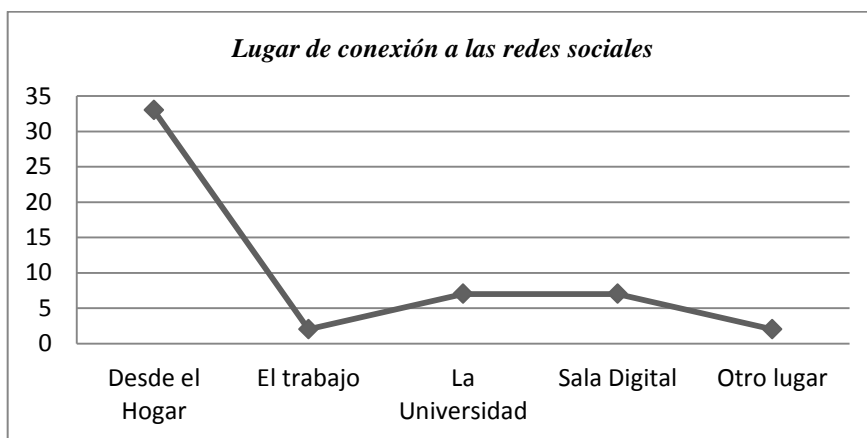


Figura 5. Lugar de donde suelen conectarse a las redes sociales con mayor frecuencia el grupo participante. (Datos recabados por el autor).

Categoría 3: Frecuencia de uso de las redes sociales

La figura 6 permite observar que la frecuencia de uso de las redes sociales por parte del grupo participantes, son sitios con un alto índice de conectividad, donde del total de la población, el 27% se conecta una vez por semana, mientras que el 35% se declara que las consultas diariamente y un 25% se conectan de 3 a 5 veces por día. De donde se concluye, que del grupo de estudiantes participantes, el 94% se conecta al menos una vez por día para revisar su perfil, lo que evidencia un uso continuo de las redes sociales en la población estudiada y donde *Facebook* es una de las redes sociales con mayor frecuencia de visitas y a la que se le dedica un mayor número de horas en proporción con la población.

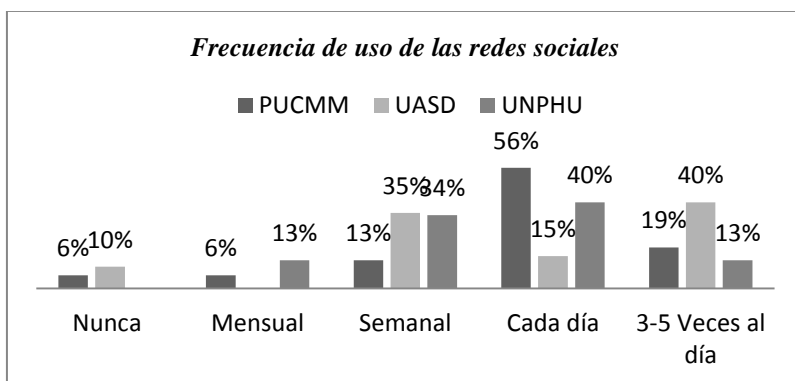


Figura 6. Frecuencia de uso de las redes sociales. (Datos recabados por el autor).

La figura 7 establece que las actividades que realiza el grupo de estudiantes de cada una de las instituciones involucradas en el proyecto, demuestran que *Facebook* se orienta y es más eficaz en identificar necesidades de las personas, ya que esta red social está constituida por un grupo de personas ligadas; en general, por intereses comunes y abierta de acuerdo con Mújica (2010) a compartir pensamientos, pero también pedazos de la propia vida, lo que la convierte en parte común de sus quehaceres personales, invirtiendo horas en esta red social.

