



Universidad
Carlos III de Madrid

MÁSTER UNIVERSITARIO EN BIBLIOTECAS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN DIGITAL
DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
FACULTAD DE HUMANIDADES, COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

TRABAJO FIN DE MÁSTER

PERCEPCIÓN 2.0: LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS URUGUAYAS EN LA WEB SOCIAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL USUARIO

Autora: Sandra García Rivadulla

Tutores: Dra. Eva Méndez Rodríguez y Dr. Antonio Hernández Pérez

Getafe, julio de 2013

¡Compártelo!



Copyright (c) 2013 Sandra Garcia-Rivadulla



Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 Unported de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

Agradecimientos

Muchas gracias a todas las personas que estuvieron conmigo y me apoyaron en las diferentes etapas del desarrollo de este trabajo.

A mis colegas y amigas Natalia Olascoaga, Ana Bonomi y Erika Velázquez, por sus más que útiles consejos y comentarios, y también por contagiarme su energía y darme ánimos todo el tiempo.

A Marcela Castiglioni y Juan Ignacio Scasso por escucharme hablar incesantemente sobre el mismo y por sus valiosas sugerencias en todo momento.

Gracias a Andrea por ser mi “tutora” local y a Nico por todo el apoyo de siempre. A toda mi familia por estar siempre ahí.

Les agradezco también a Eva y Tony; a Eva porque gracias ella conocí este máster que se transformó en una experiencia inolvidable y a los dos por todas las experiencias vividas durante el mismo, principalmente durante la materia “Web Social”, donde se terminó de crear la idea para este TFM.

A todos los colegas uruguayos que difundieron la encuesta entre sus usuarios y que me enviaron tan lindos mensajes de apoyo.

Finalmente; ¡muchas gracias a todos lo que completaron la encuesta!

Créditos

Íconos social media: Round Social Icons por Brainleaf Communication
<http://brainleaf.eu/index.php/free-icons/48-social-media-icons-set-01-by-brainleaf>

Íconos hombre y mujer. Imágenes en el dominio público creadas por United States Department of Transportation. Disponibles en: <http://www.iconfinder.com/search/?q=iconset%3Adot>

Íconos de figura 14 (laptop, computadora, teléfono y tablet) y figuras 40 y 43 (ojo, cerebro, burbuja), <http://www.iconsdb.com> (Conditions of use: All icons can be used freely in both personal and commercial projects with no attribution required, but always appreciated.)

Nubes de palabras (word clouds) creadas con Tagxedo <http://www.tagxedo.com/>
(The images created by Tagxedo, and their derivatives, are licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-ShareAlike License 3.0)

Resumen

Objetivo: El propósito de esta investigación es averiguar si los usuarios de las bibliotecas universitarias uruguayas conocen y usan los servicios que éstas ofrecen en la web social, y cuál es su percepción sobre los mismos. Se exploran además otros usos académicos/profesionales y personales/sociales así como diferentes características de los usuarios, con el fin de averiguar si están relacionados con el uso de estos servicios de la biblioteca. Se presenta también un breve panorama de cómo ha cambiado la adopción de la web social en estas bibliotecas en los últimos años.

Metodología: La técnica de recolección de datos fue la encuesta de autoaplicación en línea. Se obtuvieron 151 respuestas válidas de estudiantes, docentes, egresados e investigadores de la Universidad de la República (UdelaR) y universidades privadas uruguayas.

Resultados: Existe un gran desconocimiento de los productos y servicios de las bibliotecas en la web social, lo que constituye la principal barrera para su uso. Sólo la mitad de los usuarios manifiesta saber qué servicios ofrece su biblioteca, y de ellos, un 67% los utiliza. La principal razón de uso de la web social es personal y las herramientas más utilizadas con este fin no son las mismas que las empleadas en el ámbito académico y profesional. La poca interacción de los usuarios con la biblioteca es reflejo de su comportamiento en otras áreas y no necesariamente consecuencia de los servicios brindados. Recibir servicios de calidad cambia la percepción del usuario, son muy pocos los que habiendo experimentado alguno opinan que no es útil, mientras que es más alto el escepticismo entre los que nunca utilizaron.

Originalidad/valor: Se pretende generar conocimiento original que permita comprender la percepción de los usuarios – muchas veces relegada – como insumo para la planificación y el diseño de mejores servicios en la web social.

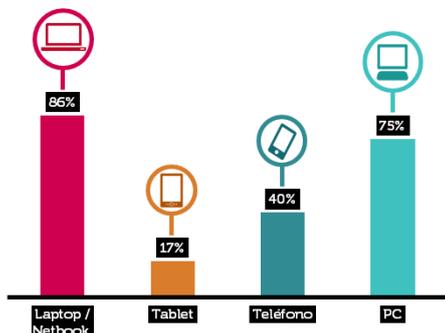
Conclusiones: Se concluye que la gran mayoría de los usuarios está de acuerdo con la presencia de las bibliotecas en la web social pero desconoce los servicios existentes. Esto implica que las bibliotecas deben mejorar la difusión de los servicios y la educación de sus usuarios para lograr un óptimo aprovechamiento de estas herramientas.

Palabras Clave

Web social, bibliotecas universitarias, educación terciaria, usuarios, redes sociales, web 2.0, Uruguay

Contenido

Lista de Figuras7



01

Introducción, justificación y objetivos

1.1 Introducción..... 8
 1.2 Justificación de la investigación. Planteamiento del problema y preguntas de investigación..... 10
 1.3 Objetivos generales y específicos 11

02

Marco teórico

2. Marco teórico: Las bibliotecas universitarias y la web 2.014
 2.1 Antecedentes: Revisión bibliográfica.....14
 2.1.1. Evidencia a favor de la adopción de las tecnologías 2.0 en las bibliotecas15
 2.1.2 Evidencia no favorable sobre el uso de herramientas 2.0 en el entorno universitario.....17

03

Contexto de la investigación

3.1 Breve introducción a la web social 23
 3.2 La web social en América Latina 25
 3.3 El contexto uruguayo..... 27
 3.4 Cambios en el panorama de la web social en las bibliotecas universitarias uruguayas en los últimos años..... 29

04

Metodología

4.1 Universo de estudio y definición de la muestra.....32
 4.2 Técnicas y herramienta para la recolección de datos.....32
 4.3 Prueba piloto y distribución.....33
 4.4 Limitaciones de la herramienta33



