

Chaco - Argentina 2024



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA
INFORMACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
INFORMACIÓN**

Tesina: Estudio sobre el acceso y uso de los usuarios del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste

**Tesista: Milagros Carolina Petcoff Riquelme
Directora: Dra. Fernanda Frasson Martendal**

RESUMEN

Se realiza el estudio de usuarios acerca de cómo se realiza el acceso y uso de los usuarios del Instagram Institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste. Se abordan temas acerca de las bibliotecas universitarias como unidad de información, los bibliotecarios como profesionales de referencia, la difusión de servicios y productos en bibliotecas en interfaces digitales, el uso de las redes sociales para la difusión de servicios y productos en bibliotecas, las necesidades de información de los usuarios y el comportamiento informativo.

Se investiga de con el tipo de estudio cuanti-cualitativo, exploratorio y descriptivo. Se realizó el uso de la técnica de observación del objeto de estudio que es la cuenta en Instagram acerca de qué servicios y productos brindan desde el momento de su creación hasta el año 2024, junto a una entrevista a los profesionales encargados de las bibliotecas universitarias. Luego se procedió a realizar una encuesta a los estudiantes que asisten a dichas bibliotecas para determinar qué tipos de usuarios son, cuáles son sus necesidades de información y su comportamiento informacional. El análisis resultó que la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades fue creada a raíz de la pandemia y la de la Facultad de Ingeniería en 2015, en las cuales se comenzaron a difundir sus servicios y productos disponibles, por medio de imágenes y videos creados por los mismos bibliotecarios que trabajan dentro de las bibliotecas universitarias. Del análisis de acceso y uso de sus usuarios se observó que al menos entre el 60% y 70% de los estudiantes que asisten son de la misma Facultad a la que pertenece cada biblioteca dejando como determinados usuarios reales.

Se concluye demostrando que sus usuarios acceden y usan el Instagram para buscar horarios disponibles para uso de los servicios, acceso a bases de datos, información sobre disponibilidad de materiales e información en general, determinadas como sus necesidades principales de información, también se observó que deciden compartir toda información encontrada con sus compañeros de estudio y se encuentran conformes con la información publicada en la cuenta de Instagram y también comentaron acerca de aspectos a mejorar, dejando así constatar que cuentan con un comportamiento informacional comprometido e interesado sobre lo difundido por las bibliotecas universitarias en la red social Instagram.

ABSTRACT

A user study is conducted on how users access and use the Institutional Instagram of the university libraries of the Faculty of Humanities and the Faculty of Engineering of the Universidad Nacional del Nordeste. It addresses issues about university libraries as an information unit, librarians as reference professionals, the dissemination of services and products in libraries in digital interfaces, the use of social networks for the dissemination of services and products in libraries, users' information needs and information behavior.

The research was conducted as a quantitative-qualitative, exploratory and descriptive study. The technique of observation of the object of study was used, which is the Instagram account about what services and products they provide from the time of its creation until the year 2024, along with an interview with the professionals in charge of the university libraries. Then we proceeded to conduct a survey of students who attend these libraries to determine what types of users they are, what their information needs are and their informational behavior. The analysis resulted that the Instagram account of the Library of the Faculty of Humanities was created as a result of the pandemic and that of the Faculty of Engineering in 2015, in which they began to disseminate their services and products available, through images and videos created by the same librarians working within the university libraries. From the analysis of access and use of its users it was observed that at least 60% to 70% of the students attending are from the same Faculty to which each library belongs leaving as certain real users.

It is concluded by demonstrating that its users access and use Instagram to search for available schedules for use of services, access to databases, information on availability of materials and information in general, determined as their main information needs, it was also observed that they decide to share all information found with their fellow students and are satisfied with the information posted on the Instagram account and also commented on aspects to improve, thus confirming that they have a committed and interested informational behavior on what is disseminated by the university libraries on the Instagram social network.

Dedico este trabajo final a Vilma y Ruli, mis padres que me acompañaron en toda mi vida universitaria y me ayudaron a elegir esta carrera.

A mis amigas/os que son mis hermanas/os de otra madre, me aguantaron todo este tiempo y me dieron fuerzas.

A mis compañeras/os de carrera que fueron el gran sostén y compañía de tantos días de teres, risas, chismes, re cursadas y “estudio”.

A mis primos Eze y Noe que me ayudaron incondicionalmente. A mi psicóloga y psiquiatra, gracias a ellas estoy aquí cumpliendo un sueño más.

A mi Directora, Dra. Fernanda Frasson Martendal por toda la paciencia y enseñanza que me dejó.

A mi Baba que desde el cielo me guió para que pudiera terminar la carrera, siempre lo anhelo más que yo y fue mi gran Esperanza.

A mi Luna y por último a mi amor Ramiro por ser mi compañero de vida. Gracias Dios y Universo...

“...Parte de crecer y avanzar hacia nuevos capítulos de tu vida se trata de atrapar y soltar, lo que quiero decir con esto es: saber qué cosas conservar y qué cosas liberar, no puedes cargar con todas las cosas, decide que es tuyo y deja ir el resto, a menudo las cosas buenas de tu vida son más ligeras de todos modos, por lo que hay más espacio para ellas. Tienen que elegir aquello para lo que su vida tenga tiempo y espacio...” - Taylor Swift.

ÍNDICE

LISTA DE ILUSTRACIONES	14
LISTA DE TABLAS.....	15
LISTA DE GRÁFICOS.....	16
GLOSARIO DE TÉRMINOS USADOS EN INSTAGRAM	18
1 INTRODUCCIÓN	20
1.1. Objetivos.....	22
1.2. Justificación	23
1.3. Relevancia académica, científica y social de esta tesis	25
1.4. Supuestos de la investigación.....	26
2 ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.1. La biblioteca universitaria como unidad de información	33
2.2. Los bibliotecarios como profesionales de referencia en la biblioteca	35
2.3. La difusión de servicios y productos en bibliotecas en interfaces digitales	40
2.3.1. <i>El uso de las redes sociales para la difusión de servicios y productos en bibliotecas.....</i>	<i>42</i>
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	50
3.1. Selección del contexto	54
3.1.1. <i>La Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste.....</i>	<i>55</i>
3.1.1.1. <i>La Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste.....</i>	<i>61</i>
3.1.1.2. <i>La Biblioteca Central de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste.....</i>	<i>64</i>
3.2. Estrategia metodológica.....	67
3.3. Instrumentos de recolección de información.....	68
3.3.1. <i>Caracterización técnica: recolección de la información.....</i>	<i>70</i>
3.3.2. <i>Procedimiento de validación de los instrumentos de investigación.....</i>	<i>74</i>
3.4. Proceso de análisis y codificación de la información.....	75
4 ANÁLISIS Y REFLEXIONES SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO	77
4.1. Las redes sociales de las bibliotecas de la Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste.....	77
4.1.1. <i>La Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste en las redes: su cuenta de Instagram</i>	<i>78</i>
4.1.2. <i>La Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste en las redes: su cuenta de Instagram</i>	<i>86</i>
4.2. Los usuarios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería: caracterización, factores internos y externos	93
4.2.1. <i>Los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades</i>	<i>93</i>
4.2.2. <i>Los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....</i>	<i>98</i>

4.3. Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste	103
4.3.1. <i>Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades</i>	104
4.3.2. <i>Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería</i>	111
4.4. La necesidad de la información de los usuarios de las cuentas de Instagram de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste.....	117
4.4.1. <i>Necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades</i>	118
4.4.2. <i>Necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería</i>	123
4.5. El comportamiento informativo de los usuarios de las cuentas de Instagram de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste.....	126
4.5.1. <i>Comportamiento informativo de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades</i>	126
4.5.2. <i>Comportamiento informativo de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería</i>	130
5 CONCLUSIONES	135
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
ANEXOS	142
ANEXO 1. Entrevista a la profesional encargada de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	142
ANEXO 2. Entrevista a la profesional encargada de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	150
ANEXO 3. Guión de encuesta piloto realizada a los usuarios/as en la Biblioteca Central de la UNNE	158
ANEXO 4. Guión de encuesta para usuarios/as de bibliotecas universitarias (Biblioteca de la Facultad de Humanidades)	167
ANEXO 5. Guión de encuesta para usuarios/as de bibliotecas universitarias (Biblioteca de la Facultad de Ingeniería)	176
ANEXO 6. Guión de entrevista para encargado/a de la Biblioteca de la Facultad Humanidades y de la Facultad de Ingeniería.....	184

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Modelo NEIN de Villaseñor Rodríguez y Calva González.....	53
Ilustración 2 Estructura orgánico funcional de la Secretaría General Académica de la UNNE.....	56
Ilustración 3 Biblioteca de la Facultad de Humanidades	62
Ilustración 4 Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	64
Ilustración 5 Código QR expuesto en la Biblioteca de Humanidades.....	72
Ilustración 6 Código QR expuesto en la Biblioteca de Ingeniería	73
Ilustración 7 Perfil de la cuenta @bibliotecashum.UNNE.....	81
Ilustración 8 Interacción con la audiencia en el Instagram de la Biblioteca de Humanidades	84
Ilustración 9 Perfil de la cuenta @bibliotecainge.UNNE.....	88
Ilustración 10 Interacción con la audiencia en el Instagram de la Biblioteca de Ingeniería.....	91
Ilustración 11 Comportamiento informativo de usuarios de la cuenta de Instagram de las bibliotecas universitarias analizadas.....	134

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Estudios de referencia para la investigación	29
Tabla 2 Herramientas de Instagram para el uso de difusión de servicios en una Biblioteca Universitaria	47
Tabla 3 Modelo de Choo, Detlor y Turnbull sobre las Necesidades de Información	54
Tabla 4 Cantidad de Socios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y Facultad de Ingeniería y Seguidores de Instagram	55
Tabla 5 Información disponible de las Bibliotecas e Institutos de Investigación de la UNNE	58
Tabla 6 Redes sociales de las Bibliotecas e Institutos de Investigación de la UNNE	77
Tabla 7 Opiniones sobre tipos de contenido que no produce y podría producir la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	121
Tabla 8 Opiniones sobre tipos de contenido que no produce y podría producir la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	125

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Facultad a la que pertenecen los estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	94
Gráfico 2 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Facultad de Humanidades.....	95
Gráfico 3 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Estudiantes que asisten de la Facultad de Económicas, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Facultad de Ciencias Veterinarias	96
Gráfico 4 Género de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la UNNE	97
Gráfico 5 Edad de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la UNNE.....	97
Gráfico 6 Facultad a la que pertenecen los estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	99
Gráfico 7 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Facultad de Ingeniería	99
Gráfico 8 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Estudiantes que asisten de la Facultad de Económicas, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, y Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas	100
Gráfico 9 Género de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE	101
Gráfico 10 Edades de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE	101
Gráfico 11 Uso del espacio y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	104
Gráfico 12 Servicios que utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	105
Gráfico 13 Servicios que más utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	106
Gráfico 14 Asistencia a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	106
Gráfico 15 Periodicidad con la que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.....	107
Gráfico 16 Los usuarios que conocen o son seguidores de la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.....	107
Gráfico 17 Las formas por medio de las cuales los usuarios conocieron la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	108
Gráfico 18 Información que suelen buscar en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	109
Gráfico 19 Concurrencia con la que suelen encontrar la información que buscan en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.....	110
Gráfico 20 Uso del espacio y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	111
Gráfico 21 Servicios que utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	111
Gráfico 22 Servicios que más utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	112
Gráfico 23 Asistencia a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	113
Gráfico 24 Periodicidad con la que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	113
Gráfico 25 Los usuarios que conocen o son seguidores de la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	114
Gráfico 26 Las formas por medio de las cuales se conoció la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	114
Gráfico 27 Información que suelen buscar en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	116
Gráfico 28 Concurrencia con la que suelen encontrar la información que buscaban en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.....	117
Gráfico 29 Información que suelen buscar primero en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	119
Gráfico 30 Qué prefieren ver cuando se vinculan con la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	120
Gráfico 31 Utilidad de la información publicada en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	120

Gráfico 32 Información que suelen buscar primero en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	123
Gráfico 33 Qué prefieren ver cuando se vinculan con la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	124
Gráfico 34 Utilidad de la información publicada en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	124
Gráfico 35 Envío de mensajes directos a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y frecuencia de respuesta.....	127
Gráfico 36 Tipos de consulta que hacen los usuarios por mensaje privado a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.....	128
Gráfico 37 Socialización de información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades con sus compañeros	128
Gráfico 38 Formas como comparten información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades con sus compañeros.....	129
Gráfico 39 Utilidad de la información publicada en la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades	129
Gráfico 40 Envío de mensajes directos a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería y frecuencia de respuesta	130
Gráfico 41 Tipos de consulta que hacen los usuarios por mensaje privado a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	131
Gráfico 42 Socialización de información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería con sus compañeros	132
Gráfico 43 Formas como comparten información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería con sus compañeros.....	132
Gráfico 44 Utilidad de la información publicada en la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería	133

GLOSARIO DE TÉRMINOS USADOS EN INSTAGRAM

APP: Aplicación, proviene del inglés. Programa informático que permite a los usuarios realizar tareas específicas.

COMENTAR: Opinar en una publicación ajena.

COMPARTIDOS: Videos que se comparten con otra persona y al hacerlo quedan guardados en una sección del perfil.

DESCRIPCIÓN: Información breve del perfil de un usuario. Presentación de la cuenta.

DESTACADAS: Historias que se fijan en el perfil para que siempre se puedan ver.

ENCUESTA: Votación que se propone en una historia.

ESTADOS: Sección de WhatsApp (y de todas las redes sociales de Meta), se utiliza para publicar fotos, videos, etc. Duran 24 horas.

ETIQUETAR: Mencionar a una persona en alguna historia, video o twit, se hace poniendo @ y el nombre del usuario de quien se requiere etiquetar. Nombrar a una persona para que pueda subir una historia.

ENGAGEMENT es utilizado para significar el nivel de interacción de la audiencia en un contenido subido en una red social.

FEED: conjunto de publicaciones en el perfil.

HASHTAG: Etiqueta que agrupa contenidos realizados, se utiliza el signo #.

HISTORIA: Foto o video que se publica en una opción de instagram, esta se queda durante 24 horas y en ese tiempo la puede ver cualquiera de los seguidores.

IG: Abreviatura de Instagram.

INSTA: Abreviatura de Instagram.

INSTAGRAM: Red social principalmente visual donde un usuario puede publicar fotos y vídeos de corta duración, aplicar efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas a través de comentarios y “me gusta”.

LIKE: término que se usa para indicar que una publicación te ha gustado. Traducido al español es “gustar”. En castellano este término se traduce como “Me gusta”.

LIVE: transmisión en vivo de Instagram o Tik Tok.

MENCIONAR: Sinónimo de etiquetar.

PERFIL: Cuenta de una persona (nombre, foto de perfil, descripción, etc)

PODCAST: Serie de episodios grabados en audio y transmitidos online. Estos pueden ser grabados en diferentes formatos siendo las más comunes entrevistas entre invitado y presentador, y grabaciones individuales donde el presentador (o presentadores) comentan sobre un tema específico. También puede ser historias.

POST: Proviene del inglés, su traducción significa publicación.

POSTEAR: Sinónimo de publicar.

PUBLICAR: Subir un video, imagen o contenido a una red social. Por ejemplo: subir una historia a Instagram.

REEL: video corto que se puede crear y ver con facilidad.

REPOSTEAR: opción de “resubir” un video compartido.

SEGUIDORES: Personas que siguen una cuenta.

SEGUIDOS: Son las cuentas que se siguen en alguna plataforma como Instagram, Tiktok, etc.

STICKER: Imagen o video que se envía como mensaje.

TIKTOK: Red social basada en videos cortos que se repiten en bucle. Dentro de la aplicación se pueden comentar los videos y utilizar una pestaña de exploración que permite descubrir los videos más populares del momento o buscar algún usuario o hashtag en particular.

TWITTER (“X” desde 2023): Red social que permite publicar mensajes cortos (tweets), videos, imágenes, etc.

VIVO: Sinónimo de Live, que consiste en una transmisión de video en tiempo real.

YOUTUBE: App en la que se pueden ver videos, suscribirse a canales de creadores de contenidos o crear tu propio canal.

1 INTRODUCCIÓN

Este trabajo final tuvo como objetivo Analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, de esta forma se espera conocer las necesidades de información y comportamiento informacional de sus usuarios por medio de los servicios que brinda la biblioteca en dicha red social.

El estudio de dicha temática se fue profundizando durante el cursado de la Licenciatura, pero se ha impulsado y tomado más relevancia desde el año 2020, con la emergencia sanitaria mundial, que ha derivado en el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio en toda la Argentina, hecho que ha profundizado un cambio en las formas de acceder y usar las bibliotecas, sobre todo las de tipo universitario. En ese escenario, la enseñanza en estas entidades, se ha insertado en la modalidad virtual o híbrida y esto ha permitido generar nuevas miradas sobre el funcionamiento de las bibliotecas universitarias y en el acceso y uso de sus productos y servicios en la virtualidad.

Con relación a ello, se ha observado que estas bibliotecas, además de conservar páginas web, muchas veces alojadas en las páginas web de sus universidades de pertenencia, también marcaron una fuerte presencia en las redes sociales, ya sea Facebook, Instagram o Twitter, disponiendo información variada sobre sus servicios, con el objetivo de acercarse a sus usuarios, en un periodo de virtualidad plena.

Desde ese periodo hacia la actualidad, se observa que las bibliotecas universitarias han incrementado aún más su presencia en las redes sociales y la Universidad Nacional del Nordeste no es ajena a este proceso. Las distintas bibliotecas universitarias de esta universidad poseen Facebook (bibliotecas de las Facultades de Humanidades, Ingeniería y Medicina), Twitter (bibliotecas de la Facultad de Ingeniería) o Instagram (bibliotecas de las Facultades de Humanidades e Ingeniería), que mueven una cantidad importante de seguidores, año tras año.

Según artículo de Hernandez Cambor (2024) realizado por donde explica que las redes sociales atraen a diferentes tipos de usuarios y son más utilizadas por la generación Z definida por las personas entre 18 a 28 años, la investigación llegó a obtener como resultado que la red social más elegida por las personas que fueron objeto de estudio es Instagram:

Respecto al análisis de los usos de las plataformas digitales, en el apartado de redes sociales que utilizan, los participantes refirieron que instagram es la RSV más utilizada

(87.2%), seguida de YouTube (7%), Twitter (71.2%), Facebook (41.6 %), TikTok (41.%), Twitch (26.8 %), LinkedIn (26.4%), Pinterest (20.4%) y Snapchat (6.8%). (Hernandez Camblor, 2024, 236p.)

Es así que la temática de este trabajo final se ajusta al estudio de usuarios sobre las redes de información institucionales, dándole un enfoque hacia las tecnologías de información y comunicación dirigidas a las redes sociales para fines institucionales. A la vez, entendemos también que suplimos una laguna teórico-metodológica en las Ciencias de la Información relacionada con las redes sociales a servicio de bibliotecas, involucrando al estudio de usuarios para el desarrollo de dichos servicios.

Con base en la temática de estudio propuesta, surgen indagaciones que buscamos resolver durante el desarrollo de este trabajo final y que se materializan en dos problemas de investigación, dado que ambos permitirán conocer el contenido publicado en la red social Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, y los usuarios que acceden y hacen uso de la información publicada en dicho contenido.

A raíz de estas características contextuales y puntos de partida, sostenemos una pregunta rectora de la investigación: ¿De qué forma sucede el acceso y el uso de las informaciones publicadas en las cuentas de Instagram institucional de las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, por sus usuarios?

Desde esta pregunta rectora, suponemos otros interrogantes. Sobre los servicios de las bibliotecas, indagamos: ¿Qué servicios ofrecen las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, en sus cuentas de Instagram institucionales? ¿Qué herramientas utilizan estas bibliotecas para difundir información y servicios en sus cuentas de Instagram institucionales? ¿Con qué fin actualizan la información publicada en sus cuentas de Instagram institucionales?

Sobre las formas de acceso y uso por los usuarios, indagamos: ¿Quiénes son los usuarios potenciales y reales de las cuentas de Instagram institucionales de estas bibliotecas? ¿Cuáles son las necesidades de información de los usuarios y los factores internos y externos que influyen en el acceso a las cuentas de Instagram institucionales de estas bibliotecas? ¿Cómo se caracteriza el comportamiento informacional que determina el uso de estos usuarios hacia las cuentas de Instagram institucionales de estas bibliotecas?

Estas preguntas rectoras parten de la necesidad de saber principalmente qué información se ofrece y/o difunde en el Instagram institucional de las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería, para luego poder conocer cómo acceden y usan dicha información; y de conocer cómo acceden y usan los usuarios la información publicada en las cuentas de Instagram institucionales de las bibliotecas estudiadas.

Estas preguntas se dividen, a raíz de que los casos que se abordarán en la presente tesis están relacionados con el acceso y uso de los usuarios de los Instagram institucionales de la Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la UNNE y porque entender estas problemáticas como distintas, implican discutir el acceso y el uso bajo dos perspectivas: el acceso, posibilitando conocer las necesidades de información de los usuarios y el uso, buscando profundizar los distintos aspectos del comportamiento informativo de los usuarios.

Para guiar la lectura, este trabajo final está compuesto por un primer capítulo titulado “Introducción”, un segundo capítulo llamado “Antecedentes y Marco teórico de la Investigación”, un tercer capítulo llamado “Aspectos Metodológicos”, un cuarto capítulo titulado “Análisis y reflexión sobre el objeto de estudio”, y por último un quinto titulado “Conclusión”.

1.1. Objetivos

Objetivo general:

Analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste.

Objetivos específicos:

- a) Identificar el Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste como producto y servicio dirigido al acceso a la información de sus usuarios;
- b) Caracterizar las necesidades de información de los usuarios de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, en cuanto a sus factores internos y externos, que influyen en el acceso al Instagram institucional;

- c) Describir el comportamiento informacional de los usuarios, determinado por el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste.

1.2. Justificación

Dentro de la Universidad Nacional del Nordeste existe una Red de Bibliotecas que se encuentra constituida por una Biblioteca Central y todas las Bibliotecas de sus Facultades e Institutos. De esta, derivan acciones y políticas institucionales en torno al servicio que cada una de las bibliotecas brinda a las Facultades y a la universidad, componiendo el organigrama de la misma y relacionándose principalmente con sus usuarios, ya que su función es satisfacer requerimientos de información de ellos.

Para las Ciencias de la Información, las bibliotecas sirven al propósito de disseminar conocimiento, por medio de sus colecciones temáticas que responden a necesidades específicas de cada usuario: a los docentes, que la utilizan como apoyo didáctico, y a los estudiantes, que las utilizan como apoyo a la investigación. Las formas por las cuales estas acciones de difusión se llevan a cabo son cambiantes con el paso del tiempo y se adecuan a las distintas coyunturas históricas y sociopolíticas que puede atravesar la entidad educativa, la localidad, la provincia, el país o el mundo.

Con relación a ello, es posible mencionar las transformaciones que ocurrieron en las bibliotecas en el periodo comprendido principalmente por la pandemia de la COVID-19, de 2020 a principios de 2022. Estudios recientes demuestran que las bibliotecas, como los archivos rápidamente tuvieron que acostumbrarse con una dinámica híbrida o totalmente virtual, que ha influenciado muchos de sus servicios, desde la toma de decisiones diaria en este ámbito de trabajo, hasta la elaboración de nuevas herramientas para la disseminación de información interinstitucional (Gaitán y Coraglia, 2021).

En la búsqueda de ampliar esta discusión, surge con el proyecto de investigación marco “PI 22H017. Procesos de gestión documental y archivo en instituciones educativas públicas de los niveles inicial, primario, secundario y superior de la ciudad de Resistencia”, el interés en estudiar las bibliotecas universitarias, desde la creación de productos y servicios para sus usuarios, con enfoque en las tecnologías de información y comunicación que fomentan el acceso y el uso de estas informaciones por usuarios específicos.

Como nuevas herramientas en las bibliotecas, Gutiérrez y Castaño (2020) mencionan que algunas actividades de las bibliotecas sufrieron cambios y consideraron el uso de alguna red social, como Facebook, Instagram o Twitter, para llevar a cabo sus productos y servicios.

Como usuaria de la Red de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste, pude identificar la creación de cuentas de Instagram como nuevos productos de difusión de las mismas, específicamente para las bibliotecas de Facultades, tuvo relevancia y obtuvo importancia durante las medidas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio ya que esta red social es un medio que ofrece mayor interacción entre el bibliotecario y el usuario, con relación a la página web que, actualmente y para las bibliotecas consideradas en esta investigación, tiene un carácter más informativo que interactivo.

Esta investigación se ha realizado con el afán de conocer el buen uso de las redes sociales institucionales de las bibliotecas universitarias, qué tipo de contenido es difundido y qué herramientas son más utilizadas para llamar la atención de sus usuarios. De esta manera es importante saber quiénes son sus usuarios y cómo acceden a dicha información, qué comportamiento informacional adoptan a la hora de usarla, cuáles son sus necesidades de información y si lo difundido dentro de las redes sociales responde a ellas.

Para ello, se tomó la red social “Instagram” de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería, dado que esta red social, en bibliotecas universitarias, es muy usada, según un informe realizado por The Pew Research Center (año) que determina que esta red social es la favorita para la generación joven, ocupando el 62% en la estadística realizada.

Este trabajo, en este sentido, se realiza dentro del campo de estudio del marketing digital y los estudios de usuarios, ambos temas con desarrollo incipiente en vista a las TICs, en la literatura de las Ciencias de la Información y programas de estudio de dicha carrera. Se espera que esto ayude a la creación de instrumentos y estrategias de comunicación multimediales en Redes de Información y a conocer el comportamiento informacional adoptado por usuarios en el mundo digital, relacionado a las bibliotecas, dado que es relevante pensar no tan solo en el usuario que asiste de forma presencial a una biblioteca en búsqueda de información, sino también en el nuevo “usuario digital” que está naciendo a raíz de los últimos cambios sociopolíticos y culturales.

Al brindarle a esta investigación un enfoque hacia las tecnologías de información y comunicación dirigidas a las redes sociales para fines institucionales, entendemos también que

suplimos una laguna teórico-metodológica en las Ciencias de la Información relacionada con las redes sociales a servicio de archivos y bibliotecas.

1.3. Relevancia académica, científica y social de esta tesis

Este trabajo de investigación tiene como propósito que sus resultados aporten conocimientos sobre el acceso y el uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias, como mecanismo de acceso a la información en la Educación Superior, sobre la implementación del marketing digital como fuente de difusión de servicios, información y datos de importancia para el usuario.

Con relación a ello, se ha observado que los estudios sobre la temática son iniciales y es por ello que esta tesis de grado contribuirá para la ciencia, en la complementación de estudios ya existentes y aportando nuevas miradas hacia las necesidades de información y comportamiento informacional de los usuarios de las redes sociales de bibliotecas universitarias, tales como el Instagram, ampliando los conocimientos traídos del marketing hacia lo digital, llevándolo así a un caso real que es observable diariamente a la hora de difundir servicios como profesionales de la información.

El incremento y uso de redes sociales como fuente de difusión de servicios en bibliotecas universitarias, como propósito socio-institucional ayuda a la creación de mejores instrumentos y estrategias para la comunicación, así como también canales directos entre las bibliotecas y sus usuarios. Esto proporcionaría servicios de información en apoyo a la investigación, enseñanza y formación profesional de alumnos, docentes e investigadores de la Universidad Nacional del Nordeste y todas sus áreas influyentes y podría facilitar acceso a las bibliotecas universitarias, en primera instancia, pero también podría contribuir para el acceso y uso de la información y la interacción con la unidad de información de forma más igualitaria por sus usuarios, en razón de la diversidad de medios – presenciales y virtuales – para que la interacción pueda ser viable.

Se identifica, en este caso, la relevancia del acceso a la información, garantizada por la Constitución Nacional y por la Declaración Universal de Derechos Humanos y su implicancia en el escenario actual, acoplándose con el Objetivo de Desarrollo Sostenible “Educación de Calidad”, dado que esto favorecería a la creación de nuevas políticas destinadas a la sociedad de la información en los aspectos vinculados con el acceso a las TICs.

1.4. Supuestos de la investigación

Los supuestos de esta investigación se enmarcan en el objeto de estudio elegido y en las posibilidades pensadas en torno al uso del Instagram institucional en estas bibliotecas universitarias.

Se supuso, en primer lugar que debido a la demanda de los usuarios, en las cuentas de Instagram institucional de las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste se ofrece información sobre servicios de circulación y préstamo, atención virtual al usuario y referencias de materiales disponibles. En este sentido, se derivan otros supuestos, referidos a:

- a) Los Instagram institucionales las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste utilizan recursos de Instagram como “historias destacadas”, “publicaciones” y “reels” para exponer sus contenidos, herramientas que resultan atractivas a la visualidad de sus usuarios y esto contribuye para la permanencia de usuarios frecuentes y captación de nuevos usuarios;
- b) Los Instagram institucionales de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste actualizan la información publicada con el fin de apoyar la investigación, enseñanza y formación profesional de alumnos, docentes e investigadores de la universidad;
- c) El acceso al Instagram institucional de estas bibliotecas, por usuarios universitarios, surge a partir de necesidades relacionadas con la consulta sobre servicios y la garantía de rapidez en la respuesta;
- d) La mediación del personal bibliotecario a las consultas realizadas por los usuarios en las cuentas de Instagram institucional sucede principalmente a partir del uso del recurso de mensajería interna y de las respuestas a comentarios dejados por usuarios en la red social;
- e) Los usuarios del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería UNNE usan la información publicada adoptando el comportamiento informacional de volver a consultar por el mismo medio, por futuras necesidades, considerando la rapidez en la respuesta en esta red social.

En este sentido, la potencialidad que sustenta este trabajo final se relaciona con las dinámicas de acceso y uso de la información en bibliotecas universitarias, concebida como una de las

funciones principales de esta unidad de información y que depende de contextos, relaciones, procesos de búsqueda de información, de las necesidades del usuario y de su comportamiento en este proceso.

2 ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

El eje central de esta tesis es analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la UNNE y es por ello que conocer otras investigaciones realizadas acerca de temáticas similares, nos ayuda a mirar esta investigación desde otro lado, entendiendo la relevancia temática y lo que se puede identificar como problemáticas futuras, a partir de aquellos que también discuten esta temática, a nivel local, regional y latinoamericano.

Ante la búsqueda de antecedentes realizada, se ha identificado que los trabajos hallados hacen hincapié en el acceso y uso de redes sociales institucionales creadas por bibliotecas, enfocándose en la visión de la utilidad que da un usuario a dichas redes. En este sentido, buscamos realizar una revisión de literatura, que ha posibilitado guiar la realización de esta tesis, porque entendemos que interpretar lo que otros autores vienen investigando sobre este tema es fundamental para que podamos ver qué aspectos de este nuevo tipo de usuario ya vienen siendo estudiados y cuáles son las estrategias aplicadas para estos casos.

La Tabla 1 Estudios de referencia para la investigación, siguiente, presenta estos estudios, que fueron buscados en las bases de datos Google Académico, Portal de Información de Ciencia y Tecnología Argentino (MINCyT) y Repositorio Institucional de la UNNE (RIUNNE), utilizando el rango de fechas 2000 a 2023. Para todas las bases de datos, fueron utilizados los siguientes términos de búsqueda, en el idioma español:

- “biblioteca universitaria”
- “usuarios de bibliotecas”
- “Instagram”
- “bibliotecas virtuales”
- “redes sociales”

Tabla 1 Estudios de referencia para la investigación

Año	Autores/a/es/as	Título	País del caso estudiado	Referencias bibliográficas
2023	Ángel David Calderón García	Estrategias de marketing hacia los canales de difusión en la biblioteca universitaria	Ecuador	Calderón García, Á. D. (2023). <i>Estrategias de marketing hacia los canales de difusión en la biblioteca universitaria</i> (Master's thesis).
2023	Syadza Millati Azka, Taufik Asmiyanto & Parveen Babbar	Analysis of Instagram Use by Libraries in Responding to the COVID-19 Pandemic: A case study of University Libraries in Indonesia	Indonesia - India	Azka, S. M., Asmiyanto, T., Babbar, P. (2023). Analysis of Instagram use by Libraries in responding to the COVID-19 Pandemic: A case study of University Libraries in Indonesia. <i>Record and Library Journal</i> , 9(1), 105-117. DOI 10.20473/rlj.V9-I1.2023.105-117
2022	Paz, Gustavo. Locles, María Julieta	Construir comunidad: Gestión de redes sociales; Instagram - la nueva vitrina de las bibliotecas	Argentina	Paz, G., & Locles, M. J. (2022). Construir comunidad Gestión de redes sociales; Instagram la nueva vitrina de las Bibliotecas.
2021	Guallar, Javier and Traver, Paula	Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas	España	Guallar & Traver. (2021). Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas. <i>Anuario ThinkEPI</i> , vol. 15.
2021	Milagros Pandolfo y Roció Aguilera	Planificar y sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias	Argentina	Pandolfo y Aguilar (2021). <i>Planificar y sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias</i> . En IX Encuentro de Agentes de Bibliotecas y Bibliotecarios del Mercosur “El desafío de las Bibliotecas en la Comunidad Digital”. Argentina.
2021	Térmens Graells	Bibliotecas digitales en tiempos de pandemia	España	Graells, M. T. (2021). Bibliotecas digitales en tiempos de pandemia. <i>CLIP de SEDIC: Revista de La Sociedad Española de Documentación E Información Científica</i> , (83), 20-38.
2020	Tammy Tim Wai Chan, Apple Hiu Ching Lam y	From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library	Hong Kong	Chan, TTW, Lam, AHC y Chiu, DK (2020). De Facebook a Instagram: explorando la participación de los usuarios en una biblioteca académica. <i>La Revista de Biblioteconomía</i>

Año	Autores/a/es/as	Título	País del caso estudiado	Referencias bibliográficas
	Dickson K.W. Chiu			<i>Académica</i> , 46 (6), 102229. https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229
2020	Carlos Daniel Gómez González Perla Sosa Zaragoza	El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo	México	González, C. G., & Zaragoza, P. S. (2020). El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo. <i>Boletín de la asociación andaluza de bibliotecarios</i> , 35(119), 51-75.
2019	Adría-Camarasa y Giménez- Chornet	La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas	España	Camarasa, D. A., & Chornet, V. G. (2019). La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas. <i>Bibliotecas. Anales de Investigación</i> , 15(1), 35-50.
2018	Romina Décima, Víctor Marcos Ferracutti y Berta Bonacorsi	La importancia de las bibliotecas universitarias en la investigación en el sistema universitario argentino.	Argentina	Décima, R., Ferracutti, V. M., & Bonacorsi, B. (2018). La importancia de las bibliotecas universitarias en la investigación en el sistema universitario argentino. <i>Revista Experiencia Docente: Conocimiento a tu alcance</i> , 5(2), 57-63.
2016	Cinthia María Ponce Izquierdo	Influencia del marketing bibliotecario en la calidad de los servicios bibliotecológicos de la biblioteca de la universidad de las artes, propuesta: diseño de una guía metodológica con enfoque a la difusión bibliotecológica.	Ecuador	Ponce Izquierdo. (2016). <i>Influencia del marketing bibliotecario en la calidad de los servicios bibliotecológicos de la biblioteca de la universidad de las artes, propuesta: diseño de una guía metodológica con enfoque a la difusión bibliotecológica</i> . [Proyecto educativo, Universidad de Guayaquil]
2015	Claudia Nora Laudano, María Cecilia Corda, Javier A. planas, María Inés Kessler	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	Argentina	Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. A., & Kessler, M. I. (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. <i>Revista Interamericana de Bibliotecología</i> , 39(1), 23-37. doi: 10.17533/udea.rib.v39n1a05

Año	Autores/a/es/as	Título	País del caso estudiado	Referencias bibliográficas
2014	Noel Jovani Sámano Hernández	Servicio de referencia virtual en bibliotecas universitarias Usando las redes sociales Facebook y Twitter	México	Hernández, N. J. S. (2014) Servicio de referencia virtual en bibliotecas universitarias Usando las redes sociales Facebook y Twitter.
2012	Magda Cecilia Sandi S.	Las redes sociales presentes en las bibliotecas	Costa Rica	Sandi, M. C. (2012). Las redes sociales presentes en las bibliotecas. <i>Revista e-Ciencias de la Información</i> , 2(2), 1-15.
2011	Estela Andrade y Erika Velásquez	La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad	Uruguay	Andrade, E., & Velázquez, E. (2011). La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. <i>Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología</i> , (42), 36-47.
2011	Edixson Caldera Morillo, Johaan Pirela Morillo & Eglá Ortega	Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias	Venezuela	Morillo, E. C., Morillo, J. P., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. <i>Documentación de las Ciencias de la Información</i> , 34, 333.
2005	José Antonio Merlo Vega	Servicios Bibliotecarios para la comunidad Universitaria	España	Merlo Vega, J. A. (2005). Servicios bibliotecarios para la comunidad universitaria. En Orera Orera, Luisa (ed.) <i>La biblioteca universitaria: análisis en su entorno híbrido</i> . Madrid: Síntesis, p. 445-477.
2004	Juan José Calva González	Las necesidades y comportamiento de los investigadores como usuarios de las bibliotecas de las instituciones de educación superior en América Latina	México	González, J. J. C. (2004). Las necesidades y comportamiento de los investigadores como usuarios de las bibliotecas de las instituciones de educación superior en América Latina. <i>Documentación de las ciencias de la información</i> , 27, 97-116.
2000	Chun Wei Choo, Brian Detlor y Don Turnbul	Web work: Information seeking and knowledge work on the World Wide Web	Canadá	Choo, CW, Detlor, B. y Turnbull, D. (2000). <i>Trabajo web: búsqueda de información y trabajo de conocimiento en la World Wide Web</i> (Vol. 1). Springer.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Inicialmente podemos partir por Gómez González y Sosa Zaragoza (2020) quienes explican en su investigación titulada “El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo”, analizando tendencias de las publicaciones que realizan, tipos de plataformas más usadas y qué información promocionan, demostrando que se observa que dichas bibliotecas aprovechan al máximo las posibilidades que ofrecen las redes sociales como medio de comunicación masivo a bajo costo. Luego, se puede observar que, Adría-Camarasa y Giménez-Chornet (2019) elaboran un artículo científico titulado “La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas” ejemplificando como las bibliotecas nórdicas se apoyan y usan las redes sociales, llamadas “web 2.0” como principal medio de comunicación para satisfacer las necesidades de sus usuarios, mediante la difusión de contenidos para facilitar la visualización en línea de documentos. Ambos textos hacen referencia al contenido publicado en dichas redes sociales que de alguna forma se ajustan a las necesidades de información de sus usuarios.

También, en un debate “Bibliotecas digitales en tiempos de pandemia” coordinado por Térmens Graells (2020) se discutió que durante la pandemia atravesada en el año 2020 las bibliotecas mantuvieron sus servicios de soporte al usuario y aprovecharon más las redes sociales como vía de difusión. Era urgente realizar este debate dado que está cambiando de forma radical la oferta de información y cómo es utilizada por los usuarios, cómo deberán ser las bibliotecas a futuro y qué tipos de servicios ofrecerán. Esto evidencia que en la mayoría de los casos observados la implementación de las redes sociales en bibliotecas inició en los últimos cinco años, y la pandemia atravesada fue una de las principales consecuencias.

Por lo tanto, en lo que se refiere diseñar los servicios bibliotecarios en las bibliotecas universitarias, es importante identificar las necesidades de información para poder satisfacerlas con la utilización de tecnologías adecuadas, como hace hincapié en su investigación titulada “Las necesidades y comportamiento de los investigadores como usuarios de las bibliotecas de las instituciones de educación superior en América Latina” el autor Calva González (2004), no las tecnologías que estén de moda, sino las que logren este fin; también tener en cuenta los recursos con que cuentan dichas bibliotecas dentro del contexto socioeconómico del país. Para esto también es necesario determinar el comportamiento adoptado en la búsqueda de información por sus usuarios, mediante un estudio que determine la experiencia del usuario relacionada con la necesidad, búsqueda y uso de información en diferentes contextos.

Con relación a ello, los autores Choo, Detlor y Turnbull (2000) en su trabajo titulado “Web work: Information seeking and knowledge work on the World Wide Web”, aseguran que la

búsqueda de información se puede ejecutar con énfasis en los nuevos sistemas de información como es la internet. Esto podría justificar la creación de una red social para la difusión de servicios, dado que muchos usuarios, por factores internos a ellos, pueden preferir buscar información al ingresar en estas redes desde la comodidad de sus hogares.

Se pudo observar en el proceso de investigación y búsqueda de los antecedentes existentes sobre la temática que aborda el objeto estudio que, existe un fuerte interés y uso de las redes sociales para el desarrollo de servicios en productos en países europeos como son España y países Nórdicos, de Centro y Norte Americanos como son México, Costa Rica y Estados Unidos, junto con algunos asiáticos como son los China y Japón.

Se destacó que dichos países se encuentran con un proceso en sus tecnologías y economías en mayor desarrollo, eso explico porque desde hace una década atrás se encuentran expectantes en materias de investigación en lo que concierne a redes sociales y la internet, esto podría indicar un mayor uso de dichas tecnologías de la comunicación en sus instituciones universitarias y bibliotecas dependientes de dichas universidades. Por ende, un mayor refuerzo en lo que conlleva a la atención de usuarios y capacitación a ellos también, esto demostró el interés y comportamiento informacional de ellos hacia el uso y acceso a servicios virtuales.

Por último, cabe destacar que, a partir de las investigaciones realizadas en esta sección se pudo observar lo positivo y aprovechador que significan las redes sociales para el uso institucional en bibliotecas, desde favorecer a la difusión de servicios hasta la llegada a más usuarios, desde cualquier territorio y a cualquier tiempo.