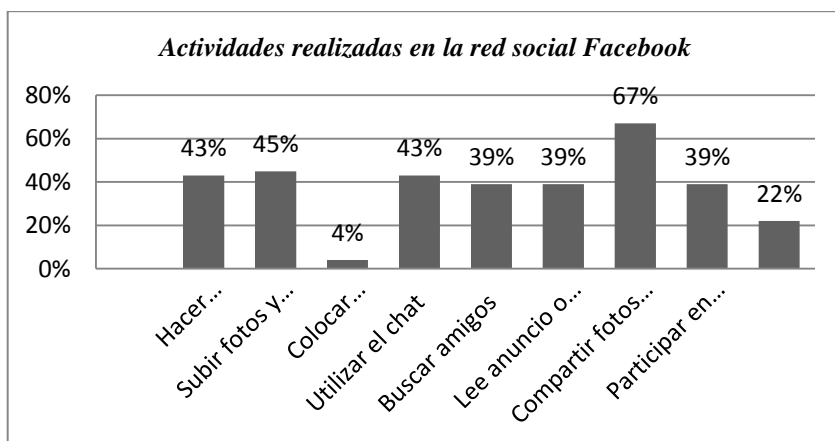


Figura 7. Actividades realizadas en la red social Facebook. (Datos recabados por el autor).

Categoría 4: Conocimiento y uso de las bibliotecas por parte de los estudiantes

La figura 8 determina que el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de sus respectivas bibliotecas a las que pertenecen, evidencia el rol preponderante y de importancia que juegan las bibliotecas en los procesos del aprendizaje. Se destaca el nivel de conocimiento que de su biblioteca exhiben los estudiantes de la UNPHU con un 100%, seguido por los estudiantes de la UASD con 95% y los de la PUCMM con un 88%. Esto significa, que las bibliotecas deben mantener este nivel de conocimiento y lograr que los usuarios las necesiten y vean sus servicios como necesarios y relevantes para su éxito académico y que el aprendizaje y el desarrollo de sus conocimientos dependen de las mismas.

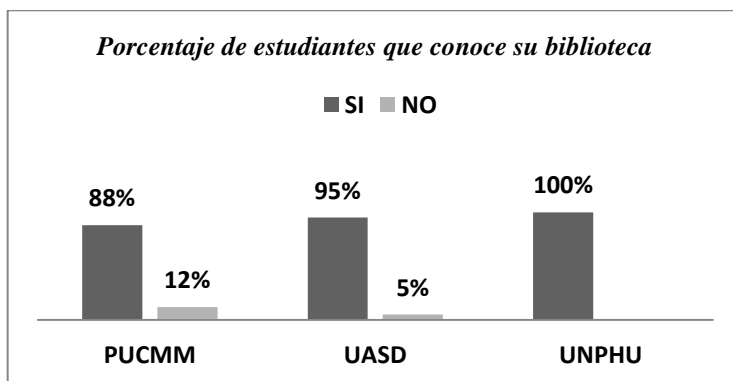


Figura 8. Porcentaje de estudiantes participantes que conocen su biblioteca. (Datos recabados por el autor).

La figura 9 comprueba que los servicios que con mayor frecuencia demandan los estudiantes de sus respectivas bibliotecas, es una muestra de que estos deben promocionarse por diferentes medios, dado que en la medida que se van incorporando las TIC como mediadores del aprendizaje, se incrementa en un nivel significativo la demanda de los servicios de conexión a Internet (64%), de Salas digitales (37%) y uso de PCs y otros (14%), mientras se aprecia un porcentaje menor (27%) de los servicios de salas de lecturas y estudio en grupo. De acuerdo con Miller y Jensen (2007) las redes sociales han fomentado la comunicación, permitiendo mayores espacios de información y haciendo que las personas se sientan parte de la comunidad y las bibliotecas deben atender esta nueva realidad, transformando la forma de ofrecer y promover sus servicios de información entre sus estudiantes.