Lista de figuras

FIGURA 1: OBJETIVOS Y SU RELACIÓN CON LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO	13
FIGURA 2: USUARIOS DE LOS MEDIOS SOCIALES AL CIERRE DE 2012	25
FIGURA 3: RELACIÓN ENTRE POBLACIÓN TOTAL, USUARIOS DE INTERNET Y USUARIOS DE FACEBOOK	26
FIGURA 4. ESTADÍSTICAS SOBRE EDUCACIÓN, TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN EN URUGUAY	27
FIGURA 5. USO DE LA WEB SOCIAL POR LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS EN 2009 VS. 2013.....	29
FIGURA 6. EVOLUCIÓN DEL USO DE LA WEB SOCIAL POR TIPO DE BIBLIOTECA.....	30
FIGURA 7. NÚMERO DE BIBLIOTECAS QUE UTILIZA CADA TECNOLOGÍA	30
FIGURA 8. ¿MENCIONAN LAS BIBLIOTECAS ESTAS HERRAMIENTAS EN SUS PÁGINAS WEB?	31
FIGURA 9. NÚMERO DE ALUMNOS, EGRESADOS Y DOCENTES POR UNIVERSIDAD.....	32
FIGURA 10. PORCENTAJE DE RESPUESTAS POR ÁREA ACADÉMICA	34
FIGURA 11. RESPUESTAS POR VÍNCULO CON LA UNIVERSIDAD	35
FIGURA 12. RESPUESTAS POR EDAD	35
FIGURA 13. RESPUESTAS POR GÉNERO	35
FIGURA 14. DISPOSITIVOS DE CONEXIÓN A INTERNET.....	35
FIGURA 15. LUGARES DE CONEXIÓN	35
FIGURA 16. ¿USAS LA BIBLIOTECA FÍSICA DE TU UNIVERSIDAD?.....	36
FIGURA 17. ¿ESTÁS SATISFECHO CON LOS SERVICIOS QUE ALLÍ SE BRINDAN?	36
FIGURA 18. ¿QUÉ SERVICIOS/HERRAMIENTAS SABES QUE TIENE TU BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL?	38
FIGURA 19. ¿CUÁLES DE ELLOS HAS USADO?	38
FIGURA 20. ¿USAS ALGUNO DE ESTOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA?.....	39
FIGURA 21. ¿CON QUÉ FRECUENCIAS LOS USAS?	40
FIGURA 22. ¿QUÉ OPINIÓN TE MERECE LA EXPERIENCIA?	40
FIGURA 23. ¿POR QUÉ RAZONES LOS UTILIZAS?	40
FIGURA 24. ¿CON QUÉ FRECUENCIA INTERACTÚAS CON LA BIBLIOTECA A TRAVÉS DE ESTAS HERRAMIENTAS?.....	41
FIGURA 25. ¿QUÉ UTILIDAD TIENEN PARA TI ESTAS HERRAMIENTAS?	42
FIGURA 26. RESUMEN DE LAS HERRAMIENTAS MÁS VOTADAS EN CADA ÁREA.....	43
FIGURA 27. PRESENCIA FÍSICA Y VIRTUAL: ¿CONSIDERAS QUE LA BIBLIOTECA DEBE TENER AMBAS?	43
FIGURA 28. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES?	44
FIGURA 29. PORCENTAJE DE RESPUESTAS “DE ACUERDO/MUY DE ACUERDO” POR TIPO DE USUARIO Y EDAD.....	45
FIGURA 30. VENTAJAS DE LA PRESENCIA DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL.....	46
FIGURA 31. DESVENTAJAS DE LA PRESENCIA DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL.....	47
FIGURA 32. ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN O SERVICIOS ENCONTRARÍAS ÚTIL QUE LA BIBLIOTECA TE BRINDE POR ESTOS CANALES?.....	49
FIGURA 33. ¿QUÉ TAN COMPETENTE TE CONSIDERAS EN EL USO DE ESTAS HERRAMIENTAS?	49
FIGURA 34. ¿CONSIDERAS QUE EL USO QUE LE DAS A ESTAS HERRAMIENTAS DEPENDE DE TU GRADO DE COMPETENCIA PARA UTILIZARLAS?.....	49
FIGURA 35. PORCENTAJE DE RESPUESTAS “COMPETENTE”	50
FIGURA 36. ¿CON QUÉ FINES UTILIZAS LAS HERRAMIENTAS DE LA WEB SOCIAL?.....	51
FIGURA 37. ¿QUÉ TAN A MENUDO USAS LA WEB SOCIAL PARA ESTAS ACTIVIDADES?	52
FIGURA 38. RESPUESTAS “FRECUENTE” Y “MUY FRECUENTE” POR TIPO DE USUARIO Y EDAD	52
FIGURA 39. ¿POR QUÉ RAZONES UTILIZAS LA WEB SOCIAL EN TU VIDA PERSONAL Y/O PROFESIONAL?.....	53
FIGURA 40. ¿QUÉ TIPO DE USUARIO SE AJUSTA MÁS A TU PERFIL EN LA WEB SOCIAL?	54
FIGURA 41. ¿QUÉ TIPO DE USUARIO SE AJUSTA MÁS A TU PERFIL? (POR TIPO DE USUARIO Y EDAD).....	54
FIGURA 42. PROMEDIO Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR (σ) DE LAS PREGUNTAS CON ESCALA DE 1 A 5	54
FIGURA 43. ¿QUIÉNES UTILIZAN LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL?	55
FIGURA 44. PROMEDIO: ENCUESTADOS QUE USAN LA WEB SOCIAL DE LA BIBLIOTECA VS. LOS QUE NO LO HACEN... 56	56
FIGURA 45. NUBE DE PALABRAS CON LOS COMENTARIOS RECIBIDOS EN LA ENCUESTA.....	58

1. Introducción, justificación y objetivos del trabajo

1.1 Introducción

Las bibliotecas están acostumbradas al cambio. En sus miles de años de historia se han redefinido para acompañar los tiempos y cumplir su misión en cada etapa. Aun así, muchos se preocupan y debaten sobre su futuro. Discuten si todavía son útiles, o si los bibliotecólogos/bibliotecarios tienen una función vital en la sociedad. Mientras tanto, una de las empresas más poderosas del mundo, cuyas innovaciones relacionadas con la información son utilizadas por millones de personas, es un bibliotecólogo. O al menos cumple algunas funciones de uno. Google es un poderoso intermediario entre las personas y la información. En un momento en que encontrar una forma fácil y rápida de acceder a la cantidad de información disponible en la web fue imprescindible, el gigante de la tecnología aprovechó la oportunidad de una necesidad desatendida. A pesar de que la gran diferencia entre estos dos tipos de intermediarios son sus intereses, las bibliotecas pueden utilizarlo a su favor y aprender de las ventajas que brinda a las personas que buscan información.

Las bibliotecas no desaparecen, evolucionan. Las razones de su existencia son muy claras: las personas y la información; mientras ambas existan habrá bibliotecas. Claro que no siempre como las conocemos hoy, tal vez ni siquiera con el mismo nombre. Las transformaciones son parte de este crecimiento y la web social proporciona herramientas para dar un paso más en esta evolución en un mundo que busca simplicidad, rapidez y conveniencia.

Pero no confundamos una herramienta con la solución ideal o eterna. Lo que hoy se llama web social, Facebook o Twitter, no sabemos cómo se llamará mañana, lo importante es que la biblioteca debe brindar un espacio fértil que promueva la interacción entre sus usuarios, que genere oportunidades de intercambio, que permita compartir. Un ambiente donde las personas se sientan libres de pensar, crear, aprender e innovar, sea este espacio real o virtual, y mejor si combina los dos.

La misión de las bibliotecas universitarias sigue siendo la misma. Acompañar las metas de la institución donde se encuentran inmersas y lograr que los estudiantes tengan la mejor experiencia de aprendizaje posible durante su paso por la universidad, creando aprendices autónomos durante toda su vida. El desafío es encontrar nuevas formas y nuevos medios para cumplirla. Aquí es donde cuentan con una gran ventaja: están dentro del sistema educativo formal pero tienen un gran potencial para poder salirse del currículo y más flexibilidad para el cambio, lo que les permite abordar la educación desde otros ángulos y adaptarse con más rapidez que el sistema educativo en su totalidad.

En Uruguay la implementación del Plan Ceibal en el 2007 ha logrado que todos los niños en edad escolar tengan a su alcance una computadora portátil y la posibilidad de conectarse a Internet (Plan Ceibal 2009). En los próximos años, estos niños que crecieron con una computadora comenzarán a llegar a la universidad. Cada vez tendremos más nativos digitales como usuarios y debemos estar preparados para sus necesidades, respetando sus formas de interactuar.

Según Douglas Adams “tecnología” es aquello que todavía no funciona. Todo lo que existe en el mundo cuando naces, es normal. Todo lo que se inventa entre esa fecha y la fecha en que cumples 30, es increíblemente excitante y creativo, y todo lo que se inventa después de que tienes 30 es contra el orden natural de las cosas y probablemente traiga el fin de la civilización como la conocemos (Adams 1999). Para la mayoría de nuestros usuarios lo que consideramos tecnologías son, simplemente, parte de la vida. Lo que valoran no es la tecnología en sí, es la conectividad, posible a toda hora en todo lugar.

El aprendizaje es cada vez más social. Sucede fuera y dentro del aula y la importancia de la educación no formal es fundamental. Las personas saben que lo que aprenden durante su carrera no es suficiente para el resto de su vida. Tal vez el trabajo en el que se vayan a desempeñar todavía no se haya inventado. Tal vez nadie posee aún las competencias que van a necesitar. Para lograr un aprendizaje efectivo y que continúe durante toda la vida, éste necesita ser más personal, más conectado, más social, más flexible y más significativo para cada persona.

Desde que empezó a interesarme el tema de la web social en las bibliotecas, alrededor del 2009, mi percepción de sus beneficios no ha cambiado. Sigo pensando que las herramientas que nos da son invaluable y que tienen un gran potencial, que nos brindan la posibilidad de crear contenidos que lleguen a muchas más personas y que, lo queramos o no, influye en nuestra vida personal y profesional. Mi visión inicial, sin embargo, era un tanto ingenua. Se centraba sólo en el frente y no en todo lo que está detrás y alrededor de la web 2.0. Las empresas, el marketing, las acciones de la bolsa, la personalización, la burbuja de filtros, la unilateralidad de los términos y condiciones de uso que aceptamos sin leer, la letra chica, la privacidad, las personas, los negocios y sus intereses.

Es por esto que es importante que los bibliotecólogos/bibliotecarios tomemos un rol activo y acompañemos a las personas en su relación con la web. Como profesionales de la información, se abre un nuevo campo de acción y de formación, no sólo de nuestros usuarios, sino de todos los ciudadanos en general. La alfabetización informacional, tema ineludible cuando hablamos de formación, nos ayuda a darle sentido al mundo en que vivimos, a alcanzar el potencial para convertirnos en lo que queremos ser y a ser mejores ciudadanos – cuando nos quieren hacer mejores consumidores. Los profesionales de la información somos seres curiosos, siempre aprendiendo cosas nuevas, nuevas tecnologías, nuevas formas de llegar al usuario y de brindarle un servicio relevante. Hemos sido recopiladores, guardianes, transmisores, organizadores, conservadores, intermediarios, facilitadores. ¿Ahora qué sigue? Seamos creadores.

Imagina al usuario ideal. Una persona curiosa y creativa que sabe lo que busca y cómo encontrarlo, que sabe cómo utilizarlo y compartirlo, que genera nueva e interesante información, y que a consecuencia de su interacción con los demás crece y hace crecer. Ahora créalo.

1.2 Justificación de la investigación. Planteamiento del problema y preguntas de investigación

La literatura sobre la web social en las bibliotecas generalmente comienza analizando el hecho de que la mayoría de nuestros usuarios utiliza frecuentemente sus servicios y herramientas, especialmente los servicios de redes sociales (SRS). El razonamiento es: si ellos están allí; ¿por qué no deberíamos nosotros?