2.1. La biblioteca universitaria como unidad de información

La biblioteca universitaria está encargada de trabajar para sus usuarios, ofreciendo productos y servicios que contribuyan a las necesidades de información de ellos. En el caso de las bibliotecas universitarias, plantear estos servicios depende de la normativa de la universidad, es por ello que deben ir de la mano ambas instituciones. Es importante el estudio de los servicios y productos que brinda la universidad, así como también de las ofertas académicas, y así entender cómo sus usuarios acuden a ellos sin dejar de lado a la comunidad que le rodea.

Las bibliotecas universitarias, más que muchos otros tipos de bibliotecas están creadas para ofrecer servicios de información. Las funciones de apoyo de la formación, a la investigación y a la docencia, que caracterizan a las bibliotecas de centros de enseñanza superior deber ser materializado en servicios a sus distintos usuarios, orientados en la

función de necesidades informativas y documentales que requieran los diversos colectivos a los que se atiende (Merlo Vega, 2005, p. 2).

El autor de “servicios bibliotecarios para la comunidad universitaria”, Merlo Vega (2005), indica que las bibliotecas universitarias brindan brinda información a cualquier tipo de usuario que se encuentre en el proceso de formación universitaria, por otra parte, a veces se observa que existen profesores que hacen uso de los servicios que brindan en una biblioteca y son mucho más exigentes a la hora de manifestar sus necesidades de documentación, que un investigador en sí. Por eso, a veces la biblioteca se ve obligada incrementar un acervo más especializado en diferentes temáticas de interés para esos tipos de usuarios, pero sin dejar de ofrecer atención a los demás usuarios como por ejemplos el personal administrativo de la universidad en cuestiones que demanden información variada y satisfacer consultas que pueden derivar del ocio de utilizar simplemente unos servicios sin un comportamiento investigativo u formal.

existen los profesores que son usuarios exigentes que muchas veces más que los investigadores, se necesitan documentación sumamente variada para su satisfacción. Varias veces, la biblioteca se ve obligada de convertirse en especializada para satisfacer a los investigadores y también, se puede observar que ofrecen atención al personal administrativo en cuestiones de información y ocio. “Aunque la comunidad universitaria es la principal destinataria de los servicios bibliotecarios universitarios, son muchos los usuarios externos que se benefician de ellos, sobre todo aquellos que de forma libre ofrecen procedimientos telemáticos” (Merlo Vega, 2005, p. 3).

En el ámbito universitario, se requiere la necesidad de brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para que puedan construir conocimiento logrando, brindándoles habilidades para su desarrollo productivo y académico, esto supone avanzar hacia una biblioteca capaz de contribuir con la docencia y la investigación universitaria. En este sentido, el papel de la biblioteca no solo es componer el sistema social de la comunicación de información, sino crear una consciencia social al ser parte de la institución que se encarga de formar a sujetos.

La biblioteca es una institución social que tiene como objetivo orientar a su comunidad hacia la información y formar a ella en el uso y acceso racional de los recursos con los que cuenta (Autor, año). Es por ello que los servicios de las bibliotecas universitarias deben responder a los nuevos modelos curriculares, esto se encuentra ligado a la participación de los profesores, estudiantes e investigadores en el desarrollo de sus competencias para su posterior actuación en

los escenarios de la sociedad del conocimiento. Son, en síntesis, los principales centros de recursos para el aprendizaje en el ámbito universitario.

Según los investigadores Décima, Ferracutti y Bonacorsi (2018) la biblioteca universitaria es la principal encargada de brindar acceso a la información científica y académica, por medio de sus servicios y productos a toda su comunidad de usuarios. Así como deben encargarse de la gestión de servicios para contribuir al aprendizaje, hacen hincapié en que es importante la promoción del paradigma educativo de alfabetización informacional (ALFIN) dado que son programas articulados para que las universidades ofrezcan por medio de sus bibliotecas para brindar a sus usuarios la habilidad de

Identificar la necesidad de información, buscar en diferentes lugares y soportes, evaluar la información recuperada, usar los documentos obtenidos para la elaboración de publicaciones científicas, documentos, tesis, proyectos de investigación, y aplicar la información obtenida para tomar decisiones o divulgar el conocimiento” (Décima, Ferracutti y Bonacorsi, 2018, p.3).

Dado este escenario, es importante el incremento de servicios que sean brindados de forma también virtual. Con relación a ello, Sámano Hernández (2014) indica que esto es una necesidad indispensable, dado que las tecnologías son parte de nuestras vidas y del contexto universitario, por eso es preciso que la biblioteca tenga sus servicios y productos accesibles también en ese formato, en vista del mejor acceso y uso de sus usuarios, mediado por el personal bibliotecario.

2.2. Los bibliotecarios como profesionales de referencia en la biblioteca

La referencia consiste en satisfacer las necesidades de información de los usuarios y es considerada una de las grandes funciones de todas las tipologías de biblioteca. Para esto se debe cumplir con el principal ejercicio de estudiar los servicios brindados a los usuarios, que muchas veces acceden a la biblioteca para plantear sus dudas o consultas en torno a la investigación personal para su proceso de enseñanza, entonces, la forma de ofrecer esos servicios parte de la recepción de las consultas ya sean a partir de formularios web, correo electrónico, mensajería de redes sociales hasta atención telefónica en varios casos.

La biblioteca universitaria deberá tener una colección variada y preparada en torno a las disciplinas que se ofrecen para efectuar el servicio de referencia que responde a las consultas de sus usuarios, brindar datos, documentos y recursos de información. Esto, cabe destacar va muy ligado a la atención misma de su comunidad de usuarios dado que las bibliotecas son

consideradas centros de información, por eso es necesario que existan servicios que informen a sus usuarios y bibliotecarios altamente capacitados para hacer esa labor.

En un estudio titulado “ Servicio de referencia virtual en bibliotecas universitarias Usando las redes sociales Facebook y Twitter” el autor Noel Jovani Sámano Hernández (2014) menciona que un servicio de referencia implica una atención personalizada por parte del bibliotecario hacia los usuarios que buscan información, haciendo hincapié en que la atención es la esencia del servicio del bibliotecario referencista. Luego, explica que el servicio debe ser otorgado por un profesional de la información o de la Bibliotecología a un usuario o grupo de usuarios de manera presencial o virtual, con el fin de satisfacer sus necesidades informativas, valiéndose de todos los recursos impresos o digitales existentes en la biblioteca.

El perfil deseado que debe tener el bibliotecario referencista virtual es: debe ser un profesional en bibliotecología, ciencias de la información o afín, conocer la colección existente en la biblioteca, debe conocer todos los recursos de información que utilicen en la biblioteca, debe tener claro que es el servicio de referencia, y tener una especial empatía por la tecnología y la web 2.0, así como conocer los objetivos institucionales a fin de cumplirlos, además de reforzar la imagen de la biblioteca en todo momento, conjuntamente debe tener como prioridad satisfacer las necesidades de información de los usuarios. Los componentes necesarios para diseñar el servicio de este tipo en las bibliotecas universitarias tienen que estar enfocados en el perfil del referencista, las políticas de uso del servicio, políticas generales del servicio, las fuentes de información para otorgar del servicio, así como los tecnológicos y en este rubro se tiene que contar con el equipo necesario (Sámano Hernández, 2014, p.4).

Según el código de ética de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) para bibliotecarios y otros trabajadores de la información, se expone un tipo de conducta profesional donde se espera que su principal función sea la de promover una reflexión acerca de los principios con los que dichos trabajadores establezcan políticas y mejoren la auto conciencia profesional. Esto se ve ligado al trabajo con sus usuarios al proporcionar transparencia en la entrega de información.

Desde este instrumento, la IFLA explica que la Bibliotecología incorpora métodos de gran valor al trabajo con la información, dado a su necesidad de compartirla, enmarcada en una sociedad de la información que requiere apoyo en el servicio de información como interés de bienestar social, cultural y económico.

De hecho, exponen cinco temáticas a las cuales responden el trabajo y ética de un profesional de la información o bibliotecario:

Acceso a la información: hace referencia a la principal misión de garantizar acceso a la información para todos, para el desarrollo personal en el ámbito educativo, cultural hasta ocio cotidiano. Este trabajo debe rechazar la restricción al acceso de dicha información, dada a través de la censura ya sea por el estado gubernamental e instituciones de la sociedad civil.

Los trabajadores de la información deben ofrecer un servicio público de acceso a sus colecciones libres de costo para sus usuarios, aunque las cuotas de afiliación y costos de administración deben encontrar soluciones prácticas para las personas desfavorecidas no sean excluidas, esto exige el uso de medios para disponer de materiales más accesibles, así como son los sitios web de las bibliotecas que cumplan con las normas preestablecidas dispuestas para ellos.

Responsabilidades hacia las personas y la sociedad: IFLA establece que los trabajadores de la información deben garantizar el derecho de acceso a la información promoviendo la inclusión que no sea negada y sea equitativa, también presentar productos organizados de manera que permita a los usuarios autónomos a encontrar dicha información por sí solos para satisfacer sus necesidades es por eso que ellos están dispuestos a ayudar en la búsqueda de información. Promover la alfabetización informacional es su principal deber para incrementar habilidades de lectura, esto ayuda eliminar el mal uso de la información en cualquier contexto.

Privacidad, confidencialidad y transparencia: según IFLA se establece que la relación entre la biblioteca y el usuario se basa en garantizar que sus datos no sean compartidos para respetar la privacidad personal y protección de datos personales.

Acceso abierto y propiedad intelectual: en este punto se dispone del mejor acceso a la información en cualquier formato, apoyándose en los principios de acceso abierto, código abierto y licencias, asegurando defender las limitaciones de las restricciones de copyright, reconociendo el derecho a la propiedad intelectual de los autores, editoriales y creadores de obras y estas obras que hayan pasado a ser de dominio público, que sean accesibles de forma gratuita.

Neutralidad, integridad personal y habilidades profesionales: los bibliotecarios deben estar comprometidos con la neutralidad, determinando una postura imparcial con la colección y el servicio que brindan, ellos se encargan de publicar sus políticas en la organización y

conservación de la información dado que no deben interponer creencias personales, además de esforzarse en mantener y mejorar la excelencia en el ámbito profesional en base a sus conocimientos y habilidades.

Relación de colegas y empleador/empleado: entre los profesionales deben tratarse con justicia y respeto, promoviendo equidad en los beneficios para cualquier género, compartiendo su experiencia laboral con colegas que sirvan de ayuda a nuevos profesionales a la hora de entrar a la comunidad de trabajadores de información. También, deben participar de la investigación y publicación de información sobre sus cuestiones profesionales. Esto establece que no deben competir entre profesionales usando métodos desleales y faltas a su ética laboral.

De esta manera se puede comparar dicho código de ética establecido por IFLA (Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas) con el plan de estudio propuesto por la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Información en la que me veo inmersa como investigadora, en el cual se habla sobre el campo profesional y perfil del bibliotecario.

Dentro de él se establece al campo bibliotecológico como una disciplina en crecimiento a escala internacional con la creación de bibliotecas y centros de documentación, destacando la labor del profesional en el área que son agentes fundamentales en los cambios producidos por el desarrollo tecnológico.

El objeto de trabajo de este profesional es la información, los procesos que intervienen en los flujos de información y las leyes y principios que los rigen. El campo profesional o esferas de actuación lo constituyen la confluencia de las actividades que se ejecutan en las bibliotecas de cualquier índole o centros de información o documentación, donde el graduado debe realizar el conjunto de tareas que permita: - Sistematizar los recursos, lograr su representación y gestión eficaz, su difusión y utilización. - Crear productos y servicios de información. (UNNE. Facultad de Humanidades, 2001, p. 2)

Hacen referencia a la incorporación de tecnologías de la información para el desarrollo del diseño de sistemas de información, distinguidos en bases de datos y manejo de redes electrónicas como internet. Hace hincapié en la promoción y uso de información en algunos casos especializada o académica en alguna área de investigación creando un mercado real de trabajo donde existen diferentes organismos.

El bibliotecario graduado ha de contar con un cuerpo de conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desarrollo de las siguientes competencias:

- Identificar, adquirir, organizar, y gestionar la recuperación y difusión de la información grabada en cualquier medio (impresa, electrónica, manuscrita) para los clientes de una institución de información.
 - Asumir funciones formativas e informativas para comunidades de usuarios.
 - Organizar y administrar servicios y sistemas de información en bibliotecas y centros de documentación.
 - Adoptar y desarrollar tecnologías para optimizar los procesos y servicios bibliotecológicos.
 - Realizar labores de extensión de formación de la lectura y el uso de la información.
 - Aplicar técnicas de investigación para la elaboración de procesos y servicios en instituciones de información.
 - Adaptarse a los cambios del campo profesional y a las condiciones económicas y sociales del medio, sosteniendo una visión global de su entorno socio-histórico y científico-tecnológico.
 - Adoptar una actitud reflexiva y crítica para la solución creativa de los problemas de la práctica profesional. Desarrollar metodologías de trabajo que estimulen la colaboración con otros profesionales y la cooperación y la interconexión de los sistemas y servicios de información.
 - Actualizar en forma permanente sus conocimientos.
 - Ejercer la profesión con un alto nivel de concientización de su dimensión ética, y con el propósito de sostener valores democráticos de solidaridad, justicia e igualdad.
- (UNNE. Facultad de Humanidades, 2001, p. 5)

De esta manera se puede observar que en términos de competencia profesional de los bibliotecarios se habla sobre equidad e igualdad tanto en el trato entre ellos como colegas dentro de una institución física, también a la hora de brindar información de acceso libre y gratuito a sus usuarios, incorporando diferentes medios de difusión y adquiriendo las nuevas tecnologías de información que van incursionando en todo el mundo.

En este sentido, el trabajo del bibliotecario en la contemporaneidad, es marcado por las diferentes funciones que ejerce en bibliotecas de todo tipo y sobre todo, en escenarios

presenciales o virtuales. Habiendo visto las funciones de las bibliotecas universitarias y la deontología profesional, podemos acercarnos a los servicios que brindan estos profesionales para el afuera, desde las interfaces digitales.

2.3. La difusión de servicios y productos en bibliotecas en interfaces digitales

Actualmente las tecnologías de la información siguen avanzando y desarrollándose y se han convertido en una parte importante de nuestras vidas, para la comunidad bibliotecaria esto no sólo significa innovación en procesos, sino también innovación en servicios. También ha dado lugar a nuevos productos, servicios, actividades y tecnologías de entrega de información que, además de optimizar la forma de gestión de los servicios de información, pueden llegar a más usuarios a través de canales de comunicación digitales, estén donde estén. El Internet ha supuesto un gran salto en la conectividad con todo el mundo porque el acceso a la información o el intercambio de información se pueden facilitar mediante el uso de herramientas en línea. Las unidades de información brindan servicios a la comunidad, que pueden ser estudiantes, investigadores o público en general.

En la era digital, la innovación tecnológica ha revolucionado prácticamente todos los aspectos de nuestra vida, incluyendo la forma en que accedemos y consumimos información. Las bibliotecas, que durante mucho tiempo fueron consideradas como lugares silenciosos llenos de estanterías con libros, no son una excepción. De hecho, muchas bibliotecas tradicionales en el mundo han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías para poder seguir siendo relevantes en la era digital y para continuar ofreciendo a sus usuarios los recursos y servicios que necesitan.

Esta innovación ha traído consigo una serie de beneficios para los usuarios. Por ejemplo, ha permitido la creación de bibliotecas digitales, donde los usuarios pueden acceder a libros electrónicos, revistas y otros materiales en línea, ha mejorado la accesibilidad de las bibliotecas, ya que los usuarios pueden buscar y reservar materiales en línea desde cualquier lugar y en cualquier momento, y ha mejorado la eficiencia de los procesos de catalogación y organización del material y los recursos.

Un servicio innovador puede tener un gran impacto en los usuarios, ya que puede ofrecer nuevas formas de acceder y procesar la información, promover la colaboración y el intercambio de conocimientos, fomentar la creatividad y la experimentación, etc., y sin lugar a dudas esto redundará en su satisfacción.

Según un estudio realizado en la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador, Calderón García (2023) menciona que la biblioteca, además de cumplir con indicadores internacionales como la alfabetización informativa, que están estrechamente relacionados con la formación de los usuarios, también debe promocionar sus servicios, para dar la mejor atención al cliente y aprovechar mejor los recursos que pone a su disposición. Una de las opciones para promover e innovar en los servicios de información es aplicar estrategias de marketing digital, porque de esta manera podemos alinearnos con las tendencias tecnológicas que las personas conocen hoy en día.

Las bibliotecas antes de la llegada de las redes sociales contaban solamente con las herramientas que le brindaban la web 1.0, en lo que se consideraba que no existía una comunicación bidireccional con sus usuarios, estas podían ser utilizadas para subir contenido informativo (catálogos, información simple, actividades), esto no permitía a dichos usuarios tener una interacción con la biblioteca de manera directa. Luego, gracias a la web 2.0 esta problemática desaparece dado que ellos pueden comunicarse con la biblioteca y los bibliotecarios escuchar a los usuarios manteniendo un feedback entre ellos, esto favorece a la comunicación y el trato al usuario, creando una comunidad online. Estas herramientas de comunicación del siglo XXI como las redes sociales, favorecen la interacción generando comunidades de diferentes índoles, familiares, amistad, trabajo y estudio, donde, puedes crear un perfil, tener seguidores de diferentes nacionalidades, entablar una charla escrita o por audio y video, en tiempo real. Cuenta con la facilidad de compartir fotos y videos de diferentes clases, música, eventos, etc.

El uso de los medios digitales hizo frente a los nuevos desafíos sociales y tecnológicos, esto genera influencia positiva en el comportamiento informacional y uso de dichas tecnologías, y ocasiona un replanteamiento en su gestión.

Según una investigación realizada en la Universidad de las Artes en Ecuador, Ponce Izquierdo (2016) define al marketing bibliotecario como una herramienta que actualmente presenta nuevos desafíos y muchas oportunidades, se define como el conjunto de actividades que realizan las bibliotecas para brindar información a sus usuarios. Planificar y ejecutar programas para promover ideas, catalogar bienes y servicios, cultivar relaciones con los y satisfacerlos. Desde hace al menos tres décadas, algunas bibliotecas han estado replicando sus colecciones en formatos digitales para su transmisión a través de medios físicos o en línea. Asimismo, también abren versiones virtuales con el fin de interactuar con usuarios en cualquier parte del mundo, difundir la circulación de su digitalización y/o contenidos digitales,

o acercar sus colecciones físicas a la comunidad. Es uno de los medios de comunicación más instantáneos y sin precedentes, y las redes sociales son herramientas ideales para integrar las bibliotecas y los usuarios.

El avance de las tecnologías de la Información y Comunicación en las bibliotecas ha generado grandes cambios, así como la aparición de nuevos productos y servicios para brindar actividades para la transmisión de la información a sus usuarios. Esto ocasiona que sea inevitable el uso de herramientas que favorezcan y mejoren la comunicación y difusión de estos servicios logrando satisfacer las necesidades de información de los usuarios.

El investigador hace hincapié en que dichas técnicas de promoción y difusión del fondo bibliotecario o marketing bibliotecario se vio presente en instituciones de Nueva Zelanda, Reino Unido, España, Estados Unidos y nuestro país Argentina. Tal es así que sus usuarios utilizan plataformas de cada organismo entre estos países como fuente de información fidedigna. De esta manera podemos observar el caso en estudio de esta investigación.

Explica que, dado que el avance de las tecnologías hace que servicio de referencia virtual se esté incrementando más en las bibliotecas, más evidente porque utilizan recursos electrónicos para el ordenamiento y clasificación de sus colecciones. Las universidades también, cada vez ofrecen más programas a distancia o en línea, esto puede observarse con mayor disposición desde la pandemia atravesada desde el año 2020 de la COVID-19, por eso es preciso que los servicios y productos ofrecidos por las bibliotecas de dichas universidades sean también en línea para ayudar a satisfacer las necesidades de información de sus estudiantes.

2.3.1. El uso de las redes sociales para la difusión de servicios y productos en bibliotecas

En todo el mundo, las bibliotecas están incorporando nuevas herramientas para promocionar y difundir sus servicios y productos, dado que la información al alcance de cualquier persona está aumentando de manera desmedida gracias al avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), esto ocasiona que los colegas bibliotecarios no hagan vista ciega a la situación de la nueva era digital y busquen adaptarse a ella.

El uso de las redes sociales en general, más que nada para la cotidianidad de los seres humanos comenzó en el año 2007, oficialmente, con la creación de la red social Facebook, al principio creada como medio de comunicación de estudiantes de la Universidad de Harvard y luego fue vendida para su producción masiva.

En un estudio titulado “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” donde se analiza el uso de Facebook en tres universidades de la Argentina, Universidad Nacional de Córdoba (UNC) – Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA) Y Universidad Nacional de la Plata (UNLP), se arrojó un total de 45 bibliotecas que fueron analizadas.

Con relación a ello, Laudano, Corda, Planas y Kessler (2015) remarcan que desde el 2007 se ha empezado a realizar trabajos en torno a la implementación de dicha red social para las bibliotecas, la mayoría de ellos giraban en el uso de la plataforma, lineamientos y creación de perfiles institucionales y demostrar las experiencias positivas de bibliotecarios. Los resultados de dicha investigación arrojaron una observación acerca de que 23 de las 45 bibliotecas que fueron analizadas (equivale al 51%) dentro del año 2016 utilizaban la red social. Cabe destacar que, si se volviera a evaluarlo en la actualidad, se podría llegar al 90% dado la necesidad de información de los usuarios y diferentes cambios de contexto. Destacaron por último que otra de las redes sociales más usadas es Twitter con un 50% de adopción, mientras que blogspot y YouTube mantuvieron valores menores.

Los investigadores hacen hincapié que en el año 2018 la red social más usada en México fue Facebook seguido por WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter (hoy conocido como “X”). Para ello, seleccionaron 50 sitios de bibliotecas universitarias en Twitter y 50 en Facebook, esto determinó que Twitter era más utilizado por las universidades públicas y Facebook por las universidades privadas y luego destacan que Facebook contiene elementos para mostrar datos básicos de cualquier organización, en cambio Twitter no está diseñada para ofrecer tanta información de contacto y esto deshabilita el contacto con el usuario, destaca igual que el permitir que puedan comentar, compartir o colocar un “me gusta” facilita la interacción con los contenidos publicados por las bibliotecas y aumenta el alcance de lo que se busca promocionar.

Por último, en su estudio resaltan que, si no cuentan con una gestión o plan de desarrollo establecido para promocionar sus servicios el uso de las redes sociales pierde sentido en términos de responsabilidad institucional.

En paralelo a ello, un trabajo realizado por la Universidad de Fasto en Mar del Plata, Argentina que se titulaba “Planificar y Sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias” las autoras Pandolfo y Aguilera (2021) explicaron: “Nuestro público objetivo es la comunidad universitaria de FASTA que se encuentra compuesta mayoritariamente por

estudiantes jóvenes que utilizan Instagram. Consideramos que esta red social era un canal de comunicación con nuestros usuarios que debíamos explotar.” (p. 6) para poder justificar el hecho de que, si bien la biblioteca contaba con un espacio dentro de la web de la universidad y un número de WhatsApp para contacto, los usuarios no accedían a ellos de manera espontánea, exponiendo así la utilidad de la red social Instagram.

Esto también logró enlazar la red social Instagram con Facebook, dado que ambos pertenecen, hoy, a la empresa Meta, permitiendo programar las publicaciones a realizar para que puedan ser compartidas y posteriormente visualizadas por sus usuarios en todas las aplicaciones de la empresa.

Para poder brindar información de calidad, cada institución requiere tomar decisiones estratégicas que vayan a la par de los avances de la sociedad, esto se puede observar en países, como Estados Unidos, México, Brasil entre otros, que han establecido lineamientos para el acceso y uso de la información mediante las redes sociales, que ofrecen oportunidades para quienes las utilizan. Como se refiere la autora Sandi (2012) en su investigación titulada “Las redes sociales presentes en las bibliotecas”, cuando habla de las ventajas y oportunidades de las redes sociales:

- Mercadeo: se puede tener una lista de contactos actualizada, con información permanente sobre la existencia y características de los servicios y productos de la unidad de información.
- Se puede informar en forma periódica y permanente a nuestros usuarios con noticias y novedades de nuestros servicios.
- Se puede identificar a los usuarios con el equipamiento y la comunidad, a la que pertenece y se puede aportar valor añadido a la dinamización del grupo a través de foros y encuentros virtuales sobre temas de interés de la comunidad de usuarios.
- Se pueden captar nuevos usuarios potenciales, ya que mediante una red social se puede tener acceso a otros miembros y estos a su vez pueden visualizar nuestro quehacer.
- La unidad de información puede tener acceso a los perfiles de los usuarios de la red para promover, divulgar e informar sobre las actividades de la unidad de información.
- Se amplía la cobertura geográfica y horaria de nuestra comunidad usuaria, ya que podemos llegar a ellos, sin límite de distancia o de horario, se está disponible en todo momento y lugar.
- Se puede recibir retroalimentación de los usuarios en tiempo real, es decir en forma inmediata y respetando el principio de fidelidad y honestidad en la comunicación.

- El hecho de que la unidad de información esté presente en una red social, permite lograr un reposicionamiento de la unidad de información, esto demuestra que el profesional de la información está actualizado, es decir, dispone de equipo y recursos de conectividad adecuados para lograr esa interacción con los usuarios.
- Los costos de ingresar a una red social son mínimos, el acceso y la suscripción a la misma son gratuitos, lo que el usuario debe aportar es el equipo y la conexión a cualquiera de las redes que desee suscribirse.
- Resulta conveniente establecer una estrategia y seleccionar una red social que sea adecuada para la biblioteca, hay mucha variedad y se debe analizar de las que están disponibles cuál es la que nos acerca al máximo número posible de usuarios. (Sandi, 2012, p.6)

Además, agrega que una red social puede potenciar la biblioteca con ya que con ella pueden informarse sobre sus servicios y productos haciendo videos y fotos para su visualización y promoción, enlazar sitios web institucionales o catálogos en líneas de ellas, publicar todo tipo de información de interés para sus usuarios, así como invitaciones a eventos dentro de la institución y fomentar la lectura junto al acceso de la información.

En una investigación titulada “Construir comunidad: gestión de redes sociales; Instagram – La nueva vitrina de las bibliotecas” los autores Paz y Locles (2022) destacan que en la actualidad es habitual que una biblioteca recurra a las redes sociales para promover sus servicios, comunicarse con sus usuarios, ellas usan de referencia que ellas tienen más de 4.623.000 de usuarios en el mundo. Una de las más usadas es Instagram, hacen hincapié que cuenta con 450 millones de cuentas activas, esto demuestra que es indudable el potencial que posee para lograr desarrollar las políticas de gestión necesarias para brindar información a los usuarios. Paz y Locles (2022) remarcan que desde la biblioteca eligieron Instagram como su “vitrina para implementar nuevos servicios y darle visibilidad” (p. 4).

Las autoras explican que las bibliotecas pueden sacar beneficio siempre y cuando se adopte un rol activo por parte del bibliotecario encargado de la institución, esto requiere de una responsabilidad y adaptación del formato para conectar con sus usuarios. Dado que Instagram permite crear perfiles con características exclusivas para publicitar servicios, por eso se dice que sea convertido en una gran fuente rentable para muchas empresas.

Por medio del estudio que se encargó de definir de manera sintética el uso del Instagram en las bibliotecas titulado “Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas”, los autores Guallar y Traver (2021) describieron que

Instagram es una Red social visual muy en auge en los últimos años, a la que se han ido incorporando paulatinamente las bibliotecas, que ahora publican en la misma con entusiasmo. Puesto que existen distintos espacios en los que publicar contenidos (noticias, stories, reels y recientemente las guías), las formas de aplicar curación de contenidos son diversas, lo que ofrece variadas oportunidades para innovar en esta red social. Se pueden curar contenidos tanto en las imágenes/vídeos como en el texto o en ambos, así como construir historias o listas a través de la agrupación de varias imágenes. En el texto de las publicaciones no se pueden insertar hipervínculos, por lo que existen otras herramientas como Linktr para editar enlaces. (Guallar y Traver, 2021, p.5)

Otro trabajo titulado “ From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library”, realizado por Wai, Ching, y Chiu (2020), señalaron que, ante las preferencias por el uso de las imágenes por parte de los millennials que son la mayoría usuarios estudiantes de entre 18 a 22 años. Para este estudio, los bibliotecarios tuvieron que utilizar Instagram para conectarse con sus usuarios. Para ello, realizaron un estudio en la biblioteca de la Universidad de Hong Kong (HKUL) de metodología mixta relacionado con las interacciones de Instagram y Facebook en la biblioteca de esa universidad. Sorprendentemente encontraron que las interacciones con los usuarios fueron muy pocas, concluyendo que lo que más llamó la atención fueron las noticias operativas y los eventos de la biblioteca. Los encuestados vieron con buenos ojos el uso de las redes por parte de la biblioteca, pero invitaron a mejorar los contenidos para aumentar el interés.

Syadza Millati Azka, Taufik Asmiyanto, Parveen Babbar (2023) realizaron un análisis sobre el uso del Instagram por parte de bibliotecas de indonesia para responder a la pandemia del COVID-19 donde se manifestó como se produjo un mayor uso de las redes sociales en las instituciones bibliotecarias mediante una investigación que llamada “respuesta a la pandemia de covid-19: ¿Dónde se encuentran las bibliotecas públicas” de los autores Alajmi and Albudaiwi's (2020) donde se buscó identificar como las bibliotecas de Nueva York aprovecharon twitter no solo para brindar información que contenía la biblioteca si no también, mensajes de apoyo e información sobre la salud en medio la pandemia.

En dicho análisis se estudió los patrones de uso de redes sociales en bibliotecas universitarias durante la pandemia del COVID-19 especialmente en Instagram, llegando a la conclusión de que cada biblioteca utiliza varias estrategias para sus Instagram para respaldar su función durante la pandemia; ellas socializan activamente mientras se encarga de animar a sus usuarios a aprovechar los servicios remotos y servicios que brindan en sus páginas web, cerrando con la idea de que la biblioteca universitaria no solo debe aprovechar las redes sociales, sino aprovechar las oportunidades para ampliar su función brindando información útil para ayudar a su comunidad de usuario, destacando que esto podría ayudar a que las bibliotecas promuevan sus agendas de alfabetización información para minimizar los engaños establecidos mediante fake-news.

Esta investigación realizada contribuye a futuros estudios que consideren el nivel de actividad en la red social Instagram desde las bibliotecas y también a la relación con las expectativas de los usuarios con la información ofrecida por la biblioteca a través de las redes sociales y cómo ellos responden a ellas.

Ahora bien, como esta investigación trata del uso de la red social Instagram en las bibliotecas, es necesario contextualizar sus herramientas principales y sus funcionalidades para acceso y uso.

Tabla 2 Herramientas de Instagram para el uso de difusión de servicios en una Biblioteca Universitaria

HERRAMIENTAS DE INSTAGRAM PARA EL USO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS EN UNA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA		
<i>PUBLICACIONES EN EL FEED</i>		Contenido visual: creación de imágenes que sean llamativas, utilizar fotos de alta calidad de libros, eventos que se realicen en la biblioteca, espacios para sus usuarios, calendario de eventos, anuncios de nuevos servicios.
<i>HISTORIAS (STORIES)</i>		Contenido Efímero: anuncios breves que se hagan en el día, información sobre días conmemorativos, fechas importantes de la Facultad, eventos próximos a realizarse.

HERRAMIENTAS DE INSTAGRAM PARA EL USO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS EN UNA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA		
HISTORIA DESTACADAS		Destacar en el perfil las historias subidas anteriormente para que puedan acceder, dividir en diferentes secciones, por ejemplo, horarios disponibles, links de accesos directos a base de datos, avisos, nuevas adquisiciones, etc.
INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA		Encuestas, cajas de preguntas para consultas rápidas, cuestionarios o trivias sobre algún documento, reposteos de menciones de imágenes compartidas por los usuarios usando los servicios de las bibliotecas.
REELS (O VIDEOS CORTOS)		Mostrar servicios disponibles, vida cotidiana dentro de la biblioteca, clips de recomendaciones de documentos o anuncios de nuevas adquisiciones, videos mostrando como usar la base de datos o demás productos disponibles.
IGTV (O VIDEOS LARGOS)		Conversaciones con autores que donen libros, con autoridades de la universidad, grabaciones de algún taller o exposición, tutoriales sobre cómo usar el catalogo en línea o como solicitar un documento, muestra de las áreas de la biblioteca.
ENLACES		Enlaces de rápido acceso a bases de datos o noticias publicadas en las páginas web de la UNNE
STICKERS		Stickers para mejor interacción como son los de "me gusta" o "no me gusta", "manitos arriba" ayuda a saber la satisfacción en algún servicio publicado.
HASHTAGS		Creación de hashtags propios para reconocimiento de la biblioteca, utilizar también hashtags populares para más llegadas.
ETIQUETAS		Menciones de otras bibliotecas o institutos con lo que se trabaja para que puedan compartir en sus perfiles, esto permite realizar

<i>HERRAMIENTAS DE INSTAGRAM PARA EL USO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS EN UNA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA</i>		
		publicaciones conjuntas que sean compartidas en varios perfiles a la vez.
<i>MENSAJERIA DIRECTA</i>		Puede usarse por el usuario para realizar preguntas de forma directa sobre su necesidad de información, asistencia personal, servicio o producto.
<i>PROMOCIÓN PAGADA</i>		Uso de Instagram Ads para llegar a un público más amplio, esto puede lograr que sea visible para más personas. Segmentar el perfil dándole un enfoque hacia lectura o educación.

Fuente: Elaboración propia (2024).

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

El tipo de estudios que fue tomado para esta investigación es el exploratorio, descriptivo, de lógica cuali-cuantitativa. Estas investigaciones tienen que rondar sobre la observación de los productos y servicios brindados en el Instagram institucional de las bibliotecas, a la vez describirlos jerarquizando en tipo de servicios. La misma técnica de observación deberá ser utilizada para determinar los tipos de usuarios que luego serán entrevistados, para conocer sus acciones a la hora de acceder y usar la información, que fue descripta anteriormente.

Los rasgos esenciales de la investigación cualitativa se ubican en la elección correcta de métodos y teorías apropiados, el reconocimiento y el análisis de perspectivas diferentes, las reflexiones de los investigadores sobre su investigación como parte del proceso de producción del conocimiento y la variedad de enfoques y métodos (Flick, 2007, p. 18).

El diseño de investigación es el plan de acción que va a llevar el investigador para responder sus preguntas/problemas de investigación y validar los supuestos, en los se describen los métodos que serán usados para la recolección de datos luego en la tesina.

La manera de resolver el problema se persigue en la investigación cualitativa: diseñar métodos tan abiertos que hagan justicia a la complejidad del objeto en estudio. Aquí, el objeto en estudio es el factor determinante para escoger un método, y no al revés. Los objetos no se reducen a variables individuales, sino que se estudian en su complejidad y totalidad en su contexto cotidiano. Por tanto, los campos de estudio no son situaciones artificiales en el laboratorio, sino las prácticas e interacciones de los sujetos en la vida cotidiana. Aquí, en particular, se estudian con frecuencia situaciones y personas excepcionales (Flick, 2007, p.19)

Por ello, el tipo de diseño que va a ser tomado para mi investigación es el exploratorio-descriptivo según los alcances de la investigación, y cuali-cuantitativo en relación al tratamiento y análisis de los datos.

Según Mendicoa (2003), en su libro titulado “Sobre tesis y tesistas”, los estudios descriptivos ponen al investigador frente al objeto de estudio para que pueda realizar la medición de variables que permitirán revisar la situación en que se encuentran dichas variables sin profundizar las relaciones que establecen y responden a las preguntas de como es. Las investigaciones descriptivas pueden adoptar un método cualitativo sobre el estudio de casos, se espera obtener una descripción basada en variables nominales.

La autora también explica que los estudios explicativos son los que alcanzan mayor profundidad, dado que buscan responder el porqué de los supuestos y, mediante su comprobación dan lugar a las generalizaciones teóricas con más relevancia.

Por esto, podemos observar que la pregunta de investigación ¿Qué servicios ofrecen las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, en sus cuentas de Instagram institucionales?, desarrolla variables en un nivel de anclaje “servicios que ofrecen dentro del Instagram institucional” que será observado dentro de la información que se escribe en las publicaciones realizadas.

Por consiguiente, la pregunta ¿Cómo acceden y usan información los usuarios de los Instagram institucionales de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería? desarrolla variables en un nivel de anclaje “modo de acceso a la información y uso de la información publicada en dichos Instagram”, lo que fue investigado mediante encuesta a los usuarios.

En estos casos, también es una investigación exploratoria, dado que se necesita ganar experiencia o familiaridad con el tipo de posteos que realizan en las cuentas de Instagram las bibliotecas, y las actividades que realizan a la hora de ingresar los usuarios a esos Instagram para poder conocer cuales, son de utilidad para avanzar a las siguientes preguntas de investigación que van en la posición de “secundarias” para el desarrollo de la investigación como por ejemplo cuáles son sus necesidades de información y el comportamiento informacional que adoptan ante esa información brindada.

Se considera que también debe ser descriptivo porque, la investigación se coloca frente a la unidad o universo de estudio en este caso el Instagram institucional y los usuarios de dicho Instagram, que orientan a responder cómo son esos posteos o cómo son esas actividades que realizan los usuarios a la hora de ingresar a la unidad de información.

Por último, esta investigación cuali-cuantitativa se organiza de forma a comprender las características de las necesidades de información y comportamiento informativo desarrollados en torno al objeto de estudio y a interpretar, en lo cuantitativo, la cantidad de usuarios y posteos en la red social, observando las estadísticas dentro de la misma, poniendo el foco, sobre todo, en la información difundida en dichos posteos y las actividades que sus usuarios ejercen cuando observan y recaudan esa información.

El objeto de estudio, que consiste en las cuentas de Instagram institucionales de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, en cuanto a su acceso y uso, exige una interpretación de los datos a partir de un análisis de tipo hermenéutico.

Según Durand (2003) el paradigma interpretativo está ligado a la hermenéutica. La autora explica que la recolección de datos mediante la observación y la muestra queda expresada mediante un campo o desplazamiento, en este caso sería a la interpretación mediante métodos cualitativos, el investigador no se limita observar solamente si no que interpretar sus significados:

Para la ciencia interpretativa, la validez del resultado se prueba a través de experiencias cotidianas en la comunidad. No existe hipótesis que deben ser probadas empíricamente ni un criterio de validación científico como en el positivismo...En síntesis, la realidad no se representa como algo externo que se pueda aprehender mecánicamente si no que esta pre construida simbólicamente. Por lo tanto, se trata de compartir significados entre sujetos que interpelan mutuamente (investigador/investigado). Es decir, no se trata de objetos pasivos que pueden ser explicados sino de sujetos que cuestionan al investigador obligándolo a revisar y redefinir sus preconceptos, sus teorías y supuestos (Durand, 2003, p. 251).

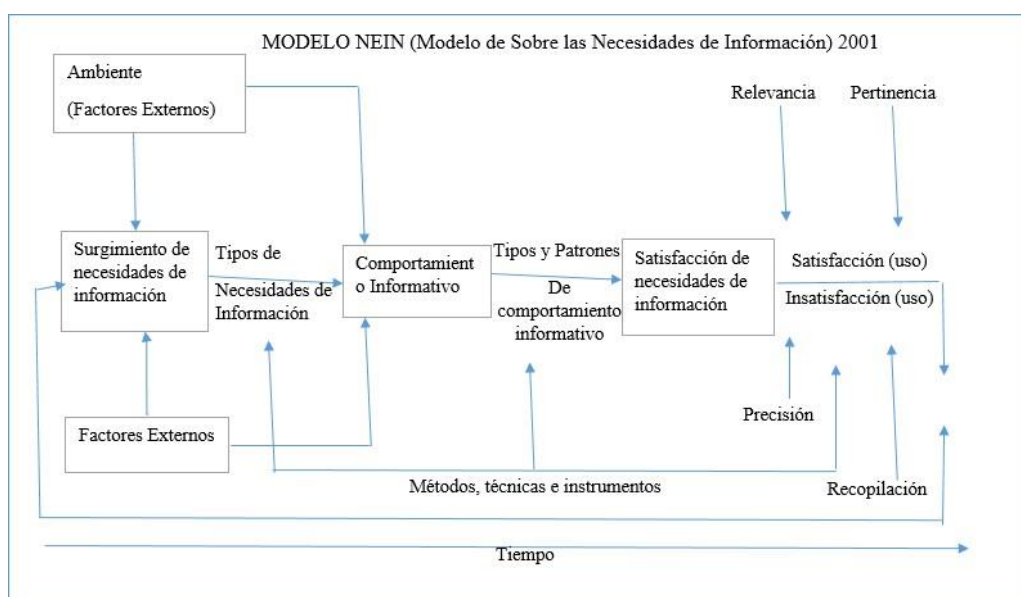
Pero también se puede observar, según González Teruel (2010) que plantea que se necesitan alternativas a los aspectos de la investigación en las Ciencias de la Información donde se tengan en cuenta las necesidades de información y el uso de la información, la capacidad de estudiar la conducta informativa y la consecuencia de buscar diferentes aspectos teóricos para desarrollar los hábitos informativos de los usuarios de unidades de información. Establece así que el paradigma alternativo (u orientado al usuario) busca un punto de vista subjetivo, establece al usuario como una persona activa con un comportamiento que depende del contexto situacional donde se encuentra, un usuario con una visión integral en su proceso de búsqueda de información. La autora afirma que, este tipo de paradigma introduce el uso de métodos cualitativos para comprender profundamente al fenómeno en estudio.

Para ello podemos tomar la definición de las autoras Pérez y Sabelli (1995) “el paradigma alternativo de los estudios de usuario supone la aplicación de métodos que permitan describir individualmente y desde su percepción sus propias experiencias reales en relación con la información” (p. 6).

En esta investigación, desde los estudios de usuarios se ha tomado la postura de utilizar al Modelo NEIN (Villaseñor Rodríguez y Calva González, 2016), que ha brindado características teóricas y metodológicas para definir las necesidades de información y al Modelo de Choo, Detlor y Turnbull, específico para entornos virtuales en unidades de información, destacando que el comportamiento de los usuarios de las cuentas de Instagram institucionales de las bibliotecas utilizadas para este análisis se puede definir a partir de sus parámetros.