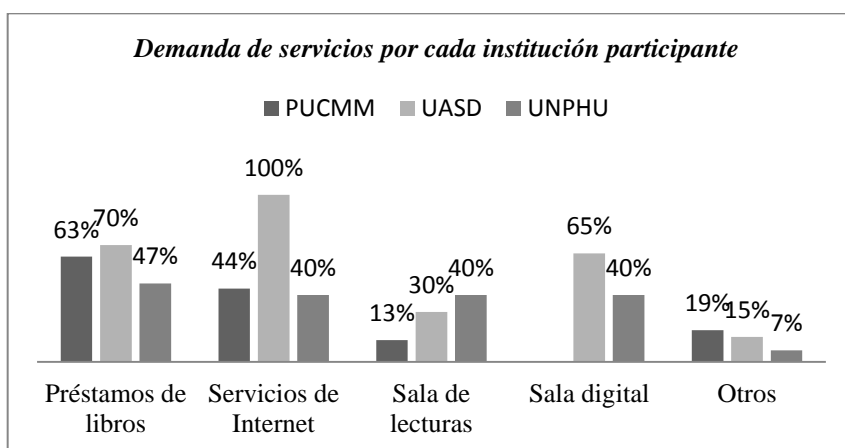


Figura 9. Servicios que con mayor frecuencia demandan los estudiantes de su respectiva biblioteca. (Datos recabados por el autor).

La figura 10 establece que el Impacto de utilización de las redes sociales en ambientes académicos de nivel superior y su relación con el éxito académico de los estudiantes, está determinado por el nivel de oferta de servicios que a través de las redes sociales como *Facebook*, reciben de las bibliotecas, los cuales deben ser parte de una estrategia de planificación bien definida para que sea aprovechados con mayor eficacia, ya que el 94% de los entrevistados coinciden en señalar que conocen la biblioteca y que utilizan algunos de los servicios que allí se ofrecen y más del 60% de los entrevistados demanda los servicios tradicionales de las bibliotecas.

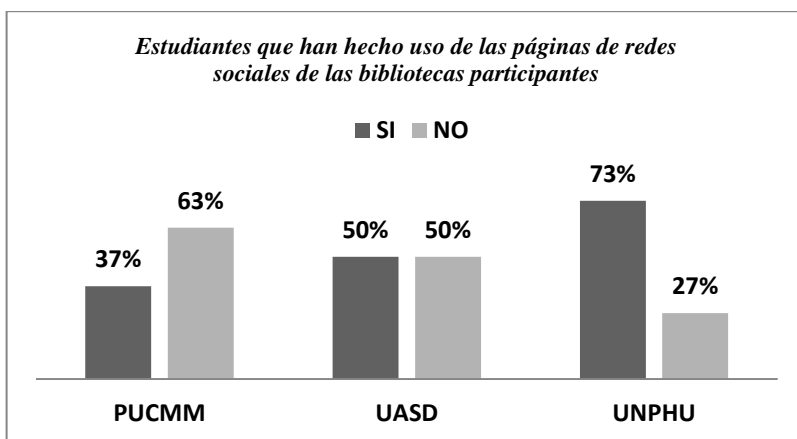


Figura 10. Porcentaje de estudiantes que han hecho uso de las páginas de redes de las bibliotecas participantes. (Datos recabados por el autor).

La figura 11 demuestra que el 63% de los estudiantes de la PUCMM utilizan el portal de la biblioteca para estar enterados de las noticias y eventos relacionados con la universidad. De igual modo, afirman los estudiantes de la UASD, donde el 60% dijo utilizar los portales de *Facebook* para estar actualizado tanto de los eventos como de las noticias que se producen en la universidad y en la UNPHU sólo el 47% lo utiliza para los mismos fines. De donde se afirmar que, las redes sociales son un medio de comunicación por excelencia.

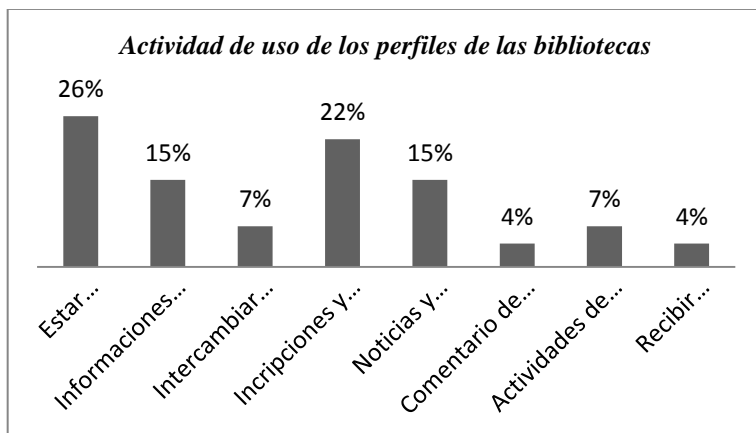


Figura 11. Actividades realizadas por los estudiantes que han hecho uso de los perfiles de las bibliotecas. (Datos recabados por el autor).

