

**VII Jornadas Temas Actuales en Bibliotecología TAB,
Mar del Plata, 11 de noviembre de 2016.**

Redes sociales en bibliotecas argentinas: lineamientos para la formulación de una política comunicacional¹

Social networks in Argentinian libraries: tips to formulate a communicational policy

María Cecilia Corda

-Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO Sede Académica Argentina.
-Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET).
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Ensenada, calle 51 e/124 y 125, Edificio A, 2do. piso. CP: 1925. Argentina.
E-mail: mccorda2003@yahoo.com.ar

María Inés Kessler

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET).
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Ensenada, calle 51 e/124 y 125, Edificio A, 2do. piso. CP: 1925. Argentina.
E-mail: kessler_mi@yahoo.com.ar

Resumen: En base a los resultados obtenidos en investigaciones efectuadas por el grupo de investigación del Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET) sobre redes sociales en distintos tipos de bibliotecas (de investigación, universitarias y populares) en Argentina, se efectúa un balance sobre su uso en este tipo de instituciones y se proponen lineamientos para la formulación de una política comunicacional que las contemple y forme parte del plan de gestión de estas unidades de información. Los mismos apuntan a considerar cabalmente todos los aspectos vinculados a los alcances, limitaciones, usos, riesgos y demás que implica la adopción y la apropiación de diferentes redes sociales (tales como Facebook, Twitter, entre otras), su convivencia, gestión y sustentabilidad a lo largo del tiempo.

Abstract: Based on the results of previous research of the research group at the Institute for Research in Humanities and Social Sciences (UNLP - CONICET) on social networks in different types of libraries (research, academic, and popular) in Argentina, it makes a

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

balance on its use in these institutions and guidelines for the development of a communications policy that contemplates and part of the management plan of these information units are proposed. They point to consider all aspects related to the scope, limitations, uses, risks and others involving the adoption and appropriation of different social networks (such as Facebook, Twitter, etc.), their coexistence, management and sustainability to over time.

Palabras clave: Redes sociales / Política comunicacional / Gestión de Bibliotecas / Servicios documentales / Argentina.

Keys: Social networks / Communicational policy / Library management / Bibliographic services / Argentina.

Introducción

Diversos trabajos analizan la adopción y los usos de redes sociales por parte de las bibliotecas. Entre ellos se pueden mencionar los recientes aportes de Laudano y otros (2014, 2016) en relación al uso de Facebook en bibliotecas de investigación y universitarias en Argentina, en los cuales se analiza el uso de la red social Facebook a partir de distintas variables, tales como: inicio de la actividad, vínculo con otras redes sociales y sitios web institucionales, cantidad de seguidores, tipología de mensajes que publican, entre otras. Se destaca la disparidad en la construcción de una estrategia comunicacional, definida por la frecuencia (o periodicidad) y la calidad de las publicaciones halladas, además de la función que adquiere la red social en estas bibliotecas, como mera herramienta de difusión de información y no como espacio de intercambio. En el caso de las bibliotecas populares (Laudano y otros, en prensa), el estudio estuvo centrado en La Plata, Berisso y Ensenada. Los resultados preliminares apuntan a páginas en desuso, migración de perfiles a páginas, informaciones institucionales básicas incompletas (ubicación física, teléfono, email, etc.), desproporción entre esfuerzos comunicacionales por parte de la institución y reacción de los seguidores (en términos de emitir mensajes de intercambio, compartir los contenidos, indicar si les gustó, etc.).

En cuanto al uso de Twitter en bibliotecas universitarias argentinas, analizado por Laudano, Planas y Kessler (2016), se ha observado que en promedio las bibliotecas publican 1 tweet al día, siendo los servicios y la difusión de eventos los temas más frecuentes.