El Modelo NEIN se caracteriza por...

Ilustración 1 Modelo NEIN de Villaseñor Rodríguez y Calva González



Fuente: Villaseñor Rodríguez y Calva González (2016, p.353).

Ya el Modelo de Choo, Detlor y Turnbull (2000) que es citado por González Teruel (2005) se encarga de explicar que ellos fueron uno de los primeros en dar a conocer sobre la búsqueda de información en la World Wide Web, y contiene las siguientes características: acerca de la “visión sin dirección” que es cuando el usuario busca una información sin alguna necesidad en mente, decide investigar diferentes fuentes y elegir la que le parece más accesible; “visión condicionada”, cuando el usuario busca una información sobre un aspecto que necesita y es capaz de reconocer su necesidad de información; “búsqueda informal”, que se da cuando el usuario busca la información de forma activa para aumentar su conocimiento en alguna temática, se dice que es informal porque no realiza un esfuerzo meramente estructurado para buscar la información; y por último explica la “búsqueda formal” que es cuando el usuario busca la información de forma planificada acerca de la temática que necesita.

Tabla 3 Modelo de Choo, Detlor y Turnbull sobre las Necesidades de Información

	Starting (comienzo)	Chaining (encadenamiento)	Browsing (examen u ojeo)	Differentiating (diferenciación)	Monitoring (seguimiento o vigilancia)	Extracting (Extracción)
Visión sin dirección	Identificación, selección de páginas iniciales.	Seguimiento de links en páginas iniciales.				
Visión condicionada			Ojeo de páginas de entrada, títulos, mapas de sitio.	Inclusión de dirección en el bookmark, impresión, copia. Acceso directo a un sitio conocido.	Revisita a las direcciones del bookmark para ver si hay nueva información	
Búsqueda informal				Inclusión de dirección en el bookmark, impresión, copia. Acceso directo a un sitio conocido.	Revisita a las direcciones del bookmark para ver si hay nueva información	Uso de buscadores locales para extraer información
Búsqueda formal					Revisita a las direcciones del bookmark para ver si hay nueva información	Uso de buscadores para extraer información

Fuente: Choo, Detlor y Turnbull (2000).

Estos modelos permiten la realización del análisis del recorrido que hace el usuario en las unidades de información investigadas, que puede ser comparado en cada biblioteca, evidenciando características propias del ámbito de la biblioteca universitaria.

3.1. Selección del contexto

En cuanto al diseño de ésta investigación, la población considerada se enfoca en las bibliotecas universitarias de las doce Facultades de la Universidad Nacional del Nordeste: Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Facultad de Ciencias Agrarias, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura, Facultad de Ciencias Veterinarias, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas, Facultad de Humanidades, Facultad de Ingeniería, Facultad de Medicina, Facultad de Odontología e Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología. Dentro de esa población, tomaremos como muestra intencional a dos bibliotecas, que son las que poseen Instagram

institucional con contenido actualizado al año 2022: Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades y Biblioteca Central de la de la Facultad de Ingeniería.

Se llegó a la elección de dichas cuentas en Instagram dado un estudio realizado en el año 2022 durante la confección del proyecto de investigación, en el cual se observó que las bibliotecas centrales de dichas Facultades eran las únicas que contenían redes sociales para la difusión de sus productos y servicios hasta la fecha, los cuales fueron ser investigados para este trabajo.

La muestra para esta investigación consiste en los usuarios de la Biblioteca Central de Humanidades y de la Biblioteca Central de Ingeniería, que son estudiantes de las diferentes carreras de grado que asisten a dichas bibliotecas en búsqueda de información. Dentro de ello, esta investigación se centrará en las cuentas de Instagram institucionales de la Biblioteca Central de Humanidades y de la Biblioteca Central de Ingeniería.

Para establecer un parámetro, en 2024 la cantidad de estudiantes de la Facultad de Ingeniería y de la Facultad de Humanidades registrados en la Biblioteca Central de la UNNE, en calidad de socios y la cantidad de seguidores en las cuentas de Instagram estudiadas se comportan de la siguiente forma (Tabla 5):

Tabla 4 Cantidad de Socios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y Facultad de Ingeniería y Seguidores de Instagram

	Socios de la biblioteca ¹	Seguidores de Instagram ²
Facultad de Humanidades	141	1.085
Facultad de Ingeniería	111	1.191

Fuente: Datos de la investigación (2024).

Si bien esta cantidad no representa en términos de muestra, porque se ha buscado encuestar incluso estudiantes que no tengan registro en las bibliotecas, es un parámetro cuantitativo relevante.

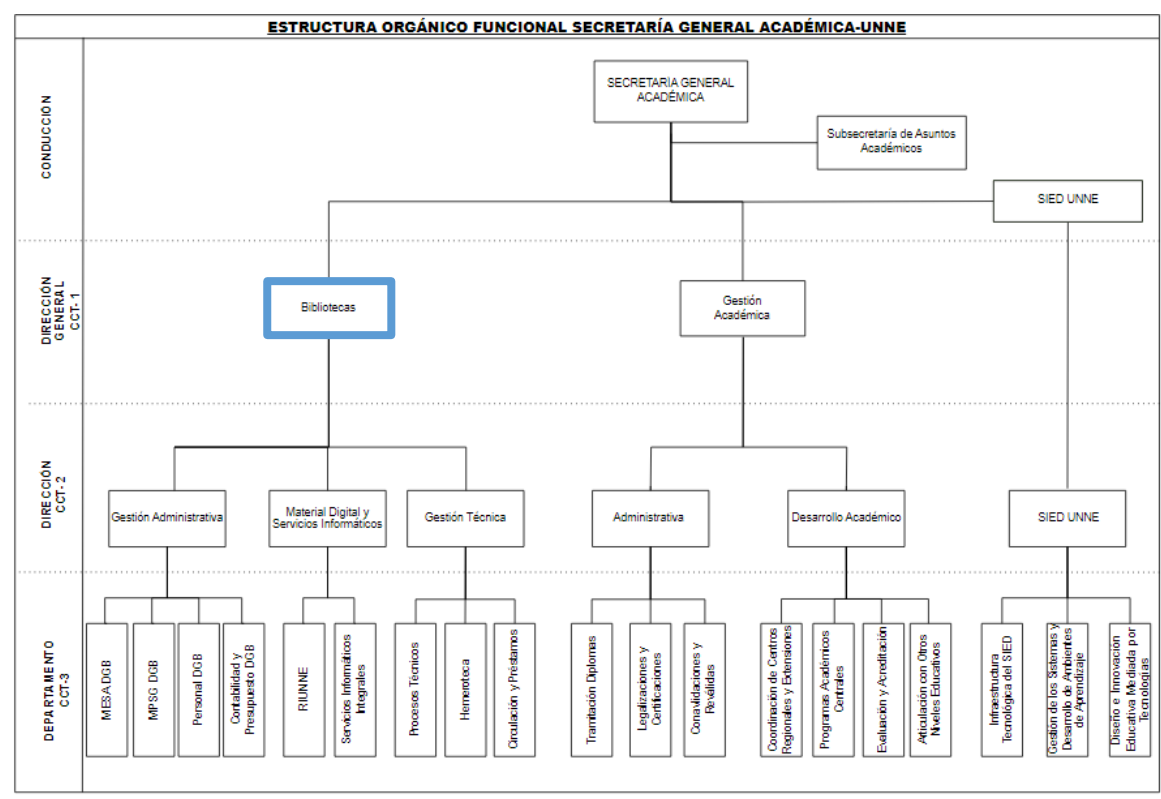
3.1.1. La Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste

La Dirección General de Bibliotecas (DGB) es una red que reúne a todas las bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste y es tan antigua como la universidad. Surgida en el año 1969, depende de la Secretaría General Académica de la institución y tiene responsabilidad sobre la coordinación administrativa y técnica de los procesos y los servicios bibliotecarios de la universidad y de su Red de Bibliotecas.

¹ Los usuarios de ambas bibliotecas pueden ser o no ser estudiantes de carreras de estas Facultades.
² Los seguidores de las cuentas de Instagram de las bibliotecas estudiadas no son necesariamente solo estudiantes.

En la siguiente imagen se puede observar la estructura orgánico funcional de la Universidad Nacional del Nordeste, donde se observó que del rector se despliegan y dependen varias secretarías generales, entre ellas la secretaría general académica de la cual depende las Bibliotecas:

Ilustración 2 Estructura orgánico funcional de la Secretaría General Académica de la UNNE



Fuente: Universidad Nacional del Nordeste (2024).

Sobre la misión de la red de bibliotecas, define que es fundamental

(...) actuar como cuerpo auxiliar de la investigación, la enseñanza, y la formación profesional y cultural de alumnos, personal docente y de investigación y, como instrumento de la acción de la Universidad y su zona de influencia, en los diversos medios científicos, profesionales y económicos vinculados con las disciplinas a que ella se dedica (UNNE, 2023, s.p.).

Al pensar en una Red, la propuesta de la UNNE es descentralizar procesos bibliotecarios, teniendo como base la Biblioteca Central, pero distribuyendo los servicios a las sedes que componen esta Red en la región que abarca la UNNE, entendiéndose como universidad nacional y, a la vez, regional, por ramificarse por las provincias de Chaco y Corrientes.

La Universidad Nacional del Nordeste se funda en 1956 y, a los tres años de su funcionamiento se crea en la ciudad de Resistencia la Biblioteca Central, dependiente por ese entonces de la Secretaría de Extensión Universitaria y Ampliación de Estudios. En el año 1969 por Resolución Rectoral N° 14.351 surge la Dirección de Bibliotecas, como organismo de coordinación y de asesoramiento técnico de las bibliotecas y de los institutos dependientes de las distintas Facultades.

Misión: Actuar como entidad de apoyo a la investigación, la enseñanza y la formación profesional y cultural de alumnos, personal docente e investigadores, sirviendo como instrumento de acción vinculante entre la Universidad y la sociedad, en los diversos medios científicos, profesionales y económicos vinculados con las disciplinas a que ella se dedica.

Objetivos: Custodiar, acrecentar, preservar, conservar, registrar y difundir toda expresión del conocimiento humano representada en cualquier soporte material o inmaterial. Contribuir al desarrollo, fortalecimiento y perfeccionamiento del capital humano de nuestra comunidad académica y toda la sociedad. Desarrollar programas de cooperación con otras Bibliotecas y otras entidades culturales y científicas. (Dirección General de Bibliotecas de la UNNE, 2023, s.p.)

La Red de Bibliotecas UNNE se constituye por una biblioteca central y todas las bibliotecas de Facultades e institutos UNNE. La dispersión geográfica de la universidad, cuyas sedes académicas y administrativas se encuentran en las provincias de Corrientes y Chaco y en diferentes campus, llevó a pensar en el desarrollo de un proyecto con base en la aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TIC's), como medio para resolver tal fragmentación y garantizar la prestación de los servicios a los usuarios.

Con base en la unificación de criterios para la estandarización de la carga de nuevos registros y planes de capacitación y formación constante de sus agentes, la Red de Bibliotecas se configura como un ente dinámico basado en la integración y el trabajo colaborativo para la optimización de recursos existentes y generación de nuevos servicios orientados a satisfacer las necesidades de información de la comunidad académica de nuestra Universidad. (Dirección General de Bibliotecas de la UNNE, 2023, s.p.)

A continuación, se describe brevemente cada una de ellas y las informaciones disponibles a los usuarios:

Tabla 5 Información disponible de las Bibliotecas e Institutos de Investigación de la UNNE

Sede Resistencia	
Biblioteca Central “Prof. Juan Luis Mettini”	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: bib.UNNE.edu.ar • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 20:00 hs. • Contacto: contacto@bib.UNNE.edu.ar / +54 (0362) 4443742
Biblioteca de la Facultad de Humanidades	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: facebook.com/bibliotecashum.UNNE • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 07:00 a 20:00 hs. • Contacto: bibliotecahumanidadesUNNE@gmail.com / 362-44446958 Int.26
Biblioteca de la Facultad de Ingeniería Sr. Darío Tortosa	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: ing.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 08:00 a 19:00 hs. • Contacto: biblioteca@ing.UNNE.edu.ar / +54 362 416-4674
Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas Prof. Susana P. Gusinsky de Gelman	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: eco.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 08:00 a 20:00 hs. • Contacto: biblioteca@eco.UNNE.edu.ar / (+54) 362-4426691 / 4426691 / 4422155 – Int. 157
Centro de Información Bioagropecuaria y Forestal CIBAGRO	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: bib.UNNE.edu.ar/cibagro • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 19:45 hs. • Contacto: cibagro@bib.UNNE.edu.ar / +54 362 444-3742
Centro de Gestión Ambiental y Ecología CEGAE	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: cegae.UNNE.edu.ar • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: se desconoce • Contacto: cegae@ing.UNNE.edu.ar / 0362 445-2826
Biblioteca del Instituto de Filosofía	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: facebook.com/filosofiabibUNNE • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: lunes a viernes 07:00 a 19:00 hs • Contacto: filosofiabibUNNE@gmail.com
Biblioteca de la Fac. de Arquitectura	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: https://www.arq.UNNE.edu.ar/biblioteca/ • Catálogo online: Catálogo Pérgamo

Sede Resistencia	
Arq. Roberto Champion	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: lunes a viernes 08:00 a 19:30 hs. Contacto: biblio@arq.UNNE.edu.ar / +54 03624452820 int 119
Biblioteca del Centro Geo ciencias Aplicadas Ing. Daniel Gaborov	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: facebook.com/bibliocga Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: lunes a jueves 15:00 a 19:00 hs y viernes de 08:00 a 13:00 hs Contacto: centro.geociencias.UNNE@gmail.com
Biblioteca del Instituto de Geografía IGUNNE	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: hum.UNNE.edu.ar/investigacion/geografia/igUNNE Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: se desconoce Contacto: geogra@hum.UNNE.edu.ar / (+54) 362 – 4446958 – 4422257 – 4421864 – 4427470 (Interno 214)
Centro de Estudios Sociales CES	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: ces.UNNE.edu.ar Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: se desconoce Contacto: ces.UNNE@gmail.com / 0362 445-2826
Biblioteca del Instituto de Historia Ricardo R. Caillet-Bois	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: hum.UNNE.edu.ar/investigación/historia/instituto/biblioteca Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Las Heras 727 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: lunes a viernes 7:00 a 12:00 hs y 14:00 a 19:00 hs. Contacto: bibliotecahistoriaUNNE@gmail.com / (+54) 362-422257 interno 313
Campus de la Reforma Biblioteca de la Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: artes.UNNE.edu.ar/bibliotecas Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Castelli 1300 – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: se desconoce Contacto: biblioteca@artes.UNNE.edu.ar / (+54) 0362 – 4452829
Biblioteca del Instituto de Investigaciones Geo históricas	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web: iighi.conicet.gov.ar/sobre-la-biblioteca-del-iighi Catálogo online: Catálogo Pégamo Ubicación: Av. Castelli 930, Planta Baja – Campus UNNE Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 Horarios: lunes a viernes 07:30 a 18:00 hs. Contacto: iighi.secretaria@gmail.com / 0362 443-3514 (Interno 121)

Sede Resistencia	
Biblioteca de Electromecánica	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: ing.UNNE.edu.ar/biblioteca-de-electromecanica • Catálogo online: Catálogo Pérgamo • Ubicación: Av. Castelli 1230, Resistencia, Chaco. Argentina. CP 3500 • Horarios: Lunes a Viernes 08:00 a 13:00 hs. y 15:00 a 20:00 hs. • Contacto: biblioelectro@ing.UNNE.edu.ar / (+54) 362 4413291

Sede Corrientes	
Biblioteca de la Facultad de Medicina	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: med.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Mariano Moreno 1240 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: lunes a viernes 06:00 a 20:00 hs. • Contacto: biblio@med.UNNE.edu.ar
Biblioteca del Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: facebook.com/BiblioCriminalisticaUNNE • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Av. Catamarca 375 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 19:30 hs. • Contacto: biblio.crim@UNNE.edu.ar / 0379 442-2096
Biblioteca de la Facultad de Agricultura ERAGIA	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: eragia.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Ruta Nacional 12 y Raúl Alfonsín – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: lunes a viernes 08:00 a 12:30 hs. • Contacto: biblioteca.eragia@UNNE.edu.ar
Biblioteca de la Facultad de Odontología “Dr. Feliciano Ernesto Muñoz”	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: odn.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Av. Libertad 5450 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: Lunes a Viernes 07:30 a 19:30 hs. • Contacto: (0379) 4457992/93 interno 280
Biblioteca de la Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: dch.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Avenida Libertad 5460 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: Lunes a Viernes 09:00 a 12:00 hs. • Contacto: biblioteca.dch@comunidad.UNNE.edu.ar / biblioteca@dch.UNNE.edu.ar
Biblioteca de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura FACENA	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: exa.UNNE.edu.ar • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Av. Libertad 5470 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 19:30 hs. • Contacto: biblioteca@exa.UNNE.edu.ar / (0379) 4457992/93 interno 280

Sede Corrientes	
Biblioteca de la Facultad de Agropecuaria BAUNNE	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: baUNNE.UNNE.edu.ar • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Juan Bautista Cabral 2131 – Campus Corrientes – Provincia de Corrientes, Argentina, cp 3400 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 19:30 hs. • Contacto: baUNNE@bib.UNNE.edu.ar / [+54] 0379 4425753 interno 178 / 379 4425789 interno 116
Biblioteca del Instituto de Botánica del Nordeste IBONE	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: ibone.UNNE.edu.ar/biblioteca • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Sargento Cabral 2131 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: lunes a viernes 07:30 a 19:30 hs. • Contacto: ibone@agr.UNNE.edu.ar – webibone@agr.UNNE.edu.ar – ibonectes@gmail.com / (+54)-0379-4-426218
Biblioteca de Relaciones Laborales, Comunicación Social y Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: comtulab.UNNE.edu.ar • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Juan Bautista Cabral 2001 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: Lunes a Viernes 08:00 a 11:30 hs y 14:00 a 21:00 hs. • Contácto: biblioteca.coordgral@comunidad.UNNE.edu.ar / (+54) 0379-4436828 INT. 103
Biblioteca del Instituto de Ictiología INICNE	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web: vet.UNNE.edu.ar • Catálogo online: link catálogo • Ubicación: Juan Bautista Cabral 2001 – Campus UNNE Corrientes, Corrientes. Argentina. CP 3400 • Horarios: • Contacto: inicne@vet.UNNE.edu.ar / +54 (379) 4420854

Fuente: Universidad Nacional del Nordeste (s.f.).

3.1.1.1. La Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste

La Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades surge de la unificación de las bibliotecas pertenecientes a los Departamentos de Letras, Ciencias de la Educación, Nivel Inicial y una parte del fondo documental de la Biblioteca del Departamento de Historia en el año 1999, a partir de las recomendaciones realizadas en el Informe Final de Evaluación Externa realizado por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU).

A partir del año 2015, la Facultad de Humanidades cuenta con una Biblioteca de Estantería Abierta. La adopción de este sistema se hizo desde la práctica, en forma autodidacta. Los bibliotecarios y los usuarios, adquirieron en forma mutua nuevos aprendizajes de los cuales se pueden señalar ventajas, desventajas y esbozar conclusiones del uso de este sistema. La oportunidad de llevarla a cabo surge a partir de la gestión de las nuevas autoridades asumidas en el año 2014, quienes decidieron invertir presupuesto en mejorar los servicios de la biblioteca.

La implementación de este sistema requirió de un nuevo edificio y la adecuación de las distintas áreas, en especial aquella donde se encontraría el material bibliográfico que tenía que estar en un lugar de vigilancia permanente.

Ilustración 3 Biblioteca de la Facultad de Humanidades



Fuente: elaboración propia (2024).

La misión es actuar como entidad de apoyo a la investigación, la enseñanza y la formación profesional y cultural de alumnos, personal docente e investigadores, sirviendo como instrumento de acción vinculante entre la Universidad y la sociedad, en los diversos medios científicos, profesionales y económicos vinculados con las disciplinas a que ella se dedica. Por lo que su objetivo es contribuir al desarrollo, fortalecimiento y perfeccionamiento de nuestra comunidad académica y toda la sociedad. (Biblioteca Central de la Facultad Humanidades, 2020, s.p.)

Esta biblioteca se encuentra ubicada en el Edificio de la Facultad de Humanidades, dentro del campus de Resistencia, provincia del Chaco sobre Av. Las Heras 727. Su medio de contacto principal es su número telefónico: 362-4446958.

Contiene un sitio web <https://bibliotecahumchaco.wixsite.com/UNNE> , que fue elaborado por alumnos de la cátedra Prácticas Profesionales II de la carrera de Bibliotecología de la Licenciatura en Ciencias de la Información con la finalidad de brindar a la comunidad en general, información relevante y actualizada de todos los productos y servicios que gestiona y ofrece la red de bibliotecas de la Facultad, dentro del cual se puede acceder al Blog: <https://blogbibliotecahumanidades.blogspot.com/?m=1>. También cuenta con un apartado en la página web de la Facultad de Humanidades, donde se brinda algunas informaciones de contacto.

En términos de redes sociales, contiene una página de Facebook oficial: [https://www.facebook.com/bibliotecashum.UNNE?locale=es LA](https://www.facebook.com/bibliotecashum.UNNE?locale=es_LA) y también una página de Instagram: <https://www.instagram.com/bibliotecashum.UNNE/>.

Sobre su horario de atención, la biblioteca de la Facultad de humanidades tiene abierta sus puertas los lunes a viernes de 7:00 a 20:00 hs. Su acervo documental fue formado en el año 2000, a partir de donaciones de colecciones que integran los Departamentos Académicos de las diferentes carreras, el mismo está conformado por 23.800 ejemplares y contiene libros en formato impreso, folletos, ejemplares de revistas, tesis de los egresados de la Facultad y especímenes. Toda su documentación se encuentra organizada y clasificada dentro de su base de datos la cual se encuentra en acceso abierto por medio de un repositorio a todos sus usuarios que es controlado principalmente por la Biblioteca Central de la UNNE.

Sobre sus servicios, se destaca:

- Préstamos para lectura en sala
- Préstamos a domicilio sin horario establecido
- Canje con otras bibliotecas dentro del sistema bibliotecario de la UNNE.
- Consulta en el sistema Pέργamo de la Red de Bibliotecas: el material se encuentra a disposición de docentes, investigadores y alumnos, según lo establecido por el Reglamento de Préstamos de la Biblioteca.
- Préstamos de documentos de cátedra, como programas, planes de estudio y apuntes brindados por los mismos docentes de las cátedras.
- Sala de Lectura con ambiente climatizado, mesas y sillas grupales con conexión a wifi, servicio de conexión a computadoras para el uso de cualquier usuario.
- Servicio de información y referencia (presencial dentro de la biblioteca y virtual por sus medios de comunicación correo, redes sociales, teléfono).
- Realizan la digitalización de documentos, respetando los derechos de autor.
- Realizan trámites como la emisión de constancia de libre deuda.

3.1.1.2. La Biblioteca Central de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste

La Biblioteca de la Facultad de Ingeniería ‘‘Sr. Darío Tortosa, actualmente se encuentra dentro de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste, su horario de atención es de 08:00 a 13:00 hs. y de 15:00 a 20:00 hs., de lunes a viernes. Se encuentra situada, según su sitio web, en Av. Las Heras 727, en la ciudad de Resistencia, Chaco.

La documentación que contiene la Biblioteca de Ingeniería fue adquirida en el año 1962 gracias al Dr. Ingeniero Mario Bruno Natalini, que con la creación del Departamento de Estabilidad se fue adquiriendo dichos libros para el apoyo de los estudiantes los cuales fueron ordenados por el mismo ingeniero. En el 2014 se integraron todos esos documentos al sistema de gestión de bases de datos ‘‘Pérgamo’’, junto a toda la documentación que conformaba la Red de Bibliotecas, pero fue en el mes de abril del año 2017 que se crea oficialmente la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades dependiente de la Resolución n° 271/07 CD, y en el año 2016 se le asigna el nombre de ‘‘Sr. Darío Tortosa’’ quien fue su primer director por medio de la Resolución n.° 358/16 del CD, desde el año 2020 la biblioteca lleva la nueva denominación ‘‘Biblioteca de la Facultad de Ingeniería Sr. Darío Tortosa’’ junto a su Resolución n.° 079/20 del CD.

Ilustración 4 Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia (2024).

Misión: Gestionar los recursos bibliográficos y de información para la difusión, garantizando su acceso por parte de la comunidad universitaria (en concordancia con el plan estratégico institucional) y público en general (local, nacional e internacional)

Objetivos:

- Satisfacer las necesidades de acceso, uso y disfrute de información de la comunidad científica y universitaria.
- Facilitar el acceso a los recursos bibliográficos y de información, tanto propio como externo, asegurando su conservación, desarrollo y difusión.
- Colaborar en el proceso de creación y transmisión del conocimiento generado por la Facultad de manera libre y gratuita.
- Política y reglamento (Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, 2020, s.p.)

Como medios de contacto contiene un email: biblioelectro@ing.UNNE.edu.ar, un número de **teléfono:** (+54) 362 4413291, junto a una cuenta en Facebook https://www.facebook.com/bibingenieriaUNNE?locale=es_LA y una cuenta en Instagram <https://www.instagram.com/bibliotecainge.UNNE/>. A toda su información se puede acceder mediante el sitio web oficial <https://www.ing.UNNE.edu.ar/biblioteca/>.

Esta biblioteca está encargada de gestionar, procesar, conservar y difundir los recursos bibliográficos teniendo en cuenta los planes de estudio de las carreras dictadas en la Facultad de Ingeniería, esto a la vez ayuda a la creación de conocimiento y que sea brindado el acceso con facilidad a su comunidad universitaria y contribuya a la necesidad de aprendizaje de la docencia y la investigación. Sus usuarios son todas las personas que conforman la comunidad universitaria, como los estudiantes, docentes y no docentes.

Entre sus servicios, ofrece préstamos en sala de lectura para los que acuden a la biblioteca y quieren hacer uso de las instalaciones de ella presencialmente, préstamos a domicilio para los usuarios que necesitan retirar documentos y llevarlos a sus hogares a hacer uso de ellos y, por último, se realiza el llamado préstamo extraordinario destinado a docentes, investigadores y estudiantes avanzados que se establece mediante el préstamo interbibliotecario para incluir material que no esté en su propia colección (Reglamento de Biblioteca – RCD N° 153.21, 2021).

Además, también ofrece los siguientes servicios:

- Conexión a internet por medio de Wifi.
- Acceso a los documentos por medio de sus estanterías abiertas.
- Reservas, renovaciones y préstamos interbibliotecarios de su documentación
- Acceso a catálogos en línea e impresos
- Acceso a la sección de Hemeroteca

- Entrega de documentación digital.
- Para docentes e investigadores: permiten que soliciten la compra de nueva bibliografía en caso de que no se encuentre en la institución, elaborar sus propios apartados bibliográficos.
- Exposiciones de bibliografías mediante visitas guiadas en la biblioteca.
- Difusión de sus servicios en Redes Sociales, así también como asesoría virtual por medio de ellas de referencia e información bibliográfica.
- Formación de usuarios.
- Chat disponible para la consulta y atención a los usuarios por medio de WhatsApp

Sobre la adquisición de colecciones, la biblioteca creó una normativa para permitir las donaciones dentro de su interés y necesidad:

Tipo de donaciones

- Donaciones solicitadas por la Biblioteca
- Donaciones ofrecidas a la Biblioteca

Criterio de selección

- Tema, si forma parte fundamental de los programas de estudio o líneas de investigación de la disciplina de ingeniería civil, electromecánica o mecánica.
- Actualidad, vigencia, uso y novedad del documento según la especialidad temática.
- Imparcialidad, garantizar el derecho a la información en materias de controversia y la existencia de obras de distintas corrientes del pensamiento.
- Autoridad, el autor o institución editora deberá ser reconocido y avalado en su responsabilidad; investigar sus antecedentes, reputación y credibilidad sobre la materia.
- Relevancia, propósito a nivel de cobertura de la materia, adecuación del documento a la colección, se valorará si la temática de las obras guarda relación con los programas de estudios y disciplinas impartidas, así como con las líneas de investigación de la Facultad de Ingeniería.
- Estado de conservación: se recibirá sólo material en buen estado y que no comprometa la seguridad de la colección existente. No se aceptará material dañado, excepto que por su antigüedad o valor interese a nuestra colección y siempre que sea posible su recuperación y restauración.

- Copias: No se admitirán reproducciones (fotocopias, copias grabadas, etc.) de ningún tipo de material bibliográfico, audiovisual, etc.

Procedimiento: antes de realizar cualquier donación, el donante o persona conocedora de una posible donación, deberá ponerse en contacto con la Biblioteca, en persona o a través de correo postal, electrónico o teléfono.

Se informará a la Secretaría Académica de la Facultad de Ingeniería de las donaciones, legados, etc. aceptadas con un informe detallando autores, títulos, etc., en el que se valore el fondo recibido. (Normativa de Donaciones – RCD N° 152.21, 2021)

La biblioteca está encargada de garantizar el acceso a la producción intelectual de la Facultad de Ingeniería a toda la comunidad de estudiantes, docentes e investigadores. Así son como producciones académicas de grado: tesis de grado y/o trabajos finales de carrera, y producciones académicas de posgrado como son las tesis de maestría, doctorales y trabajos de especialización.

3.2. Estrategia metodológica

En esta investigación se trabajará con la estrategia metodológica del análisis de contenido mediante la observación del objeto de estudio y la posterior consulta de fuentes bibliográficas, la cual posibilita la categorización del contenido vehiculado por la red social y el análisis de las características de los usuarios que influyen en sus necesidades y en su comportamiento relacionados con el acceso y el uso de los servicios de las bibliotecas estudiadas.

El análisis de contenido es uno de los procedimientos clásicos para analizar el material textual, con independencia de la procedencia de éste, que va desde productos de medios de comunicación a datos de entrevista. Uno de sus rasgos esenciales es el uso de las categorías, que se deriva a menudo de modelos teóricos: las categorías se llevan al material empírico y no se desarrollan necesariamente a partir de él, aunque se evalúan repetidamente frente a él y se modifican si es necesario. (Flick, 2018, p. 206)

El autor Flick (2018) explica que se deben tomar diferentes técnicas y análisis de texto para el desarrollo del análisis cualitativo del contenido. Dado eso explica que, primero se debe definir el material, el tipo de entrevistas a realizar y las partes que sean relevantes para responder las preguntas de investigación, analizar el material obtenido mediante la recogida de datos, para esto explica la importancia de definir las preguntas de investigación de antemano. Todo esto

ayudaría a que dichas preguntas de investigación se respondan con validez y que se pueda elaborar categorías de análisis.

3.3. Instrumentos de recolección de información

Esta investigación ronda sobre la observación de los productos y servicios brindados en el Instagram institucional de las bibliotecas, que fueron descriptos y jerarquizados. La misma técnica de observación deberá ser utilizada para determinar los tipos de usuarios que luego serán encuestados para conocer sus acciones a la hora de acceder y usar la información.

A partir de la literatura científica relacionada al campo de las Ciencias de la Información y de la Bibliotecología, fue posible confrontar perspectivas sobre la utilización de redes sociales y su impacto en el comportamiento informativo de los usuarios. Las entrevistas, el cuestionario, las observaciones y el análisis documental configuraron punto fundamental para comprender la realidad del acceso y utilización de los productos y servicios brindados por las bibliotecas universitarias estudiadas, a partir de la implementación de nuevas tecnologías.

Según Mendicoa (2003) el tipo de estudio descriptivo realiza técnicas de recolección de datos que rondan entre las entrevistas en profundidad, observación participante, historia de vida, cuestionario estructurado y semiestructurado.

Consecuente a ello, los instrumentos que acompañaron estas instancias fueron:

a) entrevistas en profundidad, realizadas con los bibliotecarios responsables de las bibliotecas universitarias de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste:

Mediante la entrevista el investigador obtiene descripciones e informaciones que proveen las mismas personas que actúan en una realidad social dada. Por lo tanto, a través de las entrevistas se obtiene información sobre ideas, creencias y concepciones de las personas entrevistadas. Además, estas producciones de los sujetos pueden referirse a hechos, sucesos o fenómenos ocurridos en el pasado, e incluso a otros hechos de los que los sujetos tienen una referencia pero que no los han vivido... La técnica de entrevista le permite al investigador acceder a hechos, descripciones de situaciones o interpretaciones de sucesos o fenómenos (internos o externos) a los que no se podría acceder de otro modo. (Yuni & Urbano, 2014, p 82)

Lo que se busca, según los autores, es que una entrevista según el grado de interacción pueda ser estructurada, formales o semiestructuradas. En este estudio, fueron tomadas las entrevistas semiestructuradas, dado que se ha llevado una guía de preguntas preestablecidas, agregándose otras a lo largo de la entrevista, según el rumbo que tomaba.

Según la situación de la interacción, se ha realizado una entrevista de tipo “cara a cara” e individualizada, en las bibliotecas en cuestión, esto permitió obtener información verbal y no verbal (el guión de entrevista se encuentra en el Anexo 6).

b) cuestionario, por medio del cual se buscó recopilar informaciones sobre el acceso y el uso de las bibliotecas por sus usuarios:

La investigación por encuesta proviene del contexto de la investigación cuantitativa. Aunque puede recopilar información cualitativa, lo que caracteriza a la investigación por encuestas es su intención de describir, analizar y establecer las relaciones entre variables en poblaciones o grupos particulares, generalmente de cierta extensión. En otras palabras, la investigación por encuesta es propicia cuando se quiere obtener un conocimiento de colectivos o clases de sujetos, instituciones o fenómenos. (Yuni & Urbano, 2014, p 63)

Según Yuni & Urbano (2014), la finalidad de un cuestionario es alcanzar de forma sistemática y ordenada la información, con respecto a lo que las otras personas esperan, aprueban o desaprueban, opinan o hacen con un tema en particular que se quisiera investigar.

El tipo de cuestionario seleccionado para esta aplicación fue de tipo auto administrados, porque son aquellos donde los usuarios contestan por escrito las preguntas que contenga y la intervención del investigador sólo se deriva a presentar el cuestionario por internet y finalmente recuperarlo. Esta capacidad dependerá de la claridad con la que se haya elaborado las preguntas y el seguimiento de las mismas. Algunas preguntas, en este sentido, fueron abiertas y otras cerradas, lo que permitió observar los comentarios y no inducir la respuesta.

Para ello, se realizarán preguntas sobre conductas y actitudes a la hora de acceder y usar la información, también preguntas de opinión sobre qué aspectos mejorar en las cuentas de Instagram.

c) observación no participante de las cuentas de Instagram institucionales de las bibliotecas estudiadas:

Dentro de las características de la observación directa como técnica de recolección de datos científicos podemos destacar: Constituye un modo de recolección de datos que se asienta sobre la base de lo percibido por los propios sentidos del investigador. Esto la diferencia de otras técnicas de investigación que dependen de la información que aportan los sujetos de estudio. Realiza el análisis e inspección de fenómenos o acontecimientos que están presentes en el campo perceptivo actual, y que pueden referirse a hechos o acontecimientos pasados o presentes. Se realiza siguiendo los requisitos exigidos por la investigación científica. (Yuni & Urbano, 2014, p 41).

Para ello fue establecido una observación no participante porque el investigador mantiene distancia respecto al fenómeno que se está observando no involucrándose, solo adopta un rol de espectador y no realiza acciones que lleguen a modificarlo. Esto se considera dado que el Instagram institucional de cada biblioteca son determinados como ‘escenarios públicos’ para el estudio de sus características e información difundidas.

También se ha aplicado una observación descriptiva y explicativa, para poder determinar detalles significativos, definiendo los aspectos del campo de observación en objeto de investigación. Se dice explicativa también, según Yuni & Urbano (2014) porque la finalidad es probar los supuestos que se formularon previamente.

3.3.1. Caracterización técnica: recolección de la información

Las técnicas de recolección de datos que para esta investigación se basan en el método cualitativo lo cual requiere, como una de sus estrategias, realizar entrevistas y cuestionarios que respondan a esta metodología, según Flick ‘En las entrevistas cualitativas se hacen preguntas abiertas que animan a los respondientes a decir más en vez de menos y, haciendo esto, a producir material textual suficiente para que el investigador lo analice en función de consideraciones contextuales’ (p 201, 2007).

De esta forma se determina que, las entrevistas se realizaron a los profesionales bibliotecarios responsables (designados por concurso como directores³) de las bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería, de forma personal y única, las cuales fueron grabadas y descritas en esta investigación para poder determinar los servicios y productos que brindan dentro de la red social Instagram (las entrevistas se encuentran en los Anexos 1 y 2).

³ El Director de bibliotecas tiene como misión “Dirigir, coordinar y asesorar en materia de política institucional de Bibliotecas en la UNNE, siendo responsable de la formulación, preparación, implementación, administración y control de todo lo atinente a su misión, supervisando al personal dependiente del área.” (UNNE, 2023, p 103).

La recolección de datos en los directivos de las bibliotecas busca conocer más acerca de la creación de la cuenta en Instagram, las políticas que siguen para la creación y uso del contenido, los servicios brindan dentro de ellas así como si tuvieran alguna clasificación en particular, quienes son los encargados de pensar y crear dichas publicaciones, qué los motivan, la mirada que tienen al respecto de sus usuarios y acerca del avance de las redes sociales como medio de comunicación y difusión de información.

Por consiguiente, se efectuó un cuestionario que buscó ser respondido por los estudiantes que asistían a dichas bibliotecas presencialmente y/o virtualmente, el cual fue confeccionado por medio de la herramienta GoogleForms, para garantizar el fácil acceso desde cualquier dispositivo móvil con acceso a internet. Para ello, se brindó un link de acceso y un código QR electrónico, que estuvieron disponibles como anuncio en la cartelera diaria de las bibliotecas, también se solicitó permiso a los responsables de ellas para poder postearlos en sus redes sociales.

Sobre la encuesta realizada en la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, la misma contó con un total de 48 preguntas (véase anexo 7) de esta investigación, que de igual manera se irán detallando para el análisis de este apartado de forma de presentación de datos obtenidos. Por consiguiente, procederemos al análisis de las respuestas obtenidas mediante la predisposición de los usuarios al responder el formulario de Google Forms, el cual se encontraba disponible dentro de la biblioteca generado por un código QR para rápido acceso.

Ilustración 5 Código QR expuesto en la Biblioteca de Humanidades



Fuente: Datos de la investigación (2024).

Con esta actividad realizada de difusión del formulario de google por medio de los métodos de comunicación online (redes sociales y correo electrónico) y con asistencias presenciales de la tesista a dicha Facultad como estrategia de compartir el QR personalmente a los estudiantes o público en general que asiste, se obtuvieron en el periodo de un mes y medio 72 respuestas en total, lo cual se tomó como una cantidad positiva comparando con la cantidad de socios inscriptos a la biblioteca.

Cabe aclarar que el acceso y predisposición de los usuarios de la biblioteca a la hora de completar el formulario de google quedaba directamente a criterio de ellos mismos, ya que era una encuesta anónima y antes de contestarla, se solicitaba consentimiento informado.

Sobre la encuesta realizada en la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, Dicha encuesta contó con un total de 48 preguntas, se podrán observar (véase anexo 7) de esta investigación, que de igual manera se irán detallando para el análisis de este apartado de forma de presentación de

datos obtenidos. Por consiguiente, procederemos al análisis de las respuestas obtenidas mediante la predisposición de los usuarios al responder el formulario de google forms, el cual también se encontraba disponible dentro de la biblioteca generado por un código QR para rápido acceso.

Ilustración 6 Código QR expuesto en la Biblioteca de Ingeniería



Fuente: Datos de la investigación (2024).

Con esta actividad realizada de difusión del formulario de google por medio de los métodos de comunicación online (redes sociales y correo electrónico) y con asistencias presenciales de la tesista a dicha Facultad como estrategia de compartir el QR personalmente a los estudiantes o público en general que asiste, se obtuvieron en el periodo de un mes y medio 65 respuestas en total, lo cual se tomó como una cantidad positiva comparando con la cantidad de socios inscriptos a la biblioteca.

Cabe aclarar que el acceso y predisposición de los usuarios también de esta biblioteca a la hora de completar el formulario de google quedaba directamente a criterio de ellos mismos, ya que era una encuesta anónima y antes de contestarla, se solicitaba consentimiento informado.

Para su realización, fue seleccionado un grupo heterogéneo, según Flick (2007) que incluyó estudiantes de diferentes disciplinas, diferentes géneros, de años diferentes de ingreso al ámbito universitario, dado que esto brindaría una diferente experiencia vivenciada por separado. En este caso, se determinó un grupo de estudiantes que asistían a la Biblioteca Central de la Facultad Humanidades y otro grupo de estudiantes que asistían la Biblioteca Central de la Facultad de Ingeniería. Esto también se puede ver evidenciado por Sampieri (2006) que, al especificar el tamaño de muestra común para estudios de caso cualitativos, menciona que lo que se busca en una investigación cualitativa es la calidad de la muestra y no la cantidad.

3.3.2. Procedimiento de validación de los instrumentos de investigación

La validación del instrumento se refiere a la prueba piloto, instancia descrita por Yuni y Urbano (2014) como:

En la investigación por encuesta antes de administrar un cuestionario en su versión definitiva es necesario realizar una prueba piloto, a la manera de pre encuesta. Se emplea la versión original del cuestionario. La prueba piloto tiene como función evaluar: a) la comprensión de las preguntas y las categorías de las respuestas; b) el orden de las preguntas; c) la duración de las encuestas. Basándose en los resultados de la prueba o pretest se realizarán los ajustes necesarios para el instrumento definitivo o sea el cuestionario, contenga preguntas comprensibles y recolecte respuestas significativas para que, de este modo, alcance los objetivos del estudio y de prueba de seguridad y validez. (Yuni & Urbano, 2014, 76 p.)