La figura 12 es pieza clave para conocer y evaluar la importancia del uso de *Facebook* como medio de promoción de servicios para el grupo de participantes. El 100% de los entrevistados para cada una de las instituciones, consideró muy importante que las bibliotecas utilicen este medio para dar a conocer sus actividades y eventos, tanto de la biblioteca como de la universidad. Esto porque, les es más fácil y rápido enterarse por

este medio. Además, de su facilidad de uso, así como también, para conocer nuevos amigos y compañeros de clase y por ser un buen canal de divulgación de información.

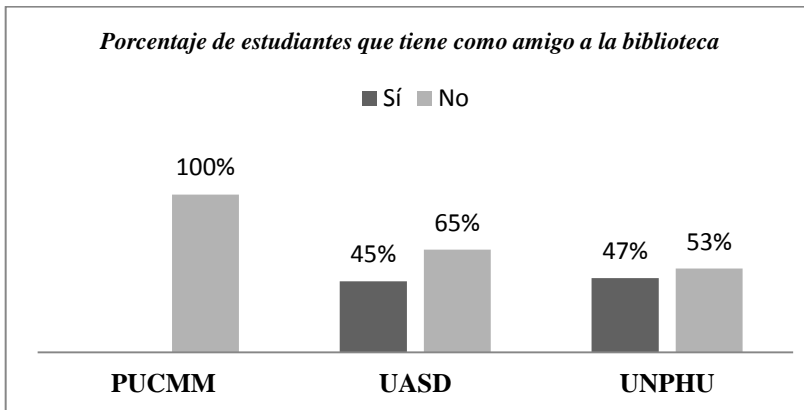


Figura 3. Porcentaje de estudiantes que tiene dentro de la lista de sus amigos a la biblioteca. (Datos recabados por el autor).

La figura 13 reafirma que las repercusiones del uso de las tecnologías en contextos bibliotecarios, en cuanto a los servicios de información que los estudiantes les gustaría recibir por a través de redes sociales como *Facebook*, deben ser parte de una estrategia de planificación, ya que los usuarios que no tienen el hábito de acudir directamente a la biblioteca, tengan contacto con ella, a través de las interacciones de estos portales.

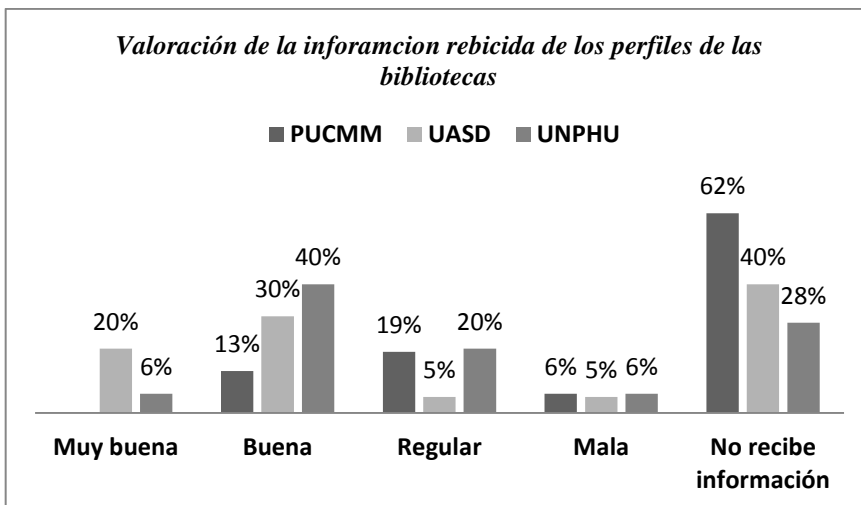


Figura 13. Valoración de la información recibida de los perfiles de las bibliotecas. (Datos recabados por el autor).