Por su parte, Castillo Díaz y Herrera Morillas (2014) analizan distintos canales de comunicación de las bibliotecas universitarias españolas con los usuarios, entre ellos las redes sociales, en particular Facebook, y los microblogs, particularmente Twitter. Como

resultado de este análisis surge en primer lugar que Facebook es la red social que cuenta con mayor número de adhesiones por parte de las bibliotecas universitarias españolas, se destaca además el uso de Twitter en segundo lugar, como herramienta de comunicación de estas instituciones, mientras que el uso de blogs ha ido en disminución, ya que no propician una participación tan fluida de los usuarios, sino que más bien actúan como apoyo a los servicios bibliotecarios.

Cortés y Dugatto (2013) investigan los usos de diferentes medios de comunicación en la Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba, y concluyen en que los usuarios de la biblioteca utilizan “muy poco las redes sociales en su interacción o relación con la biblioteca”.

Otros trabajos, centrados en bibliotecas universitarias, son el de De Volder y Gutiérrez (2008) en el que se plantea la escasa presencia de estas bibliotecas en la red social Facebook. De Volder, González Terán y Gutiérrez (2012) describen y realizan un análisis de los perfiles y del uso de Twitter por parte de las bibliotecas universitarias argentinas. Plantean que, a pesar de los beneficios que brinda la herramienta, el porcentaje de bibliotecas que la utiliza es extremadamente menor en relación al número total de bibliotecas y centros de todo el país. Un dato para destacar es que según este trabajo el 53% de las bibliotecas tiene una política definida sobre el servicio.

En cuanto a recomendaciones o lineamientos para la presencia de calidad de las bibliotecas en las redes sociales y la comunicación efectiva con los usuarios, los trabajos antes mencionados no hacen referencia a esto.

Marinho, Pereira y Pereira (2013) destacan los beneficios del uso de las redes sociales en bibliotecas, para la interacción con los usuarios y la difusión de los servicios. El artículo analiza el uso de las redes sociales en bibliotecas universitarias públicas de San Luis (Biblioteca Central da Universidade Federal do Maranhão-UFMA; Biblioteca Central da Universidade Estadual do Maranhão-UEMA). Se trata de un estudio exploratorio-descriptivo, recurriendo a la observación de los sitios web de las bibliotecas para la obtención de datos y a una encuesta. Los resultados demuestran que si bien el uso de estos recursos es reciente y bastante escaso, pueden ayudar a mejorar la comunicación con los usuarios y la difusión de los servicios.

Por su parte, Bröll-Nadal, Cabré-Serray Gándara-Sanz (2012), presentan las estrategias comunicacionales aplicadas en el Consorcio de Biblioteques de Barcelona, que nuclea 37 bibliotecas públicas de esa región de España. Mencionan que la mayor parte de los canales de comunicación implementados, entre los que obviamente se encuentran las redes sociales, están gestionados desde la Dirección Técnica de Coordinación y Servicios, que tiene responsabilidades en el ámbito TIC, excepto el boletín electrónico MésBiblioteques IRIS que se gestionan desde el Departamento de Comunicación y Prensa

de Bibliotecas de Barcelona. Resaltan que la inclusión de “Comunicación con los usuarios” como línea estratégica en el Plan de Acción favorece la planificación, la dotación de recursos y la investigación, y mejora las vías de comunicación y participación con la comunidad usuaria.

Marquina (2010) plantea, al igual que Marinho, Pereira y Pereira (2013), la utilidad de las redes sociales en bibliotecas, debido a la rapidez y eficacia en la comunicación con los usuarios para la difusión de información. Entre las recomendaciones que aporta el autor para la implementación de redes sociales, en especial Facebook y Twitter, se encuentran: la gestión de la cuenta debe ser realizada por el bibliotecario y no por otra persona, la información que se difunda debe estar dirigida tanto a los usuarios actuales como potenciales y puede abarcar noticias propias de la biblioteca, actividades y eventos culturales, recomendaciones de libros, novedades de los fondos, fotografías o videos relacionados con las actividades de la institución, y comunicaciones que posibiliten a los usuarios la recomendación de material a adquirir por parte de la biblioteca. Cada biblioteca deberá crear su política de difusión y comunicación, teniendo claro para qué se van a usar las redes sociales. El tiempo que se dedique a esta tarea dependerá de la interacción que se tenga con los usuarios y de la cantidad de información que se desee compartir.