Para el caso de las entrevistas, el guión que se ha utilizado (Anexo 6) no pasó por prueba piloto, porque ha sido previamente validado por el proyecto de investigación “PI 22H017. Procesos de gestión documental y archivo en instituciones educativas públicas de los niveles inicial, primario, secundario y superior de la ciudad de Resistencia”.

Para el caso del cuestionario, se confeccionó una encuesta en Google Forms, a forma de prueba piloto que sirvió para verificar si las preguntas realizadas son adecuadas para recoger la información que se requiere para esta investigación. Dicha encuesta fue realizada en una biblioteca universitaria de similares características a las que participaron de la muestra de la

investigación y estuvo disponible en el periodo de dos semanas entre septiembre y octubre de 2024.

En ella se buscó que se pueda acceder principalmente y responder fácil y rápidamente por los estudiantes que asisten, contaba con un código QR que se encontraba impreso en un afiche y pegado en la cartelera de anuncios de la biblioteca, también fue compartida en mi cuenta personal de Instagram, todo ello con el permiso anteriormente solicitado a la directora de dicha biblioteca (véase anexo 3).

A partir de ello, se ha estructurado el instrumento definitivo, puesto a disposición de los usuarios de la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades y la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería. El resultado final de la confección de la encuesta se puede acceder mediante los anexos 4 y 5.

3.4. Proceso de análisis y codificación de la información

Tanto la entrevista como la encuesta buscaron ser instrumentos para recopilar informaciones sobre acceso, uso, necesidades y comportamiento de los usuarios, en el contacto con las redes sociales Instagram, de las bibliotecas estudiadas. Es por ello que los grupos de preguntas que se confeccionaron redundaron en indagar sobre las inquietudes de esta investigación:

a) Entrevista

La entrevista concentró tres instancias, con preguntas atinentes a ella (véase Anexo 1 y 2):

- Primera Instancia: reconocimiento del responsable de la Biblioteca
- Segunda Instancia: creación del perfil institucional de la Biblioteca en la red social Instagram
- Tercera Instancia: sobre el contenido publicado en la red social Instagram
- Cuarta Instancia: sobre los usuarios de la biblioteca y de la cuenta en la red social Instagram

Dicha entrevista fue pactada con anterioridad con los directores de las bibliotecas y se realizaron entre septiembre, octubre y noviembre de 2024.

b) Encuesta

Los cuestionarios electrónicos fueron elaborados buscando determinar las características del acceso y uso de las cuentas de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y de

la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, donde se esperó poder determinar el comportamiento informacional de los estudiantes comprendidos por la muestra.

El cuestionario estuvo compuesto de la siguiente forma y disponible en el periodo de dos meses (entre septiembre y octubre de 2024) y fue realizado para cada Facultad seleccionada:

- Primera Instancia: reconocimiento del usuario
- Segunda Instancia: para poder conocerlos como usuarios de la biblioteca
- Tercera Instancia: acceso y uso a la red social Instagram
- Cuarta Instancia: sobre la utilidad de la información publicada en la red social

La realización de esta metodología y el empleo de las técnicas de recolección de información llevaron a los datos que fueron analizados y que se encuentran expuestos en la siguiente sección.

4 ANÁLISIS Y REFLEXIONES SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO

Este apartado se va a ocupar de presentar los resultados de las entrevistas y de las encuestas, haciendo un análisis sobre los mismos, en torno de las necesidades y comportamiento de los usuarios, estudiantes y usuarios de las cuentas de Instagram de las bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la UNNE. En este sentido, se va a contextualizar el Instagram de estas dos bibliotecas, presentando posteriormente el análisis de los resultados, para cada una de las bibliotecas.

4.1. Las redes sociales de las bibliotecas de la Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste

Actualmente, la Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Nordeste cuenta con 25 bibliotecas dependientes de cada Facultad e institutos de investigación, ellos contienen un acervo especializado en las temáticas que les compete dependiendo de las áreas a las que corresponden.

En esta oportunidad, la Tabla 7 presenta las redes sociales con que cuenta la Biblioteca Central, las distintas bibliotecas de las Facultades de la UNNE y las bibliotecas sectoriales insertas en algunas de las Facultades.

Tabla 6 Redes sociales de las Bibliotecas e Institutos de Investigación de la UNNE

Biblioteca	Dependencia administrativa	Red social
Biblioteca Central de la Universidad Nacional del Nordeste	Universidad Nacional del Nordeste	Facebook: https://www.facebook.com/bibliotecaUNNE Instagram: https://www.instagram.com/bibliotecaUNNE/ Twitter: https://x.com/bibliotecaUNNE
Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Humanidades	Facebook: https://www.facebook.com/bibliotecashum.UNNE Instagram: https://www.instagram.com/bibliotecashum.UNNE/
Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Ingeniería	Facebook: https://www.facebook.com/bibingenieriaUNNE Instagram: https://www.instagram.com/bibliotecainge.UNNE/

Biblioteca	Dependencia administrativa	Red social
		Twitter: https://x.com/BiblioIngeUNNE Pinterest: https://ar.pinterest.com/biblioingenieriaUNNE/_saved/
Biblioteca de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Medicina	Facebook: https://www.facebook.com/FMBiblioteca
Biblioteca "Ing. Daniel Gaborov" del Centro de Geociencias Aplicadas de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Ingeniería	Facebook: www.facebook.com/bibliocga
Biblioteca del Instituto de Filosofía de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Humanidades	Facebook: https://www.facebook.com/filosofiabibUNNE
Biblioteca de Electromecánica de la Universidad Nacional del Nordeste	Facultad de Ingeniería	Facebook: https://www.facebook.com/biblioelectromecanicaUNNE Instagram: https://www.instagram.com/biblioelectro.UNNE/ Twitter: https://x.com/BibElectro_UNNE Pinterest: https://it.pinterest.com/biblioelectroUNNE/
Biblioteca del Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología de la Universidad Nacional del Nordeste	Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología	Facebook: https://www.facebook.com/BiblioCriminalisticaUNNE

Fuente: Datos de la investigación (2024).

Por ello, es necesario comprender que para esta investigación se eligió realizar un trabajo en conjunto con la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, dado que actualmente son las únicas bibliotecas dependientes de Facultades dentro de la Universidad Nacional del Nordeste que cuentan con cuentas registradas en la red social Instagram, que serán descriptas en las siguientes secciones.

4.1.1. La Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste en las redes: su cuenta de Instagram

La cuenta de Instagram @bibliotecashum.UNNE pertenece a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), situada en Argentina. A través

de esta cuenta, la biblioteca tiene como objetivo mantener informados a estudiantes, docentes y a la comunidad en general sobre los servicios, recursos y actividades culturales que ofrece. Con el aumento del uso de las redes sociales como herramienta de comunicación, esta cuenta se presenta como un medio eficaz para mejorar la visibilidad de la biblioteca, facilitar el acceso al conocimiento y fomentar la participación en iniciativas académicas.

Este apartado tiene como finalidad realizar un análisis detallado de la cuenta de Instagram, evaluando su propósito, audiencia, contenido, interacción, desempeño y efectividad, con el fin de proponer recomendaciones que optimicen su impacto.

Según la entrevista realizada a la directora de la biblioteca a cargo, derivado de sus funciones, que involucran el proceso, el servicio, gestión y coordinación de la biblioteca, afirma que

La idea de crear una cuenta en Instagram para la biblioteca surge a raíz del aislamiento preventivo a causa de la pandemia del COVID-19 en el año 2020. Este momento ocasionó que la institución estuviera cerrada por dos años, lo que significó una necesidad básica la creación de la cuenta en dicha red social, permitiéndole trabajar desde sus casas a los bibliotecarios para la difusión de sus servicios y productos, todo esto en base al protocolo a seguir en la pandemia, emitido por la Facultad, creando distintos espacios en plataformas para ello.

Entonces necesitamos re armarnos como grupo de trabajo y a su vez también difundir distintos... como hay plataformas y distintos programas donde podríamos visibilizar nuestros servicios, nuestros productos y a su vez también dar lugar para que las personas, los usuarios, los investigadores, nuestros clientes, diríamos, de la biblioteca, porque la biblioteca no deja de ser una empresa, aparte de ser un lugar que brinda información, se ve comercialmente como una empresa. Que la biblioteca pudiera recibir preguntas y pudiera satisfacer en un momento donde por ahí colapsaron un montón de cosas, donde las diferencias tecnológicas que había, la brecha, se dio más, diríamos. Hay personas que tenían y hay personas que no tenían. Y entonces nosotros nos teníamos que adecuar a eso, diríamos. Así que por eso surgió la necesidad de implementar (Directora de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, Entrevista, 29 de Agosto 2023).

Así surgió primeramente la creación del Facebook oficial de la biblioteca a finales del 2020, donde se exponían links de consulta, horarios de atención virtual y publicaciones sobre los trabajos realizados dentro de la biblioteca, por ende, al tiempo se crea la cuenta en Instagram a

principios del 2021, que actualmente, tiene más consultas que la cuenta de Facebook. Por último, aclara que, no surgió por obligación sino por necesidad.

Objetivo de la Cuenta

El objetivo principal de la cuenta @bibliotecashum.UNNE es funcionar como una plataforma digital para:

1. Informar a la comunidad universitaria sobre los servicios que ofrece la biblioteca (horarios, acceso a libros, recursos en línea, etc.).
2. Promover la participación en eventos y actividades culturales organizados por la biblioteca, como presentaciones de libros, talleres de lectura, exposiciones, entre otros.
3. Fomentar la lectura y el conocimiento entre los estudiantes de la Facultad y la comunidad académica, brindando recomendaciones de libros, publicaciones académicas y otros recursos.
4. Mejorar la interacción y el acceso a la información entre los estudiantes y los bibliotecarios, ofreciendo un canal rápido para resolver dudas, consultar servicios o conocer más sobre la biblioteca.

Perfil de la Cuenta

Ilustración 7 Perfil de la cuenta @bibliotecashum.UNNE



Fuente: Biblioteca de la Facultad de Humanidades (2024).

- Nombre de usuario: @bibliotecashum.UNNE
- Nombre visible: Biblioteca de Humanidades UNNE
- Biografía: En la biografía de la cuenta se presenta una descripción breve del propósito de la cuenta, incluyendo enlaces relevantes a otras plataformas institucionales o servicios de la universidad, como el portal web o el acceso a recursos digitales. Aunque esta biografía cumple su función informativa, podría mejorar al fomentar más la interacción con la comunidad, por ejemplo, invitando a los seguidores a enviar consultas o sugerencias.
- Imagen de perfil: El logo de la biblioteca se utiliza como foto de perfil, lo que contribuye a crear una identidad visual coherente con la institución. Este es un aspecto positivo, ya que establece una clara conexión con la universidad y facilita la búsqueda de la cuenta.

- Enlace en la biografía: El enlace en la biografía dirige al portal web de la UNNE o a una página relacionada con los recursos bibliográficos y académicos, lo cual es útil para quienes buscan más información o desean acceder a servicios adicionales.

Tipo de Contenido Publicado

El contenido de la cuenta se centra principalmente en temas relacionados con los servicios bibliográficos y las actividades académicas. A continuación, se describen los tipos de publicaciones más comunes:

a. Publicaciones Informativas

Estas publicaciones incluyen información sobre el funcionamiento de la biblioteca, como horarios, fechas de cierre durante las vacaciones, o la disponibilidad de nuevos recursos (libros, artículos académicos, bases de datos digitales). Este tipo de contenido es fundamental para mantener a la comunidad informada y facilitar el acceso a los servicios de la biblioteca.

b. Promoción de Eventos y Actividades

La cuenta también se utiliza para dar a conocer las actividades organizadas por la biblioteca, como exposiciones, charlas, talleres y presentaciones de libros. Estos eventos suelen ir acompañados de imágenes o materiales promocionales (carteles, invitaciones, etc.), lo que permite a la comunidad estar informada sobre las oportunidades de participación. Estas también son llamadas “efemérides”, por la encargada de la biblioteca.

c. Recomendaciones y Recursos Académicos

En algunas publicaciones, la biblioteca sugiere lecturas, libros recomendados o temas de investigación relacionados con las áreas de estudio de la Facultad de Humanidades. También se ofrecen consejos sobre el uso de herramientas y recursos digitales, como bases de datos académicas o plataformas de consulta. La Directora menciona en la entrevista que el Instagram contiene publicaciones de RIUNNE, como también de repositorios como Dialnet. Ofrecen información sobre gestores bibliográficos, sobre cómo hacer búsquedas y trabajar con ellos.

d. Contenido Visual

La cuenta incluye diversas publicaciones visuales, como fotos de la biblioteca, eventos y presentaciones.

e. Historias de Instagram

Las historias se utilizan de manera efectiva para actualizaciones rápidas, como recordatorios de eventos próximos o cambios en los horarios de la biblioteca.

Las características inherentes a las cuentas de Instagram nos hacen observar sobre:

- ❖ En cuanto al contenido visual publicado en el feed como posts o publicaciones de imágenes o reels transmiten un ambiente académico y cultural. Sin embargo, en cuanto al diseño, las publicaciones podrían beneficiarse de una mayor creatividad visual y un enfoque más dinámico para captar mejor la atención del público.
- ❖ En cuanto al contenido publicado en las historias que contienen información importante para sus usuarios que son instantáneas y con durabilidad de 24 horas, sería recomendable aumentar la interacción, en este recurso, mediante encuestas, preguntas o destacando opiniones de usuarios para generar un mayor *engagement*.

Frecuencia y Consistencia de Publicaciones

La cuenta mantiene una frecuencia de publicaciones moderada, con un promedio de entre 2 a 4 publicaciones por semana. En este sentido, una mayor consistencia en las publicaciones podría ayudar a incrementar la interacción y la visibilidad de la cuenta, especialmente si se establecen campañas de contenido para fechas importantes del calendario académico de la universidad.

Cuenta en la entrevista la encargada de la biblioteca que las publicaciones son propuestas por ella misma y presentadas a las demás bibliotecarias de la institución, las cuales elaboran las producciones mediante la aplicación Canva⁴ que fue con la que fueron capacitadas para realizar esta tarea, para tener un poco más de conocimiento en edición de imágenes y videos enfocándose a lo que la biblioteca necesitaba. Comúnmente las bibliotecarias mediante esa propuesta, realizan el contenido, lo elaboran y editan para después elegir entre todas (encargada y bibliotecarias) cual queda mejor en términos de visibilidad y comprensión. Con ello, tienen en cuenta el impacto que

⁴ Canva es una plataforma de diseño gráfico en línea que permite a los usuarios crear diseños personalizados. Más información en <https://www.canva.com/>.

esto generará en sus usuarios.

Para ello, aclara la Directora, que siguen un lineamiento institucional dependiente de la Facultad de Humanidades, no hay nada que hagan fuera de ello, suelen re-postear publicaciones de la Facultad colocando el logo de la biblioteca y comparten a sus usuarios esa información. Mencionan que siempre tratan de que el contenido publicado sea llamativo, alegre, que tengan movimiento, prefieren muchas veces usar videos como medio de transmisión de información, o colocar sonido a imágenes, para poder llegar a sus usuarios de otra manera y no de forma que les resulte agotadora.

Interacción con la Audiencia

La interacción de los usuarios con la cuenta es moderada, mostrando un número constante de “me gusta”, comentarios y contenidos compartidos en cada publicación. Sin embargo, en cuanto a los comentarios, la mayoría son preguntas directas sobre recursos o actividades, lo que puede indicar que los seguidores confían en la cuenta como fuente de información.

Ilustración 8 Interacción con la audiencia en el Instagram de la Biblioteca de Humanidades



Fuente: Biblioteca de la Facultad de Humanidades (2024)

- Respuestas a Comentarios y Mensajes Directos: La cuenta responde de manera rápida a las consultas de los usuarios, lo cual es fundamental para mantener una buena relación con la comunidad. De acuerdo con el nivel de interacción según la entrevista realizada a la encargada

de la biblioteca, ella afirma que brindan asistencia y referencia virtual, donde responden consultas a estudiantes de carreras a distancia, generalmente carreras de posgrado, articulación y complementación, mediante un formulario, en que los estudiantes completan con la temática o autor de preferencia y en 24 a 48 hs. se les responde para enviarle la información.

- Uso de Hashtags: Aunque se emplean algunos hashtags relevantes como #biblioteca, #UNNE, #humanidades, entre otros, la cuenta podría beneficiarse de hashtags más específicos y de mayor alcance en el ámbito académico y bibliográfico, como #bibliotecasuniversitarias, #lectura o #educacionsuperior.

- Avance en cuanto a la accesibilidad en Instagram: la Directora explica que ellos trabajan con un área dentro de la Facultad denominada “Humanidades Diversa”, y uno de los ejes del programa es la accesibilidad. Al brindar apoyo académico, la accesibilidad no está ajena a la biblioteca, entonces trabajan con una aplicación para dar accesibilidad a sus materiales bibliográficos, un digitalizador para editar los documentos, desde la digitalización del documento, hasta su conversión al formato de audio mp4, por medio de la aplicación de acceso abierto “Balabolka”.

Métricas y Estadísticas (Estimación)

Aunque no podemos acceder directamente a las métricas de la cuenta, podemos estimar su desempeño basándonos en las interacciones visibles:

- Número de seguidores: Alrededor de 1.500 seguidores, lo que es un buen comienzo, considerando que se trata de una cuenta institucional que probablemente busca una audiencia más local y específica (estudiantes y docentes de la universidad).

- Promedio de interacción: Las publicaciones suelen recibir entre 20 y 50 "me gusta" por post, con un número bajo de comentarios, aunque estos son mayoritariamente relevantes y de carácter informativo.

- Alcance: El alcance de la cuenta parece ser limitado, lo que sugiere que hay oportunidades para mejorar la visibilidad a través de estrategias de contenido más dinámicas y la incorporación de más formatos de publicaciones.

Análisis de la Efectividad

La cuenta de Instagram @bibliotecashum.UNNE logra su propósito de informar y motivar la participación de estudiantes y docentes en las actividades de la biblioteca, aunque hay oportunidades para mejorar su alcance y nivel de interacción.

En la entrevista, la Directora aclara que ellos se dedican a crear publicaciones para un público en general

...Tenemos de todo tipo de usuarios. Tenemos alumnos, tenemos docentes, tenemos investigadores y tenemos estudiantes que no asisten a la biblioteca, pero son usuarios de la biblioteca. Y también tenemos investigadores de otras provincias, por ejemplo, Río Negro siempre nos llama, el Sur siempre nos está consultando sobre distintas temáticas de nuestros investigadores y distintos materiales que evidentemente solamente la Facultad de Humanidades los tiene. Entonces, de alguna u otra manera también llegamos a ellos y queremos llegar a ellos y queremos esto expandir cada vez más (Directora de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, Entrevista, 29 de Agosto 2023).

Las expectativas que tienen con esta cuenta de Instagram es poder expandirse y pensar en otras cuestiones como son la creación de contenidos en vivo, así como son los podcasts, contando también con el uso de YouTube, para complementar el trabajo que hoy en día nuevas habilidades del profesional de la Bibliotecología, la Directora remarca que explica a sus bibliotecarias que las redes sociales vinieron a complementar sus trabajos, no a darles más trabajo.

4.1.2. La Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste en las redes: su cuenta de Instagram

La cuenta @bibliotecainge.UNNE corresponde a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) en Argentina. Su principal objetivo es crear un canal de comunicación entre la biblioteca y los estudiantes, docentes y personal académico de la Facultad. A través de esta plataforma, la biblioteca busca ofrecer información sobre sus servicios, recursos, actividades y facilitar el acceso al conocimiento en el campo de la Ingeniería.

Este apartado tiene como finalidad realizar un análisis exhaustivo de la cuenta de Instagram, evaluando su propósito, audiencia, contenido, interacción, rendimiento y efectividad. A partir

de este análisis, se presentarán recomendaciones para mejorar la visibilidad, la participación y la interacción con la comunidad universitaria.

Se pudo realizar una entrevista al personal encargado de la biblioteca, se encuentra en el cargo de director de gestión por concurso desde el año 2019. Él Director bibliotecario, explicó que la creación del Instagram surge desde el año 2012, pero primeramente crearon una cuenta en Facebook, junto a una colega, dado que empezó a ser la innovación en otras partes del mundo y plantearon la idea al director en este tiempo y el 10 de marzo del 2015 fue aceptada la propuesta de implementación de la cuenta en Instagram.

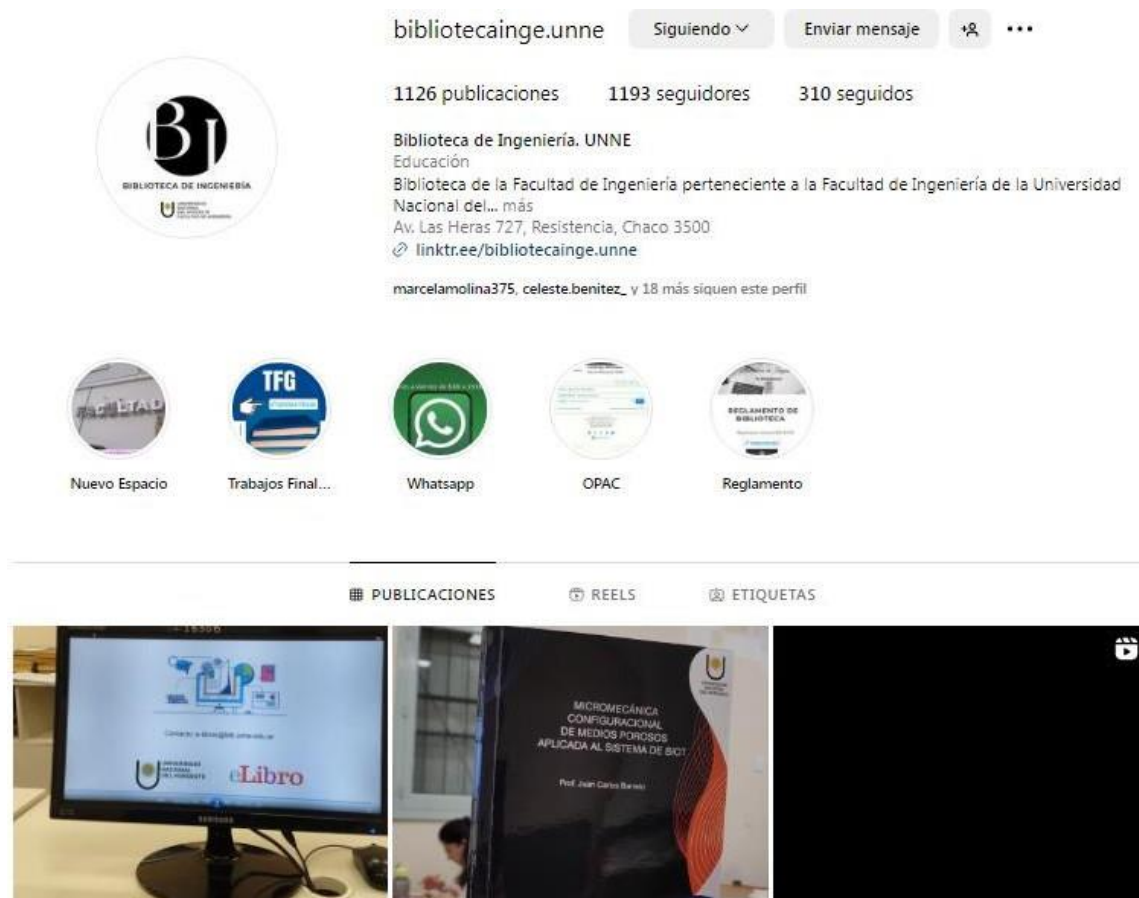
Objetivo de la Cuenta

La cuenta @bibliotecainge.UNNE tiene como objetivos principales:

1. Informar a la comunidad universitaria sobre los recursos y servicios de la biblioteca, como la disponibilidad de libros y materiales de estudio, la consulta en línea de publicaciones científicas y el horario de atención.
2. Fomentar la participación en actividades académicas y culturales organizadas por la biblioteca, tales como conferencias, talleres, exposiciones y presentaciones de libros y recursos técnicos relacionados con la Ingeniería.
3. Promover el uso de recursos bibliográficos específicos para estudiantes de Ingeniería, facilitando el acceso a materiales que puedan enriquecer sus estudios y proyectos de investigación.
4. Establecer un vínculo cercano con los estudiantes para atender preguntas, inquietudes y consultas sobre los servicios ofrecidos.

Perfil de la Cuenta

Ilustración 9 Perfil de la cuenta @bibliotecainge.UNNE



Fuente: Biblioteca de la Facultad de Ingeniería (2024)

- Nombre de usuario: @bibliotecainge.UNNE
- Nombre visible: Biblioteca Facultad de Ingeniería UNNE
- Biografía: La biografía de la cuenta es clara y directa, ofreciendo una descripción concisa de la misión de la biblioteca. Destaca su servicio a estudiantes y docentes de la Facultad de Ingeniería, y facilita el acceso a la consulta de libros y recursos técnicos.
- Imagen de perfil: La foto de perfil es el logo institucional de la biblioteca, lo que es apropiado para mantener la identidad visual de la Facultad y asegurar un reconocimiento rápido de la cuenta en Instagram.
- Enlace en la biografía: El enlace en la biografía lleva al portal oficial de la Facultad de Ingeniería, lo que resulta útil para acceder a más información sobre la universidad y los recursos disponibles en línea.

Tipo de Contenido Publicado

El bibliotecario encargado explicó que, durante el año de inicio de la cuenta, solo se publicaban textos acompañados de imágenes, editadas en la herramienta de Microsoft PowerPoint.

El contenido en la cuenta de @bibliotecainge.UNNE se centra principalmente en ofrecer información sobre los servicios de la biblioteca y las actividades académicas de la Facultad. A continuación, se presentan los principales tipos de contenido que se pueden encontrar en la cuenta:

a. Publicaciones Informativas

Las publicaciones informativas incluyen detalles sobre el horario de atención de la biblioteca, la disponibilidad de servicios en línea, actualizaciones sobre el préstamo de libros, fechas especiales (como vacaciones o días no laborables) y otros anuncios importantes relacionados con la biblioteca.

b. Promoción de Eventos y Actividades: La cuenta se utiliza de manera activa para dar a conocer las actividades organizadas por la biblioteca y la Facultad de Ingeniería. Esto abarca talleres, conferencias, exposiciones y presentaciones de libros y artículos científicos. En estas publicaciones, se suelen incluir imágenes que ilustran las actividades, como fotografías de los eventos o carteles promocionales.

c. Recomendaciones de Recursos Académicos: La cuenta también se enfoca en ofrecer recomendaciones de libros, artículos académicos y otros materiales de lectura que son relevantes para los estudiantes de ingeniería. Además, proporciona indicaciones sobre cómo acceder a recursos electrónicos, como bases de datos académicas y e-books, lo cual resulta muy útil tanto para estudiantes como para docentes.

d. Contenido Visual: La cuenta utiliza imágenes de alta calidad para mostrar los recursos disponibles en la biblioteca, las actividades realizadas y las instalaciones del lugar. Esto no solo mejora la presentación visual de la cuenta, sino que también ayuda a los estudiantes a familiarizarse con el espacio físico de la biblioteca.

e. Historias de Instagram: Las historias se utilizan para ofrecer actualizaciones más inmediatas, como recordatorios de eventos o cambios de último minuto en los horarios de atención. También se emplean para promover contenido efímero, como encuestas rápidas o dinámicas interactivas.

En la entrevista se detalló que

La motivación principal es la información al usuario. Que el usuario esté informado de que existe una biblioteca primero en su Facultad, que contamos con documentos y que a su vez tiene ciertos beneficios que tiene para su formación académica (Director de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, Entrevista, 24 de septiembre 2024).

También explicó el bibliotecario Director, que solo cuentan con la política de accesibilidad de descripción de imágenes. Menciona que dentro de la Facultad de Ingeniería son escasos los estudiantes con problemas de visión. Ellos cuentan con dos tipos de usuarios, según el bibliotecario, un público general que realiza actividades sociales en la biblioteca y un público específico, que busca materiales específicos para cátedras específicas, temas particulares para la realización de trabajos finales de grado.

Frecuencia y Consistencia de Publicaciones

La cuenta mantiene una frecuencia de publicación con un promedio de 3 a 5 publicaciones por semana. Esta frecuencia permite mantener a los seguidores informados sobre las actividades y recursos disponibles.

Las características inherentes a las cuentas de Instagram nos hacen observar sobre:

- ❖ En cuanto a las historias de Instagram se publican de manera regular, pero sería ideal aprovechar más las funcionalidades que ofrecen, como preguntas y encuestas, para fomentar una mayor interacción con la audiencia.
- ❖ Sobre la frecuencia y consistencia de publicaciones, podría ser beneficioso aumentar la frecuencia durante períodos clave, como el inicio del semestre, para mantener a los estudiantes al tanto de los servicios de la biblioteca.
- ❖ Sería útil incluir un enlace adicional al portal web de la biblioteca o a recursos más específicos de la Facultad.

Interacción con la Audiencia

La interacción en la cuenta es relativamente activa, aunque moderada. Se nota que las publicaciones generan comentarios y “me gusta”, aunque la mayoría de los comentarios son preguntas sobre los servicios de la biblioteca, como la disponibilidad de ciertos libros o las fechas de préstamos. En la interacción, la cuenta responde de manera puntual a las consultas de los seguidores.

Ilustración 10 Interacción con la audiencia en el Instagram de la Biblioteca de Ingeniería



Fuente: Biblioteca de la Facultad de Ingeniería (2024).

- **Respuestas a Comentarios y Mensajes Directos:** Las respuestas a comentarios y mensajes directos son consideradas rápidas. La biblioteca muestra compromiso al interactuar con los seguidores y resolver sus dudas. Esto es un aspecto muy positivo, ya que ayuda a fortalecer la relación con los estudiantes y crea un ambiente de confianza.
- **Uso de Hashtags:** La cuenta utiliza algunos hashtags relacionados con la biblioteca, la ingeniería y la UNNE, como #bibliotecainge, #UNNE, #ingeniería y #estudiosingenieria. Sin embargo, se podrían incluir más hashtags populares relacionados con la educación superior y el ámbito académico, como #librosdeingeniería, #educaciónuniversitaria o #tecnologíaeducativa, para aumentar el alcance de las publicaciones.

En la entrevista realizada al profesional encargado, menciona que todos los bibliotecarios que trabajan allí se encargan de realizar las publicaciones y manejo de la cuenta. En este sentido,

no cuentan con un personal especializado en el área de marketing y tampoco cuentan con personal de mayor jerarquía que forme sobre el uso de las redes sociales o sobre qué se postea, con qué propuestas cuentan y cuál es la más favorable.

7. Métricas y Estadísticas (Estimación)

Aunque no tuvimos acceso directo a las métricas de la cuenta, pudimos estimar el desempeño basándonos en las interacciones visibles:

- Número de seguidores: La cuenta con aproximadamente 1.000 a 1.500 seguidores, lo que indica un buen inicio, considerando que es una cuenta institucional asociada a una Facultad con un número ilimitado de estudiantes.
- Engagement: Las publicaciones obtienen entre 15 y 40 "me gusta" en promedio y los comentarios son mayormente preguntas, lo que demuestra el interés de los usuarios en los servicios que se ofrecen.
- Alcance: El alcance parece restringido en términos de visibilidad fuera de la comunidad universitaria. Sin embargo, las publicaciones son relevantes para el público objetivo, lo que contribuye a mantener el interés de los seguidores.

Para mejor acceso y responder las dudas de sus usuarios, cuentan con un número de WhatsApp, al cual se puede ingresar mediante el link de acceso disponible en la cuenta de Instagram. También explicó el bibliotecario director que cuentan con otra aplicación para la consulta virtual dentro de la página web, esto permite acceder a una asesoría virtual personalizada desde la cuenta de Instagram: pueden acceder al formulario de libre deuda, al repositorio y al acceso de la biblioteca de Electromecánica.

8. Análisis de la Efectividad

La cuenta @bibliotecainge.UNNE logra de manera efectiva su objetivo de mantener informada a la comunidad universitaria sobre los servicios, recursos y actividades académicas de la biblioteca. Sin embargo, hay áreas en las que se podría aumentar su impacto:

El profesional explica que cuentan con falta de políticas internas para realizar las publicaciones, están trabajando para poder realizar un programa para el siguiente año, que va a tener que ser supeditado a lo que es el cronograma académico de la Facultad. También explicó que, en enero, momento de receso de la biblioteca, siguen recibiendo consultas, también en el receso de

invierno y los sábados o domingos, que para eso decidieron también programar las publicaciones que seguirán subiendo.

4.2. Los usuarios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería: caracterización, factores internos y externos

Según Núñez Paula (2000) los usuarios de la información son los que usan la información o servicios de información que ofrecen en una unidad de información. Por eso ella determinó la existencia de dos tipos de usuarios, primeramente, los usuarios potenciales, que son tenidos en cuenta para el diseño de los servicios de la biblioteca.

Usuario potencial de una entidad de la información, es toda persona, grupo o entidad cuya actividad está vinculada directa o indirectamente, al cumplimiento de la misión y de los objetivos estratégicos de la organización... son el punto de partida para el cálculo de los recursos de información que requieren (Núñez Paula, 2000, p. 109).

Luego, se encarga de definir a los usuarios reales son los que hacen solicitudes de servicios dependiendo de su necesidad de información “son aquellos con los cuales el trabajador de la información ya ha logrado establecer la comunicación” (p. 110).

Según Calva González (2016), los usuarios reales son aquellos que usan de forma frecuente los servicios que ofrece la biblioteca, por ello explica que un estudio de demanda de un usuario solo puede realizarse con ellos, porque se basa en el momento en que ellos piden información, documentos o servicios de la biblioteca, cualquiera que sea su medio para solicitarla ya sea en el mostrador de la entrada o a través de un correo electrónico.

4.2.1. Los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

Para llevar a cabo los objetivos de esta investigación, la encuesta que se propuso a los usuarios se ha enmarcado en distintas categorías: Usuarios de la información, Formas de acceso y uso de las cuentas de Instagram de ambas bibliotecas, Necesidad de información de los usuarios y Comportamiento informativo de los usuarios. Estas categorías fueron creadas *a priori*, como nos indica Bardin (2011) y aportan a las concepciones teóricas sobre los estudios de usuarios de la información.

Respecto de la **Categoría 1: Usuarios de la información**, se ha elaborado un bloque de preguntas que responden a dicha categoría.

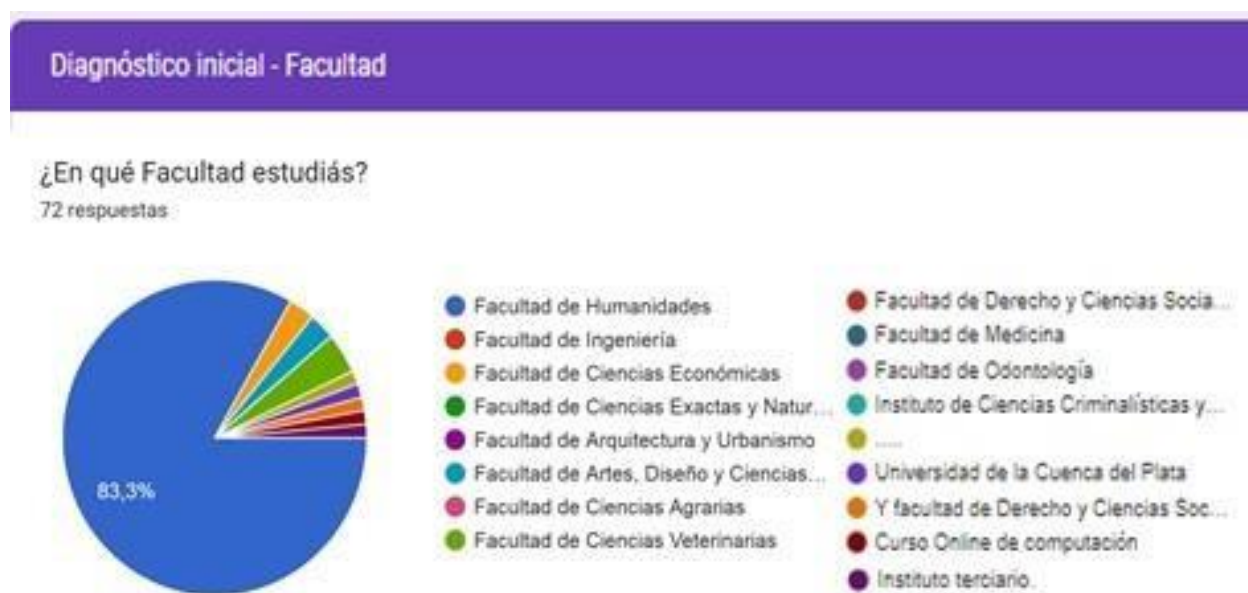
- Pregunta 1: ¿En qué Facultad estudias?

Dependiendo de la Facultad en la que estudiaba:

- Pregunta 2: ¿Qué carrera estudias?
- Pregunta 3: ¿En qué año de la carrera te encuentras?

Con relación a la pregunta 1, con el objetivo de realizar un diagnóstico inicial, para establecer el panorama global del perfil de los usuarios, se ha considerado las 12 Facultades que posee la UNNE con sus carreras. En este sentido, de poder comprender cuál es el perfil de usuario que usa el Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, la encuesta arrojó que la mayoría, 83,3% de los usuarios encuestados son estudiantes de la Facultad de Humanidades.

Gráfico 1 Facultad a la que pertenecen los estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades



Fuente: elaboración propia (2024)

Es relevante recalcar que otras Facultades, como Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Arte, Diseño y Ciencias de la Cultura y Facultad de Ciencias Veterinarias, también tienen estudiantes usuarios de dicha biblioteca y esto nos hace interpretar que hay una gran variedad de usuarios en el ámbito.

Gráfico 2 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Facultad de Humanidades



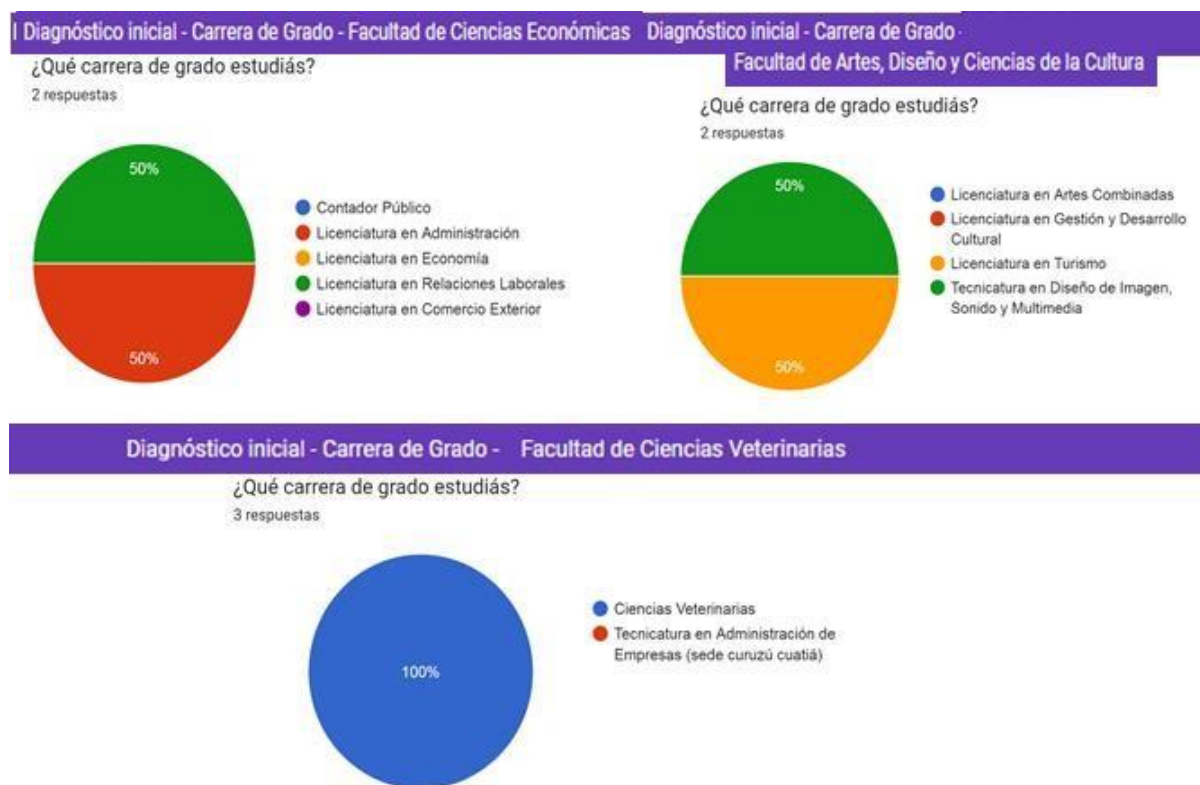
Fuente: Elaboración propia (2024)

Para poder determinar cuáles eran los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, se procedió a realizar una encuesta, mencionada antes, esto permitió saber en promedio cuáles eran las carreras y las Facultades a las que asistían ellos y posteriormente si acceden y usan los servicios que brinda ella. Por ello se determinó principalmente que la mayor cantidad de usuarios estudiantes dentro de la UNNE provenían de la misma Facultad de humanidades, con un 83,33% de estudiantes, dentro del mismo se logró determinar qué carreras estudian con una mayor cantidad eligió la categoría de Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Bibliotecología situado en un 31,7% de estudiantes, esto sería una obviedad dado que se espera que los estudiantes de dicha carrera sean los más allegados a una biblioteca por su naturaleza.

Por consiguiente, ubicamos a la Licenciatura y Profesorado en Historia con un 21.7% de estudiantes, pero en de la Licenciatura y Profesorado de Filosofía en 0% de estudiantes, lo cual es notorio ambas carreras cuentan con institutos de investigación y con una biblioteca propia especializada en su área dentro de la misma Facultad de Humanidades, ¿por qué los estudiantes de Historia prefieren más asistir que los estudiantes de filosofía? Podría ser un tema de investigación futuro. Luego ubicamos a los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Archivología en un 16,7%, notorio dado que ellos comparten materias en común los estudiantes de bibliotecología se esperó que fuera más el porcentaje de alumnos que asisten. Por último, entre la distinción de estudiantes de la Facultad de humanidades, en lo más bajo del ranking se encuentra con un 11,7% los de la Licenciatura y

Profesorado en Ciencias de la Educación, 8,3% los de la Licenciatura y profesorado en Letras y 5% para los de la Licenciatura y Profesorado de nivel inicial.