La figura 14 demuestra cómo y para qué se podría utilizar esta herramienta de la Web social, debido a que promueve la interacción social al facilitar el contacto con los usuarios, lo que permite otorgar mayor presencia y visibilidad a las bibliotecas en la Web, al tiempo

de atraer a nuevos usuarios y estar informados de lo que acontece en la universidad y la biblioteca.

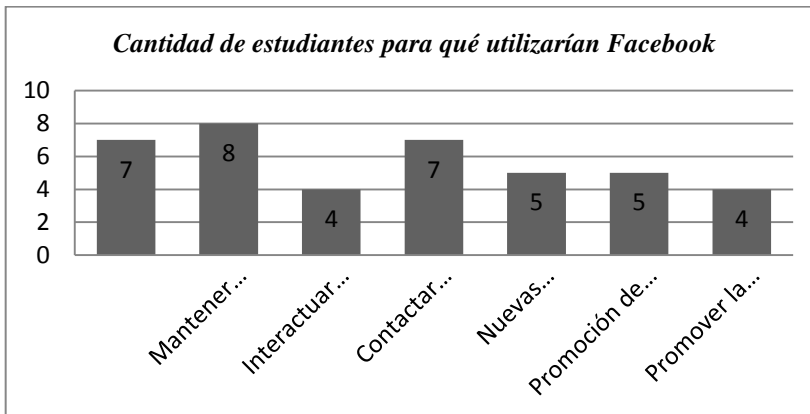


Figura 4. Cantidad de estudiantes que señalaron para qué utilizaría Facebook. (Datos recabados por el autor).

La figura 15 determina que la vinculación del uso de redes sociales y el éxito académico de los estudiantes, influye de alguna manera en su desempeño académico. El 47% de los participantes manifestaron que de alguna manera las redes sociales le han ayudado con su éxito académico, ya que en las redes sociales y en especial *Facebook* se puede compartir e interactuar con compañeros de cursos sobre temas de clases y tareas dejada por el profesor.

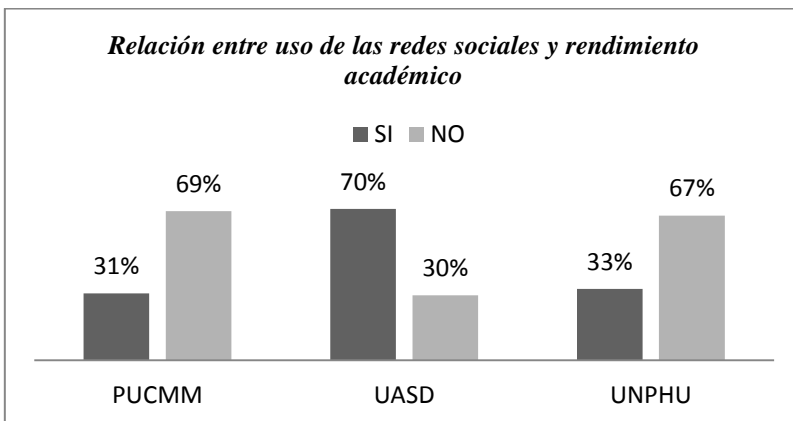


Figura 5. Relación entre uso de las redes sociales y rendimiento académico. (Datos recabados por el autor).

Conclusiones

Los resultados prueban la existencia de una mayor apertura por partes de las bibliotecas universitarias hacia la implementación de las tecnologías de la Web 2.0, particularmente el uso de las redes sociales como medio de socialización de los servicios bibliotecarios, específicamente *Facebook*, no obstante dichas redes parezcan no estar

muy difundida todavía entre las bibliotecas dominicanas, contrario a lo que pudiera pensarse dada su popularidad entre los estudiantes universitarios.

Existe un consenso en considerar bien importante que las redes sociales, específicamente *Facebook* pueden utilizarse en contextos bibliotecarios de ambientes educativos de nivel superior para la promoción y difusión de los servicios que ofrece la biblioteca

Se determinó que el uso de las redes sociales puede influir de manera positiva en el mejoramiento de su desempeño académico en general.

Los datos expuestos muestran que una población muy elevada (47%) no conoce que las bibliotecas tengan presencia y visibilidad en la Web a través de las redes sociales. Por lo que, las redes sociales no se muestran en lo aparente como medios importantes para la promoción y difusión de los servicios bibliotecarios.