Más allá de que sepamos que nuestros usuarios habitan en el mundo 2.0, la verdadera pregunta es: ¿quieren encontrarse con las bibliotecas allí? o ¿es un territorio para el ocio, el uso personal y las relaciones sociales? ¿Pensarán lo mismo sobre todas las herramientas o verán algunas como más profesionales que otras? Si en su rutina diaria la web social es vista sólo como un espacio personal y social, probablemente no verán con buenos ojos la presencia institucional de la biblioteca allí.

Si prestamos atención a los objetivos de las bibliotecas al aventurarse en el uso de alguna herramienta social, casi siempre éstos incluyen que la biblioteca llegue a más usuarios, que la biblioteca promocióne sus servicios, que la biblioteca difunda sus actividades. ¿Son éstos los principales intereses de los usuarios? Claramente no. Los objetivos planteados se relacionan con los intereses de la biblioteca. En general, los servicios de la web social se enfocan como un medio de comunicación unilateral y no como un medio de trabajo colaborativo. Las bibliotecas deberían plantearse su presencia en la web social en función de los intereses de los usuarios.

Hoy en día la mayoría de las bibliotecas universitarias uruguayas utilizan recursos valiosos como personal, tiempo y entusiasmo para desarrollar servicios y productos con las facilidades que brinda la web social. Sin embargo, a primera vista todo parece indicar que dichos servicios están siendo subutilizados por su población objetivo. Nos preguntamos por qué la web social no está funcionando para las bibliotecas como se esperaba y qué podemos hacer para aumentar la interacción. ¿Es posible que las bibliotecas no estén utilizando todo su potencial en la web social? o tal vez ¿es el usuario el que no desea que transiten por este camino? Por otro lado vemos que muchas universidades ya están presentes en esos canales con buena repercusión, así como empresas y otras organizaciones. ¿Será que no hemos sabido atraer la atención y la colaboración de nuestros usuarios?

El objetivo del presente trabajo es analizar cómo se percibe la presencia de las bibliotecas universitarias uruguayas en el vasto mundo de la web social a través del uso que los usuarios hacen de estos servicios y de su opinión sobre los mismos. Se puede justificar presencia de dichas bibliotecas en la web social, o la necesidad de un cambio de rumbo, en función del grado, la frecuencia y las razones de uso de estos servicios, así como la percepción del usuario sobre su valor, utilidad y pertinencia.

¿Por qué es importante la percepción? Según la RAE la percepción es la “sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”. La percepción es un proceso subjetivo por el cual las personas tratan de comprender su entorno y actuar en consecuencia. Tiene que ver con el usuario conectando estímulos externos con su conocimiento y experiencias previas. Uno de los factores que influyen en el comportamiento, y por ende en el

uso o no de los servicios en la web 2.0 es la percepción de su valor. Es importante entonces no sólo brindar un buen servicio, sino que los usuarios lo perciban como tal.

Estas reflexiones nos llevan a la siguiente pregunta que es el hilo conductor de esta investigación y que se pretende responder a través de un estudio de caso aplicado a las bibliotecas universitarias uruguayas públicas y privadas: **¿Qué opinan los usuarios de la presencia de las bibliotecas universitarias en la web social?**

Para contestar esta interrogante se abren las líneas principales de investigación detalladas en los objetivos de este trabajo.

1.3 Objetivos generales y específicos

1. Explorar cuál es la situación actual de las bibliotecas universitarias uruguayas en la web social y cómo ésta ha evolucionado desde 2009.

1.a. Comparar el estado actual (obtenido mediante la exploración de los sitios web de las bibliotecas) con el estado observado en el trabajo previo "Actitud 2.0: Usos de la web social en las bibliotecas universitarias uruguayas"(García-Rivadulla 2010).

2. Identificar el grado de conocimiento y uso, así como la percepción que tienen los usuarios sobre los servicios ofrecidos por las bibliotecas a través de las herramientas de la web social.

2.a. Averiguar si los usuarios conocen los servicios que ofrecen sus bibliotecas en la web social.

2.b. Hallar si utilizan o no estos servicios, para qué y en qué medida.

2.c. Indagar cuál es su postura frente a la presencia de las bibliotecas en la web social.

2.d. Descubrir qué servicios desearían tener que no se brindan hoy en día.

2.e. Averiguar si su nivel de competencia (autopercepción) en estas herramientas influye en su uso.

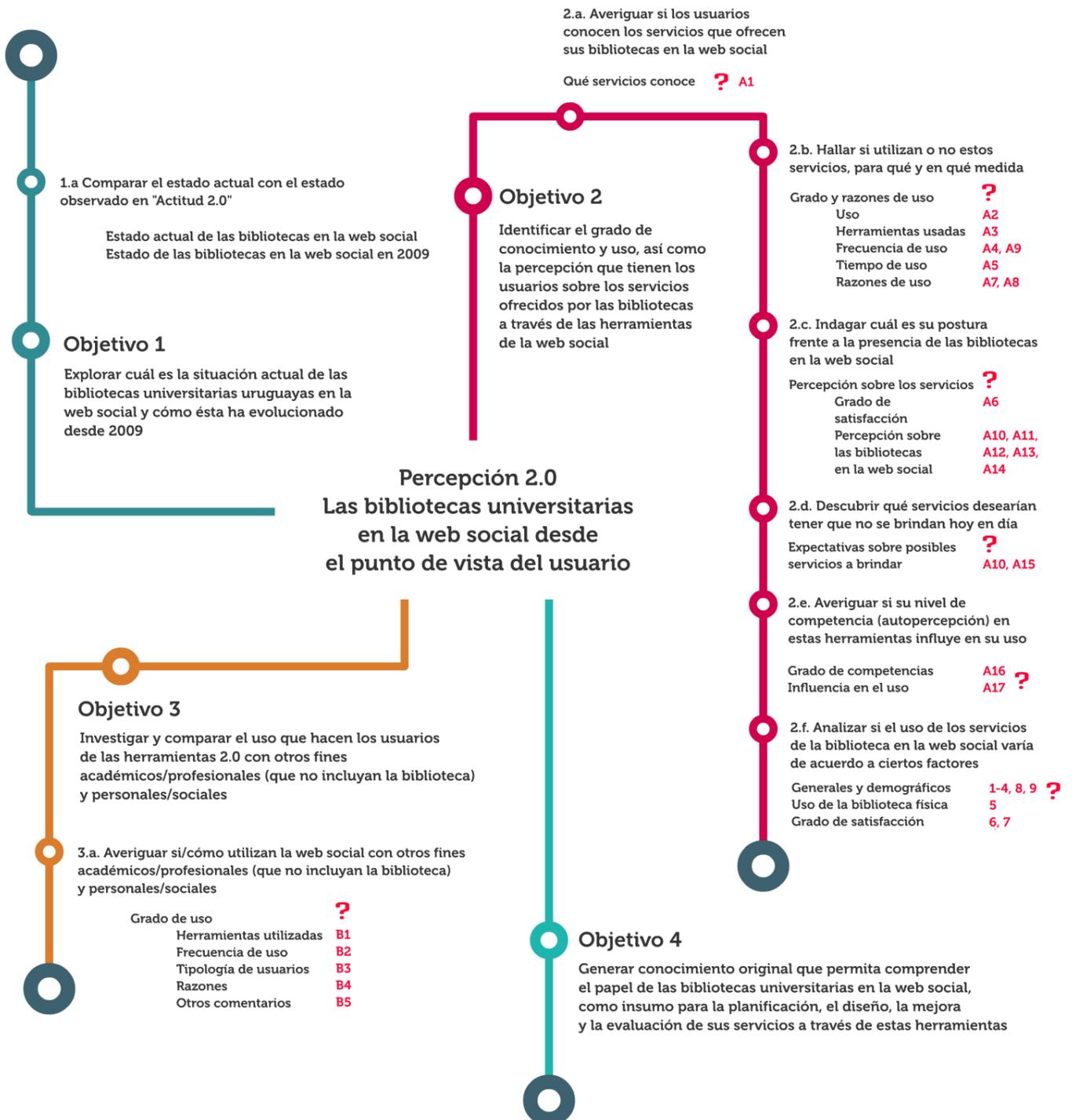
2.f. Analizar si el uso de los servicios de la biblioteca en la web social varía en relación a factores como el tipo de vínculo con la universidad, el género, la edad, el uso de la biblioteca física, su satisfacción con la misma, su tipología de usuario, su uso de la web 2.0 en otras actividades y sus competencias en el uso de estas herramientas.

3. Investigar y comparar el uso que hacen los usuarios de las herramientas 2.0 con otros fines académicos/profesionales (que no incluyan la biblioteca) y personales/sociales.

3.a. Averiguar si/cómo utilizan la web social con otros fines académicos/profesionales (que no incluyan la biblioteca) y personales/sociales.

4. Generar conocimiento original que permita comprender el papel de las bibliotecas universitarias en la web social, como insumo para la planificación, el diseño, la mejora y la evaluación de sus servicios a través de estas herramientas.