Gráfico 3 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Estudiantes que asisten de la Facultad de Económicas, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Facultad de Ciencias Veterinarias

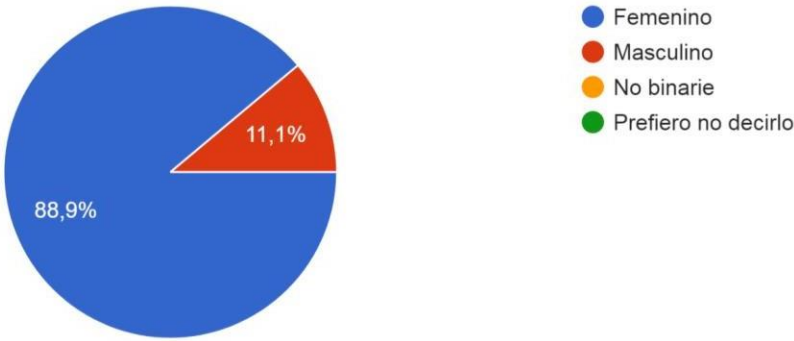


Fuente: Elaboración propia (2024)

Se puede también realizar un análisis del otro porcentaje de alumnos que respondió la encuesta el 16,67% del total, ubicando a los del campus de Resistencia con más asistencia a la biblioteca destacando los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas, alumnos de la Facultad de Arte, Diseño y Ciencias de la Cultura, como los que más concurren. Luego del campus de Corrientes solo se pudo destacar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Veterinarias, dejando a todas las demás Facultades con 0% de concurrencia de alumnos.

Gráfico 4 Género de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la UNNE

Género con el que te sentís identificado/a/e
72 respuestas

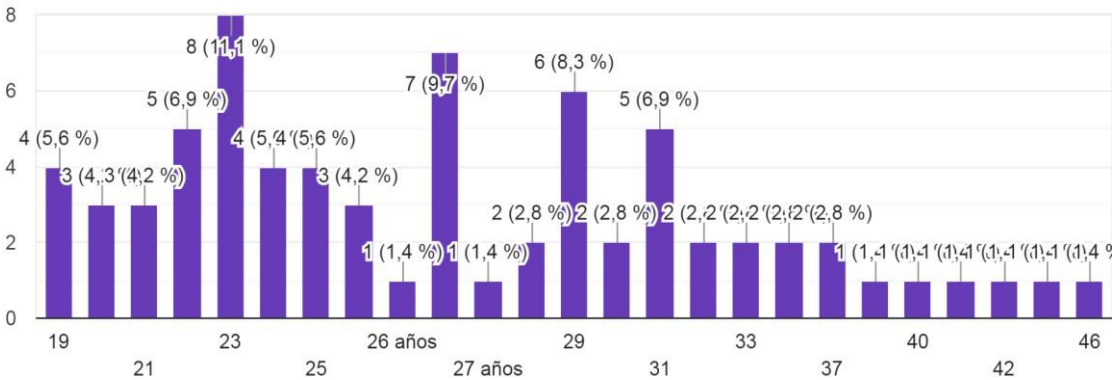


Fuente: Elaboración Propia (2024)

Dentro de la determinación del género, se destaca las estudiantes que se identifican como género femenino con un 88,9% frente a un 11,1% de hombres que asisten.

Gráfico 5 Edad de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades de la UNNE

¿Cuál es tu edad? (Debes escribirla en números)
72 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por último, entre las edades con más recurrencia se llevan con un 43,6% de concurrencia los alumnos entre 19 a 25 años, 30,56% los alumnos entre 26 a 30 años y por ultimo con un 26,38% los alumnos que tienen entre 31 hasta 46 años de edad. Esto deja a los jóvenes como los que más recurren a la biblioteca y hacen uso de sus servicios

➤ USUARIOS POTENCIALES:

Los que menos asisten ya sea por la cercanía o porque sus Facultades también cuentan con bibliotecas y en su cotidianidad eligen no asistir a la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades son los demás ubicando a los que estudian en la Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Arte, Diseño y Ciencias de la cultura como en un término medio, pero no lo suficiente en porcentaje de asistencias para ser considerados usuarios reales, también los que estudian en la Facultad de Ingeniería, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, y por último los pertenecientes a Facultades del campus ubicado en la ciudad vecina de Corrientes. En esta selección podrían entrar los alumnos de edad entre 31 a 46 años porque con el 26,38% no llegan ni a ser un poco más en términos de cantidad de la mitad de los de 19 a 25 años que asisten.

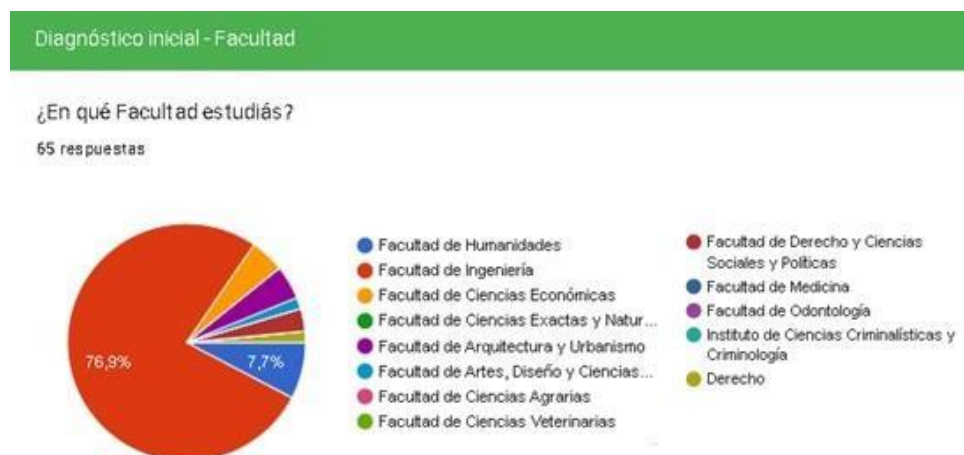
➤ USUARIOS REALES:

Los que más asisten a la biblioteca son los estudiantes de la misma Facultad de Humanidades, esto puede deberse a su cotidianidad al cursar sus carreras en la misma hasta por el acervo que se encuentra más especializados en sus áreas de estudios. También podemos destacar al género femenino como el que tiene más recurrencia y a los estudiantes jóvenes entre 19 a 25 años, también se decidió que podrían ingresar aquí en esta selección los estudiantes jóvenes adultos de 26 a 30 años, dado que es la edad promedio en la cual se reciben comúnmente.

4.2.2. Los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Para poder determinar cuáles eran los usuarios estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, respecto de la **Categoría 1: Usuarios de la información**, en la primera pregunta, referida a la Facultad a la que pertenecen los estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, se tuvo los siguientes indicios:

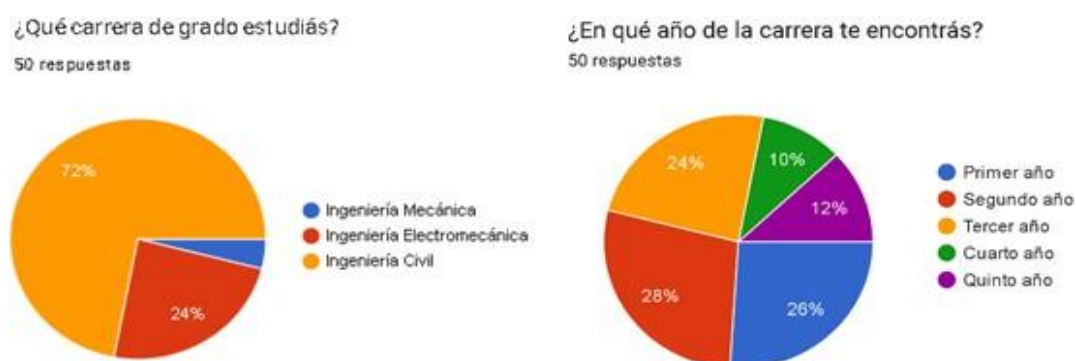
Gráfico 6 Facultad a la que pertenecen los estudiantes que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por ello se determinó principalmente que la mayor cantidad de usuarios estudiantes dentro de la UNNE provenían de la misma Facultad de ingeniería, con un 72,92% un poco menos si comparamos con los estudiantes que asisten de la Facultad de humanidades a su biblioteca.

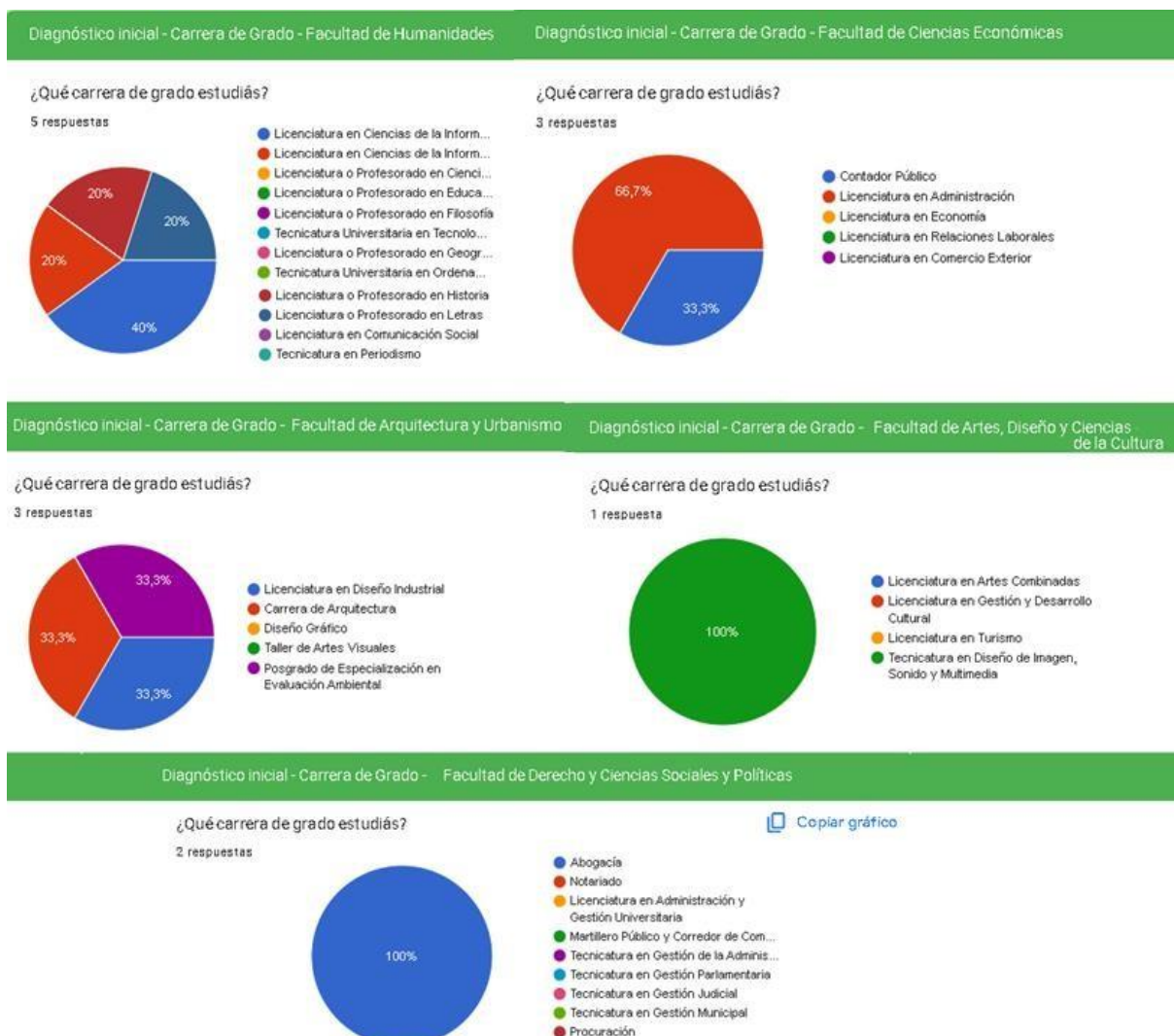
Gráfico 7 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Facultad de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia (2024)

Entre ellos se destacó a los estudiantes de Ingeniería Civil en primer lugar con un 72% de asistencia, a los estudiantes con 24% de Ingeniería Electromecánica y un 4% de Ingeniería Mecánica, esto puede deberse por ejemplo a que electromecánica cuenta con una biblioteca especializada dentro de la Facultad de Ingeniería que cuenta con un acervo más concreto en dicha área a comparación de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.

Gráfico 8 Diagnóstico inicial - carrera de grado - Estudiantes que asisten de la Facultad de Económicas, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, y Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas

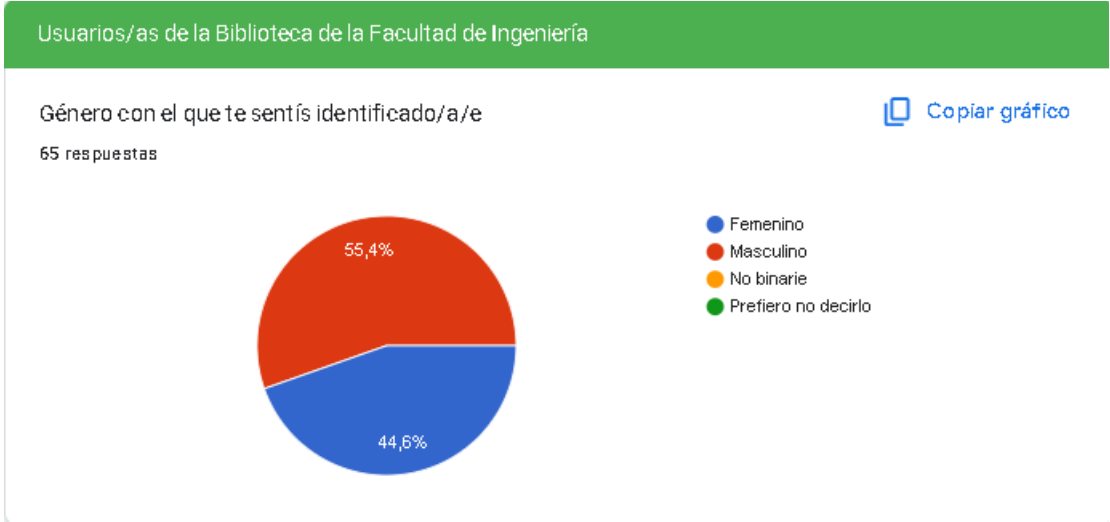


Fuente: Elaboración propia (2024)

Se pudo también realizar un análisis del otro porcentaje de alumnos que respondió la encuesta el 27,08% del total, ubicando a los del campus de resistencia con más asistencia a la biblioteca, entre ellos se destacaron los estudiantes de la Facultad de Humanidades, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Arquitectura y Urbanismo y Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, dado la cercanía a sus Facultades y cotidianidad de asistencia en la misma ciudad para cursar, esto explicado también por el bibliotecario encargado de la biblioteca en la entrevista anteriormente realizada. Por consiguiente, se los ubica a los estudiantes del campus de Corrientes con menos participación solo se destacó los estudiantes de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas, dejando a los estudiantes de las demás Facultades con 0% de

asistencia, esto se puede deber por su lejanía a la biblioteca ya que se encuentran en dos ciudades diferentes, también dichas Facultades cuentan con sus propias bibliotecas.

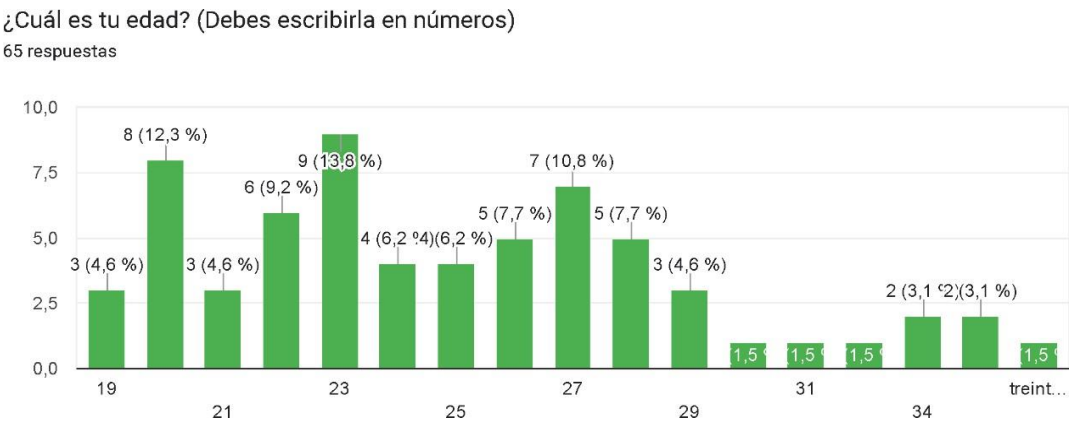
Gráfico 9 Género de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE



Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de la determinar del género se destaca los estudiantes que se identifican como género masculino con un 55,4% dejando un 44,6% de mujeres que asisten, esto se ve bastante equiparado con respecto a la gran diferencia que se observó en la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.

Gráfico 10 Edades de los Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por ultimo entre las edades con más recurrencia se llevan con un 52,92% de concurrencia los alumnos entre 19 a 25 años, 32,31% los alumnos entre 26 a 30 años y por último con un 14,76%

los alumnos que tienen entre 31 hasta 46 años de edad, esto deja a los jóvenes como los que más recurren a la biblioteca y hacen uso de sus servicios, esto deja en evidencia que a comparación de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades asisten muchos más jóvenes.

➤ **USUARIOS POTENCIALES:**

Los que menos asisten ya sea por la cercanía o porque sus Facultades también cuentan con bibliotecas y en su cotidianidad eligen no asistir son los demás ubicando a los que estudian en la Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la cultura, Facultad de Humanidades y Facultad de Arquitectura y Urbanismo, también en esta selección entrarían los que estudian en las Facultades del campus ubicado en la ciudad vecina de Corrientes, destacando a los de la Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas con poco porcentaje de asistencia. En esta selección podrían entrar los alumnos de edad entre 31 a 46 años con el 14,76%, es un porcentaje muy bajo en comparación de las demás edades relacionadas.

➤ **USUARIOS REALES:**

Los estudiantes que más asisten a la biblioteca, igual que la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades son los de la misma Facultad, dado que prefieren concurrir dado su cotidianidad de cursar en la misma institución su carrera elegida, con un 72,92% los estudiantes de la Facultad de Ingeniería son considerados usuarios potenciales. Por consiguiente, dentro la división del sexo quedan casi iguales con muy poca diferencia los hombres y mujeres por igual de asistencia, y por último se destaca la participación de los estudiantes entre 19 a 25 años con un 52,92% casi la mitad del total de los alumnos y los estudiantes entre 26 a 30 años con un 32,31% como los que más eligen asistir y usar de sus servicios.

4.3. Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste

Según Calva González (2016) se hace referencia a que existe una visión del negocio y mercado de la información dentro la mercadotecnia esto nos permite situar a los usuarios como el principal foco para un mercado, y ese mercado podría ser comparado con una biblioteca que podría verse comparada como una empresa, dado que sus usuarios siempre buscaran tener acceso a la información ofrecida dentro de la institución o por cualquier medio virtual que ofrezca la biblioteca.

Para ello definiremos la demanda, que según Line citado por González Teruel (2005) se considera como algo que una persona o individuo solicita de forma informativa y que es percibido como necesario para él. Muchas veces el usuario podría demandar información que no necesita pero que percibe como necesaria, y en otro sentido también puede pasar que un usuario percibe una necesidad de información, esto puede motivar a una demanda dentro de la biblioteca siempre y cuando esa solicitud pueda saltarse varios obstáculos como son el desconocimiento de un proceso para solicitar en este caso un servicio o un documento a la biblioteca o el desconocimiento de una base de datos para realizar su propia búsqueda de bibliografía necesaria, esta acción se convierte en una incertidumbre para el usuario y se establece una insuficiente formación para el uso determinado de ese proceso para obtener información.

González Teruel (2005) explica que el uso de dicha información es el resultado de una demanda, por ejemplo, el acceso a una consulta en una fuente de información virtual cualquiera sea redes sociales, correo electrónico o la consulta personal a un bibliotecario del área, donde la información es recibida de forma casual y es suficiente para satisfacer su necesidad. De esta manera también la autora define al uso de información como el cambio cognitivo y conductual del individuo, el impacto sería cuando esa forma de usar cambie una forma de brindar el servicio o la mejore, y la utilidad causa la relevancia de esa información o servicio que se brindó en esa biblioteca.

4.3.1. Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

Respecto de la **Categoría 2: Formas de acceso y uso de las cuentas de Instagram de ambas bibliotecas**, se puede demostrar que se realizaron las siguientes preguntas primeramente acerca de si usa el espacio físico de la biblioteca, esto nos permite saber si ellos conocían a la biblioteca:

- Pregunta 4: ¿Soles usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios?
- Pregunta 5: ¿Qué servicios utilizas en esta biblioteca?
- Pregunta 6: ¿Qué servicios utilizas más en esta biblioteca?
- Pregunta 7: ¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca?
- Pregunta 8: ¿Con que periodicidad asiste?

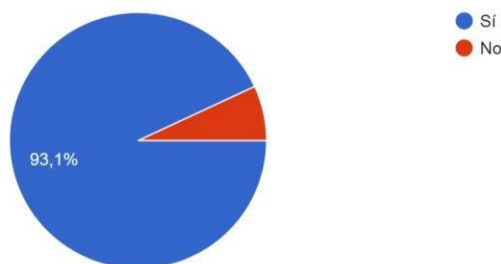
Luego, se puede demostrar que se realizaron preguntas sobre las características del acceso y uso del Instagram en forma más profunda.

- Pregunta 10: ¿Cómo conociste el Instagram de la Biblioteca?
- Pregunta 11: Las veces que ingresaste al Instagram de la Biblioteca ¿Qué información recordas que buscaste?
- Pregunta 12: Cuando piensas en acceder al Instagram de esta Biblioteca ¿Qué información vas a buscar primero?
- Pregunta 13: ¿Con qué concurrencia encontraste la información que buscabas en el Instagram de la Biblioteca?

Características acceso y uso de los servicios y espacios que brinda la Biblioteca:

Gráfico 11 Uso del espacio y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

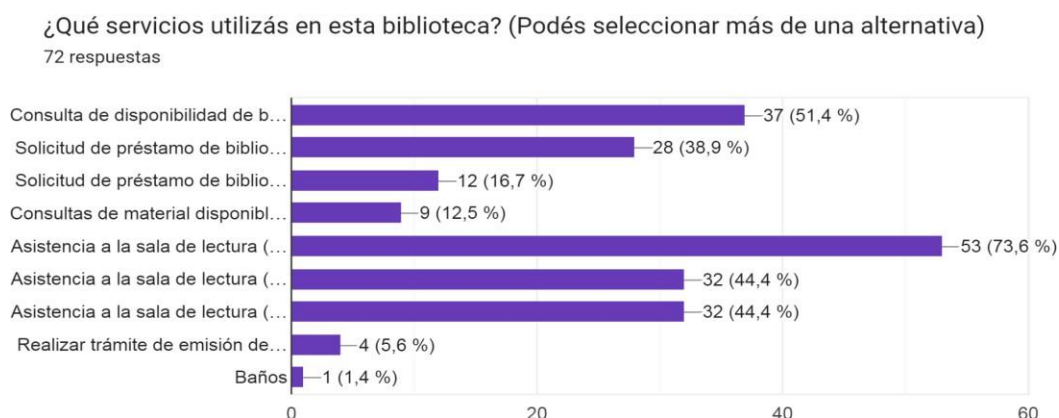
¿Solés usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios?
72 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Partimos para la confección de este apartado desde los resultados obtenidos por medio de la Encuesta a usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades donde se le consultó a los estudiantes que asisten si hacen uso del espacio físico de la biblioteca primeramente el 93,1% respondió que sí y el 6,9% respondió que no.

Gráfico 12 Servicios que utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades



Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de la selección de que servicios utiliza se encontraron con el mayor porcentaje de 73,6% el uso de la sala de lectura (mesa y sillas para estudiar), quedó igualado con el 44,4% el uso de la sala de lectura en dos opciones más como son mesa y sillas solo para uso de conexión a wifi o el uso de computadoras, y el uso de mesa y sillas para el encuentro y sociabilización con compañeros. Esto último explica que los alumnos deciden acceder a la biblioteca y usar el espacio físico de la sala de lectura como prioridad.

Siguiendo con la encuesta con un 51,4% eligieron la opción de consulta disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) como uno de los servicios que más hacen uso aparte de los mencionados anteriormente, y con el 38,9% que significaría menos de la mitad de la cantidad de estudiantes prefieren usar la solicitud de préstamos de bibliografías para llevar a sus domicilios, por ultimo con un 16,9% solicitan el préstamo de bibliografía para llevar al aula. Esto explica que muchas veces consultan la disponibilidad, pero deciden usarlo en las aulas y la mayoría decide llevarlos a domicilio para mejor comodidad a la hora de estudiar o trabajar.

Por último queda el uso de servicios de consulta de material disponibles para cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) con un 12,5% de

uso, luego la solicitud de trámite de emisión de libre deuda con un 5,6% dejando casi sin uso a esos servicios que brinda la biblioteca.

Gráfico 13 Servicios que más utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Qué servicio MÁS utilizás en esta biblioteca? (Podés seleccionar SOLO UNA alternativa)
72 respuestas

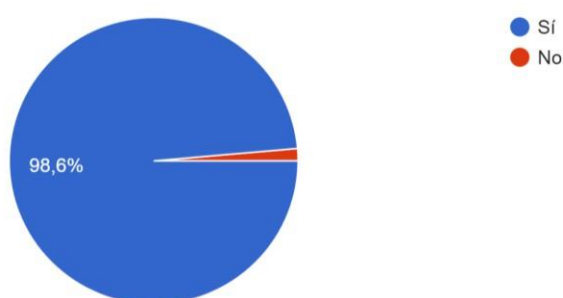


Fuente: Elaboración propia (2024)

En cambio, en la siguiente pregunta que se les realizó se puede observar con un 40.3% que los estudiantes utilizan más los servicios relacionados con asistencia a la sala de lectura (uso de mesas y sillas) y con un 13,9% se observa que eligen usar el servicio de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera, por ultimo con un 8,3% solicitan préstamos de bibliografías.

Gráfico 14 Asistencia a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca?
72 respuestas



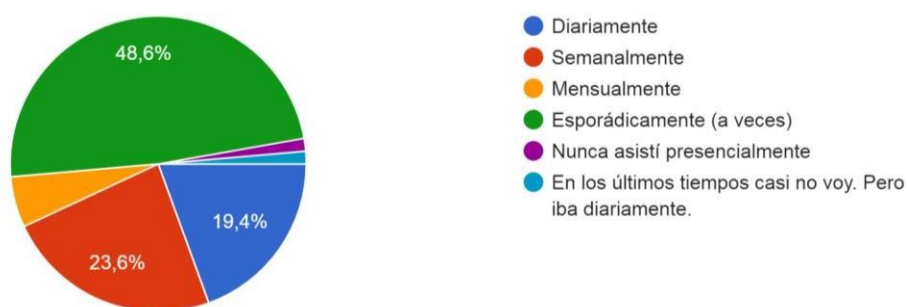
Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto a la asistencia presencial a la biblioteca el 98,6% respondió que sí lo cual podría ser tomado como una medida muy positiva para la institución.

Gráfico 15 Periodicidad con la que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Con qué periodicidad asistís a esta biblioteca?

72 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

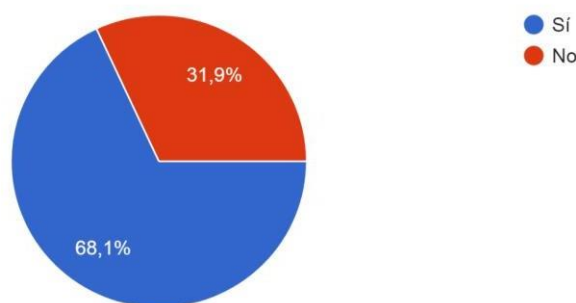
Dentro de la periodicidad con la que asisten el 48,6% asiste esporádicamente (a veces) que sería casi la mitad de los estudiantes, el 23,6% asiste semanalmente, por último, queda el 19,4% Diariamente y 5,6% mensualmente. Esto explica que no suelen asistir diariamente, pero sí entre semana o esporádicamente dependiendo de su necesidad, pero no dejan pasar el mes sin asistir y recurren a usar los servicios que brinda la biblioteca.

❖ Características de Acceso y Uso del Instagram de la Biblioteca:

Gráfico 16 Los usuarios que conocen o son seguidores de la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Conocés o sos seguidor/a de la cuenta de Instagram de esta biblioteca? <https://www.instagram.com/bibliotecashum.unne>

72 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

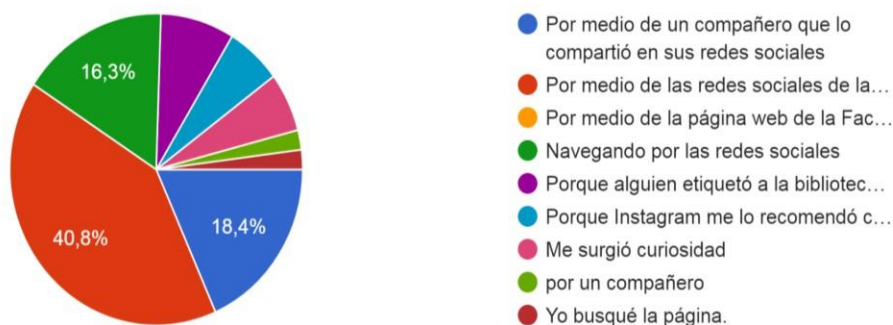
Se observó que mediante las respuestas a la encuesta el 68,1% es seguidor o conoce la cuenta del Instagram de la Biblioteca lo cual se tomó como una cantidad positiva de estudiantes ya que son más de la mitad. Cabe destacar que para realizar la encuesta los estudiantes no estaban

obligados a ser seguidores o conocer la cuenta de Instagram, mucho menos seguir luego, dado que se esperaba honestidad a la hora de responder para recolectar información real.

Gráfico 17 Las formas por medio de las cuales los usuarios conocieron la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Cómo conociste el Instagram de esta biblioteca?

49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

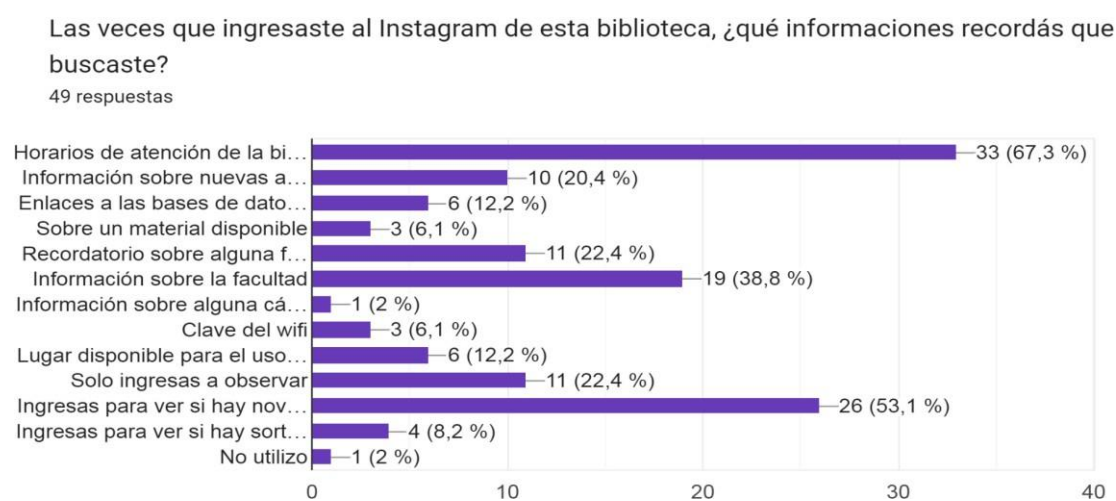
Con respecto a cómo conocieron o accedieron a la cuenta Instagram por primera vez el 40,8% de los estudiantes respondió por medio de la difusión en las redes sociales oficiales de la Facultad de Humanidades, se tomó este porcentaje como el más alto con respecto a otros, por consiguiente, se observó que el 18,4% respondió por medio de un compañero que compartió la cuenta de Instagram en sus redes sociales y el 16,3% respondió navegando por las redes sociales, se destaca de esta forma que conocieron de alguna u otra forma por medio meramente gracias a la difusión en las redes sociales. Por último, se determinó que ningún estudiante ingresa a la página web de la biblioteca (resultado de 0,0%).

En este último descubrimiento podemos destacar las palabras de la Directora de la biblioteca que respondió a la pregunta *¿Considera que el uso del Instagram puede sustituir o complementar el uso de la página web de la biblioteca? ¿En qué aspectos?:*

no creo que va a sustituir yo creo que va a ser otra herramienta más para todos los usuarios. Hay usuarios que se sienten más cómodos con el Instagram y que no miran otra cuestión. También tenemos un blog nosotros que lo insertamos dentro del Instagram y también dentro de la página web. Entonces son diferentes alternativas que las personas tienen para llegar a la información de la biblioteca. Pero no es que algo lo va a suplantar. Sí lo que puedo decir es que quizás... las redes sociales son las más consumidas en este momento. Así como lo fue en un momento el blog, como lo fue la

página web, en este momento quizás por ahí a las personas les es más fácil buscarlo por las redes sociales, a la biblioteca o a los edificios, o hacer sus consultas a través de las redes sociales. Y después, si ve que tiene su respuesta de habilidad, se acerca a la biblioteca y manifiesta su necesidad. Porque muchas veces también pasa eso. Entonces son diferentes alternativas que tenemos para llegar allá. a las personas y las personas eligen por ahí la que le resulte más cómoda o le resulte más viable. (Directora de la Biblioteca de la Facultad de Facultad, Entrevista, 29 de Agosto 2023)

Gráfico 18 Información que suelen buscar en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades



Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto al acceso y uso de la cuenta del Instagram se destacó en la consulta acerca de qué información buscó cuando ingreso a ella, el 67,3% eligió la opción de horarios de atención de la biblioteca para poder asistir o consultar sobre un material, el 38.8% buscó información sobre la Facultad, y el 22.4% ingresa para poder observar algún recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria, con el mismo porcentaje se encuentra también la opción de solo ingresó para observar la cuenta.

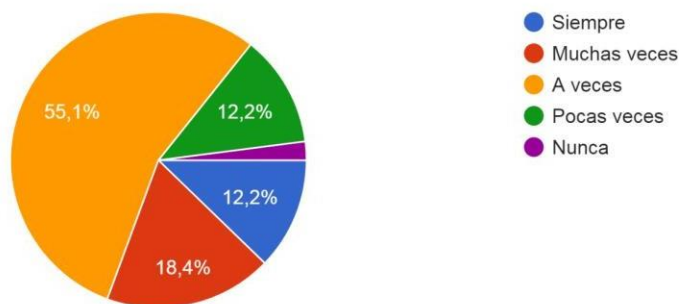
Por consiguiente se puede observar pero con mucho menos porcentaje a la búsqueda de información sobre nuevas adquisiciones con el 20,4%, y con el 12,2% que tomaremos como porcentajes muy bajos la búsqueda de enlaces de bases de datos para consultar disponibilidad bibliográfica, lo que indica comparando que en el anterior apartado sobre las características del

acceso y uso a la biblioteca presencialmente ellos prefieren consultar sobre la disponibilidad de un materia bibliográfica de manera presencial, antes que virtualmente.

Gráfico 19 Concurrencia con la que suelen encontrar la información que buscan en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Con qué concurrencia encontrás la información que buscás en el Instagram de esta biblioteca?

49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto a la consulta sobre concurrencia con la que encuentran la información que buscan en el Instagram se ubicó con el 55,1% la opción de *a veces* y dejando a las opciones *muchas veces* con el 18,4% y *siempre* con el 12,2%, en estos casos es importante fijar mejor que contenido se sube en las redes sociales para que el acceso y uso de sus usuarios sea satisfactorio y siempre puedan encontrar lo que buscan.

4.3.2. Formas de acceso y uso de la información en las cuentas de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

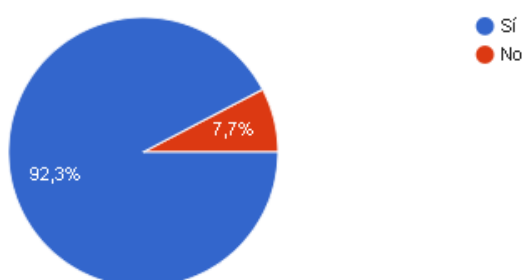
Partimos para la confección de este apartado desde los resultados obtenidos por medio de la Encuesta a usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería.

Gráfico 20 Uso del espacio y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Características de acceso y uso de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería UNNE

¿Solés usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios?

65 respuestas



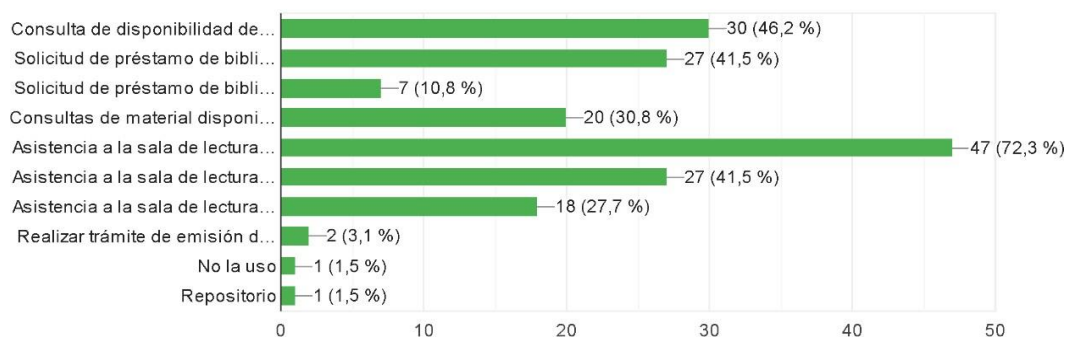
Fuente: Elaboración propia (2024)

Se puede observar la pregunta donde se le consultó a los estudiantes que asisten si hacen uso del espacio físico de la biblioteca primeramente el 92,3 % respondió que sí y el 7,7% respondió que no.

Gráfico 21 Servicios que utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Qué servicios utilizás en esta biblioteca? (Podés seleccionar más de una alternativa)

65 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

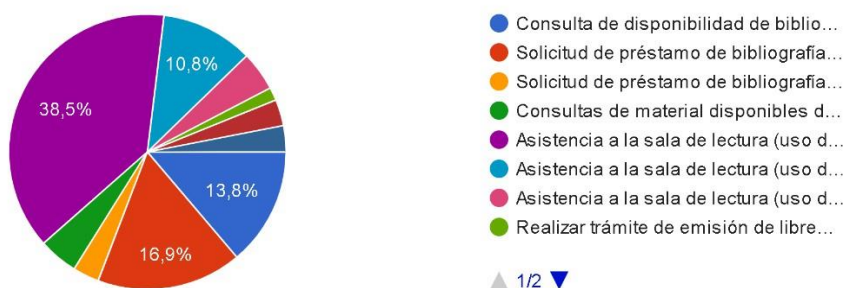
Dentro de la selección de qué servicios utiliza se encontraron con el mayor porcentaje de 72,3% el uso de la sala de lectura (mesa y sillas para estudiar), quedó igualado con el 41,5% el uso de la sala de lectura como son mesa y sillas sólo para uso de conexión a wifi o el uso de computadoras a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, en cambio el uso de mesa y sillas para el encuentro y socialización con compañeros quedó con un 27,7% y esto indica que no asisten mucho para la sociabilización, prefieren solo hacer el uso de los elementos para hacer sus tareas. Esto último explica que los alumnos decidan acceder a la biblioteca y usar el espacio físico de la sala de lectura como principal opción de uso de sus servicios.

Siguiendo con la encuesta con un 46,2% eligieron la opción de consulta disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) como uno de los servicios que más hacen uso aparte de los mencionados anteriormente, y con el 41,5% que significa menos de la mitad de la cantidad de estudiantes prefieren usar la solicitud de préstamos de bibliografías para llevar a sus domicilios, por último con un 10,8% solicitan el préstamo de bibliografía para llevar al aula. Esto explica que muchas veces consultan la disponibilidad, pero deciden usarlo en las aulas y la mayoría decide llevarlos a domicilio para mejor comodidad a la hora de estudiar o trabajar.

En cambio, con respecto a la Biblioteca de la Facultad de Humanidades las consultas de material disponible de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) se encuentra con el 30,8%; esto significa que usan mucho más el servicio de consulta del material que necesitan para estudiar las cátedras que cursan.

Gráfico 22 Servicios que más utilizan de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Qué servicio MÁS utilizás en esta biblioteca? (Podés seleccionar SOLO UNA alternativa)
65 respuestas



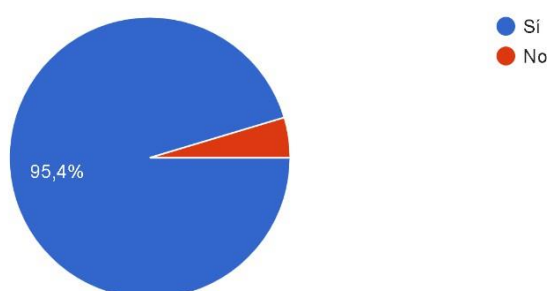
Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de lo que respondieron acerca de qué servicio utiliza más se pudo observar que con un 39,5% eligen asistir a la sala de lectura y hacer uso de las mesas y sillas que se encuentran allí y con un 15,9% utilizan más el servicio de solicitud de préstamo de bibliografía, casi igual con un 10,8% la consulta de material disponible, esto indica como también se observó en el Gráfico 22 que ellos tienen interés por usar servicios relacionados a obtener el material que necesitan para estudiar.