Las iniciativas de difusión y marketing que se están llevando a cabo por parte de las bibliotecas dominicanas, contemplan la divulgación de actividades más que la promoción de servicios y recursos de información.

Hay que aceptar el hecho que la Web social ha permeado en casi todos los ámbitos de la vida social y las bibliotecas no deben estar ajenas a este cambio y deben aprender a utilizar las herramientas que tienen a su disposición para poder brindar un mejor servicio.

Referencias

Echeverri Montoya, D. M. (2010). La biblioteca universitaria en el contexto actual de la educación superior en Colombia. *Bibliored. Documentos*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/Diamar421/la-biblioteca-universitaria-en-el-contexto-actual-de-la-educacin-superior-en-colombia>

Seoane García, C. (2007). *A biblioteca 2.0, como novo paradigma de centro de informação e documentação*. Presentación Sanxenxo, 1 e 2. Recuperado de <http://www.slideshare.net/nelidarementeria46/la-biblioteca20enelentornoeducativo21441101123050448phpapp02>

Méndez, E. (2012). *Web Social y las Bibliotecas 2.0 y Los servicios de información y referencia*. Santo Domingo: Fundación Global Democracia y Desarrollo. Recuperado de <http://hipatia.uc3m.es/~mendez/funglode-taller/>

Margaix Arnal, D. (2007). Conceptos de Web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, 16(2), 95-106. DOI: [10.3145/epi.2007.mar.01](https://doi.org/10.3145/epi.2007.mar.01)

González-Fernández-Villavicencio, N. (2009). Bibliotecas y marketing en red. *BiD : textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 12(23), 1-29. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/handle/10760/14143>

- Mújica, J. (2010). Redes sociales: historia, oportunidades y retos. *Forum Libertas*. Recuperado de: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428
- García-Rivadulla, S. (2010). *Actitud 2.0: usos de la Web social en las bibliotecas universitarias uruguayas*. [Preprint]. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/handle/10760/13978>
- Dickson, A. and Holley, R. P. (2010). Social Networking in Academic Libraries: The Possibilities and the Concerns. *New Library World*, 111(11/12), 468 -479. Recuperado de <http://digitalcommons.wayne.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1032&context=slisfrp>
- Margaix-Arnal, D. (2008). Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El profesional de la información*, 17(6), 589-601. [DOI: 10.3145/epi.2008.nov.02](https://doi.org/10.3145/epi.2008.nov.02)
- Miller, S. Jensen, L. (2007). Connecting and communicating with students on Facebook. *Computers in libraries*, 27(8), 18-22. Recuperado de <http://web.ebscohost.com/ehost/detail?hid=10&sid=39ea859f-3ee4-4451-9adb-8d1dfd65a748%40sessionmgr4&vid=17&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=buh&AN=26471076>
- Arroyo Vázquez, (2008). *Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad?* En IV Congreso nacional de bibliotecas públicas, A Coruña, España, pp.285-299. [Conference Paper]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10760/12354>
- Ganster, L. y Schumacher, B. (2009). Expanding beyond our library walls: building an active online community through Facebook. *Journal of Web Librarianship*, 3(2), pp. 111-128.
- Farkas, M. (2008). *The essence of Library 2.0?* Recuperado de: <http://meredith.wolfwater.com/wordpress/2008/01/24/the-essence-of-library-20/>
- Fernández Crespo, M. (2010). *Teorías redes sociales. Introducción*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/montsefc/teoras-redes-sociales-introduccion-4629058>
- Thornton, L. (2009). 'Facebook for libraries', *Christian Librarian*, 52(3), pp. 112-115. Library, Information Science & Technology Abstracts, EBSCOhost [Online].
- Cooper, J. D. (2008). Facebook applications for the library community. *Alabama Librarian*, 58(1), pp. 8-11. Library, Information Science & Technology Abstracts with Full Text, EBSCOhost
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. ed.). México: McGraw-Hill.
- Boyd, D. M., y Ellison, M. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). California: University of California-Berkeley. Recuperado de <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>