FIGURA 1: OBJETIVOS Y SU RELACIÓN CON LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO



2. Marco teórico: Las bibliotecas universitarias y la web 2.0

En este capítulo se recoge el estado de la cuestión en relación a la presencia de las bibliotecas universitarias en la web social. En primer lugar se analizan algunos de los principales estudios que investigan el papel de las bibliotecas universitarias en la web 2.0. Se reflejan en primer lugar aquellas investigaciones que concluyen a favor de la adopción de herramientas y servicios de la web social en el ámbito de las bibliotecas académicas, y en segundo lugar, aquellos estudios que evidencian cierto rechazo o escepticismo por parte de los usuarios a la hora de utilizar la web social en el ámbito profesional o académico, incluidos los servicios de las bibliotecas universitarias en la web social.

2.1 Antecedentes: Revisión bibliográfica

La aplicación de herramientas de la web social para ofrecer servicios en las bibliotecas es un área que ha despertado el interés de investigadores en los últimos años en todo el mundo. Si bien existen diversos estudios que describen cómo se desarrolló un plan de para adoptar estos medios sociales en determinada biblioteca, que evalúan cuántas bibliotecas utilizan estos servicios, qué tan a favor están los profesionales de la información o que investigan el estado de la web social en las bibliotecas de un país (Ayu y Abrizah 2011; Linh 2008; Bosque, Leif, y Skarl 2012; Thanuskodi 2013; Tripathi y Kumar 2010; González y Redondo 2012; De-Volder, González-Terán, y Gutiérrez 2012; Garcia-Rivadulla 2010), son pocos los que investigan la percepción y uso de estos servicios por parte de los usuarios.

Identificar cómo usan las personas estas herramientas, cómo conviven sus intereses profesionales y personales, y si realmente están a favor de mezclar ambos en un servicio 2.0, son áreas todavía poco investigadas. Aún menos investigada es la percepción de los usuarios de las bibliotecas universitarias sobre el uso y valor de estos servicios. En algunos casos se habla del éxito de algún servicio de una biblioteca brindado a través de estos canales, pero no se hace referencia a cómo se mide ese éxito, ni a la cantidad de personas que usan dicho servicio. Cuando sí aparece mencionada la cantidad de usuarios, ésta no parece significativa en comparación al esfuerzo realizado por la biblioteca para crear y mantener estos servicios y en comparación a la comunidad total de usuarios reales y potenciales de esa biblioteca. En resumen, se carece de evidencia empírica, cuantitativa y cualitativa, que avale la efectividad de estos servicios (Dickson y Holley 2010).

Otro tipo de estudios que investigan el uso de la web social en las bibliotecas se centran en servicios de redes sociales como Facebook o sistemas de microblogging, como el caso de Twitter, por ser dos de las herramientas más utilizadas a nivel mundial. Según Ruppel y Vecchione, los estudiantes universitarios valoran el tener a su alcance servicios de gran calidad, rápidos, convenientes y personalizados, sin importar cuál sea el medio a través del que se brinden (Ruppel y Vecchione 2012).

En un estudio realizado en el 2002 se cita la conveniencia, así como la rapidez y el anonimato, como razones fundamentales para utilizar un servicio de la biblioteca en la web social. Cuando el usuario interactúa con el bibliotecólogo/bibliotecario a través de un servicio en línea (chat o SMS) muchos asumen, al no ver al profesional en persona, que éste era amigable, con el

conocimiento necesario para responder su consulta y que no estaba ocupado, lo cual los incentivaba a usar esta opción más que la visita en persona (Ruppel y Condit Fagan 2002). En un seguimiento realizado en 2012, se agregó la posibilidad de “multitasking”, como razón de uso. Los usuarios veían como una ventaja el poder realizar otras tareas en línea mientras chateaban con el personal de la biblioteca, cosa que no sería posible si se encontraran hablando en persona. A esta ventaja se le suma también el crecimiento del uso de Internet a través de dispositivos móviles. El estudio concluía que agregar servicios sociales, como la referencia a través de chat, contribuye a mejorar el éxito académico ya que poseen la flexibilidad que necesita un investigador o estudiante y presentan una comunicación robusta que es clave para que estos servicios prosperen (Ruppel y Vecchione 2012).

Esto es relevante ya que una de las tendencias mundiales con las que las bibliotecas deberán trabajar y, en gran parte, ya lo están haciendo, es con el auge de las tecnologías móviles. En todo el mundo los teléfonos celulares (móviles) son un medio de comunicación esencial, por lo que uno de los desafíos que deberán enfrentar las bibliotecas es desarrollar aplicaciones accesibles desde ese tipo de dispositivos (Click y Petit 2010). Como citábamos anteriormente, los estudiantes hacen énfasis en la conveniencia a la hora de buscar información como factor decisivo para elegir qué servicios usar (ACRL Research Planning y Review Committee 2012), y qué más conveniente que un servicio que se puede llevar en el bolsillo.

2.1.1. Evidencia a favor de la adopción de las tecnologías 2.0 en las bibliotecas

A continuación se presentan datos de estudios recientes que ponen de manifiesto la percepción de los usuarios de bibliotecas universitarias de diversos países e instituciones sobre la adopción de las herramientas de la web social en el ámbito académico.

Chua y Goh (2010) descubrieron que la presencia de aplicaciones web 2.0 en las bibliotecas, a través de servicios participativos y sencillos de usar, contribuye a generar un sentido de pertenencia en los usuarios, lo cual mejora la percepción que poseen de la biblioteca. Este estudio destaca también un aspecto negativo del uso de la web 2.0; si bien contribuye a generar conexiones entre usuarios y biblioteca, los usuarios tienden a considerar que la información disponible en esos canales no es de calidad (Chua y Goh 2010).

Por su parte, el estudio realizado por Hussain refleja la preferencia de los usuarios por los canales sociales de comunicación en su actividad académica. Un 64% manifiesta haberse creado un perfil en Google Groups con fines académicos y sociales, mientras que un 76% afirma usar medios sociales para compartir experiencias de aprendizaje y hallazgos de sus investigaciones, un 59% comparte información sobre eventos académicos, 92% los usa para estar informado en relación a sus estudios y 87% para crear redes académicas de profesionales a nivel nacional e internacional (Hussain 2012).

En otra investigación llevada a cabo en el ámbito universitario, un 27% de los estudiantes encuestados reconoce los beneficios pedagógicos de la web 2.0 en la educación terciaria. Los blogs fueron considerados la herramienta más útil para aumentar la interacción entre estudiantes y personal de la universidad (27%), mejorar la capacidad de escritura (34%) y además, un 62% ve a las redes sociales como las principales herramientas para aumentar el

vínculo entre estudiantes. Las wikis también fueron consideradas con potencial para mejorar el aprendizaje por un 69%. De todas formas, la mayoría de los estudiantes no usan ni tienen planes de usar blogs (56%), marcadores sociales (71%), wikis (20%) o redes sociales (46%) en el contexto educativo (Hartshorne y Ajjan 2009).

Los resultados de un estudio con más de 6000 estudiantes, realizado en una universidad de Estados Unidos, indicaron que dicha población desea que los servicios de su biblioteca estén disponibles a través de los servicios de redes sociales más conocidos (Facebook y MySpace) y otras herramientas sociales (48%). Casi un 56% mostró interés en realizar consultas a la biblioteca a través de mensajería instantánea. Un 37,6% está interesado en servicios a través de YouTube, 34% en blogs, 56% en podcasts de temas de su área (aunque no los conocían con ese nombre), RSS no despertó gran interés, pero los autores atribuyen este hecho a que los usuarios no están al tanto de qué servicios utilizan esta tecnología. Casi un 75% no tiene interés en servicios de la biblioteca a través de Twitter. Las herramientas que despertaron menor interés fueron Skype, geolocalización y SecondLife. Mientras que un 40% de los estudiantes indicó no estar interesado en ningún servicio de la biblioteca en estos canales. De todas formas el estudio concluye que cada biblioteca debe realizar su propio estudio de usuarios y que lo que es válido para una biblioteca puede no serlo para otras (Cassidy et al. 2011).

Kumar investigó la percepción y uso de las redes sociales por parte de los estudiantes de la Universidad de Sikkim, en la India. La mayoría de estos estudiantes expresó que era usuario de las redes sociales, especialmente de Facebook, y un 59% las utiliza para la comunicación académica. La falta de seguridad y privacidad fueron las principales preocupaciones encontradas, pero aún así los usuarios no dudaban en utilizar su nombre real y subir fotos personales (Kumar 2012).

Un estudio realizado para averiguar qué tan valiosa es la referencia en tiempo real para los usuarios de la biblioteca, demostró inconsistencias entre las expectativas del usuario y los servicios brindados. La muestra estuvo formada por 323 usuarios de las bibliotecas de tres universidades. Las respuestas confirmaron que la facilidad de uso de los servicios de referencia a través de chat y la relevancia de los mismos, son factores clave que determinan la actitud del usuario ante el servicio y su uso (Chang y Yang 2012).