Gráfico 23 Asistencia a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca?

65 respuestas



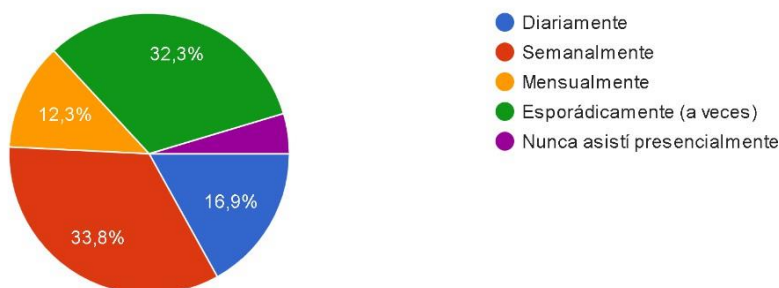
Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto a la asistencia presencial a la biblioteca el 95,4% respondió que sí lo cual podría ser tomado como una medida muy positiva para la institución.

Gráfico 24 Periodicidad con la que asisten a la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Con qué periodicidad asistís a esta biblioteca?

65 respuestas



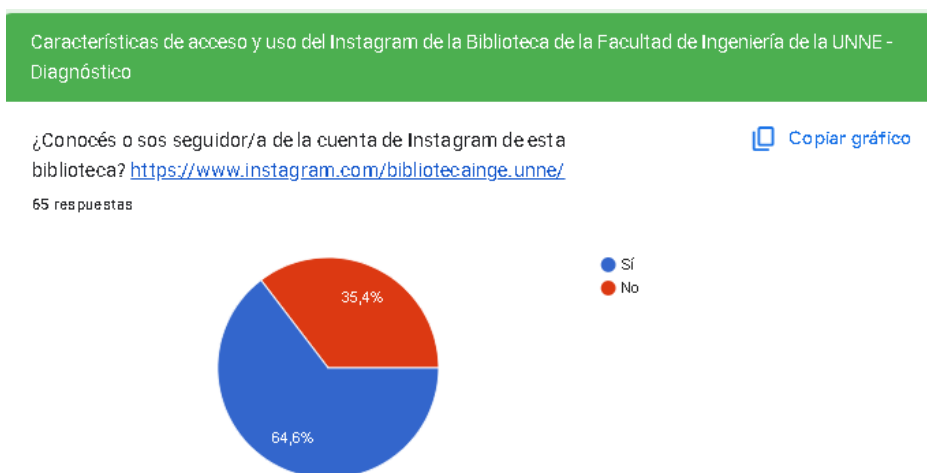
Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de la periodicidad con la que asisten el 32,3% asiste esporádicamente (a veces) que sería casi la mitad de los estudiantes, el 32,3% asiste semanalmente, esto indica que asisten más

veces a la institución presencialmente durante la semana de cursada, con respecto a la biblioteca de la Facultad de humanidades a la que sus usuarios visitaban esporádicamente.

❖ Características de Acceso y Uso del Instagram de la Biblioteca:

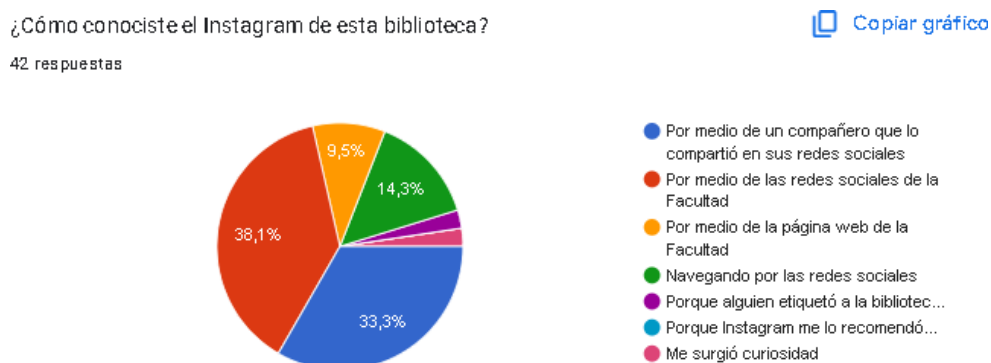
Gráfico 25 Los usuarios que conocen o son seguidores de la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia (2024)

Se observó que mediante las respuestas a la encuesta que el 64,4% es seguidor o conoce la cuenta del Instagram de la Biblioteca lo cual se tomó como una cantidad positiva de estudiantes ya que esto representa más de la mitad de los encuestados. Cabe destacar que para realizar la encuesta los estudiantes no estaban obligados a ser seguidores o conocer la cuenta de Instagram, mucho menos seguir luego, dado que se esperaba honestidad a la hora de responder para recolectar información real.

Gráfico 26 Las formas por medio de las cuales se conoció la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



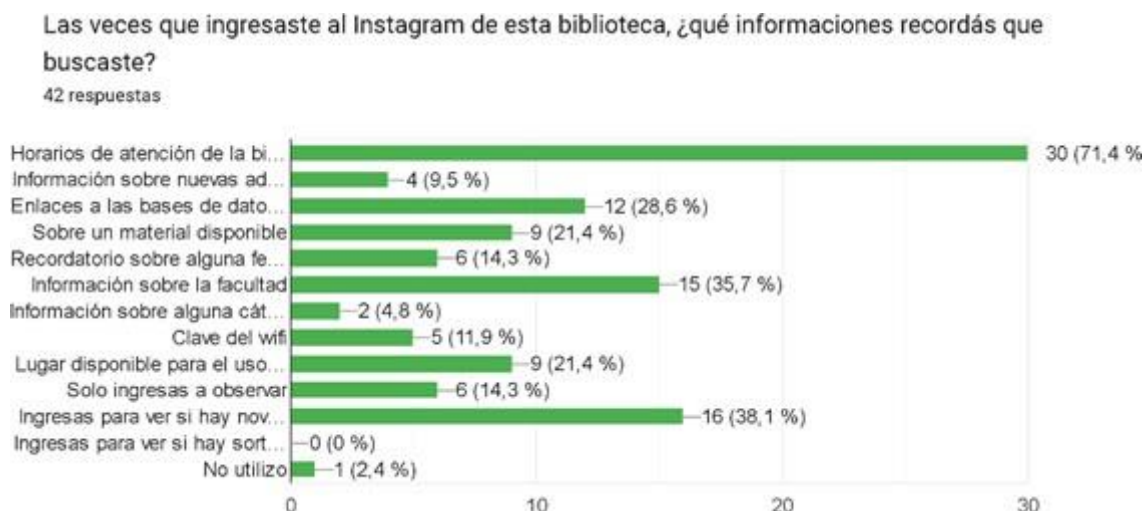
Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto a cómo conocieron o accedieron a la cuenta Instagram por primera vez el 38,1% de los estudiantes respondió por medio de la difusión en las redes sociales oficiales de la Facultad de Ingeniería, esto indica al igual que en la Facultad de Humanidades la importancia de la difusión de las redes sociales de la biblioteca que pertenece a su institución, por consiguiente, se observó que el 33,3% respondió por medio de un compañero que compartió la cuenta de Instagram en sus redes sociales, queda casi igualado a la difusión por medio de redes sociales de la Facultad, esto indica muy buena comunicación entre sus usuarios que será mejor elaborado más adelante en el apartado de comportamiento informacional. Por ultimo con un 9,5% respondieron por medio de la página web, esto indica que, a comparación de la biblioteca de la Facultad de humanidades, sus usuarios hacen uso también de la página web creada para biblioteca de la Facultad de ingeniería.

En este último hallazgo podemos destacar las palabras del encargado Director de la biblioteca, que respondió a la pregunta *¿Considera que el uso del Instagram puede sustituir o complementar el uso de la página web de la biblioteca? ¿En qué aspectos?:*

Las redes sociales complementan lo que es una página web. Puedes analizar también nuestra página web. Fue creada hace poco tiempo, hace unos años. Se puede mejorar, claro. Lo trabajamos en equipo con el diseñador de la página web. Y tomamos como modelos otras bibliotecas de España y otras de, creo que de Mendoza. Entonces, en base a eso, es nuestro diseño actual de la página web. Tener en cuenta que la página web es una información estática, es algo que queda, y lo que es la red social es algo que nos acerca más al usuario. Porque hay una comunicación, hay un feedback. Sí, porque hay una unidad igual entre el usuario y la biblioteca. A través de todas las mensajerías que ofrece la red social. (Director de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, Entrevista, 24 de Septiembre 2024)

Gráfico 27 Información que suelen buscar en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



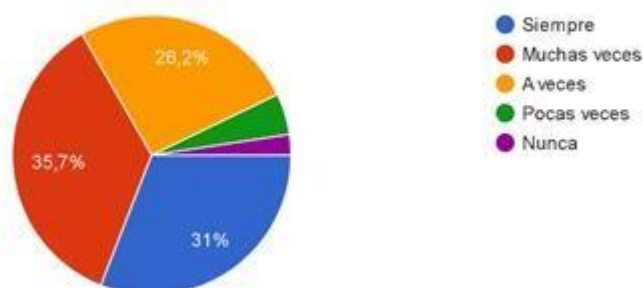
Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto al acceso y uso de la cuenta del Instagram se destacó en la consulta acerca de que información buscó cuando ingresó a la biblioteca, el 71,4% eligió la opción de horarios de atención de la biblioteca para poder asistir o consultar sobre un material, el 38,8% buscó información sobre la Facultad, y el 28,8% accede para buscar enlaces de las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía, esto deja en evidencia que sus usuarios son más independientes en sus búsquedas de información en comparación a los usuarios de la biblioteca central de la Facultad de humanidades.

Por consiguiente, se puede observar, pero con mucho más porcentaje el acceder para buscar si hay lugar disponible en la sala de lectura con un 21,4% dado que como se vio antes en la asistencia a la sala de lectura, a sus usuarios le interesa mucho usar el lugar físico principalmente para realizar sus tareas, están por ende muy comprometidos en acceder a la información de material disponible, y por último con un 38,1% acceden para ver novedades en general.

Gráfico 28 Concurrencia con la que suelen encontrar la información que buscaban en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Con qué concurrencia encontrás la información que buscás en el Instagram de esta biblioteca?
42 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Con respecto a la consulta sobre concurrencia con la que encuentran la información que buscan en el Instagram se ubicó con un 35,7% la opción de “muchas veces” y con un 31% la opción de “siempre”. Esto podría facilitar mucho más el uso de la cuenta de Instagram dado que siempre que acceden encuentran la información que buscan.

4.4. La necesidad de la información de los usuarios de las cuentas de Instagram de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste

González Teruel (2005) define la necesidad de información de varias formas haciendo un análisis de varios autores donde ellos explican que es un aspecto o carácter intangible que todos tenemos que depender de procesos cognitivos que realizamos que realizamos a la hora de buscar información, también indica que la necesidad de información varias veces cuando no se tiene interés en un tema como para hacer el esfuerzo de satisfacerla.

Taylor citado por González Teruel (2005) explica que las necesidades de información se dividen en cuatro niveles: la necesidad visceral que es la necesidad de información no expresada dado que el usuario puede no tiene experiencia en el tema que busca; la necesidad consciente que viene de un área de indecisión mal definida, es una necesidad ambigua y confusa y recurre a otras personas para que deje de ser así y central la cuestión; la necesidad formalizada, considerada una declaración formal sobre lo que necesita; y la necesidad comprometida donde el usuario rehace su pregunta sobre lo que necesita sabiendo de lo que le puedan proporcionar.

Principalmente explica que es cuando el usuario pierde un significado y debe generar otro por eso se establece la necesidad de información, donde la búsqueda de información como un estado de incertidumbre donde busca una respuesta para tomar una decisión.

Esto se puede ver reflejado en las demandas y usos del usuario, explica González Teruel (2005) cuando el usuario es consciente de su necesidad, emprende una búsqueda, pero también hay que tener en cuenta que el usuario decida no buscar la información y recurre al uso de recursos como preguntarle a una persona o al personal de la biblioteca, es lo que se observa en este apartado.

Lancaster mencionado por Ramírez Velázquez (2009) indica que existen cuatro características principales para el fenómeno de necesidades de información:

1. Necesidad de conseguir uno o dos o más documentos o materiales bibliográficos que ya conocen de antemano.
2. Necesidad de conseguir uno o dos o más documentos o materiales bibliográficos que tratan de un tema específico.
3. Necesidad de conseguir la respuesta a un problema que los usuarios se plantean.
4. Necesidad de encontrar un documento solo para ocio o entretenimiento.

4.4.1. Necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

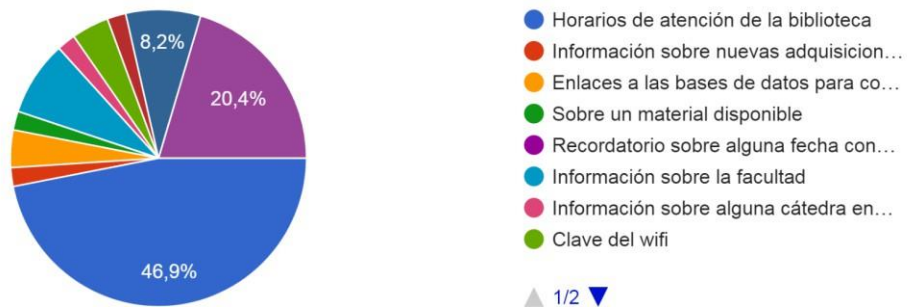
Respecto de la **Categoría 3: Necesidades de información**, se puede demostrar que se realizaron las siguientes preguntas para detectar cuáles eran sus necesidades de información:

- Pregunta 14: Cuando piensas en acceder al Instagram de esta Biblioteca ¿Qué información vas a buscar primero?
- Pregunta 15: ¿Qué estás interesado en ver?
- Pregunta 16: ¿Si te es útil lo publicado en la cuenta de Instagram de la biblioteca?

Gráfico 29 Información que suelen buscar primero en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

Cuando pensás en acceder al Instagram de esta biblioteca, ¿qué información vas a buscar primero?
(seleccionar UNA alternativa)

49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

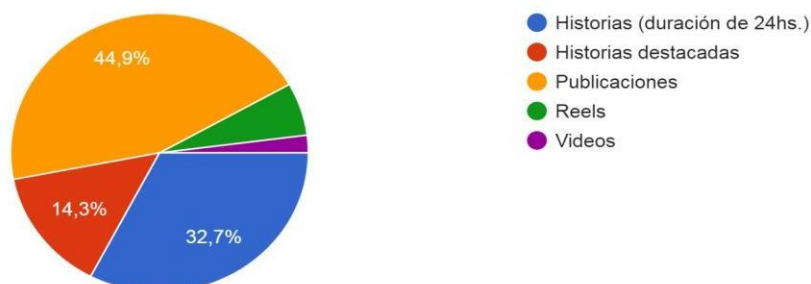
Con respecto a las necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram serán tomados los valores obtenidos en la consulta dentro de la encuesta acerca de cuándo piensa en acceder a la cuenta del Instagram de la Biblioteca que información busca primero. Respecto a esto, se pudo observar que casi la mitad de los estudiantes que respondieron que buscan información sobre los horarios de atención de la biblioteca que será considerada como su primera necesidad de información dado que obtuvo el 46,9%, en segundo lugar, solo ingresa para ver si hay novedades en general con el 20,4% y en tercer lugar como necesidades de información el usuario busca información sobre la Facultad que obtuvo un 8,2% en la selección.

Esto deja con menos requerimiento de información sobre enlaces de bases de datos con un 4,1% que ya fue mencionado anteriormente en el apartado de las características de acceso y uso de los usuarios, ellos no prefieren investigar o buscar información en bases de datos por sí solos, prefieren la atención presencial y personal. Con porcentajes mucho más bajos quedan la búsqueda de clave de wifi, ver si hay lugar para el uso en la sala de lectura y recordatorio de fechas importantes o fechas patrias.

Gráfico 30 *Qué prefieren ver cuando se vinculan con la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades*

Cuando te vinculás con el Instagram de esta biblioteca, ¿qué preferís ver?

49 respuestas



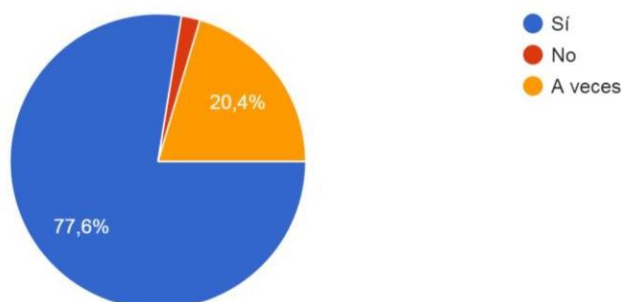
Fuente: Elaboración propia (2024)

Sobre qué tipo de contenido prefieren observar cuando necesitan información y acceden a la cuenta de Instagram las publicaciones o posteos en el feed (44,9%) y el 32,7% prefiere ver historias instantáneas (que duran 24hs.), por último, queda la opción de reels o videos que no son muy requeridos para observar la información de la biblioteca.

Gráfico 31 *Utilidad de la información publicada en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades*

Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram?

49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por último, se procedió a preguntarles si sienten que es útil o responde a sus necesidades de información lo publicado por la Biblioteca en su cuenta de Instagram. Referido a ello, el 77,6% respondió que “sí” y el 20,4% respondió “a veces”, lo cual pudo tomarse como una buena gestión de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades.

Se dejó una opción para que los usuarios puedan responder acerca de que otro tipo de contenido les gustaría ver o si consideran que le faltaba algo a la cuenta de Instagram, procedo a adjuntar algunas de las respuestas más relevantes que pueden ser tomadas como necesidades de información de los usuarios:

Tabla 7 Opiniones sobre tipos de contenido que no produce y podría producir la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo?
Considero que las publicaciones responden apropiadamente a la demanda estudiantil
Propiciar dinámicas con los seguidores a través de encuestas, sorteos de libros etc
Reels
Actualización de novedades
Le falta más posteos diarios
Considero que la Biblioteca de Humanidades debería integrar aún más Instagram a sus servicios. Ya que si bien comparte publicaciones a modo mini efemérides, reposteas publicaciones de la Facultad, y muestra micro hechos que se realizan dentro de esa UI. Debería explotar un poco más la difusión de esta red social, utilizándola como medio de su servicio de "Alerta informativa"
Promover el acceso y uso de libros que no son consultados con mucha frecuencia. Sentí cierta resistencia a renovar préstamos domiciliarios, pero si son libros que no se usan en las cátedras estaría bueno que se promueva más su lectura
Le falta más publicidad. Que el estudiante o el público en general busque seguir el Instagram de la biblioteca.
Podría producir reseñas de libros, recomendaciones, para no solamente utilizar para estudiar si no para leer en un rato libre
el personal bibliotecario podría presentarse por medio del Instagram para que la comunidad conozca a sus profesionales
Reels de promoción de la biblioteca para tener mayor alcance sugerencias de lecturas
Por ahí que hagan más contenido utilizando reels para que la biblioteca sea más conocida.
Reels sobre los libros disponibles en la biblioteca y una pequeña reseña de cada uno
Avisar cuando va estar cerrado
Más contenido de arte visual!
Podrían publicar y recomendar los libros que tiene (ya se sean obras literarias como teórico-crítico). En instagram o en un cuaderno que esté en la entrada de la biblioteca pueden pedir a los estudiante que escriban el material bibliográfico (teórico-crítico o literario) que les suelen pedir en las cátedras y ustedes ver si lo tienen para luego publicarlo y hacer una breve reseña. Muchas de la bibliografía se encuentran en la biblioteca y la mayoría no sabe porque están acostumbrado a imprimir o a leer el PDF. Asimismo, que muestren y comenten brevemente los libros que poseen es una buena táctica de acercar y fomentar las obras a las que podemos acceder, ya sea por interés personal (como puede pasar con las obras literarias), como por interés o ayuda académica.
Considero que dentro de todo está muy bien. Pero sería bueno tal vez realizar Anuncios publicitarios para que llegue a más personas que tal vez les sea útil para su carrera.

¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo?
Estamos en un contexto donde es recurrente el paro, entonces, me parece que deberían publicar siempre si ellos abren o no.
Organizar mejor el contenido del muro para que sea más atractivo
Un tour con instructivo en cuanto a los servicios o como hacerte socio, solicitar libros
Nuevos materiales disponibles
Me gustaría que publiquen sobre la importancia que tienen los archivos e historia que contienen
Capacitaciones, charlas, materiales de lectura en línea para ocio
Considero que el instagram se encuentra bien organizado y con información relevante para la comunidad de la Facultad de Humanidades.

Fuente: Elaboración propia (2024)

De esta forma se puede observar algunas necesidades de información que requieren los usuarios junto a las que respondieron en el cuestionario como solicitud de mejorar algunos servicios, así como son:

- Más reels esto ayudaría tanto a la llegada de más usuarios o promoción de los servicios.
- Publicaciones sobre recomendaciones de libros, reseñas de libros, más difusión de los libros que contienen en su acervo dado que no conocen
- Publicaciones sobre libros que responden al ocio de los estudiantes
- Publicaciones sobre material bibliográfico específicos para determinadas carreras o cátedras.
- Espacios donde ellos puedan escribir o comentar que bibliografía están necesitando para determinadas cátedras.
- Capacitaciones o charlas sobre cómo usar o buscar los materiales que necesitan, tour con instructivos sobre qué servicios brindan, como hacerse socios y solicitar libros.
- Promocionar dinámicas encuestas, sorteos, etc.
- Actualizaciones de novedades.
- Promover más lectura de libros que están en desuso.
- Presentación del personal bibliotecario para más cercanía.
- Información sobre adhesión a los paros.

De esta forma y según las definiciones elaboradas por González Teruel (2005) se pueden tratar de una necesidad formalizada porque expone su necesidad de información mediante su valoración racional entonces la expresa formalmente dentro del área para añadir su comentario sobre que mejoraría, y comprometida dado que rehacen sus necesidades de información dependiendo de lo que el Instagram puede brindarle.

4.4.2. Necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Con respecto a las necesidades de información de los usuarios de la cuenta de Instagram serán tomados los valores obtenidos en la consulta dentro de la encuesta acerca de cuándo piensa en acceder a la cuenta del Instagram de la Biblioteca que información busca primero.

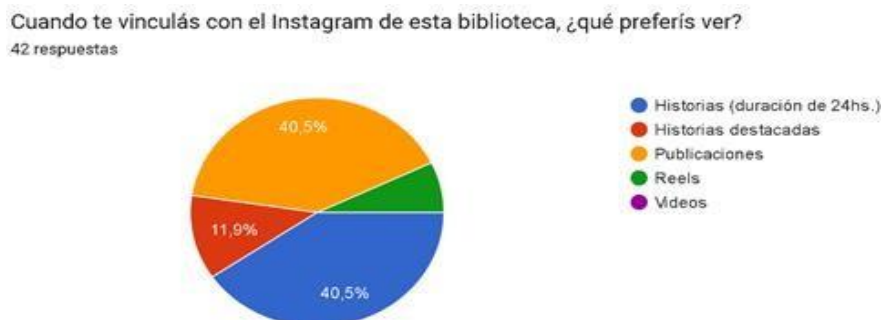
Gráfico 32 Información que suelen buscar primero en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia (2024)

Se pudo observar que el 38,1% de los estudiantes respondieron que ingresan principalmente para buscar los horarios de atención disponibles de la biblioteca esto como primera necesidad de información, en segundo lugar solo ingresa para ver si hay novedades en general con el 19% y en tercer lugar como necesidades información el usuario busca los enlaces de las bases de datos para consultar disponibilidad de bibliografía con un 7,1% y con un 9,5% necesitan información sobre material disponible. Esto puede significar que están muy comprometidos a poder encontrar la información que necesitan para realizar sus tareas y son más independientes en su búsqueda de material bibliográfico, como se dijo en el punto anterior acerca del acceso y uso de los servicios. Con porcentajes mucho más bajos quedan la búsqueda de clave de wifi, ver si hay lugar para el uso en la sala de lectura y recordatorio de fechas importantes o fechas patrias.

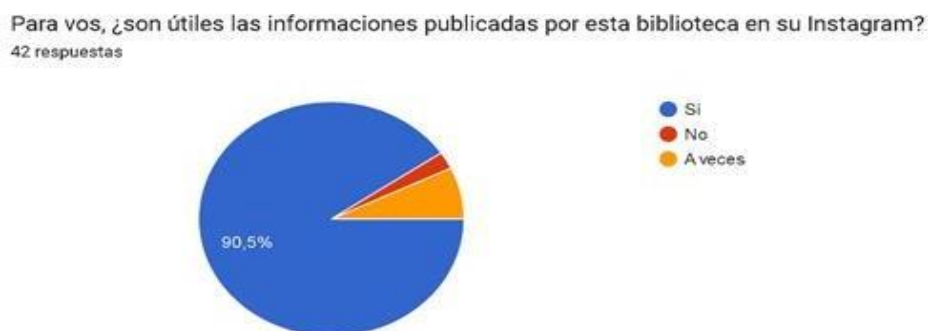
Gráfico 33 *Qué prefieren ver cuando se vinculan con la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Sobre qué tipo de contenido prefieren observar cuando necesitan información y acceden a la cuenta de Instagram quedan igualadas las opciones de historias con duración de 24hs y publicaciones o posteos en el feed con un 40,5% para mejor acceso a la información que necesitan.

Gráfico 34 *Utilidad de la información publicada en la cuenta del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por último, se procedió a preguntarles si sienten que es útil o responde a sus necesidades de información lo publicado por la Biblioteca en su cuenta de Instagram, el 90,5% respondió que “sí” y el 7,1% respondió “a veces”, esto a comparación de las respuestas obtenidas en la encuesta a usuarios de la biblioteca central de la Facultad de humanidades deja de ver que es mucho mayor la conformidad de los usuarios de la biblioteca de la Facultad de ingeniería a la hora de observar la información que requieren.

Se dejó una opción para que los usuarios puedan responder acerca de que otro tipo de contenido les gustaría ver o si consideran que le faltaba algo a la cuenta de Instagram, procedo a adjuntar

algunas de las respuestas más relevantes que pueden ser tomadas como necesidades de información de los usuarios:

Tabla 8 Opiniones sobre tipos de contenido que no produce y podría producir la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo?
Que las redes sean más dinámicas.
Dar avisos sobre los horarios los días de paro
Adhesiones al paro
Reels
Más información
La verdad que considero muy útiles las publicaciones
Por el momento estoy conforme con sus publicaciones
Es super completo, dinámico e informativo
Historias con información
organizar sus publicaciones en historias historias destacadas y no tanto en publicaciones en el feed
Considero que es bastante completo

Fuente: Elaboración propia (2024)

La mayoría de las respuestas a esta sección de la encuesta era en total conformidad sobre las publicaciones e información que suben a sus redes sociales, dado que contienen más cantidad de posteos si comparamos con el Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades, de igual manera se puede destacar algunas sugerencias observadas como necesidades de información que son requeridas por sus usuarios:

- Publicaciones más dinámicas.
- Más reels.
- Avisos sobre adhesión a paros
- Más historias, organizar las historias descatadas y no tantas publicaciones o posteos en el feed.

De esta forma y según las definiciones elaboradas por González Teruel (2005) se pueden tratar de una necesidad formalizada porque expone su necesidad de información mediante su valoración racional entonces la expresa formalmente dentro del área para añadir su comentario sobre qué mejoraría y comprometida dado que rehacen sus necesidades de información dependiendo de lo que el Instagram puede brindarle.

Se pudo observar, tras esta investigación, que las principales necesidades de información de los usuarios del Instagram son:

- Más reels e Historias instantáneas, dado que ese tipo de contenido le parece más dinámico.
- Información de horarios de atención donde se podría abarcar también, información de si se adhieren a los paros o si cierran algún día por alguna ocasión especial, esto facilita la consulta de los usuarios.
- Información con todo lo referido al material bibliográfico disponible, ya sea una nueva adquisición, alguna recomendación por parte del bibliotecario, imágenes o videos que muestran esos servicios así también sus usuarios saben con el acervo que cuentan.

Este apartado sobre las necesidades de información nos demuestra que existe un usuario dentro de las dos bibliotecas que está interesado por lo que se publica en sus redes sociales, abierto a recomendar que más se pudiera agregar para poder satisfacer a sus necesidades, que debería ser el principal objetivo de cada una de ellas.

4.5. El comportamiento informativo de los usuarios de las cuentas de Instagram de las Bibliotecas Centrales de la Facultad de Humanidades y de Ingeniería de la Universidad Nacional del Nordeste

Utilizamos las concepciones de Calva González (2016) para entender el comportamiento informativo del usuario al necesario pasar por todas las anteriores preguntas que se les fue realizando dentro de la encuesta, esto pudo explicar donde estudian, que servicios prefieren usar y cuáles no, que les interesa más observar en una red social institucional.

Todos los autores que se ocupan del fenómeno de las necesidades de información y de los estudios de usuarios, han detectado la notable relevancia del contexto, entorno, del ambiente en el que se desenvuelve el usuario, a la hora de determinar sus necesidades de información, hasta el punto de que puede resultar determinadamente en su comportamiento informativo ante el surgimiento de tal necesidad de información y condicionante en un resultado final al respecto, sea satisfactorio o insatisfactorio. (p. 15)

4.5.1. Comportamiento informativo de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

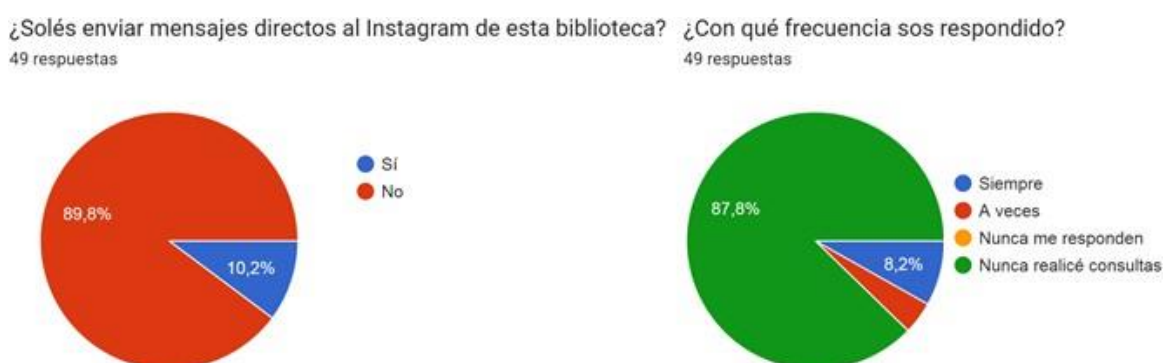
Respecto de la **Categoría 4: Comportamiento informativo**, se puede demostrar que se realizaron las siguientes preguntas para interpretarlo:

- Pregunta 17: ¿Solés enviar mensajes directos al Instagram de esta biblioteca?
- Pregunta 18: ¿Con qué frecuencia sos respondido?

- Pregunta 19: ¿Qué clase de consultas haces por mensaje privado?
- Pregunta 20: Cuando encuentras algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿Soles compartir la información encontrada con otros compañeros?
- Pregunta 21: Si lo haces, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros?
- Pregunta 22: Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram?

Este punto fue determinado dependiendo de las respuestas obtenidas en la encuesta sobre qué tipo de consultas realizan, si comparten o no la información que encuentran y comparados con los puntos anteriores acerca del acceso, uso y necesidades de información.

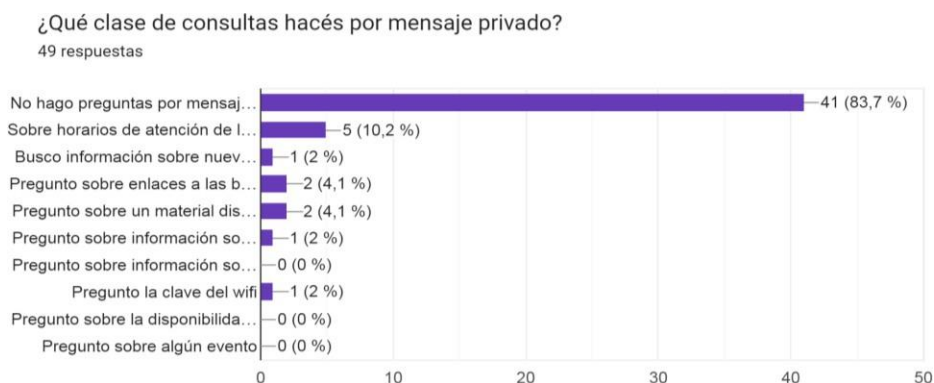
Gráfico 35 Envío de mensajes directos a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades y frecuencia de respuesta



Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de la encuesta se le realizó la consulta de si suelen enviar mensajes directos. El 89,9% respondió que no y el 10,2% respondió que sí, esto puede deberse a que la mayoría de los alumnos, como se observó antes, preferían recurrir a la consulta de bibliografía en la biblioteca. La frecuencia en la que han sido respondidos el 8,8% respondió “siempre” y el 4,1% “a veces”, que podemos tomarlo como positivo dado que a la opción “nunca realizo consultas” responden más del 80%, en cuanto que nadie eligió la opción “nunca responden”.

Gráfico 36 Tipos de consulta que hacen los usuarios por mensaje privado a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades



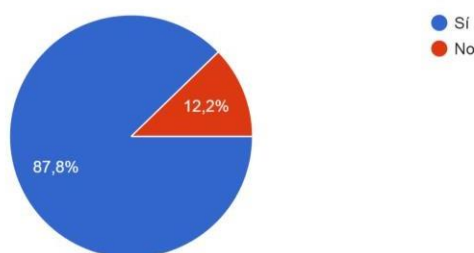
Fuente: Elaboración propia (2024)

Con un 80% también se puede observar en la pregunta siguiente sobre qué clase de preguntas hace por mensaje directo donde sigue manteniéndose el porcentaje de estudiantes que “no realiza preguntas”; en un 10,8% se puede observar la opción de consultas sobre horarios de atención de la biblioteca, en un 4,4% queda la opción de preguntar por material disponible o enlaces de bases de datos para saber dónde buscarlos, esto se puede destacar dado que con anterioridad ya se supo que los usuarios de esta biblioteca prefieren asistir personalmente a realizar consultas.

Gráfico 37 Socialización de información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades con sus compañeros

Quando encontrás algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿solés compartir la información encontrada con otros compañeros?

49 respuestas

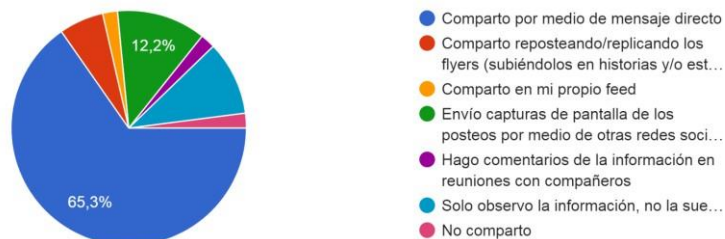


Fuente: Elaboración propia (2024)

El caso en la forma de compartir la información a otros compañeros es totalmente diferente, dado que el 87,8% respondió “sí”.

Gráfico 38 Formas como comparten información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades con sus compañeros

Si lo hacés, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros?
49 respuestas

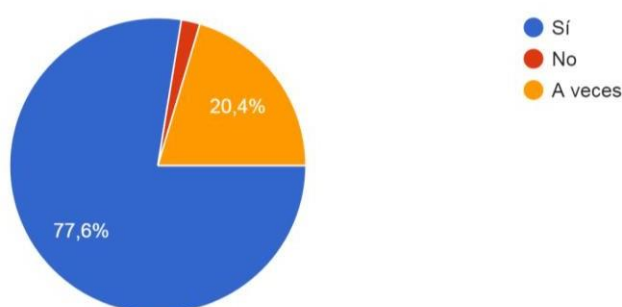


Fuente: Elaboración propia (2024)

La forma en que más prefieren compartir es por medio de mensaje directo a sus compañeros con un 65,3%, un 12,2% hace captura de pantalla de los posts y las envía por medio de otras redes sociales y el 6,1% comparte re-posteando o replicando la información en sus estados e historias. Esto deja en evidencia que su comportamiento informacional al compartir la información se mantiene activo y se destaca el compañerismo de siempre colaborar con las búsquedas de sus demás compañeros de estudio.

Gráfico 39 Utilidad de la información publicada en la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram?
49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

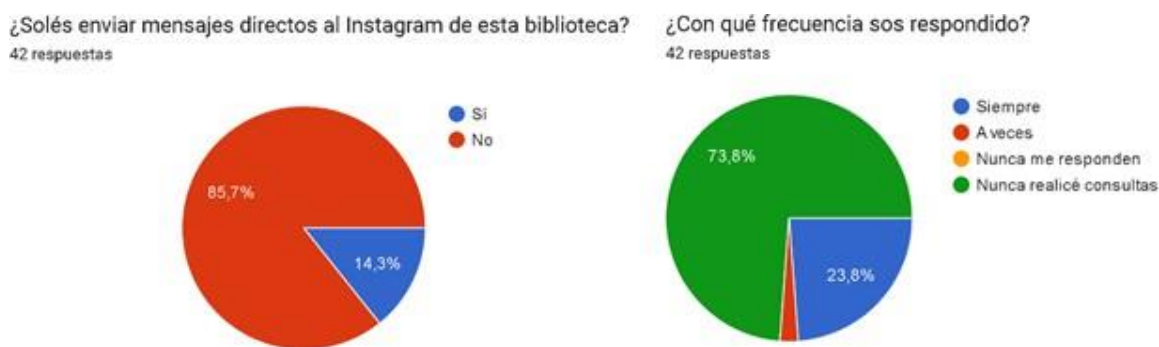
Por último, dentro de la pregunta de si es útil la información publicada por la biblioteca en su Instagram la mayoría respondió que sí con un 77,6%, esto también se pudo observar reflejado en el espacio de opinar sobre qué información le faltaba a la cuenta de Instagram, donde la mayoría comentó con ideas y sugerencias y los demás con que se sentían conformes con que

observaban en la cuenta. Esto puede determinar un comportamiento de compromiso con los servicios que se brindan en el Instagram con una esperanza de cambio y mejora, alentando a su biblioteca que pueda mejorar.

4.5.2. Comportamiento informativo de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Este punto fue determinado dependiendo de las respuestas obtenidas en la encuesta sobre qué tipo de consultas realizan, si comparten o no la información que encuentran y comparados con los puntos anteriores acerca del acceso, uso y necesidades de información.

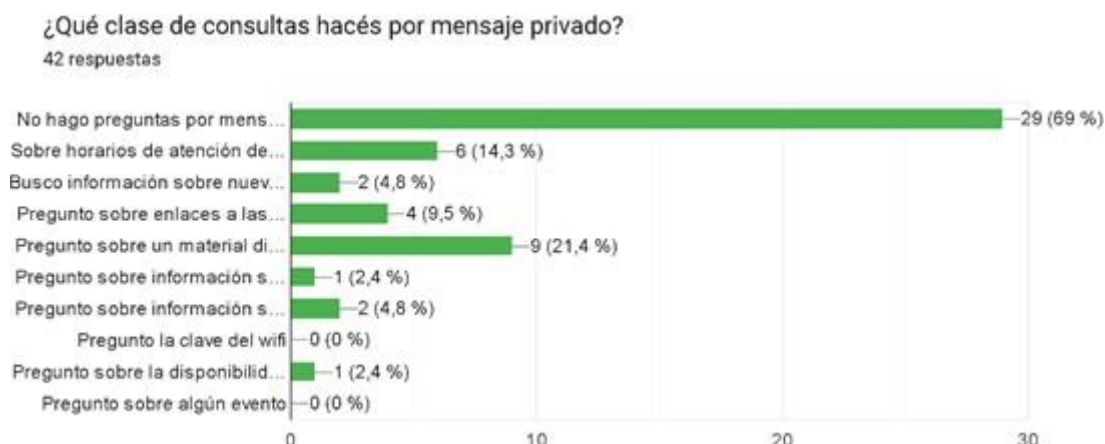
Gráfico 40 Envío de mensajes directos a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería y frecuencia de respuesta



Fuente: Elaboración propia (2024)

Dentro de la encuesta se le realizó la consulta de si suelen enviar mensajes directos. Con relación a ello, el 85,7% respondió que no y el 14,3% respondió que sí, esto puede deberse a que la mayoría de los alumnos, como se observó antes, preferían recurrir a la consulta de bibliografía en la biblioteca y también se debe a que buscan su información de manera independiente por medio de los links a las bases de datos disponibles en el perfil de la biblioteca, de igual manera se recomendará más adelante mejorar en estos aspectos a la biblioteca.

Gráfico 41 Tipos de consulta que hacen los usuarios por mensaje privado a la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



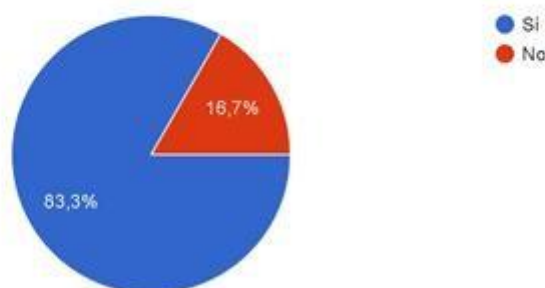
Fuente: Elaboración propia (2024)

La frecuencia en la que han sido respondidos el 23,8% respondió “siempre” y el 2,4% “a veces”, que si bien por ser optimistas podemos tomarlo como positivo dado que la opción de “nunca responden” no fue elegida por los encuestados, a comparación de las respuestas de los estudiantes que respondieron la encuesta de la Biblioteca Central de Humanidades, estos números son más positivos, pero la opción de “nunca realizo consultas” sigue manteniendo en el 73,3%, esto también se puede observar en la pregunta siguiente sobre qué clase de preguntas hace por mensaje directo donde sigue manteniéndose el porcentaje de estudiantes que “no realizan preguntas” en un 69%, en un 14,3% se puede observar la opción de consultas sobre horarios de atención de la biblioteca, en un 21,4% queda la opción de preguntar por material disponible, a comparación de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades la opción de preguntar por enlaces de bases de datos para saber dónde buscarlos queda un poco más alta de usuarios que usan este servicio con un 9,5%. Esto se puede destacar dado que con anterioridad ya se supo que los usuarios de esta biblioteca prefieren realizar las búsquedas independientemente por medio de las bases de datos y de usar los servicios de búsqueda de material para sus estudios.