Aharony (2010) realiza un seguimiento, a través de Twitter, de treinta bibliotecas estadounidenses, públicas y académicas, durante tres meses. Como resultado indicó que ambos tipos de instituciones coinciden en usar la herramienta de comunicación como difusora de información acerca de la biblioteca, seguida de misceláneas y tecnología.

Por su parte, Andrade y Velázquez (2010) realizan su trabajo sobre la viabilidad de participación de las bibliotecas universitarias en las redes sociales. Plantean la experiencia de recolección de datos (a través de una encuesta a los usuarios) en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República (Uruguay) mediante la que se determinó si usaban o no redes sociales y cuáles, siendo Facebook la de mayor uso. Además, los encuestados contestaron acerca de si la biblioteca debía estar en las redes sociales o no y sobre el uso que ellos mismos hacen de estas redes. Se presenta una serie de recomendaciones sobre la planificación, implementación y uso de las redes sociales en bibliotecas universitarias.

Ahora bien, a la vista de estos análisis y resultados, se erige la necesidad, desde la gestión, de plantear una política comunicacional que incluya los aspectos vinculados al manejo de las redes sociales en el ámbito de las bibliotecas argentinas. Esto, en principio, planteará previsiones, reducirá la incertidumbre sobre qué hacer en determinadas circunstancias, propondrá mecanismos de seguimiento y control, entre otras cuestiones. El presente trabajo propone lineamientos para la formulación de una política comunicacional que las contemple y forme parte del plan de gestión de estas unidades de información. Los

mismos apuntan a considerar cabalmente todos los aspectos vinculados a los alcances, limitaciones, usos, riesgos y demás que implica la adopción y la apropiación de diferentes redes sociales (tales como Facebook, Twitter, entre otras), su convivencia, gestión y sustentabilidad a lo largo del tiempo.

Política comunicacional y redes sociales en bibliotecas.

Tal como sostiene Véliz Montero (2011): “La comunicación se valida cuando el territorio en su conjunto comparte un plan estratégico. La comunicación no sólo informa, sino que también construye certezas y confianzas”. El autor plantea un modelo de planificación comunicacional de 360º (pp. 138-139), coincidiendo en los pasos básicos del plan estratégico que proponen Brandolini y González Frígoli (2009, pp. 69-70), a saber: formulación de un diagnóstico situacional. Definición de los objetivos. Definición de la estrategia de acción. Selección de los públicos. Selección de las herramientas de comunicación. Calendarización. Ejecución. Monitoreo y evaluación.

En términos de Kawalec (2009), la presencia de la biblioteca en las redes sociales tiene que ser planificada y cuidada. El perfil en una red social no puede sustituir al sitio Web de la biblioteca. Lo que se puede hacer es ayudar a estar presente en el contexto de información, ocio y relaciones con el usuario, dar visibilidad a sus servicios, difundir eventos organizados por la institución y demás. Así, la página o la cuenta de la biblioteca en determinada red social puede ser un buen complemento de los servicios ofrecidos en su sitio Web. Es posible, aunque no está justificado o suficientemente indagado, que la presencia en las redes sociales genere tráfico hacia su sitio Web.

En este sentido, es necesario contar con una política y un plan de comunicación que incluya a las redes sociales en las que esté presente la biblioteca. Es sabido de los beneficios del uso de redes sociales por parte de las bibliotecas, entre los principales se pueden mencionar:

- a) Mayor interacción y colaboración de los usuarios con la biblioteca;
- b) Interacción con los usuarios a través del intercambio de informaciones;
- c) Diseminación de informaciones a través de un nuevo canal de comunicación, que resulta de bajo costo, eficiente y rápido;

d) Aumento del público participante en eventos, capacitaciones, actividades de extensión, etc., promocionados por la biblioteca;

e) Aumento del acceso o la consulta del blog o del sitio web de la biblioteca (Gutiérrez, 2015a, Farias, 2013).