En la universidad de Winneba, Ghana, 541 estudiantes fueron encuestados para averiguar si utilizaban los servicios de la biblioteca en las redes sociales. Según los autores, algunas universidades en África no tienen todavía sitio web, y mucho menos utilizan la web social. Existen muy pocas bibliotecas universitarias africanas con herramientas 2.0. Los resultados del estudio encontraron que los estudiantes estaban a favor de que las páginas de las bibliotecas tuvieran enlaces a redes sociales, para facilitar la colaboración entre la biblioteca y la comunidad universitaria. Consultados acerca de si les gustaría acceder a la biblioteca a través de estos canales, casi un 74% afirmó que sería interesante, mientras que un 20% dijo que no. Los que contestaron negativamente ven las redes sociales como un escape de los estudios, mientras que los que lo hicieron afirmativamente piensan que estudiar al mismo tiempo que se divierten les haría más fácil el aprendizaje. Un 71,9% prefieren acceder a los servicios en línea de la biblioteca a través de las redes sociales, antes que por su página web y

un 75,8% afirmó que apreciarían poder interactuar con el personal de servicios de referencia en las redes sociales (Mansa Ayiah y Henewaa Kumah 2011).

Según la investigación del Project Information Literacy Research con 560 estudiantes, un 65% dice tener alguna experiencia usando la web social como parte de sus trabajos académicos (Head y Eisenberg 2011).

Un proyecto colombiano tomó una muestra de 940 estudiantes de instituciones universitarias de la ciudad de Medellín para analizar si utilizaban las redes sociales con fines académicos. Los resultados mostraron que si bien los motivos de usos más comunes son entretenimiento (58%) y curiosidad (48%), el uso para la educación y aprendizaje no quedaba muy atrás con un 40% (Castrillón 2010).

En el marco de un estudio que investiga el uso de los medios sociales en la educación superior rumana, se realizó una micro encuesta a 79 personas que trabajan en diferentes universidades (incluyendo docentes, profesionales de la información, investigadores, etc.). Un 61% utiliza la web social para realizar actividades didácticas, 58% para actividades de investigación, 78% para su desarrollo personal y profesional. Un 30% evalúa la actividad de sus estudiantes en estas herramientas. Un 62% la utiliza para diseminar sus resultados de investigación, 66% para organizar su investigación, un 82% para colaboración profesional, 46% para crear redes de contactos profesionales, y un 38% para crear una comunidad de aprendizaje junto a los estudiantes. La encuesta demostró que sólo un número pequeño de estos educadores (22%) considera que la web social no tiene lugar en la educación (Holotescu y Grosseck 2012).

Son varios los estudios concluyen, coincidiendo con el sentido común, que la aceptación de las herramientas sociales, como redes sociales, blogs y mensajería instantánea, en el área académica y específicamente en la biblioteca, depende de la percepción que los usuarios tengan acerca de su utilidad y usabilidad (Theng et al. 2010).

2.1.2 Evidencia no favorable sobre el uso de herramientas 2.0 en el entorno universitario

Dickson y Holley plantean algunas de las principales preocupaciones que enfrentan los bibliotecólogos/bibliotecarios a la hora de implementar estos servicios: bajo nivel de uso por parte de los destinatarios del servicio, ignorar si los estudiantes son receptivos a la idea o cómo usan estas herramientas en la práctica, poca receptividad por parte de los mismos profesionales de la información y miedo a que la calidad de la información disminuya si se usan herramientas de la web social (Dickson y Holley 2010).

Un estudio realizado por Karna y Karna con estudiantes de grado y posgrado demostró que aunque los estudiantes estaban familiarizados en diversos grados con la web social en su vida personal el uso de servicios y herramientas sociales con fines educativos constituía una novedad. También se concluye que las habilidades necesarias para utilizar estas tecnologías en un contexto social, no son aplicables al uso en el entorno educativo, por lo tanto los estudiantes necesitarían una capacitación antes de ser capaces de sacarle todo el provecho académico posible (Karna y Karna 2012).

Esta diferencia entre competencias para el uso social versus competencias necesarias para el uso académico se ve reflejada también en el estudio de Wan Ng. Consultado un grupo de estudiantes universitarios (la mayoría de entre 18 y 22 años de edad), respondieron que no participaban activamente de la creación de contenido en la web social. A pesar de estar familiarizados con ese concepto, muchos nunca utilizaron la web social con propósitos educativos. Una de las posibles causas, según este estudio, es la falta de una razón para hacerlo. Los estudiantes utilizan la web social para comunicarse, pero a menos que se les enseñen formas o herramientas destinadas al ámbito educativo, no tendrán la suficiente motivación para comenzar a usarlas por su cuenta (Ng 2012).

Donlan investigó específicamente el uso de Facebook entre 112 estudiantes de una universidad en el Reino Unido y descubrió que, aunque su uso personal es generalizado, su uso con propósitos académicos sigue siendo controvertido. Un 33% admitió tener alguna reserva acerca de utilizarlo con propósitos universitarios, con un 10% reticentes a dejar que un profesor vea su perfil personal y un 11% aclarando que Facebook es sólo para la vida privada y no para el estudio. El uso de Facebook dentro de los cursos académicos se limita a la comunicación entre estudiantes sobre trabajos y evaluaciones. Los grupos focales de este estudio demostraron que los estudiantes no están formados para el estilo de aprendizaje colaborativo que se quiere lograr en los sitios de redes sociales. Su visión de Facebook se limita mayormente al ámbito personal, por lo que es necesario un cambio de mentalidad y nuevas habilidades para sacar todo el beneficio posible de estas herramientas. Si bien se encuentra que los estudiantes están a favor de usar Facebook en el contexto académico cuando perciben que puede servir a sus necesidades (principalmente interacción entre pares con respecto a tareas curriculares), cuando es en sus propios términos, la comunicación es dirigida por el estudiante y le ven un fin y propósito relevante, las páginas de Facebook creadas por la universidad no atrajeron ningún comentario ni entradas por parte de los estudiantes. Esto sugiere un desfase entre el interés demostrado en la teoría y el comportamiento observado en la práctica. El autor concluye que la manera en que los estudiantes (Generación Y) utilizan las redes sociales no es fácilmente trasladable al contexto educativo (Donlan 2012).

Otra investigación enfocada en descubrir el uso real frente al uso percibido de Facebook en el ámbito de las bibliotecas, encontró que un 54% de los bibliotecarios entrevistados opinan que no sirve para ningún propósito académico. El estudio muestra que los bibliotecarios lo utilizan primeramente como una herramienta de marketing, siendo éste es el único uso que ven como válido. Otros propósitos como comunicarse con los usuarios, comunicar las necesidades de la biblioteca y como espacio de discusión, vistos como menos que ideales. La mayoría de las páginas que el autor analizó para este estudio no tenían aportes de usuarios ni hilos de discusión (Jacobson 2011).

Aharony exploró el uso de Facebook en 10 bibliotecas académicas y 10 públicas de Estados Unidos, hallando que en ambos casos este recurso estaba subutilizado, siendo un canal unilateral, usado solamente para brindar información a los usuarios y no como un canal de discusión. El autor menciona que la mayoría de los artículos encontrados están escritos desde la perspectiva del profesional de la información, y que se limitan a explicar la esencia de Facebook y cómo puede ser usado por las bibliotecas para promover sus servicios. Los resultados concluyen que las bibliotecas universitarias no ven la necesidad de crear una cuenta

en Facebook porque consideran que esta herramienta está fuera del ámbito académico (Aharony 2012).

La misma actitud fue detectada por Stuart, en un artículo que evaluó cómo usan Twitter las bibliotecas de 433 instituciones diversas. El autor encuentra que éstas atraen pocos seguidores, pero que tampoco se esfuerzan en seguir usuarios (59% de las bibliotecas estudiadas seguían a menos de 100 cuentas) y que falta conversación. Esto se debe en parte al uso de Twitter para difundir noticias de la biblioteca, en un estilo unidireccional. El autor recomienda que las bibliotecas deberían utilizar los aspectos sociales de estos medios (Stuart 2010).

Un estudio de 2009 se centró en averiguar si los estudiantes de 2 universidades de Estados Unidos (65 en total) utilizan las tecnologías de la web social (específicamente Facebook, MySpace, mensajería instantánea y Second Life) y determinar si desearían o no interactuar con bibliotecólogos/bibliotecarios en esos entornos. Los resultados mostraron que la mayoría utiliza estas herramientas pero se muestra apático ante la idea de utilizarlas para interactuar con la biblioteca o hacer investigación. Esta falta de iniciativa para pedir ayuda a la biblioteca en la web social, según el estudio, refleja el comportamiento visto también en la biblioteca física. Aunque a más del 70% no le molestaría que un bibliotecólogo/bibliotecario participara en Facebook o MySpace, menos de la mitad buscaría consultarlo por estos canales. Comparadas las 4 herramientas, más usuarios utilizarían la mensajería instantánea para hacer consultas (53%), que Facebook (44%) o MySpace (34%), mientras que ninguno de los encuestados utilizaba Second Life (Epperson y Leffler 2009).