Gráfico 42 Socialización de información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería con sus compañeros

Cuando encontrás algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿solés compartir la información encontrada con otros compañeros?

42 respuestas



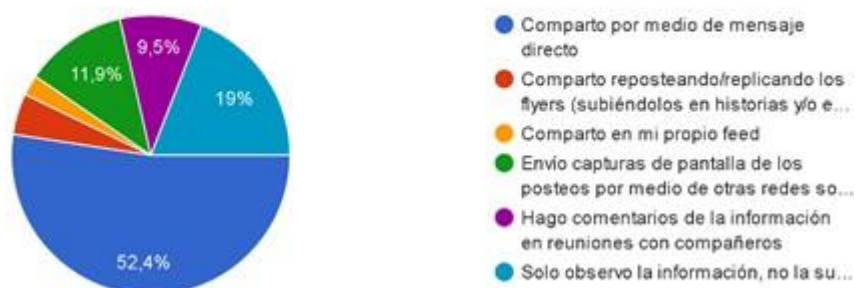
Fuente: Elaboración propia (2024)

El caso en la forma de compartir la información a otros compañeros es totalmente diferente de lo ocurrido con la otra Facultad, dado que el 83,3% respondió “sí”.

Gráfico 43 Formas como comparten información relevante de la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería con sus compañeros

Si lo hacés, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros?

42 respuestas



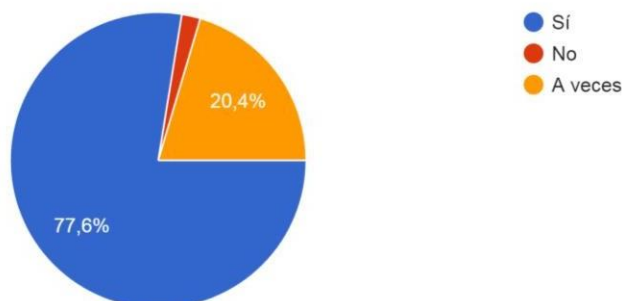
Fuente: Elaboración propia (2024)

La forma en que más prefieren compartir es por medio de mensaje directo a sus compañeros con un 52,4%, un 11,9% hace captura de pantalla de los posteos y los envía por medio de otras redes sociales y el 9,5% hace comentarios de lo que observó en la cuenta en reuniones con sus compañeros. Esto deja en evidencia que su comportamiento informacional al compartir la información se mantiene activo y se destaca el compañerismo de siempre colaborar con las búsquedas de sus demás compañeros de estudio.

Gráfico 44 Utilidad de la información publicada en la cuenta de Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram?

49 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2024)

Por último, dentro de la pregunta de si es útil la información publicada por la biblioteca en su Instagram la mayoría respondió que sí con un 90,5%, esto también se pudo observar reflejado en el espacio de opinar sobre qué información le faltaba a la cuenta de Instagram, donde la mayoría comentó que se sentía conforme con que observaba en la cuenta, muy pocos hicieron sugerencias sobre que mejorar o agregar, se puede diferenciar de esta forma a los usuarios de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades dado que la diferencia de porcentajes es mucho más alta y los comentarios son muchos más positivos. Esto puede determinar un comportamiento de compromiso con los servicios que se brindan en el Instagram con una esperanza de cambio y mejora, alentando a su biblioteca, cuyo contenido está siendo muy bien recibido y aceptado, pero que siempre pueden mejorar un poco más.

Por último y para cerrar con la etapa de resultados quiero remarcar que según Calva González (2016) los usuarios siempre tendrán hábitos variados, vivencias variadas y gustos diferenciados, sus necesidades y comportamientos informativos cambian constantemente, por ello es muy importante las sugerencias y opiniones de ellos para que la biblioteca sepa que debe re adecuar en su oferta de productos y servicios, esto lograría un mayor nivel de satisfacción “La biblioteca necesita ser sensible a los problemas de su público, en esencia de sus usuarios. Esto demuestra por medio del interés en coleccionar y analizar sistemáticamente informaciones de los consumidores sobre los productos y servicios ofrecidos.” (p. 81)

Para poder analizar el comportamiento informativo de los usuarios, estas preguntas contribuyeron a establecer un recorrido de este sujeto en la unidad de información, que representamos con este gráfico:

Ilustración 11 Comportamiento informativo de usuarios de la cuenta de Instagram de las bibliotecas universitarias analizadas



Fuente: Elaboración propia (2024)

De esta forma se puede determinar su comportamiento informativo, siempre que el usuario necesita información sobre algún servicio de las bibliotecas, ingresa a la cuenta de Instagram para observar la información que necesita, si encuentra la comparte con su compañero por medio de un mensaje directo a su cuenta de Instagram.

Se puede observar que toda la acción es realizada desde su celular y desde la red social, a veces optan como se observó en los gráficos realizar una captura de pantalla para enviar a su compañero o compartir a otra red social, pero siempre deciden la opción de enviarlos directamente por Instagram, para más facilidad y rapidez.

Es por ello sumamente necesario conocer cuáles son las necesidades de información del usuario, para que luego exista un comportamiento informativo interesado en acceder a esa cuenta en redes sociales para buscar, y que siempre sea compartida entre pares. Esto no solo habla de su comportamiento, sino también serviría al posterior crecimiento de la cuenta y más llegada a más usuarios que tal vez no la conocen.

5 CONCLUSIONES

A modo de conclusión se pudo observar, primeramente, que con respecto a la pregunta rectora sobre qué servicios ofrecen las cuentas de Instagram Institucional las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ingeniería de la UNNE, la información recolectada a través de entrevistas acerca de qué herramientas y utilizaban y con qué finalidad actualizaban la información publicada, se demostró que dicha plataforma digital se ha convertido en una herramienta indispensablemente efectiva para facilitar el acceso a sus servicios, recursos y productos académicos que brindan, generando una mejor comunicación de forma seria y responsable por parte de los profesionales que se encargan de compartir la información. Los usuarios prefieren la utilización de estas herramientas de comunicación por redes sociales, dado su inmediatez y accesibilidad.

La información publicada por los bibliotecarios en las redes sociales está catalogada como servicios de avisos diarios, actividades académicas y recursos disponibles, estos satisfacen la necesidad de sus estudiantes que asisten a dichas Facultades, docentes e investigadores, dejando evidencia su utilidad para una amplia gama de públicos. Además, se tuvo en cuenta que los profesionales encargados fomentan la interacción a través de consultas y comentarios, lo que refuerza su papel como un principal canal de comunicación. De esta manera se logró evidenciar que las bibliotecas se encuentran conectadas con su comunidad, siempre teniendo en cuenta que existen oportunidades de mejora para el desarrollo de estrategias y políticas de concurrencia a la hora de realizar las publicaciones, esto podría ayudar al aumento de interacción con sus usuarios y mejorar el alcance en las publicaciones.

Por consiguiente, esto sugiere reforzar las capacitaciones a su personal en lo que respecta a gestión de redes sociales y construcción de nuevos contenidos, lo que podría generar una comunicación más efectiva y adaptada a las necesidades del usuario. Se valora aún más tener en cuenta también las nuevas políticas y herramientas que ofrece el Instagram sobre una mejor accesibilidad para todas y todos, con lo que respecta a personas con disminuciones audio-visuales, es sumamente importante para el desarrollo de las actividades diarias de dichos usuarios para facilitar al acceso y uso de la información publicada, en este caso en las redes sociales, pero sin dejar de hacerlo en cualquier tipo de plataforma digital. Esta investigación demostró cuán importante es la opinión de cada uno de los usuarios, sin importar su condición.

Con lo que respecta a las preguntas problema sobre cómo acceden y usan sus usuarios dicha información publicada como principal objetivo de esta investigación, el estudio demostró que se ha proporcionado una visión principal y completa sobre las necesidades de información y el comportamiento informacional de ellos. A través de encuestas realizadas a los estudiantes que asisten a las bibliotecas de ambas Facultades, se determinaron sus patrones de uso con lo referido a sus preferencias y elecciones sobre qué servicios utilizan y cuáles no cuando asisten tanto físicamente a la biblioteca e ingresan a la cuenta de Instagram Institucional, teniendo en cuenta cuales son las informaciones más solicitadas, preferencias en el contenido publicado, y actitudes que dejan en evidencia su comportamientos con lo que respecta al uso de los servicios ofrecidos.

En primer lugar, se ha constatado que los usuarios utilizan principalmente la cuenta de Instagram para obtener información sobre horarios de atención, novedades en general, pero cabe destacar que, en el caso de los usuarios de biblioteca de la Facultad de ingeniería, acceden para buscar información sobre enlaces de bases de datos y material bibliográfico. Estas herramientas y enlaces de acceso demuestran la importancia de ofrecer siempre un contenido actualizado, preferentemente que se encuentre siempre accesible a esos usuarios que prefieren no asistir presencialmente y deciden consultar de forma virtual.

Por otro lado, las necesidades de información de los usuarios son notables, los estudiantes que asisten a la biblioteca de la Facultad de Humanidades se ven más involucrados en la propuesta realizada en la encuesta sobre qué servicios proponen mejorar. Responden que les interesa recibir actualizaciones generales, horarios, actividades académicas, mientras que los de la biblioteca de la Facultad de Ingeniería prefieren más información sobre materiales disponibles sobre las carreras que estudian. Esto deja en evidencia que cada Facultad presenta necesidades diferentes que deben ser atendidas.

Para remarcar la importancia que se tuvo acerca de las sugerencias que realizaron estos usuarios para la investigación, se ha notado que existe una tendencia a acceder de manera directa que podría ser una gran oportunidad para que las bibliotecas aumenten la visibilidad de sus contenidos respecto a sus servicios ofrecidos, sin dejar de lado generar una mayor interacción. Sus usuarios están interesados en ver más contenido diario en reels o videos cortos, sobre recomendaciones de libros y nuevas adquisiciones, la realización de actividades interactivas como son los sorteos, encuestas y dinámicas participativas, esto demuestra que buscan una experiencia más enriquecedora, que no sea siempre estática y sin atractivo. La creación de un

mejor contenido es el principal objetivo para dichas bibliotecas a tener en cuenta y la importancia de involucrar a sus usuarios en las tomas de decisiones con lo que respecta su uso de la biblioteca.

En conclusión, los resultados de este estudio realizado indican que las bibliotecas universitarias de la UNNE, a través de su cuenta Institucional de Instagram, tienen una gran oportunidad a futuro para mejorar la interacción con sus usuarios y atender las necesidades de información que ellos siempre demandan. Para ello es esencial lograr adaptar los contenidos publicados y transformarlos en servicios que cumplan con sus expectativas, promoviendo una comunicación y acercamiento más directo. Las sugerencias de los estudiantes que asisten son valiosas, dado que ellos son los que eligen concurrir dado los factores internos y externos que les compete y los forma académicamente. No solo quedarse con que actualmente se encuentran satisfechos y conformes, buscar de alguna forma no permitir que dejen de estarlo y recaigan en la repetitividad y aburrimiento de los servicios brindados, por eso la importancia de siempre poder personalizar algunos de dichos servicios para aumentar su satisfacción y hacer un uso más efectivo.

Las bibliotecas siempre deben mantenerse expectantes a las necesidades de información y al comportamiento que ellos adoptan para compartir dicha información con los demás usuarios, el poder compartir por medio de un mensaje directo hoy en día es una de las mejores herramientas de comunicación totalmente directa. Por ello no dejar de recomendar que sean flexibles en la gestión de la información que comunican, deben ajustarse en temas respecto a la oferta y demanda teniendo en cuenta los hábitos de búsqueda de información de un usuario que prefiere obtenerla por medio de una red social, las bibliotecas pueden jugar un papel muy importante en la vida académica de los usuarios y de la universidad en sí, garantizando el acceso y uso a todos estos servicios anteriormente nombrados, de forma moderna y atractiva a lo que una sociedad informada requiere hoy en día.

Esta investigación dejó en evidencia la importancia de la utilización de servicios que se adapten al entorno digital impuesto por la sociedad de esta última década. La pandemia del COVID-19 nos dejó una gran lección que es, siempre estar conectados, y también nos dejó nuevos desafíos y herramientas para nunca perder esa conexión, la importancia del uso correcto y responsable de las redes sociales en el entorno universitario debería ser tomado en cuenta para el desarrollo de dicha comunicación. Por último, me queda, destacar así el uso eficaz y necesario de las redes

sociales que hoy en día están más en auge y tal vez implementación en todas las demás bibliotecas de la universidad es sumamente indispensable en los tiempos que corren.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, E., & Velázquez, E. (2011). La biblioteca universitaria en las redes sociales: planificando una presencia de calidad. *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*, (42), 36-47
- Arnal, J., Rincón, D. D., & Latorre, A. (1994). *Investigación Educativa. Fundamentos y metodologías*.
- Azka, S. M., Asmiyanto, T., Babbar, P. (2023). Analysis of Instagram use by Libraries in responding to the COVID-19 Pandemic: A case study of University Libraries in Indonesia. *Record and Library Journal*, 9(1), 105-117. DOI 10.20473/rlj.V9-I1.2023.105-117
- Bardin, L. (2011). *Análisis de contenido*. Akal.
- Calderón García, Á. D. (2023). *Estrategias de marketing hacia los canales de difusión en la biblioteca universitaria* (Master's thesis).
- Calva González, J. J. (2016). *Comunidades de usuarios, necesidades de información y servicios bibliotecarios: investigaciones*. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- Camarasa, D. A., & Chornet, V. G. (2019). La Web 2.0 en las bibliotecas nórdicas. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 15(1), 35-50.
- Chan, TTW, Lam, AHC y Chiu, DK (2020). De Facebook a Instagram: explorando la participación de los usuarios en una biblioteca académica. *La Revista de Biblioteconomía Académica*, 46 (6), 102229.<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>
- Choo, CW, Detlor, B. y Turnbull, D. (2000). *Trabajo web: búsqueda de información y trabajo de conocimiento en la World Wide Web* (Vol. 1). Medios de ciencia y negocios de Springer.
- Décima, R., Ferracutti, V. M., & Bonacorsi, B. (2018). La importancia de las bibliotecas universitarias en la investigación en el sistema universitario argentino. *Revista Experiencia Docente: Conocimiento a tu alcance*, 5(2), 57-63.
- Durand, S., & Mombrú, A. (2003). Encrucijadas del Pensamiento. Análisis Crítico del Quehacer Científico. *Gran Aldea, Buenos Aires*.
- Facultad de Humanidades (2001). Plan de estudios de la carrera de licenciatura en ciencias de la información. Departamento de ciencias de la información. (p. 2)
- Flick, U. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: ediciones Morata.

- González, C. G., & Zaragoza, P. S. (2020). El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo. *Boletín de la asociación andaluza de bibliotecarios*, 35(119), 51-75.
- González, J. J. C. (2004). Las necesidades y comportamiento de los investigadores como usuarios de las bibliotecas de las instituciones de educación superior en América Latina. *Documentación de las ciencias de la información*, 27, 97-116.
- González-Teruel, A (2011) La perspectiva del usuario y del sistema en la investigación sobre el comportamiento informacional. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 12, nº1, pp. 9-27
- Graells, M. T. (2021). Bibliotecas digitales en tiempos de pandemia. *CLIP de SEDIC: Revista de La Sociedad Española de Documentación E Información Científica*, (83), 20-38. ISO 690
- Guallar & Traver. (2021). Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas. *Anuario ThinkEPI*, vol. 15.
- Hernández Camblor, C., & Jiménez, M. D. L. V. M. (2024). Uso de las redes sociales virtuales, percepción de soledad y habilidades sociales en jóvenes adultos españoles de la generación Z y la generación Y. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 1.
- Hernández, N. J. S. (2014) *Servicio de referencia virtual en bibliotecas universitarias Usando las redes sociales Facebook y Twitter*. Tecnológico de Monterrey Campus Toluca.
- Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. A., & Kessler, M. I. (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. doi: 10.17533/udea.rib.v39n1a05
- Merlo Vega, J. A. (2005). Servicios bibliotecarios para la comunidad universitaria. En Orera Orera, Luisa (ed.) *La biblioteca universitaria: análisis en su entorno híbrido*. Madrid: Síntesis, p. 445-477.
- Mendicoa, G. E. (2003). *Sobre Tesis y Tesistas Lecciones de enseñanza-aprendizaje*. Buenos Aires: Espacio, p. 67-153.
- Morillo, E. C., Morillo, J. P., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 333.
- Núñez, I. A. P. (2000). Usos y definiciones de los términos relativos a los usuarios o clientes. *Revista interamericana de bibliotecología*, 23(1-2), 107-121.

- Pandolfo y Aguilar (2021). *Planificar y sistematizar publicaciones en redes sociales de bibliotecas universitarias*. En IX Encuentro de Agentes de Bibliotecas y Bibliotecarios del Mercosur “El desafío de las Bibliotecas en la Comunidad Digital”. Argentina.
- Paz, G., & Locles, M. J. (2022). Construir comunidad Gestión de redes sociales; Instagram la nueva vitrina de las Bibliotecas.
- Pérez, M. C., & Sabelli, M. (1995). Aplicación del paradigma alternativo a un estudio de usuarios en el área de la información en Ciencias Sociales en el Uruguay: un aporte metodológico. *Informatio. Revista del Instituto de Información de la Facultad de Información y Comunicación*, 1(1), 53-62.
- Ponce Izquierdo. (2016). *Influencia del marketing bibliotecario en la calidad de los servicios bibliotecológicos de la biblioteca de la universidad de las artes, propuesta: diseño de una guía metodológica con enfoque a la difusión bibliotecológica*. [Proyecto educativo, Universidad de Guayaquil]
- Ramírez Velázquez, C. A. (2009) *Análisis y discusión de las necesidades de información obtenidas*. En: Ramírez Velásquez. *Necesidades de información en comunidades indígenas: el caso de la comunidad tepehua*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Recuperado de: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/214/8/978-607-2-00284-5.pdf>
- Sandi, M. C. (2012). Las redes sociales presentes en las bibliotecas. *Revista e-Ciencias de la Información*, 2(2), 1-15.
- Universidad Nacional del Nordeste (UNNE). (2023). *Estructura orgánico-funcional y manual de misiones y funciones del tramo mayor nodocente: Instituto Rectorado e Institutos Dependientes*. Universidad Nacional del Nordeste.
- Teruel, A. G. (2005). *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Ed. Trea.
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2007). *Técnicas Para Investigar 2*. Editorial Brujas.

ANEXOS

ANEXO 1. Entrevista a la profesional encargada de la Biblioteca de la Facultad de Humanidades

Speaker 0: tesista

Speaker 1: encargada de la biblioteca

Speaker 0 | 00:00.620

Como responsable de la institución, ¿cuáles son las tareas que realiza y cuál es el cargo que usted tiene?

Speaker 1 | 00:09.763

Bueno, las tareas que realizamos acá en la biblioteca son todas las concernientes al área de la gestión de la biblioteca, los servicios, los más importantes, circulación y préstamo. atención en sala de lectura, atención virtual y también servicio de referencia y hemeroteca. Bueno, la función es responsable a cargo de todas las tareas inherentes a la biblioteca que involucran al proceso, al servicio, a la gestión y también a la... coordinación del equipo humano o el talento humano de la biblioteca.

Speaker 0 | 00:02.376

¿cómo surge la idea de crear el Instagram para esta biblioteca?

Speaker 1 | 00:26.960

Bueno, todo surge a raíz del aislamiento que tuvimos por la situación sanitaria que vivimos en el 2020. Y fue una necesidad también que tenía la biblioteca de difundir los productos y servicios que se continuaban realizando, porque si bien nos tocó no estar presentes en la biblioteca, pero nuestro trabajo desde las casas siguió realizándose y de manera mucho más exhaustiva, hubiéramos que reorganizar porque la biblioteca da respuesta a las necesidades académicas de la Facultad. La universidad emitió un protocolo, diríamos, de continuidad y la biblioteca debía acompañar ese proyecto. Entonces necesitamos rearmarnos como grupo de trabajo y a su vez también difundir distintos... como hay plataformas y distintos programas donde podríamos visibilizar nuestros servicios, nuestros productos y a su vez también dar lugar para que las personas, los usuarios, los investigadores, nuestros clientes, diríamos, de la biblioteca, porque la biblioteca no deja de ser una empresa, aparte de ser un lugar que brinda

información, se ve comercialmente como una empresa. biblioteca pudiera recibir preguntas y pudiera satisfacer en un momento donde por ahí colapsaron un montón de cosas, donde las diferencias tecnológicas que había, la brecha, se dio más, diríamos. Hay personas que tenían y hay personas que no tenían. Y entonces nosotros nos teníamos que adecuar a eso, diríamos. Así que por eso surgió la necesidad de implementar. En primera instancia se pidió la posibilidad de hacer un Facebook, que la biblioteca no tenía, la Facultad en su momento allá, cuando yo la solicité, la Facultad no me lo permitió porque había un Facebook institucional. En plena aspo, diríamos, sí, ahí nos dieron lo que nos pidieron, que armemos un... un proyecto de trabajo para poder dar continuidad a la propuesta de la Facultad y a su vez se pidió que nos darán la posibilidad de crear un Facebook para poder visibilizar todos nuestros productos y aparte para poder responder distintas necesidades que presentaba la comunidad. Ahí mismo se creó un Facebook que se trabajó mucho, mucho, se ponían los links de consultas. donde se ponían los horarios, donde se ponía todo lo que la biblioteca venía haciendo. Y también al tiempo se creó un Instagram. Ese Instagram la verdad que fue de mucha ayuda. Actualmente tiene más consultas prácticamente que el Facebook. Así que todo surgió a partir del aislamiento ASPO que tuvimos, que fue obligatorio. surgió por una necesidad

Speaker 0 | 04:03.701

Sí La próxima es cuando aproximadamente fue creado ¿Pretenden en el 2020?

Speaker 1 | 04:11.747

En el 2020 en Facebook y en el fin del 2020 o principio del 2021 fue en Instagram Sí,

Speaker 0 | 04:19.472

ok ¿Cuentan con personal especializado para realizar publicaciones? ¿O cuentan con un bibliotecario que sea encargado de realizar?

Speaker 1 | 04:34.407

Lo que se hizo fue, se pagó un curso a dos personas que ya son bibliotecarios acá, que se les designó para la parte de prensa de la biblioteca. Se les pagó un curso de Canva para que esas personas puedan experimentarse un poco más, porque lo hacían con lo que ellos podían, pero con este cursito que se les pagó. pudieron tener un poco más de conocimiento sobre cómo manejar esa herramienta y así poder crear este... mejores productos, diríamos, para las redes sociales, más enfocado a lo que la biblioteca necesitaba.

Speaker 0 | 05:15.734

Sí. ¿Las publicaciones son pensadas entre todos los de la biblioteca o algunas son impuestas, o sea, sugeridas desde un personal mayor de jerarquía de la Facultad?

Speaker 1 | 05:31.741

Generalmente las propuestas yo las... les digo a las chicas que quiero algo. Ellas elaboran, estas dos personas elaboran y me presentan diferentes propuestas y bueno, por ahí yo con ellas, diríamos porque no lo hago sola, tomo la decisión de cuál me gusta, cuál no me gusta, por ahí un video o hacen un video o hacen alguna otra. algún otro posteo y bueno, entre eso se elige lo que por ahí más impacto tiene. En eso sí yo tengo participación. Generalmente yo soy quien le digo que para determinado acto hagan esto, o un video cuando vienen de visita, que hagan esto u otro. Entonces, generalmente eso, pero nada no es impuesto.

Speaker 0 | 06:23.581

Bueno, ahí va la otra pregunta que es la misma casi, que dice, ¿si vos crees que la Facultad a la que perteneces se encuentre involucrada en las tomas de sesiones?

Speaker 1 | 06:35.806

Sí, sí, sí, todo, o sea, todo es institucional. Hay mucha comunicación institucional y nosotros seguimos un lineamiento institucional. No hay nada que hagamos fuera de eso, digamos. Generalmente las Facultades hacen un determinado posteo y nosotros pues también hacemos con los logos de la biblioteca o compartimos eso. Pero siempre hay una mirada institucional y ese eje se ve siempre, está presente en todo momento.

Speaker 0 | 07:04.899

Sí, después dice, ¿qué tipos de publicaciones tienen o cómo clasificaría temáticamente las publicaciones realizadas? ¿Cómo efemérides?

Speaker 1 | 07:17.626

Efemérides, después información importante, la biblioteca acerca de horarios, productos y servicios. El tema de los horarios, por ahí cuando tenemos reducción horaria o cuando tenemos que, como el tema del receso, de las vacaciones de verano, comunicamos cuándo son los préstamos de domicilio, cuándo comienza, cuándo termina. Información de interés general de la biblioteca acerca de la política del funcionamiento en la biblioteca y la información

importante. los servicios de la biblioteca, y después efemérides, y después también tenemos publicaciones acerca de la plataforma del Río Unes, por ejemplo, que es nuestro repositorio, acerca de algunas plataformas donde la Facultad coopera, la biblioteca de la Facultad coopera, como por ejemplo Dialnet, una plataforma muy utilizada por nosotros, entonces por ahí publicamos, también acerca de gestores bibliográficos, de cómo hacer las búsquedas, de cómo trabajar con los gestores también. Siempre en función de eso, eso nos respondemos.

Speaker 0 | 08:25.913

Sí. ¿Brindan tipo servicio virtual de consulta?

Speaker 1 | 08:34.559

Sí, se brinda un servicio de asistencia y referencia virtual. Sí. Donde las personas, sobre todo porque nosotros estamos respondiendo a carreras que son totalmente a distancia, en este momento generalmente todas son de posgrado y de articulación y complementación. Entonces la biblioteca también asiste a esa comunidad que no puede venir a la biblioteca porque eligió una modalidad totalmente virtual por cuestiones de que viven en otra ciudad, viven en Monte Casero, viven en Corrientes, viven en el interior de Chaco. Entonces su consulta está disponible para esas personas porque forman parte de nuestra comunidad de usuarios y nosotros brindamos para ellos y para la comunidad que quiera, porque puede ser que aquellos que vengan y también soliciten lo pueden hacer. Servicio de asistencia y referencia virtual, que consiste en un formulario donde ellos tienen que completar ese formulario con la temática, con el autor de preferencia de esa temática y esperar un plazo de entre 24 a 48 horas para recibir la información. Nosotros hacemos las búsquedas y enviamos la respuesta a través de ese formulario y de ese correo que nos proporciona el docente, el investigador y el usuario en general.

Speaker 0 | 09:47.866

¿Cuentan con alguna política interna a la hora de realizar las publicaciones? ¿O con algún programa diagramado?

Speaker 1 | 10:02.681

Sí, generalmente trabajamos con Canva. Una política es tener un lenguaje universitario, por ahí tener una jerga de nivel superior, esa es la política general que hay, y respetar los protocolos de publicación. Después, seguir los lineamientos institucionales que ya tienen, y bueno, otras políticas en sí no hay. Tratamos de que los contenidos sean llamados. sean alegres, sean contenidos que no sean estáticos, que tengan movimientos, en preferible son esos, videos,

colores, cuestiones así que sean llamativos y que también a nosotros nos permita llegar al usuario de otra manera, no tan agotador, diríamos, sino con una imagen, con sonido, por ahí.

Speaker 0 | 00:00.716

¿conoce los avances en cuanto a la accesibilidad de Instagram? Si utilizó en alguna ocasión opciones de accesibilidad para las personas con problemas de visión, como son textos personalizados o descripciones o herramientas de creación de subtítulos. Si me podría contar.

Speaker 1 | 00:30.464

Bueno, nosotros trabajamos con el área de Humanidades Diversas, que es un programa que tiene la Facultad, es un programa, y dentro de ese programa hay muchos ejes. Uno de esos ejes es la accesibilidad. La biblioteca tiene una conexión transversal con todas las otras áreas de la Facultad y, por supuesto, con el área de... todo lo que sea académico, porque nosotros brindamos el material de apoyo a lo académico. Por supuesto que la accesibilidad no está ajena a la biblioteca, trabajamos con un programa para accesibilidad los materiales que tiene la biblioteca, que es un digitalizador que se llama AVI, que nos permite editar el documento. Previamente a eso digitalizamos las hojas del libro o revista que los alumnos solicitan que se han puesto o convertido en accesibles. Digitalizamos con el AVI, lo mejoramos a ese material y luego pasamos ese PDF a un audio a través de un programa de acceso abierto que se llama Balabolca. que nos transforma en un producto NMP4.

Speaker 0 | 11:03.448

¿Se piensa en un usuario particular a la hora de crear o se considera el público en general?

Speaker 1 | 11:12.372

No, público en general. Tenemos de todo tipo de usuarios. Tenemos de alumnos, tenemos docentes, tenemos investigadores y tenemos estudiantes que no asisten a la biblioteca, pero son usuarios de la biblioteca. Y también tenemos investigadores de otras provincias, por ejemplo, Río Negro siempre nos llama, el Sur siempre nos está consultando sobre distintas temáticas de nuestros investigadores y distintos materiales que evidentemente solamente la Facultad de Humanidades los tiene. Entonces, de alguna u otra manera también llegamos a ellos y queremos llegar a ellos y queremos esto expandir cada vez más.

Speaker 0 | 11:52.611

¿Qué expectativas tienen acerca del uso del Instagram?

Speaker 1 | 12:03.480

Creo que en realidad tanto el Instagram como todas las redes sociales son muy necesarias. Necesarias en este contexto y en el contexto que va a venir, porque eso se consume mucho y seguramente se va a expandir más. Es más, tendríamos que pensar en otras cuestiones, tendríamos que pensar por ahí en... en live, en hacer otro tipo de difusiones que sean podcast, cuestiones así, porque usando YouTube también, porque eso es lo que, en este momento, esos son los cambios que hoy en día estamos viviendo y son los cambios que hoy en día se nos pide al profesional. Son cosas que no nos podemos resistir, tenemos que trabajar con ellos y... Vienen para complementar nuestro trabajo. Tener en cuenta, yo siempre le digo a las chicas, a todas las bibliotecarias, que esas son cuestiones que vienen a complementar nuestro trabajo. No a darnos más trabajo, sino que vienen a complementarlo. Entonces, sí, están definidas las personas que hacen eso, pero a su vez todas podemos participar de las creaciones de eso.

Speaker 0 | 13:24.000

¿La biblioteca tiene página web?

Speaker 1 | 13:25.942

Sí, tiene. Y ahora vamos a implementar otra que ya está prácticamente realizada, diríamos, que es un producto que lo hicieron los alumnos de prácticas profesionales 2 de bibliotecología como producto final. Y era algo que se necesitaba para la biblioteca. Se le adaptó acá, a eso se adaptó con otros cambios, porque esa página surgió en pandemia. Sí. Después se fue adaptando con... todos los otros servicios que se fue incorporando y en poco tiempo ya se va a difundir a la comunidad en general. Está de manera interna por ahora y accesible únicamente para la biblioteca, pero pronto, pronto, pronto, calculo que después del receso ya se va a difundir a toda la comunidad.

Speaker 1 | 14:20.714

Eso hicieron mis alumnas de prácticas y después nosotros con marcela le terminamos de agregar más fosas porque, por ejemplo, ya no estamos más en COVID. Entonces se sacó eso de continuar con tú. Entonces esa fosa se sacó y se incorporó otras fosas.

Speaker 0 | 14:40.368

¿Considera que el uso del Instagram puede sustituir o complementar el uso de la página web de la biblioteca? ¿En qué aspectos?

Speaker 1 | 14:46.777

No creo que va a sustituir yo creo que va a ser otra herramienta más para todos los usuarios. Hay usuarios que se sienten más cómodos con el Instagram y que no miran otra cuestión. También tenemos un blog nosotros que lo incrustamos dentro del Instagram y también dentro de la página web. Entonces son diferentes alternativas que las personas tienen para llegar a la información de la biblioteca. Pero no es que algo lo va a suplantar. Sí lo que puedo decir es que quizás... las redes sociales son más consumidas en este momento. Así como lo fue en un momento el blog, como lo fue la página web, en este momento quizás por ahí a las personas les es más fácil buscarlo por las redes sociales, a la biblioteca o a los edificios, o hacer sus consultas a través de las redes sociales. Y después, si ve que tiene su respuesta de habilidad, se acerca a la biblioteca y manifiesta su necesidad. Porque muchas veces también pasa eso. Entonces son diferentes alternativas que tenemos para llegar allá. a las personas y las personas eligen por ahí la que le resulte más cómoda o le resulte más viable.

Speaker 0 | 16:01.169

Sí, y vamos con la última ya. Si usted fuera usuario externo de esta biblioteca, ¿cree que el acceso a los servicios blindados desde la red social Instagram es eficiente?

Speaker 1 | 16:18.814

Yo creo que sí, nos estaría haciendo falta. brindar un servicio de asistencia a la comunidad que no viene a la biblioteca nos estaría brindando estaría faltando un servicio para esa comunidad que no está llegando porque últimamente el único servicio que tenemos es el servicio de asistencia y referencia virtual pero por ahí tener encuentros con ellos no poder tener acercamientos acerca de ellos que también nos permitan a nosotros conocer las necesidades nosotros Generalmente desarrollamos la colección de la biblioteca según las necesidades que tienen nuestros usuarios. El contacto entre el usuario y el bibliotecario es lo que a nosotros nos permite aprender y poder informarnos acerca de las necesidades y poder programar diferentes planes y a su vez también poder desarrollar nuestra colección, mejorar nuestros servicios, incorporar más máquinas de internet. mejorar la colección, actualizarla quizás. Entonces ese contacto con ellos nos permite saber si realmente nuestra colección necesita actualización, si realmente les alcanza la cantidad de material que tenemos. Entonces todo ese tipo de cosas, ese contacto por ahí dejó de ser directo porque la biblioteca no solamente brinda un servicio presencial, sino también ahora brinda un servicio virtual. Quizás no estaría haciendo falta brindar un servicio de tener una conexión más. con esa persona, pero no solamente a través de

la referencia virtual y de la asistencia, sino también escuchándonos, porque ellos nos escuchan a nosotros, nos responden, nosotros los escuchamos a ellos y de eso aprendemos también para satisfacerlos a ellos. Incorporar algún tipo de servicio para llegar allá. Con las carreras a distancia, la Facultad de Humanidades tiene 14 carreras, de las cuales... Siete de ellas son totalmente virtuales, ¿entendés? Entonces, estamos de posgrado, porque también tiene académica de grado y posgrado. La biblioteca da satisfacción a esas dos comunidades, a las carreras de posgrado y a las carreras de grado, diríamos. Entonces, tenemos que trabajar con esos dos escenarios, el totalmente virtual. que forman parte de nuestra comunidad, y el presencial, que también están aquellas personas que todo el tiempo están en la biblioteca, que están acá consumiendo los productos y servicios en vivo, que hay personas que están desde su casa consumiendo, y que cuando no funciona un determinado portal, te llama, te pregunta, no estoy pudiendo acceder, pasa algo, está desactualizado, como por ejemplo nos pasa con el catálogo, muy eventualmente el catálogo... desde rectorado es actualizado y deja de tener servicio dos o tres días, el canal externo, hablo en el país interno, no en el interno. Entonces ellos quieren más en su búsqueda y por ahí se les dificulta y nos consultan. O sea que se dan cuenta que es un público al cual nos está siguiendo, que está consumiendo.

ANEXO 2. Entrevista a la profesional encargada de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería

Speaker 0: tesista

Speaker 1: encargado de la biblioteca

Speaker 0 | 00:05.324

Primera pregunta, como responsable de la biblioteca, ¿cuál es el cargo que ocupa?

Speaker 1 | 00:11.629

El cargo es director de gestión en biblioteca por concurso desde el año 2019.

Speaker 0 | 00:21.397

¿Cuáles son las tareas o actividades que realiza?

Speaker 1 | 00:25.020

Las tareas están en función a lo que es la resolución 606, que es de rectorado, manual de misión y función que tiene que ver con la dirección de gestión en biblioteca. y con todo el equipo de biblioteca que son técnicos de biblioteca que también tienen misiones y funciones. De eso después yo te puedo facilitar para que lo tengas más claro porque son muchos los puntos.

Speaker 0 | 01:12.579

Ah, bueno. Ok. Seguimos con la tercera. ¿Cómo surge la idea de crear un Instagram para esta biblioteca?

Speaker 1 | 01:21.662

Surge en el año 2012 la idea, año 2012. Estábamos nosotros dando nuestros primeros pasos en la Facultad de Ingeniería. Y junto a otra colega que es Paula Fortini surge la idea porque es algo que comenzaba a surgir en otras bibliotecas y en otros lugares del mundo. Nosotros planteamos esta idea al director y bueno, pasó el tiempo y en el 2015 fue aceptada la propuesta con la implementación de Instagram. Teníamos Facebook desde el año 2012.

Speaker 0 | 02:01.295

Sí.

Speaker 1 | 02:02.364

Instagram, año 2015, se comienza a implementar. Creo que el 10 de marzo de 2015.

Speaker 0 | 02:11.770

¿Tienen una resolución sobre eso?

Speaker 1 | 02:14.492

No, eso surge a través de una nota, un pedido al director y bueno, surge el proyecto, pero no una resolución de esto.

Speaker 0 | 02:25.620

Ok. ¿Podría decirme si recuerdan qué año quería?

Speaker 1 | 02:31.204

10 de marzo

Speaker 0 | 02:33.465

10 de marzo 2015 ok bueno, ¿cuándo fueron subidas las primeras publicaciones?

Speaker 1 | 02:44.950

también para esa fecha tuvimos la primera publicación vas a notar que nuestros primeros pasos en esa época era algo básico texto, imagen bueno lo que teníamos a mano que era el PowerPoint y después otras cosas que lo que es hoy ya tenemos más aplicaciones de diseño que nos facilitan el trabajo, pero en esa época era eso lo que se usaba que es PowerPoint,

Speaker 0 | 03:12.012

bueno. ¿qué motivación tiene a la hora de crear contenido de la red social?

Speaker 1 | 03:27.084

La motivación principal es la información al usuario. Que el usuario esté informado de que existe una biblioteca primero en su Facultad, que contamos con documentos y que a su vez tiene ciertos beneficios que tiene para su formación académica.

Speaker 0 | 03:58.060

¿Cuentan con personal especializado para realizar las publicaciones? ¿Cuentan con un bibliotecario encargado?

Speaker 1 | 04:07.144

¿A qué te refieres con personal especializado?

Speaker 0 | 04:09.906

O sea, si cuentan con, puede ser un community manager o solamente una de las personas que se encarga de la publicación.

Speaker 1 | 04:25.014

¿Somos los bibliotecarios los que hacemos el trabajo? Sí, somos nosotros, bibliotecarios. No contamos con un personal que se le pague para eso.

Speaker 0 | 04:35.911

Sí. ¿Todos a la vez o unos?

Speaker 1 | 04:40.013

No, somos dos. ¿Tres? ¿Por qué? Porque Paola está en la biblioteca de electromecánica y tuvimos que crear una red para la biblioteca de electromecánica porque es diferente el... El acervo. Y las consultas.

Speaker 0 | 05:02.516

Sí.

Speaker 0 | 05:09.541

¿Las publicaciones son pensadas entre todos los bibliotecarios del área o son sugeridas por algún personal de mayor jerarquía de las publicaciones?

Speaker 1 | 05:19.468

La idea siempre surgió de los bibliotecarios. Como te decía, éramos primero dos en el 2015. Después se fueron sumando el resto del equipo. Y de ahí surgen las ideas, surgen las ideas, surgen las propuestas y se arma algo en base a esas ideas y a esas propuestas. Personal de mayor jerarquía que nos dé indicaciones para las redes sociales nunca tuvimos.

Speaker 0 | 05:46.329

¿Cómo por decir así?

Speaker 1 | 05:55.718

¿Sugieren si pueden subir hoy información sobre algo? No, no, no. Claro, la Facultad cuenta con una red de Instagram que sí la dirige el decano, pero es algo institucional ya de Facultad, algo más general. Nosotros administramos la red Instagram de biblioteca, no de Facultad. Entonces ya es más específico y los especialistas en esta área somos nosotros, los bibliotecarios.

Speaker 0 | 06:27.730

La pregunta que sigue es ¿creen que la Facultad a la que pertenece se encuentre involucrada en la toma de decisiones?

Speaker 1 | 06:35.376

No, para lo que es nuestra red de Instagram no.

Speaker 0 | 06:41.942

La que sigue, ¿qué tipo de publicaciones tiene o cómo clasificaría temáticamente sus publicaciones realizadas? Algunos ejemplos son efemérides, publicaciones alusivas, días conmemorativas.

Speaker 1 | 06:55.907

Creo que tenemos todo eso, tenemos efemérides alusivas a días conmemorativos específicos de alguna profesión, por ejemplo, el día del ingeniero, el día de la construcción y también lo que tiene que ver con los servicios y productos. Creo que apuntamos más a esos servicios y productos de nuestra biblioteca. Bibliografía nueva también. Cuando llega una donación estamos publicando, cuando se compra un material también siempre se muestra. También acá siempre se agradece al donante y la donación. Después se va publicando. También publicamos lo que son los objetos digitales del repositorio, cuando hay alguna novedad en esa área también. Cuando tenemos algún libro, alguna bibliografía que está dentro de las plataformas de libros electrónicos, también lo difundimos porque sabemos que es utilizada en alguna o varias cátedras. Eso también lo hacemos. Mesa de ayuda. Acá, ¿a qué te referís con mesa de ayuda, por ejemplo?

Speaker 0 | 08:07.597

Era más que nada referida a lo que ustedes tienen, por ejemplo, el link de WhatsApp.