Aunque también hay que tener en claro cuáles son los posibles riesgos de su apropiación y uso. Entre ellos se pueden enumerar los que siguen a continuación, de acuerdo al balance efectuado por Kawalec (2009):

a) falta de conexión continuada de los miembros con la consiguiente escasez o nulidad de participación en los espacios comunes;

b) actividad muy intensa de ciertos usuarios por sobre otros, con un desbalanceo contundente entre quienes escriben, opinan, critican y quienes leen y callan;

c) ausencia o escasez de “experiencias de aprendizaje” propiciadas en el marco de las redes sociales implementadas (Área Moreira, 2008);

d) falta de coordinación de políticas de la biblioteca respecto al tema de redes sociales, voluntarismo para su manejo y sostenimiento, con riesgo de pérdida de sustentabilidad con el correr del tiempo.

Lineamientos comunicacionales a tener en cuenta en relación a las redes sociales de las bibliotecas: de la A a la Z.

En base a las recomendaciones efectuadas por Gutiérrez (2015a, 2015b, 2016a, 2016b) en sus posts en el difundido blog *Infotecarios* y a las hechas en sus respectivos trabajos por Aquino (2012, 2014), Catarino, Carvalho y Zaninelli (2012), Andrade y Velásquez (2010), García Giménez (2010), se consideran los siguientes lineamientos que ayudarán a las bibliotecas a sostener una política comunicacional respecto a las redes sociales que habiliten. También pueden observarse manuales de buenas prácticas elaborados por bibliotecas o sistemas de bibliotecas, tales como los de REBIUN (2014), Universidad de Zaragoza (2014) y Universidad de Jaime I (2013), entre otros.

Los lineamientos, por supuesto, tendrán que ir, como se ha dicho, en concordancia con el plan estratégico que posean las instituciones, de manera de que queden articulados y breguen por el cumplimiento de los objetivos planteados para tal período de tiempo.

- a) Responsabilidades: establece las competencias de las tareas para seleccionar, evaluar y subir los contenidos a las redes sociales.
- b) Contenidos: prevé el tipo de información a ser posteada. Se propone que sean publicados contenidos originales, esto es, que no han sido subidos a otros medios y que contengan comentarios que agreguen valor al asunto que la institución propone.
- c) Certificación de las informaciones: es necesario que se respalden en fuentes confiables.
- ch) Elaboración de un instructivo de cada red social (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, SlideShare, Delicious, Pinterest, etc.), con una breve descripción de cada herramienta, seguida de las características y los alcances de cada una.
- d) Eliminación de mensajes por contenidos ofensivos, discriminatorios, despectivos o que atenten contra los valores de la biblioteca. Además, una cuenta en una red social podrá ser cancelada cuando la biblioteca lo considere necesario u oportuno (por ej: por incumplimiento con los objetivos planteados, superposición de funciones con otras redes más efectivas que estén en uso, etc.).
- e) Ortografía: se debe controlar que los textos que se publiquen no tengan faltas ortográficas ni errores gramaticales, de acuerdo a lo establecido por la Real Academia Española. Por más que se trate de medios impregnados de cierta informalidad, la página, cuenta, etc., representan a una institución.
- f) Redacción: clara y concisa, con los datos claves en la información brindada para su comprensión y/o apropiación.
- g) Estructura de la información: la información debe ser presentada de acuerdo a un criterio lógico, que denote o bien una estructura jerárquica o bien ciertas relaciones semánticas que sean significativas para el público destinatario.
- h) Normativa: las cuestiones de privacidad son tenidas en cuenta por las redes sociales, no obstante, es conveniente que el administrador de las cuentas de la biblioteca elabore y publique una normativa de participación.
- i) Estética: se seleccionarán las imágenes que se subirán a la red, tales como logos, fotos, ilustraciones, etc. También el uso de colores, tipografías y demás.
- j) Periodicidad: se establecerán los períodos en que se subirán los contenidos a cada una de las redes sociales, equilibrando si existiera más de una en uso.
- k) Sustentabilidad: se preverán situaciones atípicas a fin de que las informaciones institucionales continúen circulando en las redes independientemente de circunstancias tales como ausencias de personal, fallas en los servidores institucionales, etc.
- l) Prioridad: se procurará un orden de prioridad de acuerdo a los contenidos que se estipulen subir a las redes sociales (por ej: vinculados con eventos de extensión cultural, se preferirá Facebook; sobre novedades bibliográficas incorporadas al OPAC, se preferirá