Para determinar qué tanto utilizaban Facebook estudiantes y docentes de una universidad del sur de Estados Unidos, tanto con propósitos educativos como personales, se realizó una encuesta a 182 personas que cumplían estas características. Resultó que los estudiantes eran más propensos al uso de Facebook y estaban más abiertos a la posibilidad de usarlo con motivos educativos. Por su parte los docentes preferían tecnologías más tradicionales como el correo electrónico. El estudio indica que es importante proceder con cautela en este ámbito, ya que varios estudios demuestran la ambivalencia de los estudiantes en lo que respecta a querer o no ser contactados por profesionales de la información en Facebook (Roblyer et al. 2010).

En Australia, para comprender cómo los estudiantes utilizan las tecnologías de la información y la comunicación como apoyo a su aprendizaje, se realizó una investigación cuyos resultados sugieren que la mayoría tiene poca experiencia utilizando tecnologías relevantes y que no ven el valor de la web 2.0 en el aprendizaje. Muy pocos de los 2588 encuestados son productores de contenido en la web 2.0. Esto contradice nuevamente la creencia de que los estudiantes que ya son usuarios de la web 2.0 en su vida diaria tienen tanto las competencias necesarias, como la motivación para usar estas tecnologías en el ámbito académico. Aunque, según los investigadores responsables de éste estudio, no serían problemas muy difíciles de solucionar si el uso de las tecnologías 2.0 está alineado con el trabajo académico, es decir, si los estudiantes aprenden realmente cómo sacar provecho de ellas (Bennett et al. 2012).

En la universidad de Ohio, expertos exploraron si los estudiantes están abiertos a recibir servicios de la biblioteca en Facebook o por el contrario, prefieren que su actuación académica

esté completamente separada de su entorno social. El 86% usa Facebook, 50% YouTube, 36% MySpace, 5% Flickr y 1% LinkedIn y/o Delicious. Cuestionados acerca de si utilizarían una aplicación de búsqueda o referencia de la biblioteca, del tipo “pregunta al bibliotecario” (Ask a Librarian) en Facebook, 38% respondió que sí, 30% que no, y un 32% indicó posible interés. Las preguntas abiertas mostraron cuán polarizadas están las opiniones con respecto a la presencia de las bibliotecas en Facebook (Booth 2009).

“Researchers of Tomorrow” es una iniciativa del Reino Unido que estudia cómo buscan información e investigan los estudiantes de posgrado en este país. Los informes, comisionados por JISC y la British Library, incluyen 17000 estudiantes de doctorado de 70 universidades. La mayoría de los estudiantes investigados no utiliza ninguna de las tecnologías 2.0, y el uso pasivo (ej. lectura) supera con creces al activo (ej. creación de contenido). Como ejemplo, un 29% hace uso pasivo de los foros de discusión, mientras que un 13% los utiliza activamente. La misma diferencia se da entre seguir un blog (23%) y escribir uno (9%).

Según este estudio, una gran cantidad de investigadores pertenecientes a la llamada Generación Y nunca ha usado estas tecnologías para su investigación, no por falta de competencias, sino porque no ven una utilidad inmediata en el contexto de su investigación y opinan que éstas tecnologías no reflejan su manera de trabajar. Más allá de compartir referencias con colegas, son pocos los que hacen un uso significativo de la web social para trabajar en colaboración o difundir los resultados de su investigación. Sin embargo, los datos recabados indicaron que el bajo uso no se debe a que no le ven potencial a estas herramientas, sino a la naturaleza de su trabajo. Herramientas para guardar, organizar y compartir referencias son usadas por más del 75% de la Generación Y, RSS por cerca del 60%. Herramientas colaborativas y de comunicación académica (blogs, wikis, etc.) son las menos utilizadas. El estudio concluye que las aplicaciones de la web social que reflejan y apoyan los actuales métodos de investigación, perpetuando una manera similar de hacer las cosas en lugar de innovar, son las que se adoptan más rápidamente (Education for Change 2012).

El interés de los usuarios de las bibliotecas universitarias en los servicios 2.0 es limitado. Con excepción de unas pocas, la mayoría de las bibliotecas registran escasa participación basada en los seguidores, “me gusta”, “clicks”, visitas y otras estadísticas similares. Por ejemplo, un estudio de Gerolimos y Konsta encontró solamente 750 “me gusta” en las 75 páginas de bibliotecas analizadas, de un total de 56.247 usuarios, lo que da tan solo un 1,3%. De las 87 cuentas en Twitter, el promedio de seguidores era de 520, de un total de 45.216 (1,15%). Las bibliotecas con la mayor cantidad de seguidores de esta muestra fueron las del MIT con 2564 (Gerolimos y Konsta 2011).

Sandars y Schroter obtuvieron 1239 respuestas a una encuesta realizada a doctores y estudiantes de medicina en el Reino Unido. La mayoría estaba familiarizada con el término podcast y casi la mitad de cada grupo lo utilizó en alguna ocasión con fines personales, pero cerca del 60% de la muestra expresó que no eran útiles para su desarrollo profesional. En las preguntas abiertas de la encuesta se distinguieron algunos temas como las barreras debido a las preferencias tecnológicas, la preocupación por la calidad de los recursos y el hecho de necesitar capacitación para utilizar estas herramientas (Sandars y Schroter 2007).

Al estudiar las bibliotecas universitarias portuguesas en relación a la web social, se halla que son raros los comentarios de los usuarios en el blog, y a veces son opiniones que nada tienen que ver con el tema de la publicación. Facebook es utilizado por 2 de las bibliotecas analizadas y sus seguidores son 3249 y 276 respectivamente. Twitter es utilizado principalmente como canal de noticias y el número de seguidores de las 2 bibliotecas que poseen cuentas son 257 y 85 (Santos y Andrade 2010).

Un total de 722 estudiantes y 123 miembros del personal de la Universidad Central de Missouri (UCM) respondieron una encuesta cuyos resultados concluyen que aunque sea fácil imaginarse a la generación del milenio (o generación Y), jóvenes que nacieron y crecieron con la tecnología digital, como usuarios ávidos y capaces de utilizar estas tecnologías, esto no necesariamente es cierto. A pesar de que las respuestas sugieren un interés en el uso de los medios sociales, las bibliotecas no pueden asumir que los usuarios de una determinada tecnología quieran utilizarla para interactuar con la biblioteca (Ruleman 2012).

La evidencia demuestra que los estudiantes, en general, no imaginan el potencial que puede tener la web social en el ámbito educativo, a menos que un profesional de la información o un docente se lo muestre. Un estudio realizado con 160 estudiantes en dos universidades del Reino Unido prueba que los estudiantes utilizan tecnologías de la web social en su aprendizaje formal e informal, pero en un porcentaje mucho más bajo de lo que lo utilizan para socializar. Un 20% utiliza MySpace en su aprendizaje formal e informal, mientras que un 66,6% utilizan las redes sociales con motivos recreacionales. Lo mismo sucede con el uso de blogs (14,4% académico versus 42,7% personal) y el compartir videos (uso académico de YouTube 41,2% vs. 62,3% compartir videos). El estudio concluye que los estudiantes no comprenden totalmente cómo la tecnología puede apoyar al aprendizaje y que esta percepción se ve influenciada en gran medida por cómo los profesores hacen frente a la docencia. El estudio también afirma que el uso esperado a nivel académico de estas herramientas depende del uso en ese mismo contexto que hayan experimentado anteriormente y no del uso que hacen de estas con fines personales (Margaryan, Littlejohn, y Vojt 2011).

Por otro lado, cuestionados 160 investigadores de la Universidad de Delhi sobre el uso de las redes sociales con fines académicos, la gran mayoría indica que es una pérdida de tiempo (48,75% que puede ser una pérdida de tiempo y 35% que efectivamente lo es; sólo un 16,25% opina que no lo es). Sin embargo, un 46% las utiliza para encontrar información relevante, un 35% para encontrar a otros investigadores y un 8,75% para publicar material (Madhusudhan 2012).

También en España se llega a la conclusión de que, aunque los alumnos de primer año de la Universidad no tienen una actitud negativa respecto al uso didáctico de las redes sociales, nunca las han utilizado en el contexto académico. Las expectativas que tienen acerca del "rendimiento académico de las redes sociales son sorprendentemente bajas". Los investigadores también manifiestan que aquellas redes sociales más conocidas y usadas en el ámbito personal por los estudiantes (Facebook, Tuenti, My Space) son a las que éstos asignan mayor expectativas de utilidad pedagógica a futuro (Vidal et al. 2011).

La Universidad de Málaga llevó adelante una investigación sobre el uso académico de las redes sociales que hacen sus estudiantes. El estudio, que utilizó una muestra de 938 estudiantes, parte de una situación en la que los universitarios pasan gran parte de su tiempo en las redes sociales. Las conclusiones apuntan a que el cuerpo docente y las instituciones no le dan la importancia necesaria a estas herramientas en el ámbito académico. El estudio concluye que se hallan ante una paradoja; por un lado el uso intensivo que hacen los estudiantes de las redes y por otro el escaso uso académico que le dan. La mayoría no tiene contactos con profesores ni en Facebook ni en Twitter y perciben el apoyo docente en estos canales como escaso. Esto se debe en parte a la estructura educativa actual donde las relaciones interpersonales y la colaboración en redes no son consideradas con valor educativo. En esta investigación los estudiantes mostraron una actitud positiva hacia el uso de las redes sociales con fines educativos (“estudio” es el tercer motivo de uso), un 59,9% ve como positiva la creación de grupos en redes sociales para los cursos y un 39,8% las prefiere como plataforma educativa más que a los campus virtuales. Al preguntar por las actividades académicas que realizan a través de las redes sociales, se mencionan solucionar dudas sobre una asignatura, estar al día con las novedades de clase y realizar actividades en grupo, pero ninguna de ellas alcanzó la escala de 3 (sobre 5) en frecuencia (Gómez, Roses, y Farias 2012).