Speaker 1 | 08:16.723

Sí, tenemos... disponible si tenemos dentro de lo que es el Instagram la posibilidad de comunicarte a WhatsApp, la posibilidad de comunicarte a servicios de referencia virtual también que está dentro de la página web y creo que hay varias opciones de llegar a la biblioteca que se muestran ahí en Instagram.

Speaker 1 | 08:51.654

Sí, y también creamos, creo que creamos ahí, usamos otra aplicación que tiene que ver con eso. Vas a ver que tenemos la posibilidad de accesos directos también, aparte de lo que es el servicio, la asesoría virtual personalizada. Ya pueden acceder al formulario de libre deuda, al repositorio y el acceso a la biblioteca electromecánica, que sería nuestro anexo. Electromecánica es nuestro anexo en otro edificio con el material específico para esa carrera. Sí, sí, porque creo que ofrecemos todo, mostramos todo en la red social, todo lo que tenemos y todo lo que podemos brindar.

Speaker 0 | 09:50.703

¿Cuentan con alguna política interna a la hora de realizar las publicaciones? ¿Con algún programa diagramado?

Speaker 1 | 09:59.080

Tenemos una falencia, justamente he estado hablando hoy con mi equipo, porque lo ideal es escribir lo que se va a programar para el año siguiente, por ejemplo. Tendría que estar escrito, sí, tendría que estar escrito en esa política interna, pero sí creo que a futuro podemos hacerlo eso.

Speaker 1 | 00:49.442

Esta política va a tener que estar supeditada a lo que es el cronograma académico.

Speaker 0 | 00:58.844

Porque en enero es una publicación y te pasan de largo.

Speaker 1 | 01:03.868

No, no porque recibimos reserva o consultas en enero, por ejemplo. Y lo mismo en el receso de invierno. o los sábados y domingos, o sea, siempre llega un mensaje, lo vemos y lo resolvemos en el día hábil, siguiente, digamos, pero el estudiante no está pensando en que es un sábado, que es un domingo, o que están en receso de verano. Siempre que volvemos tenemos mensajes

y consultas. Por eso tranquilamente se puede manejar las publicaciones o programar, como decís acá, programar publicaciones de contenido.

Speaker 0 | 01:56.296

Si hoy en día en Instagram puedes dejar que se te publique.

Speaker 1 | 01:58.477

Exacto, dejar programada la publicación.

Speaker 0 | 02:04.302

Por último, ¿conoce los avances en cuanto a la accesibilidad en Instagram? ¿Utilizaron en alguna ocasión la opción de accesibilidad para personas con problemas de visión? si usaron los textos alternativos automáticos personalizados o crean descripciones en las imágenes o herramientas de creación de subtítulos

Speaker 1 | 02:32.650

No, lo único que hacemos en esto es por ahí la descripción de algunas imágenes o de algún libro en particular o de que esa imagen es una ¿Formo parte de una participación en un congreso o de un curso de capacitación o de ese libro? ¿Para qué cátedra puede servir? Eso sí, con respecto a lo otro que mencionas con esto de la accesibilidad o la utilización de alguna, esto para problemas con visión, para personas con problemas en la visión, ten en cuenta que nosotros estamos en una biblioteca de ingeniería. Nuestro foco son los usuarios, los estudiantes de ingeniería. Generalmente no vas a encontrar un estudiante con problemas de visión, una persona ciega, porque la formación o la carrera no está preparada para este tipo de usuarios.

Speaker 0 | 03:45.836

Bueno, pasamos a los usuarios de la biblioteca. ¿Piensan en un usuario en particular a la hora de crear la publicación o son dirigidas al público en general?

Speaker 1 | 04:02.089

Tenemos las dos cosas. Para un público en general que tiene que ver con lo que es las actividades sociales que realiza la biblioteca, como la donación, el obsequio de libros al estudiante, el obsequio de libros a otro personal no docente. la donación de escritores hacia la biblioteca. Esas publicaciones están creadas para un público general de la comunidad académica, en general dentro de la universidad. Lo mismo los trabajos que realizamos en

conjunto con la Dirección General de Bibliotecas y con, por ejemplo, puntualmente con la Biblioteca de Arquitectura, que también realizamos trabajos en común con el personal de ahí. Eso sí está dirigido a un público general porque queremos mostrar las actividades que se realizan dentro de la biblioteca. Y para un usuario particular, todo lo que puedes ver es lo que te mencionaba anteriormente. Libros específicos para una cátedra específica. temas particulares para los que están realizando trabajo final. Entonces ahí tenemos las dos opciones, las dos variantes que planteas. Publicaciones dirigidas a lo general y a lo particular, un usuario en particular. Un estudiante avanzado, por ejemplo, o un estudiante ingresante. Eso sería lo... Los usuarios particulares, creo que si te referís a eso.

Speaker 0 | 05:38.026

¿Qué expectativas tiene acerca del uso del Instagram por sus usuarios?

Speaker 1 | 05:43.887

Ahí me quedó alguna, tenía duda. ¿Qué expectativas tiene acerca del uso del Instagram? ¿O qué esperamos nosotros como equipo de biblioteca? Lo que nosotros esperamos es que el usuario pueda ver todos los servicios que ofrecemos, que tenga un pantallazo general de todos los servicios y de los documentos que puede llegar a encontrar en nuestra biblioteca. Eso. Creo que se dio durante todos estos años este objetivo.

Speaker 0 | 06:21.343

Si considera que el uso de Instagram puede sustituir. ¿O complementar el uso de la página web de la biblioteca?

Speaker 1 | 06:33.615

Las redes sociales complementan lo que es una página web. Puedes analizar también nuestra página web. Fue creada hace poco tiempo, hace unos años. Se puede mejorar, claro. Lo trabajamos en equipo con el diseñador de la página web. Y tomamos como modelos otras bibliotecas. de España y otras de, creo que de Mendoza. Entonces, en base a eso, es nuestro diseño actual de la página web. Tener en cuenta que la página web es una información estática, es algo que queda, y lo que es la red social es algo que nos acerca más al usuario. Porque hay una comunicación, hay un feedback. Sí, porque hay una unidad igual entre el usuario y la biblioteca. A través de todas las mensajerías que ofrece la red social.

Speaker 0 | 07:34.273

Si usted fuera un usuario externo de esta biblioteca, ¿cree que el acceso a los servicios brindados desde la red social Instagram es eficiente?

Speaker 1 | 07:43.860

Amplíame un poco esta pregunta.

Speaker 0 | 07:45.862

En el hecho de que usted, supongamos que usted no estudia acá. Usted estudia en la Cuenca de Plata en... Y usted necesita venir a hacer una investigación acá como usuario externo, o sea, no es un usuario que viene recurrentemente todos los días. Y si usted ingresa al Instagram y ve los servicios brindados en el Instagram, ¿siente que le puede servir?

Speaker 1 | 08:15.214

Sí, porque ahí puedo ver qué ofrece y puedo descartarlo. Si no ofrece lo que me va a servir a mí para mi investigación o para mi trabajo académico, descarto esta biblioteca. Porque no va a tener lo que yo necesito para mi investigación. Creo que con todo lo que nosotros tenemos en nuestra red social, mostramos lo que tenemos y lo que ofrecemos. Y ya una persona externa, un investigador externo, va a saber con qué se va a encontrar en nuestra unidad de información. Entonces ya ahí te descarta o no. Y yo había entendido esto con... con eficacia o cómo medir la eficacia y la eficiencia de nuestras redes sociales para eso hay indicadores y bueno, todavía no estamos implementando indicadores para evaluar las redes sociales de nuestra biblioteca, pero es un tema pendiente junto con lo que tenía que ver con la política interna entonces tenemos pendiente lo que es la política interna y tenemos pendiente lo que son los indicadores de evaluación de la red social.

ANEXO 3. Guion de encuesta piloto realizada a los usuarios/as en la Biblioteca Central de la UNNE

ENCUESTA PILOTO PARA USUARIOS/AS DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS
Hola, me llamo Milagros Petcoff, soy estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Información de la Facultad de Humanidades UNNE. Actualmente me encuentro realizando mi tesis, por ello el objetivo de esta encuesta es: Analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Universidad Nacional del Nordeste.

Si pudieras colaborar con responder la siguiente encuesta me será de mucha ayuda :) ¡Muchas Gracias!

Las informaciones recogidas en esta encuesta serán utilizadas sin mencionar el nombre del encuestado y están resguardadas por la Ley de Protección de Datos Personales (Ley n° 25326/2000).

*** Indica que la pregunta es obligatoria**



1. Correo Electrónico*		
2. ¿Usted está de acuerdo en contestar esta encuesta?	SI	Salta a la pregunta 3
	NO	
Diagnóstico inicial – Facultad Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio.		
3. ¿En qué Facultad estudias? * Marca solo un óvalo.	Facultad de Humanidades	Salta a la pregunta 4
	Facultad de Ingeniería	Salta a la pregunta
	Facultad de Ciencias Económicas	Salta a la pregunta 6
	Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura	Salta a la pregunta 8
	Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Salta a la pregunta 10

	Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura	<i>Salta a la pregunta 12</i>
	Facultad de Ciencias Agrarias	<i>Salta a la pregunta 14</i>
	Facultad de Ciencias Veterinarias	<i>Salta a la pregunta 16</i>
	Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas	<i>Salta a la pregunta 18</i>
	Facultad de Medicina	<i>Salta a la pregunta 20</i>
	Facultad de Odontología	<i>Salta a la pregunta 22</i>
	Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología	<i>Salta a la pregunta 24</i>
Diagnóstico Inicial – Carrera de Grado Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio. Si cursas una Tecnicatura y también una Licenciatura, debes elegir uno de los dos.		
4. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Humanidades <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Bibliotecología • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Archivología • Licenciatura o Profesorado en Ciencias de la Educación • Licenciatura o Profesorado en Educación Inicial • Licenciatura o Profesorado en Filosofía • Tecnicatura Universitaria en Tecnologías de la Información Geografía • Licenciatura o Profesorado en Geografía • Tecnicatura Universitaria en Ordenamiento Territorial • Licenciatura o Profesorado en Historia • Licenciatura o Profesorado en Letras • Licenciatura en Comunicación Social • Tecnicatura en Periodismo • Otro: 	
5. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer año • Segundo año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 28</i>
6. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ingeniería <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Mecánica • Ingeniería Electromecánica • Ingeniería Civil • Otro: 	
7. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer año • Segundo año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 28</i>

8. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ciencias Económicas Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Contador Público ● Licenciatura en Administración ● Licenciatura en Economía ● Licenciatura en Relaciones Laborales ● Licenciatura en Comercio Exterior ● Otro: 	
9. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año 	Salta a la pregunta 28
10. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ingeniería en Agrimensura ● Bioquímica ● Ingeniera Eléctrica ● Ingeniería Electrónica ● Licenciatura en Ciencias Biológicas ● Licenciatura en Ciencias Físicas ● Licenciatura en Ciencias Químicas ● Licenciatura en Matemática ● Licenciatura en Sistemas de Información ● Profesorado en Biología ● Profesorado en Ciencias Químicas y del Ambiente ● Profesorado en Física ● Profesorado en Matemática ● Profesorado Universitario en Informática ● Licenciatura en Didáctica de la matemática ● Otro: 	
11. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
12. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Arquitectura y Urbanismo Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Diseño Industrial ● Carrera de Arquitectura ● Diseño Gráfico ● Taller de Artes Visuales ● Otro 	
13. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
14. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura Marca solo un óvalo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Artes Combinadas ● Licenciatura en Gestión y Desarrollo Cultural ● Licenciatura en Turismo ● Tecnicatura en Diseño de Imagen, Sonido y Multimedia 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● Otro: 	
15.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
16. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Agrarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ingeniería Agronómica ● Ingeniería Industrial ● Tecnicatura en Apicultura ● Tecnicatura en Mecanización Agrícola ● Tecnicatura Foresto Industrial ● Otro: 	
17.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
18. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Veterinarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciencias Veterinarias ● Tecnicatura en Administración de Empresas (sede curuzú cuatía) 	
19.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
20. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Abogacía ● Notariado ● Licenciatura en Administración y Gestión Universitaria ● Martillero Público y Corredor de Comercio ● Tecnicatura en Gestión de la Administración Central ● Tecnicatura en Gestión Parlamentaria ● Tecnicatura en Gestión Judicial ● Tecnicatura en Gestión Municipal ● Procuración ● Otro: 	
21.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 28
22. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Medicina	<ul style="list-style-type: none"> ● Medicina ● Licenciatura en Enfermería 	

<i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Kinesiología y Fisiatría • Otro: 	
23.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 28</i>
24. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Odontología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Odontología • Tecnicatura Universitaria en Gestión de Instituciones Universitarias del Área de la Salud • Otro: 	
25.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 28</i>
26. ¿Qué carrera de grado estudias? * Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Criminalística • Licenciatura en Seguridad Pública y Ciudadana • Otro: 	
27.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 28</i>
Usuarios/as de la Biblioteca Central de la UNNE De acá en adelante, las preguntas se re eren exclusivamente al acceso y uso de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional del Nordeste.		
28. Género con el que te sentís identificado/a/e * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino • No binarie • Prefiero no decirlo • Otro: 	
29. ¿Cuál es tu edad? (Debes escribirla en números) *		
Características de acceso y uso de la Biblioteca Central de la UNNE		
30. ¿Soles usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SI • NO 	
31.¿Qué servicios utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar más de una * alternativa)	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc dentro del establecimiento) 	

<p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula ● Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) ● Realizar trámite de emisión de libre deuda ● Otro:
<p>32.¿Qué servicio MÁS utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar SOLO UNA alternativa) <i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula ● Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) ● Realizar trámite de emisión de libre deuda ● Otro:
<p>33. ¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SÍ ● NO
<p>34. ¿Con qué periodicidad asistís a esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diariamente ● Semanalmente ● Mensualmente ● Esporádicamente (a veces) ● Nunca asistí presencialmente ● Otro:

<p>Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca Central de la UNNE - Diagnóstico</p> <p>Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecaUNNE/</p>	
<p>35. ¿Conoce o sos Seguidor/a de la cuenta de Instagram de esta biblioteca?</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
<p>Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca Central de la UNNE - Profundización</p> <p>Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecaUNNE/</p>	
<p>36. ¿Cómo conociste el Instagram de esta biblioteca? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un compañero que lo compartió en sus redes sociales • Por medio de las redes sociales de la Facultad • Por medio de la página web de la Facultad • Navegando por las redes sociales • Porque alguien etiquetó a la biblioteca en un posteo y me llamó la atención • Porque Instagram me lo recomendó como amigo • Me surgió curiosidad • Otro:
<p>37. Las veces que ingresaste al Instagram de esta biblioteca, ¿qué informaciones recordás que buscaste? *</p> <p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de atención de la biblioteca • Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca • Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía • Sobre un material disponible • Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria • Información sobre la Facultad • Información sobre alguna cátedra en específico • Clave del wifi • Lugar disponible para el uso de la sala de lectura • Otro:
<p>38. Cuando piensas en acceder al Instagram de esta biblioteca, ¿qué información vas a buscar primero? * (seleccionar UNA alternativa) <i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de atención de la biblioteca • Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca • Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía • Sobre un material disponible • Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria • Información sobre la Facultad • Información sobre alguna cátedra en específico • Clave del wifi • Lugar disponible para el uso de la sala de lectura • Otro:
<p>39. Cuando te vinculas con el Instagram de esta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Historias (duración de 24hs.) • Historias destacadas

<p>biblioteca, ¿qué preferís ver? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicaciones ● Reels ● Videos ● Otro:
<p>40. ¿Con qué concurrencia encontrás la información que buscas en el Instagram de esta biblioteca?*</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Siempre ● Muchas veces ● veces ● Pocas veces ● Nunca
<p>41. Soles enviar mensajes directos al Instagram de esta biblioteca? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SI ● NO
<p>42.¿Con qué frecuencia sos respondido? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Siempre ● veces ● Nunca me responden ● Nunca realicé consultas
<p>43.¿Qué clase de consultas haces <u>por mensaje privado</u>? *</p> <p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● No hago preguntas por mensaje privado ● Sobre horarios de atención de la biblioteca ● Busco información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca ● Pregunto sobre enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía ● Pregunto sobre un material disponible ● Pregunto sobre información sobre la Facultad ● Pregunto sobre información sobre alguna cátedra en específico ● Pregunto la clave del wifi ● Pregunto sobre la disponibilidad de la sala de lectura ● Pregunto sobre algún evento ● Otro:
<p>44. Cuando encontrás algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿solés compartir la información encontrada con otros compañeros?*</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SÍ ● NO
<p>45. Si lo haces, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros?*</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Comparto por medio de mensaje directo ● Comparto reposteando/replicando los posteos (subiéndolos en historias y/o estados) ● Comparto en mi propio feed ● Envío capturas de pantalla de los posteos por medio de otras redes sociales ● Hago comentarios de la información en reuniones con compañeros ● Solo observo la información, no la suelo compartir

	<ul style="list-style-type: none"> ● Otro:
<p>46. Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sí ● No ● A veces
<p>47. ¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo? *</p>	

ANEXO 4. Guion de encuesta para usuarios/as de bibliotecas universitarias (Biblioteca de la Facultad de Humanidades)

ENCUESTA PILOTO PARA USUARIOS/AS DE BIBLIOTECAS CENTRAL DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

Hola, me llamo Milagros Petcoff, soy estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Información de la Facultad de Humanidades UNNE. Actualmente me encuentro realizando mi tesis, por ello el objetivo de esta encuesta es: **Analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Universidad Nacional del Nordeste.**

Si pudieras colaborar con responder la siguiente encuesta me será de mucha ayuda :) ¡Muchas Gracias!

Las informaciones recogidas en esta encuesta serán utilizadas sin mencionar el nombre del encuestado y están resguardadas por la Ley de Protección de Datos Personales (Ley n° 25326/2000).

*** Indica que la pregunta es obligatoria**



4. Correo Electrónico*		
5. ¿Cómo accediste a esta encuesta?	<ul style="list-style-type: none"> ● Observé el código qr cuando asistí a la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales de la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales del centro de estudiantes de la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales de una persona en común ● Me pasaron el encale o qr de la encuesta ● No lo se 	
6. ¿Usted está de acuerdo en contestar esta encuesta?	SI	<i>Salta a la pregunta 3</i>
	NO	
<p>Diagnóstico inicial – Facultad</p> <p>Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio.</p>		

<p>7. ¿En qué Facultad estudias? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	Facultad de Humanidades	Salta a la pregunta 5
	Facultad de Ingeniería	Salta a la pregunta 7
	Facultad de Ciencias Económicas	Salta a la pregunta 9
	Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura	Salta a la pregunta 11
	Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Salta a la pregunta 13
	Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura	Salta a la pregunta 15
	Facultad de Ciencias Agrarias	Salta a la pregunta 17
	Facultad de Ciencias Veterinarias	Salta a la pregunta 19
	Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas	Salta a la pregunta 21
	Facultad de Medicina	Salta a la pregunta 23
	Facultad de Odontología	Salta a la pregunta 25
	Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología	Salta a la pregunta 27
<p>Diagnóstico Inicial – Carrera de Grado</p> <p>Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio.</p> <p>Si cursas una Tecnicatura y también una Licenciatura, debes elegir uno de los dos.</p>		
<p>5. ¿Qué carrera de grado estudias? *</p> <p>Facultad de Humanidades</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Bibliotecología • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Archivología • Licenciatura o Profesorado en Ciencias de la Educación • Licenciatura o Profesorado en Educación Inicial • Licenciatura o Profesorado en Filosofía • Tecnicatura Universitaria en Tecnologías de la Información Geografía • Licenciatura o Profesorado en Geografía • Tecnicatura Universitaria en Ordenamiento Territorial • Licenciatura o Profesorado en Historia • Licenciatura o Profesorado en Letras • Licenciatura en Comunicación Social • Tecnicatura en Periodismo • Otro: 	
<p>6. ¿En qué año de la carrera te encontrás? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer año • Segundo año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	Salta a la pregunta 29
<p>7. ¿Qué carrera de grado estudias? *</p> <p>Facultad de Ingeniería</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Mecánica • Ingeniería Electromecánica • Ingeniería Civil • Otro: 	

8.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer año ● Segundo año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
9. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Económicas <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Contador Público ● Licenciatura en Administración ● Licenciatura en Economía ● Licenciatura en Relaciones Laborales ● Licenciatura en Comercio Exterior ● Otro: 	
10.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
11. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ingeniería en Agrimensura ● Bioquímica ● Ingeniera Eléctrica ● Ingeniería Electrónica ● Licenciatura en Ciencias Biológicas ● Licenciatura en Ciencias Físicas ● Licenciatura en Ciencias Químicas ● Licenciatura en Matemática ● Licenciatura en Sistemas de Información ● Profesorado en Biología ● Profesorado en Ciencias Químicas y del Ambiente ● Profesorado en Física ● Profesorado en Matemática ● Profesorado Universitario en Informática ● Licenciatura en Didáctica de la matemática Otro: 	
12.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
13. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Arquitectura y Urbanismo <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Diseño Industrial ● Carrera de Arquitectura ● Diseño Gráfico ● Taller de Artes Visuales ● Otro 	
14.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
15. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Artes,	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Artes Combinadas ● Licenciatura en Gestión y Desarrollo Cultural 	

Diseño y Ciencias de la Cultura <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Turismo • Tecnicatura en Diseño de Imagen, Sonido y Multimedia • Otro: 	
16.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
17. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Agrarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Agronómica • Ingeniería Industrial • Tecnicatura en Apicultura • Tecnicatura en Mecanización Agrícola • Tecnicatura Foresto Industrial • Otro: 	
18.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
19. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Veterinarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias Veterinarias • Tecnicatura en Administración de Empresas (sede curuzú cuatía) 	
20.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
21. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Abogacía • Notariado • Licenciatura en Administración y Gestión Universitaria • Martillero Público y Corredor de Comercio • Tecnicatura en Gestión de la Administración Central • Tecnicatura en Gestión Parlamentaria • Tecnicatura en Gestión Judicial • Tecnicatura en Gestión Municipal • Procuración • Otro: 	
22.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ● Sexto año 	
23. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Medicina <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Medicina ● Licenciatura en Enfermería ● Licenciatura en Kinesiología y Fisiatría ● Otro: 	
24. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 29
25. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Odontología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Odontología ● Tecnicatura Universitaria en Gestión de Instituciones Universitarias del Área de la Salud ● Otro: 	
26. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 29
27. ¿Qué carrera de grado estudias? * Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Criminalística ● Licenciatura en Seguridad Pública y Ciudadana ● Otro: 	
28. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	Salta a la pregunta 29
Usuarios/as de la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la UNNE De acá en adelante, las preguntas se re eren exclusivamente al acceso y uso de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional del Nordeste.		
29. Género con el que te sentís identificado/a/e * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Femenino ● Masculino ● No binarie ● Prefiero no decirlo ● Otro: 	
30. ¿Cuál es tu edad? (Debes escribirla en números) *		
Características de acceso y uso de la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la UNNE		

<p>31. ¿Soles usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SI ● NO
<p>32. ¿Qué servicios utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar más de una alternativa) *</p> <p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula ● Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) ● Realizar trámite de emisión de libre deuda ● Otro:
<p>33. ¿Qué servicio MÁS utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar SOLO UNA alternativa) *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios ● Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula ● Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) ● Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) ● Realizar trámite de emisión de libre deuda ● Otro:
<p>34. ¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SÍ ● NO

35.¿Con qué periodicidad asistís a esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diariamente ● Semanalmente ● Mensualmente ● Esporádicamente (a veces) ● Nunca asistí presencialmente ● Otro:
Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la UNNE - Diagnóstico Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecahum.UNNE/	
36.¿Conoce o sos seguidor/a de la cuenta de Instagram de esta biblioteca? <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● SI ● NO
Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca Central de la Facultad de Humanidades de la UNNE - Profundización Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecahum.UNNE/	
37.¿Cómo conociste el Instagram de esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Por medio de un compañero que lo compartió en sus redes sociales ● Por medio de las redes sociales de la Facultad ● Por medio de la página web de la Facultad ● Navegando por las redes sociales ● Porque alguien etiquetó a la biblioteca en un posteo y me llamó la atención ● Porque Instagram me lo recomendó como amigo ● Me surgió curiosidad ● Otro:
38.Las veces que ingresaste al Instagram de esta biblioteca, ¿qué informaciones recordas que buscaste? * <i>Selecciona todos los que correspondan.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Horarios de atención de la biblioteca ● Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca ● Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía ● Sobre un material disponible ● Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria ● Información sobre la Facultad ● Información sobre alguna cátedra en específico ● Clave del wifi ● Lugar disponible para el uso de la sala de lectura ● Ingresas para ver si hay novedades en general ● Ingresas para ver si hay sorteos disponibles ● No utilizo ● Otro:
39.Cuando piensas en acceder al Instagram de esta biblioteca, ¿qué información vas a buscar primero? * (seleccionar UNA alternativa) <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Horarios de atención de la biblioteca ● Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca ● Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía ● Sobre un material disponible ● Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria

	<ul style="list-style-type: none"> ● Información sobre la Facultad ● Información sobre alguna cátedra en específico ● Clave del wifi ● Lugar disponible para el uso de la sala de lectura ● Lugar disponible para el uso de la sala de lectura ● Ingresa para ver si hay novedades en general ● Ingresa para ver si hay sorteos disponibles ● No utilizo ● Otro:
<p>40. Cuando te vinculas con el Instagram de esta biblioteca, ¿qué preferís ver? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Historias (duración de 24hs.) ● Historias destacadas ● Publicaciones ● Reels ● Videos ● Otro:
<p>41. ¿Con qué concurrencia encontras la información que buscas en el Instagram de esta biblioteca? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Siempre ● Muchas veces ● veces ● Pocas veces ● Nunca
<p>42. ¿Solés enviar mensajes directos al Instagram de esta biblioteca? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SI ● NO
<p>43. ¿Con qué frecuencia sos respondido? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Siempre ● veces ● Nunca me responden ● Nunca realicé consultas
<p>44. ¿Qué clase de consultas haces por mensaje privado? *</p> <p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● No hago preguntas por mensaje privado ● Sobre horarios de atención de la biblioteca ● Busco información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca ● Pregunto sobre enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía ● Pregunto sobre un material disponible ● Pregunto sobre información sobre la Facultad ● Pregunto sobre información sobre alguna cátedra en específico ● Pregunto la clave del wifi ● Pregunto sobre la disponibilidad de la sala de lectura ● Pregunto sobre algún evento ● Otro:
<p>45. Cuando encontras algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿solés compartir la información encontrada con otros compañeros? *</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SÍ ● NO

<i>Marca solo un óvalo.</i>	
<p>46. Si lo haces, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Comparto por medio de mensaje directo ● Comparto repostando/replicando los posts (subiéndolos en historias y/o estados) ● Comparto en mi propio feed ● Envío capturas de pantalla de los posts por medio de otras redes sociales ● Hago comentarios de la información en reuniones con compañeros ● Solo observo la información, no la suelo compartir ● Otro:
<p>47. Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sí ● No ● A veces
<p>48. ¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo? *</p>	

ANEXO 5. Guion de encuesta para usuarios/as de bibliotecas universitarias (Biblioteca de la Facultad de Ingeniería)

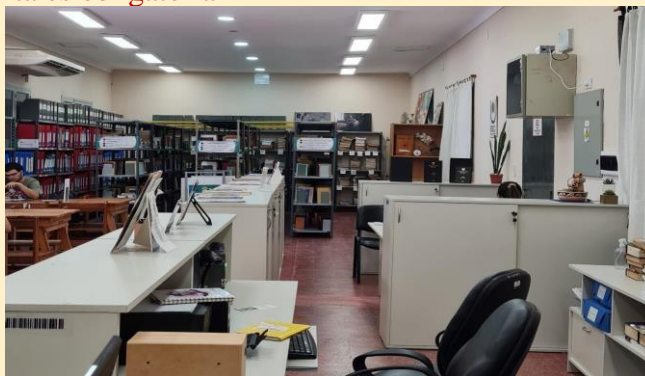
ENCUESTA PILOTO PARA USUARIOS/AS DE BIBLIOTECAS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA

Hola, me llamo Milagros Petcoff, soy estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Información de la Facultad de Humanidades UNNE. Actualmente me encuentro realizando mi tesis, por ello el objetivo de esta encuesta es: Analizar el acceso y el uso del Instagram institucional de las bibliotecas universitarias de la Universidad Nacional del Nordeste.

Si pudieras colaborar con responder la siguiente encuesta me sera de mucha ayuda :) ¡Muchas Gracias!

Las informaciones recogidas en esta encuesta serán utilizadas sin mencionar el nombre del encuestado y están resguardadas por la Ley de Protección de Datos Personales (Ley n° 25326/2000).

*** Indica que la pregunta es obligatoria**



1. Correo Electrónico*		
2. ¿Cómo accediste a esta encuesta?	<ul style="list-style-type: none"> ● Observé el código qr cuando asistí a la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales de la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales del centro de estudiantes de la biblioteca central de la Facultad de humanidades ● Observe el código qr o enlace por medio de las redes sociales de una persona en común ● Me pasaron el encale o qr de la encuesta ● No lo se 	
3. ¿Usted está de acuerdo en contestar esta encuesta?	SI	Salta a la pregunta 3
	NO	
<p align="center">Diagnóstico inicial – Facultad</p> <p align="center">Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio.</p>		
4. ¿En qué Facultad estudias? * Marca solo un óvalo.	Facultad de Humanidades	Salta a la pregunta 5
	Facultad de Ingeniería	Salta a la pregunta 7

	Facultad de Ciencias Económicas	Salta a la pregunta 9
	Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura	Salta a la pregunta 11
	Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Salta a la pregunta 13
	Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura	Salta a la pregunta 15
	Facultad de Ciencias Agrarias	Salta a la pregunta 17
	Facultad de Ciencias Veterinarias	Salta a la pregunta 19
	Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas	Salta a la pregunta 21
	Facultad de Medicina	Salta a la pregunta 23
	Facultad de Odontología	Salta a la pregunta 25
	Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología	Salta a la pregunta 27
Diagnóstico Inicial – Carrera de Grado Se busca comprender el contexto del usuario de la biblioteca en estudio. Si cursas una Tecnicatura y también una Licenciatura, debes elegir uno de los dos.		
5. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Humanidades <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Bibliotecología • Licenciatura en Ciencias de la Información con orientación en Archivología • Licenciatura o Profesorado en Ciencias de la Educación • Licenciatura o Profesorado en Educación Inicial • Licenciatura o Profesorado en Filosofía • Tecnicatura Universitaria en Tecnologías de la Información Geografía • Licenciatura o Profesorado en Geografía • Tecnicatura Universitaria en Ordenamiento Territorial • Licenciatura o Profesorado en Historia • Licenciatura o Profesorado en Letras • Licenciatura en Comunicación Social • Tecnicatura en Periodismo • Otro: 	
6. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer año • Segundo año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	Salta a la pregunta 29

7. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ingeniería <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Mecánica • Ingeniería Electromecánica • Ingeniería Civil • Otro: 	
8. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer año • Segundo año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
9. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ciencias Económicas <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Contador Público • Licenciatura en Administración • Licenciatura en Economía • Licenciatura en Relaciones Laborales • Licenciatura en Comercio Exterior • Otro: 	
10. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
11. ¿Qué carrera de grado estudias? *Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Agrimensura • Bioquímica • Ingeniera Eléctrica • Ingeniería Electrónica • Licenciatura en Ciencias Biológicas • Licenciatura en Ciencias Físicas • Licenciatura en Ciencias Químicas • Licenciatura en Matemática • Licenciatura en Sistemas de Información • Profesorado en Biología • Profesorado en Ciencias Químicas y del Ambiente • Profesorado en Física • Profesorado en Matemática • Profesorado Universitario en Informática • Licenciatura en Didáctica de la matemática • Otro: 	
12. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
13. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Arquitectura y Urbanismo <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Diseño Industrial • Carrera de Arquitectura • Diseño Gráfico • Taller de Artes Visuales • Otro 	
14. ¿En qué año de la carrera te encontrás? *	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>

<i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	
15. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Artes Combinadas • Licenciatura en Gestión y Desarrollo Cultural • Licenciatura en Turismo • Tecnicatura en Diseño de Imagen, Sonido y Multimedia • Otro: 	
16. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
17. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Agrarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Agronómica • Ingeniería Industrial • Tecnicatura en Apicultura • Tecnicatura en Mecanización Agrícola • Tecnicatura Foresto Industrial • Otro: 	
18. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
19. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Ciencias Veterinarias <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias Veterinarias • Tecnicatura en Administración de Empresas (sede curuzú cuatía) 	
20. ¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer Año. • Segundo Año • Tercer año • Cuarto año • Quinto año • Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
21. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Abogacía • Notariado • Licenciatura en Administración y Gestión Universitaria • Martillero Público y Corredor de Comercio • Tecnicatura en Gestión de la Administración Central • Tecnicatura en Gestión Parlamentaria • Tecnicatura en Gestión Judicial • Tecnicatura en Gestión Municipal • Procuración • Otro: 	

22.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
23. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Medicina <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Medicina ● Licenciatura en Enfermería ● Licenciatura en Kinesiología y Fisiatría ● Otro: 	
24.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
25. ¿Qué carrera de grado estudias? * Facultad de Odontología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Odontología ● Tecnicatura Universitaria en Gestión de Instituciones Universitarias del Área de la Salud ● Otro: 	
26.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
27. ¿Qué carrera de grado estudias? * Instituto de Ciencias Criminalísticas y Criminología <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Licenciatura en Criminalística ● Licenciatura en Seguridad Pública y Ciudadana ● Otro: 	
28.¿En qué año de la carrera te encontrás? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Primer Año. ● Segundo Año ● Tercer año ● Cuarto año ● Quinto año ● Sexto año 	<i>Salta a la pregunta 29</i>
<p>Usuarios/as de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE De acá en adelante, las preguntas se re eren exclusivamente al acceso y uso de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional del Nordeste.</p>		
29. Género con el que te sentís identificado/a/e * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Femenino ● Masculino ● No binarie ● Prefiero no decirlo ● Otro: 	
30.¿Cuál es tu edad? (Debes escribirla en números) *		

Características de acceso y uso de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE	
31. ¿Soles usar el espacio de esta biblioteca y sus servicios? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
32. ¿Qué servicios utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar más de una * alternativa) <i>Selecciona todos los que correspondan.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) • Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios • Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula • Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) • Realizar trámite de emisión de libre deuda • Otro:
33. ¿Qué servicio MÁS utilizas en esta biblioteca? (Podes seleccionar SOLO UNA alternativa) * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de disponibilidad de bibliografía requerida para su carrera (búsqueda de libros, revistas, diarios etc. dentro del establecimiento) • Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar a sus domicilios • Solicitud de préstamo de bibliografías para llevar al aula • Consultas de material disponibles de cátedras (así como programas, planes de estudio o apuntes brindados por los mismos docentes) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para estudiar) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de conexión a wifi o el uso de computadoras) • Asistencia a la sala de lectura (uso de mesa y sillas solo para el uso de encuentro y sociabilización con compañeros) • Realizar trámite de emisión de libre deuda • Otro:

34.¿Ya asististe presencialmente a esta biblioteca? *	<ul style="list-style-type: none"> • SÍ • NO
<i>Marca solo un óvalo.</i>	
35.¿Con qué periodicidad asistís a esta biblioteca? *	<ul style="list-style-type: none"> • Diariamente • Semanalmente • Mensualmente • Esporádicamente (a veces) • Nunca asistí presencialmente • Otro:
<i>Marca solo un óvalo.</i>	
Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE - Diagnóstico	
Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecainge.UNNE/	
36.¿Conoce o sos seguidor/a de la cuenta de Instagram de esta biblioteca?	<ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
<i>Marca solo un óvalo.</i>	
Características de acceso y uso del Instagram de la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNNE - Profundización	
Estas preguntas se refieren al Instagram https://www.instagram.com/bibliotecainge.UNNE/	
37.¿Cómo conociste el Instagram de esta biblioteca? *	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un compañero que lo compartió en sus redes sociales • Por medio de las redes sociales de la Facultad • Por medio de la página web de la Facultad • Navegando por las redes sociales • Porque alguien etiquetó a la biblioteca en un posteo y me llamó la atención • Porque Instagram me lo recomendó como amigo • Me surgió curiosidad • Otro:
<i>Marca solo un óvalo.</i>	
38.Las veces que ingresaste al Instagram de esta biblioteca, ¿qué informaciones recordas que buscaste? *	<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de atención de la biblioteca • Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca • Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía • Sobre un material disponible • Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria • Información sobre la Facultad • Información sobre alguna cátedra en específico • Clave del wifi • Lugar disponible para el uso de la sala de lectura • Ingresas para ver si hay novedades en general • Ingresas para ver si hay sorteos disponibles • No utilizo
<i>Selecciona todos los que correspondan.</i>	

39. Cuando piensas en acceder al Instagram de esta biblioteca, ¿qué información vas a buscar primero? * (seleccionar UNA alternativa) <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Otro: • Horarios de atención de la biblioteca • Información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca • Enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía • Sobre un material disponible • Recordatorio sobre alguna fecha conmemorable o fecha patria • Información sobre la Facultad • Información sobre alguna cátedra en específico • Clave del wifi • Lugar disponible para el uso de la sala de lectura • Lugar disponible para el uso de la sala de lectura • Ingresas para ver si hay novedades en general • Ingresas para ver si hay sorteos disponibles • No utilizo • Otro:
40. Cuando te vinculás con el Instagram de esta biblioteca, ¿qué preferís ver? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Historias (duración de 24hs.) • Historias destacadas • Publicaciones • Reels • Videos • Otro:
41. ¿Con qué concurrencia encontrás la información que buscas en el Instagram de esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Muchas veces • veces • Pocas veces • Nunca
42. ¿Solés enviar mensajes directos al Instagram de esta biblioteca? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SI • NO
43. ¿Con qué frecuencia sos respondido? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • veces • Nunca me responden • Nunca realicé consultas
44. ¿Qué clase de consultas haces <u>por mensaje privado</u> ? * <i>Selecciona todos los que correspondan.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • No hago preguntas por mensaje privado • Sobre horarios de atención de la biblioteca • Busco información sobre nuevas adquisiciones en la biblioteca • Pregunto sobre enlaces a las bases de datos para consultar disponibilidad de una bibliografía • Pregunto sobre un material disponible • Pregunto sobre información sobre la Facultad

	<ul style="list-style-type: none"> ● Pregunto sobre información sobre alguna cátedra en específico ● Pregunto la clave del wifi ● Pregunto sobre la disponibilidad de la sala de lectura ● Pregunto sobre algún evento ● Otro:
45. Cuando encuentras algo que te interesa en el Instagram de esta biblioteca, ¿soles compartir la información encontrada con otros compañeros? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● SÍ ● NO
46. Si lo haces, ¿de qué forma compartís la información encontrada con otros compañeros? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Comparto por medio de mensaje directo ● Comparto repostando/replicando los posts (subiéndolos en historias y/o estados) ● Comparto en mi propio feed ● Envío capturas de pantalla de los posts por medio de otras redes sociales ● Hago comentarios de la información en reuniones con compañeros ● Solo observo la información, no la suelo compartir ● Otro:
47. Para vos, ¿son útiles las informaciones publicadas por esta biblioteca en su Instagram? * <i>Marca solo un óvalo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sí ● No ● A veces
48. ¿Qué otro tipo de contenido podría producir este Instagram? ¿Consideras que le falta algo? *	

ANEXO 6. Guión de entrevista para encargado/a de la Biblioteca de la Facultad Humanidades y de la Facultad de Ingeniería

Dentro de la entrevista al profesional de la institución se busca responder a las siguientes preguntas como:

Primera Instancia: reconocimiento del responsable de la Biblioteca

- Como responsable de la biblioteca ¿Cuál es el cargo que ocupa?
- ¿Cuáles son las tareas y/o actividades que realiza?

Segunda Instancia: creación del perfil institucional de la Biblioteca en la red social Instagram

- ¿Cómo surge la idea de crear un Instagram para esta Biblioteca?
- Podría decirme, si recuerda, ¿en que año fue creada la cuenta?
- ¿Cuándo aproximadamente fueron creadas o subidas las primeras publicaciones?

Tercera Instancia: sobre el contenido publicado en la red social Instagram.

- ¿Qué motivación tienen a la hora de crear el contenido de la red social?
- ¿Cuentan con personal especializado para realizar las publicaciones? ¿Cuentan con un bibliotecario encargado en realizar las publicaciones?
- Las publicaciones, ¿son pensadas entre todos los bibliotecarios del área o son sugeridas por algún personal de mayor jerarquía de la Facultad?
- ¿Creen que la Facultad a la que pertenecen se encuentra involucrada en estas tomas de decisiones?
- ¿Qué tipos de publicaciones tienen o cómo clasificaría temáticamente a sus publicaciones realizadas? (Ejemplos de temas: efemérides, publicaciones alusivas a días conmemorativos, publicaciones alusivas a los servicios y productos de la biblioteca, a nueva bibliografía adquirida, mesa de ayuda, etc.)
- ¿Brindan servicios bibliotecarios en esta red social?
- ¿Cuentan con alguna política interna a la hora de realizar las publicaciones? ¿Cuentan con algún programa diagramado conteniendo la frecuencia de publicaciones y el temario de los mismos días que se publican?
- Por último, ¿conocen los avances en cuanto a la accesibilidad en Instagram? ¿Utilizaron en alguna ocasión las opciones de accesibilidad para personas con problemas de visión? como son los textos alternativos automáticos y personalizados, como crear descripciones en las imágenes antes de publicarlas, o las herramientas de creación de subtítulos automáticos para videos, historias o reels.

Cuarta Instancia: sobre los usuarios de la biblioteca y de la cuenta en la red social Instagram.

- ¿Se piensa en un usuario en particular a la hora de crear las publicaciones o se consideran dirigidas para el público en general?
- ¿Qué expectativas tienen acerca del uso del Instagram por sus usuarios?
- ¿Considera que el uso del Instagram puede sustituir o complementar el uso de la página web de la biblioteca? ¿En qué aspectos?

- Si usted fuera usuario externo de esta Biblioteca, ¿cree que el acceso a los servicios brindados desde la red social Instagram es eficiente?