Twitter; para fotos de actividades de capacitación brindadas por personal de la biblioteca, se preferirá Instagram, etc.).

ll) Elección de nombre: uniforme para todas las redes sociales de las que se haga uso, que sea de fácil localización y reconocible por parte de los usuarios.

m) Verificación del correcto funcionamiento de los links proporcionados.

n) Mención de las citas que correspondan, siguiendo un estilo uniforme.

ñ) Constatación de la solidez de la información brindada (por ej: si se divulgan eventos, deben estar presentes el día, la hora, la localidad, un link para más información).

o) Divulgación de las redes sociales entre los usuarios a través de diferentes medios, con el fin de que puedan elegir la que les resulte más cómoda para entablar el vínculo con la biblioteca (captación de usuarios).

p) Comunicación: feedback con los usuarios en relación a los comentarios que publiquen en las redes sociales. Establecimiento de un plazo de respuesta (por ej: 24hs.).

q) Fidelización de usuarios al construir una comunidad unida por intereses comunes.

r) Formulación de campañas para promoción de las actividades de la biblioteca que resulten particularmente de interés para algunos segmentos de usuarios (por ej: actividades de extensión, programas de preservación de materiales impresos o en otros formatos, proyectos de digitalización de colecciones, creación y desarrollo de repositorios, suscripción a bases de datos de revistas académicas, etc.).

s) Integración de los productos y servicios que ofrece la biblioteca a las redes sociales (por ej: referencia digital, OPAC, etc.).

t) Capacitación del personal en relación a actividades periódicas para actualización sobre nuevas herramientas y funcionalidades de las redes, desarrollo de capacidades comunicacionales, diseño de campañas de difusión o promoción, etc.

u) Implicación de todo el personal de la biblioteca en el plan de comunicación de redes sociales, aunque la responsabilidad esté claramente definida en un puesto de trabajo que las gestione.

v) Seguimiento de bibliotecas y otros centros culturales que tengan buenas prácticas en el uso de redes sociales para poder extraer ejemplos, experiencias y demás, plausibles de aplicación a la propia realidad institucional.

w) Adecuación a las pautas de funcionamiento de cada red social (por ej: Facebook para instituciones exige la apertura de una página, no de una perfil que lo destina a las personas; Twitter estipula una extensión para sus mensajes; etc.).

x) Cumplimiento de legislación vigente: verificación de que se contemplen las leyes vigentes en relación, por ejemplo, a propiedad intelectual, privacidad de datos personales, acceso a la información, imágenes de menores de edad, etc.

y) Evaluación del uso de las redes: empleo de distintos métodos para evaluar el impacto de las redes para con la comunidad usuaria (datos estadísticos, encuestas, entrevistas, focus group, etc.).

z) Integración de las redes sociales a través del sitio web de la Biblioteca, consignando los links de cada una de ellas, y en las mismas los de las otras redes que se utilicen.

Conclusiones

Las posibilidades que ofrecen las redes sociales son por demás conocidas. No se pueden perder de vista, no obstante, los propósitos y las motivaciones que han llevado a la biblioteca, centro de información o de documentación como institución a participar en ellas. Lo que a veces comienza como una experimentación, suele convertirse en algo permanente, motivo por el cual, como en otros procesos de gestión, hay que aplicarles procedimientos y parámetros de desarrollo, control y evaluación. Manuales, pautas, guías, o como se desee llamarlos, tendrán entonces que inspirarse en la propia experiencia transitada, así como también en las herramientas desarrolladas por otras instituciones con más trayectoria, los lineamientos brindados por organismos del área, el know how que pueda adaptarse / adoptarse de otros ambientes (por ej: empresarial), los aportes profesionales en distintos medios (congresos, jornadas, blogs, grupos de discusión, listas profesionales, etc.), y la bibliografía más académica que comienza a proliferar en pos de analizar estas iniciativas comunicacionales. Con todo ello, se podrá pensar, diseñar e implementar una política comunicacional para las bibliotecas, teniendo en cuenta las redes sociales y su amplia gama de posibilidades. Esperamos que este trabajo contribuya en ese sentido.