En Uruguay, la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República realizó una encuesta a una muestra de usuarios tomada al azar para determinar la red social más popular entre ellos. De los encuestados que no vieron útil la presencia de la biblioteca en las redes sociales, surgieron comentarios relativos a que las redes sociales no son herramientas académicas, su utilización es vista como medio de entretenimiento y comunicación para el tiempo libre y no es un lugar donde recurrirían para buscar información. Como menciona uno de los encuestados: “Si viera algún ejemplo de ventajas, mi opinión cambiaría”, lo que indica el grado de desconocimiento de los usuarios sobre los posibles usos y beneficios de estas herramientas (Andrade y Velázquez 2011). La muestra se realizó a 134 usuarios, de estos, un 48% considera que la presencia de la biblioteca en las redes sociales no es de utilidad, mientras que un 45% lo considera útil y un 7% no sabe o no contesta (datos suministrados por las autoras).

Los estudios reflejados en este apartado legitiman algunas de las ideas que Nieves González considera necesario tener en cuenta antes de crear servicios en la web social: “Hay que pensar cuidadosamente en las necesidades de los usuarios y no usuarios, pero las necesidades reales, no las que nosotros pensamos que tienen. (...) Si lo que les ofrecemos no es fácil de usar y de acceder, se van a lo que les ofrece menor resistencia, que es la web.” La mayoría de los estudios coinciden en que: “por muy valiosos que sean los recursos en sí (y se constata que se perciben como tal), sin embargo, si son poco usables, complicados y no se encuentran integrados con el resto de los recursos que ofrece la biblioteca, no se usan” (Gonzalez 2010a).

Con respecto a la etapa de experimentación de las bibliotecas en la web 2.0 añade: “Es verdad que hace unos años decíamos que había que estar en la web 2.0, y las bibliotecas nos lanzamos a probar todo lo que sonaba a 2.0. Pero esa etapa que comenzó en el 2006/2007 acabó, y ahora tenemos que demostrar el valor de lo que hacemos en la web social. Demostrar el valor debería ser una premisa en nuestro trabajo diario. (...) No entres en los medios sociales sin un plan” (Gonzalez 2010b).

Podemos afirmar que las bibliotecas no pueden inferir que sus usuarios querrán sus servicios en la web social, solamente porque ellos ya están allí. Están presentes, pero tal vez haciendo otras cosas y con otras expectativas. Esto no significa que no debamos participar, sino que es necesario desarrollar servicios que se perciban como útiles, no como una intromisión. Se desprende de la literatura citada en este apartado que los usuarios están a favor de servicios que les aporten valor y que estén alineados con su forma de trabajo y los temas de su interés. Si hasta ahora se han visto poco cautivados por los servicios de las bibliotecas en la web social, no necesariamente implica que las bibliotecas no deben estar en la web social, sino tal vez, que los servicios deben ser diferentes. Tampoco podemos basar esa decisión únicamente preguntándoles a nuestros usuarios qué es lo que quieren, porque en muchos casos no sabrían exactamente qué es o no se imaginan todo el potencial que la biblioteca tiene a través de estos medios, pero un profesional de la información sí tiene la formación, la capacidad, la experiencia y el conocimiento del usuario para desarrollar herramientas útiles para ellos en la web social.

3. Contexto de la investigación

En los siguientes apartados se brinda una breve introducción a la web social, desde el origen del término hasta su acepción actual. A continuación se analiza la situación de la web social en América Latina y en particular en Uruguay, país donde se desarrolla el estudio.

3.1 Breve introducción a la web social

Aunque el término web 2.0 se atribuye comúnmente a un empleado de O'Reilly Media, una mención anterior documentada corresponde a la consultora en arquitectura de la información Darcy DiNucci. En un artículo publicado en 1999, DiNucci emplea el término web 2.0 para representar la idea de una web que ya se empezaba a vislumbrar, donde la clave es la interacción. Aunque lógicamente el término no era utilizado con todas las connotaciones que tiene hoy en día, DiNucci hablaba de la web 2.0 como una web que se permea a través de una gran variedad de dispositivos, televisión, teléfono, automóvil, y afirmaba que la web de ese entonces era sólo el principio de una web por venir (DiNucci 1999). Finalmente el término ganó popularidad a través del uso dado por empleados de O'Reilly Media y MediaLive en su sesión de brainstorming, culminando en la primera conferencia sobre la web 2.0 en el 2004.

El término web 2.0 se originó hace ya muchos años, y hay quienes afirman que está por desaparecer, aún cuando su significado no ha sido definido por completo y de forma consensuada. Ha cambiado con el tiempo, a medida que las tecnologías avanzan, y se define más a menudo a través de sus características. Ante las críticas de que simplemente había listado un conjunto de características, más que creado una verdadera definición, en 2006 Tim O'Reilly hizo el intento y definió la web 2.0 como:

“un conjunto de tendencias económicas, sociales y tecnológicas que colectivamente forman la base para la siguiente generación de Internet - un medio más maduro y diferenciado, caracterizado por la participación del usuario, la apertura y el efecto de red.”¹ (O'Reilly Radar 2006).

¹ “Web 2.0 is a set of economic, social, and technology trends that collectively form the basis for the next generation of the Internet—a more mature, distinctive medium characterized by user participation, openness, and network effects.” [Trad. propia]

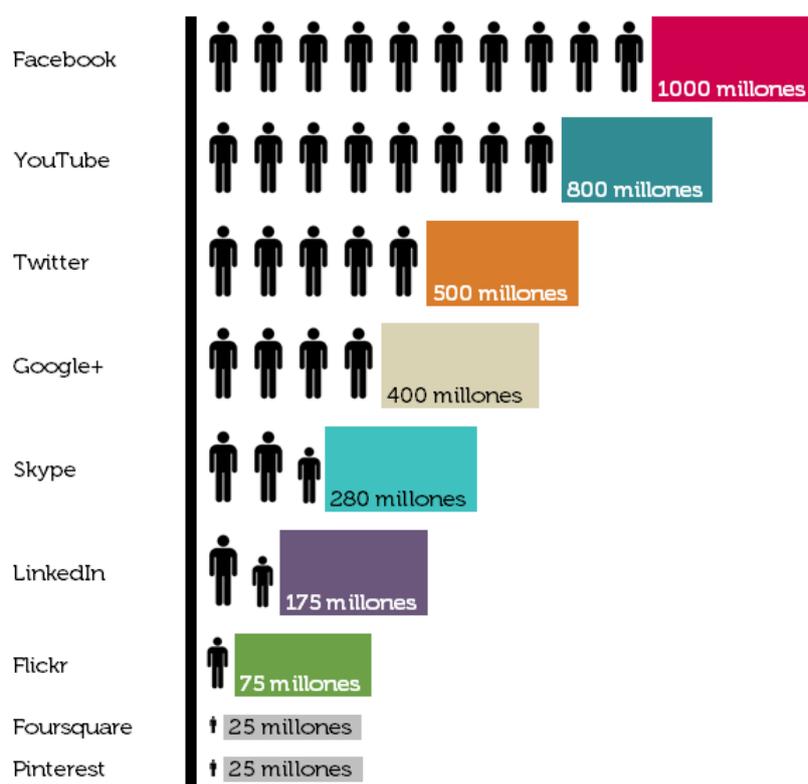
Como bien destaca esta definición, no se trata solamente de elementos tecnológicos, sino de un fenómeno también económico y social. Algunas de las particularidades principales que mencionaba O'Reilly sobre la web 2.0 son: la web como plataforma, el poder la inteligencia colectiva, el beta perpetuo, la importancia de los datos como fuente de información, los usuarios como creadores y el valor que éstos agregan: cuantas más personas utilizan una aplicación más ésta crece y mejora (O'Reilly 2005). Se basa en elementos como el grupo de tecnologías AJAX (Asynchronous JavaScript and XML) asíncronas y dinámicas, mientras que la web llamada 1.0 se basaba en el antiguo HTML, permitiendo a los usuarios solamente ver y descargar información estática.

La web 2.0 o web social es un avance de la web tal y como se conocía, hacia una tecnología más participativa y social. Es un cambio de un sistema donde pocos publicaban para muchos, a uno donde todos pueden publicar para todos. El creador de la World Wide Web, Tim Berners-Lee siempre afirmó que la interacción social es de lo que se trató la web desde sus inicios y que la web social no es más que el paso lógico que seguía en su evolución (Berners-Lee 2006). Muchos concuerdan con esta idea de que en realidad la web 2.0 es más una actitud o una forma de usar la web, que un verdadero progreso tecnológico. De todas formas, el término cobró popularidad y comenzó a utilizarse para referirse a un cambio, a un quiebre entre lo que era la web hasta el momento y lo que empezaba a ser.