Bibliografía

- Aharony, N. (2010). Twitter use in libraries: an exploratory analysis. *Journal of web librarianship*, 4, 333–350.

- Andrade, E. y Velázquez, E. (2010) La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. *Biblos*, 42. Disponible en World Wide Web:

<http://eprints.rclis.org/15097/1/AndradeVel%C3%A1zquez.pdf>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Aquino, S. (2012, junio). Uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias peruanas: el caso de Facebook. En *III Seminario Internacional de Bibliotecología e Información SIBI*. Lima, Perú. Disponible en World Wide Web:

<http://es.slideshare.net/silvanaaquino1/silvana-aquino-pptponenciasibi2012-23616447>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Aquino, S. (2014). Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. En *VI Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias*, Lima, Perú. Disponible en World Wide Web:

http://www.ulima.edu.pe/sites/default/files/news/file/biblioteca_2014-06-24_silvana_aquino_ponencia_uso_del_fb_en_bibliotecas_universitarias.pdf

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Área Moreira, M. (2008). Las redes sociales en Internet como espacios para la formación del profesorado. *Razón y palabra*, 63. Disponible en World Wide Web:

<http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Brandolini, A. y González Frígoli, M. (2009). *Comunicación interna*. Buenos Aires: DirCom, La Crujía.

- Bröll-Nadal, A., Cabré-Serra, A. y Gándara-Sanz, D. (2012). Comunicar en la red: estrategias de Bibliotecas de Barcelona. *El profesional de la información*, 21(4), 406-412. Disponible en World Wide Web:

<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2012/julio/13.pdf>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Castillo Díaz, A. y Herrera Morillas, J. L. (2014). Nuevas fórmulas de comunicación con los usuarios de las bibliotecas universitarias. *Historia y comunicación social*, 19 nº especial enero. Disponible en World Wide Web:

<http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/45004/42375>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Catarino, M. E., Carvalho, M. M. S. y Zaninelli, N. M. J. (2012). Política para a manutenção de conteúdos nas redes sociais e no portal do sistema de bibliotecas da Uel. Em *XVII Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias*, Gramado, Brasil. Disponible en World Wide Web:

<http://www.snbu2012.com.br/anais/pdf/4QXW.pdf>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Cortés, M. B. y Dugatto, V. (2013). Usos, prácticas y consumos culturales de nuevos medios: Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba. En *III Jornadas de Intercambios y Reflexiones acerca de la Investigación en Bibliotecología*, La Plata, Argentina. Disponible en World Wide Web:

http://www.jornadabibliotecologia.fahce.unlp.edu.ar/jornadas-2013/actas-2013/cortes_dugato.pdf/view?searchterm=None

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- De Volder, C. y Gutiérrez, F. (2008). La (no) presencia de las bibliotecas universitarias argentinas en Facebook. En *6° Jornadas de Bibliotecas Digitales Universitarias JBDU*, La Plata, Argentina. Disponible en World Wide Web:

<http://eprints.rclis.org/15127/2/posterJBDU8facebook.pdf>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- De Volder, C., González Terán, Y. y Gutiérrez, F. (2012). Microblogging: el caso de Twitter en bibliotecas universitarias argentinas. En: *10ª Jornadas de Bibliotecas Digitales Universitarias Argentinas*, Buenos Aires, Argentina. Disponible en World Wide Web:

Web: <http://eprints.rclis.org/18020/1/twitterporlasbibliotecasuniversitariasargentinas.pdf>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Farias, M. V. (2013). O uso das redes sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. Em *XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação*, Florianópolis, Brasil. Disponible en World Wide Web:

<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1428/1429>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- García Giménez, D. (2010). Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. *BID Textos universitarios de biblioteconomía e documentación*, 24. Disponible en World Wide Web:

<http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Gutiérrez, F. (2015a). 10 recomendaciones para el buen uso de bibliotecas en Facebook. Post en Infotecarios. Disponible en World Wide Web:

<http://www.infotecarios.com/10-recomendaciones-para-el-buen-uso-de-bibliotecas-en-facebook>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Gutiérrez, F. (2015b). Razones por las cuales las bibliotecas fallan en los social media. Post en Infotecarios. Disponible en World Wide Web:

<http://www.infotecarios.com/razones-por-las-cuales-las-bibliotecas-fallan-en-los-social-media>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Gutiérrez, F. (2016a). La biblioteca debe ir más allá de la cantidad de seguidores en Facebook. Post en Infotecarios. Disponible en World Wide Web:

<http://www.infotecarios.com/13216-2>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Gutiérrez, F. (2016b). Habilidades que necesita un bibliotecario para gestionar redes sociales. Post en Infotecarios. Disponible en World Wide Web:

<http://www.infotecarios.com/habilidades-que-necesita-un-bibliotecario-para-gestionar-redes-sociales>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Kawalec, A. (2009). Propuesta de una red social para bibliotecas universitarias. Tesina de licenciatura. Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de Informática. Departamento de

Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte, Valencia. Disponible en World Wide Web:

http://eprints.rclis.org/14466/1/propuesta_de_red_social_para_bibliotecas_universitarias.pdf

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Laudano, C. N. y otros. (2014). Los usos de la red social Facebook en las bibliotecas de institutos y centros de investigación en Argentina. *Palabra clave*, 4(1). Disponible en World Wide Web:

<http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/index.php/PCLP>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Laudano, C. N. y otros. (2016). Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. *Revista interamericana de bibliotecología*, 39(1), 23-37. Disponible en World Wide Web:

<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/view/25421/20981>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Laudano, C. N. y otros. (en prensa). Informe sobre Facebook y bibliotecas populares en La Plata, Beriso y Ensenada.

- Laudano, C. N., Planas, J. A. y Kessler, M. I. (2016). Aproximaciones a los usos y apropiación de Twitter en bibliotecas universitarias de Argentina. *Anales de documentación*, 19(2)..

- Marinho, R. R., Pereira, L. J. S. e Pereira, L. J. S. (2013). Redes sociais em bibliotecas universitárias públicas da cidade de São Luís para divulgar seus serviços. *En XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação*, Florianópolis, Brasil. Disponible en World Wide Web:

<http://portal.febab.org.br/anais/article/view/1439/1440>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Marquina, J. (2010). El uso de Twitter y Facebook en las bibliotecas. Post en el blog del autor. Disponible en World Wide Web:

<http://www.julianmarquina.es/uso-twitter-facebook-bibliotecas>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- REBIUN. (2014). Manual de buenas prácticas en redes sociales. S. I.: REBIUN. Disponible en World Wide Web:

http://www.rebiun.org/documentos/Documents/IIPE_2020_LINEA3/IIPE_Linea3_Manual_Buenaspracticas_redes_sociales_2014.pdf

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Universidad de Jaume I. (2013). Manual de uso y buenas prácticas de las redes sociales de la Biblioteca de la Universidad de Jaume I. Castelló de la Plana: Universidad de Jaume I. Disponible en World Wide Web:

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/86969/ManualdeusoredessocialesBiblioUJI.pdf?sequence=1>

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Universidad de Zaragoza. (2014). Manual de uso y estilo de las redes sociales de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza. Zaragoza: Universidad de Zaragoza. Subcomisión de Comunicación 2.0. Disponible en World Wide Web:

https://biblioteca.unizar.es/sites/biblioteca.unizar.es/files/documentos/manual_estilo_redes_sociales.pdf

(Fecha de consulta: 10/06/2016).

- Véliz Montero, F. (2011). Comunicar: construyendo diálogos estratégicos en 360° para organizaciones del nuevo siglo. Barcelona: Gedisa, Océano.