La web social ha permeado todos los ámbitos de la sociedad, fomentando la creación y el aprendizaje colaborativo desde iniciativas de colaboración abierta y distribuida como el crowdsourcing, hasta el arte social o los juegos sociales. Algunos ejemplos de sitios y herramientas que están dentro de esta categoría 2.0 son Facebook, Twitter, blogs, wikis, mundos virtuales, RSS, YouTube, Google+, Pinterest, y cada día surgen nuevos.

En los últimos años, la web social se ha convertido en un modo de vida para muchas personas. Con el avance de las tecnologías móviles, la web social toma un nuevo impulso, permitiendo a las personas estar conectadas de forma permanente y desde cualquier parte. Los avances en este sentido son tales que ya estamos ante la presencia de tecnología que se puede vestir, como es el caso de los nuevos Google Glass, una pequeña computadora con forma de armazón de lentes, que se maneja con comandos de voz, y que permite filmar y grabar sonido, hacer búsquedas al instante o utilizarse como GPS, entre otras funciones. Éste es sólo uno de los ejemplos de realidad aumentada o, lo que Tim O'Reilly ha dado en llamar "Web Squared" o "Web al cuadrado", que implica la integración del mundo real con el virtual. Según O'Reilly la web es cada vez menos sobre describir algo del mundo y cada vez más "es el mundo" (O'Reilly y Battelle 2009).

FIGURA 2: USUARIOS DE LOS MEDIOS SOCIALES AL CIERRE DE 2012



Mientras que para algunos “web 2.0” se trata más de las tecnologías y las aplicaciones, y el término “web social” se enfoca en la participación del usuario y cómo éste interactúa y se comunica, en este trabajo se usarán web 2.0 y web social como sinónimos.

Para tener una idea de la cantidad de personas que atrae la web social, en la figura 2 se muestra la cantidad de usuarios que utilizan los principales medios sociales al cierre de 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos de Socialmedia Network (2013)

3.2 La web social en América Latina

América Latina cuenta con casi 190 millones usuarios de Internet y un porcentaje de penetración del 48,2%, según cifras a junio de 2012 (Internet World Stats 2012a). El promedio de penetración de telefonía móvil en esta región es del 106%. Panamá, Uruguay y El Salvador ocupan los primeros lugares en la lista con 151%, 141% y 140% respectivamente. Aunque llega tan sólo a un 12% de la población, el de Uruguay es el mayor índice de penetración de banda ancha fija de la región. Se prevé que la penetración de teléfonos inteligentes en Latinoamérica se triplique de un 9% en 2010 a un 33% en 2014 (GSMA 2012).

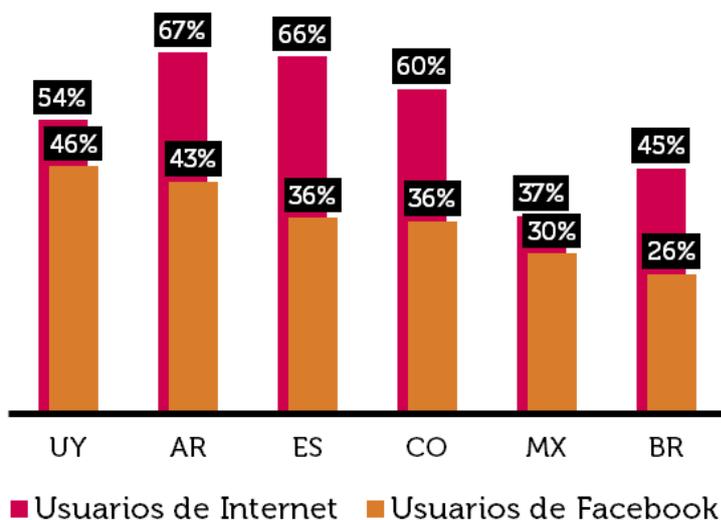
De todas las herramientas de la web social, los sistemas de redes sociales son los que tienen mayor número de adeptos en el mundo, y esto se refleja en los usuarios de Internet latinoamericanos:

“Latinoamérica tiene cinco de los mercados más afines a redes sociales a nivel mundial. Los usuarios de Internet en Argentina tuvieron un promedio de 10,7 horas en sitios de redes sociales en Diciembre 2011, seguidos por chilenos (9,5 horas por visitantes), peruanos (8,7 horas), colombianos (7,6 horas) y mexicanos (7,1 horas).” (ComScore, Inc. 2012a)

Latinoamérica es la región más involucrada en redes sociales a nivel mundial, con más de 127 millones de personas visitando algún sitio de redes en Abril de 2012 y un promedio de 7,5 horas por persona al mes. Facebook cuenta con 114,5 millones de visitas únicas y 460 minutos

promedio por persona, Twitter tiene 27,3 millones y un promedio de 22,5 minutos. Orkut está tercero con 25,7 millones (casi todos de Brasil). Slideshare contó con 12,8 millones y Pinterest es la red emergente en la región con 1,3 millones de visitas (ComScore, Inc. 2012b).

FIGURA 3: RELACIÓN ENTRE POBLACIÓN TOTAL, USUARIOS DE INTERNET Y USUARIOS DE FACEBOOK



Fuente: Elaboración propia basada en datos de Infolatam 2012; Internet World Stats 2012a; Internet World Stats 2012b.

Los países de habla hispana con mayor presencia en Facebook son: México (34 millones), Argentina (18 m.), Colombia (16 m.) y España (17,6 m.), por su parte Brasil cuenta con 50 millones (Infolatam 2012; Internet World Stats 2012b).

En la figura 3 se compara el porcentaje de usuarios de Internet y de Facebook en relación al total de la población de cada país.

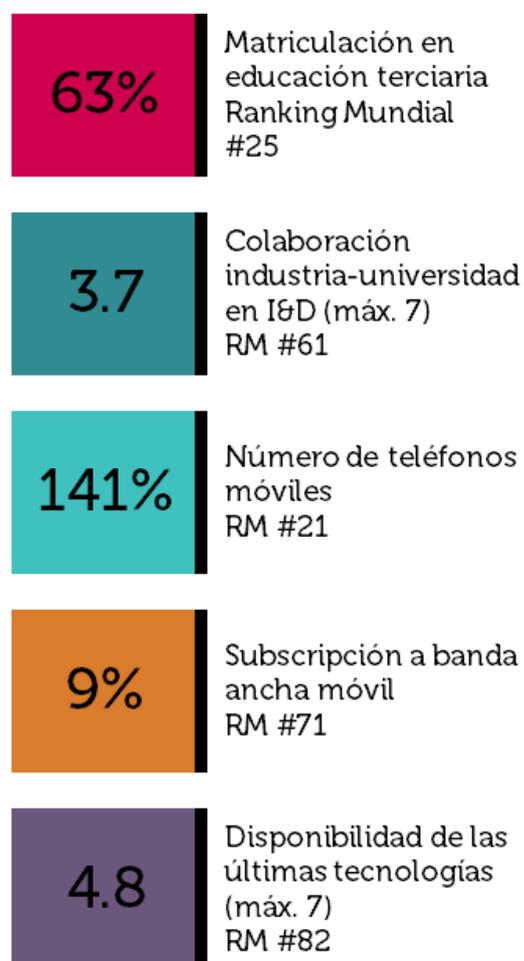
Mientras algunas herramientas se perfilan con un marcado acento social y personal, como el caso de Facebook, otras son consideradas más profesionales o académicas, como Twitter.

Una encuesta realizada en Brasil plantea que la información es el principal atractivo de esta red social. De 868 personas consultadas, la mayoría respondió que utiliza Twitter principalmente para leer noticias y acceder a información de interés (69,4%). Mientras que el 86% de los usuarios de Orkut entrevistados manifiesta que su principal interés es mantener contacto con amigos, ocupando el segundo lugar el divertirse y usarlo como pasatiempo (53,6%) (In Press Porter Novelli y E.life 2009).

En Latinoamérica los usos emergentes de la web social se centran en la geolocalización (con un crecimiento del 63%) así como las llamadas de voz por IP o VoIP (crecimiento del 15%), mientras que chatear bajó un 23%. El acceso a Internet es cada vez más desde el hogar, desde dispositivos móviles y diario. También aumentó el solapamiento con otras actividades como ver televisión. Los dispositivos preferidos para buscar información continúan siendo la computadora de escritorio y la laptop y para acceder a las redes sociales laptop y teléfono móvil (Tendencias Digitales 2012).

3.3 El contexto uruguayo

FIGURA 4. ESTADÍSTICAS SOBRE EDUCACIÓN, TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN EN URUGUAY



Fuente: Elaboración propia con datos de Schwab 2012

Uruguay tiene una población de 3,5 millones de habitantes y es el tercer país con mayor penetración de Internet en Latinoamérica, después de Argentina y Chile. Se encuentra en el puesto 25 del ranking mundial de matriculación en educación terciaria. Su ratio es de 63,3, superior al de países como Holanda (62,7), Canadá (60) y Chile (59,2) (Schwab 2012).

Uruguay está en la posición número 50 del Índice de Desarrollo de las TIC (IDI), realizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU), que abarca 155 países. Esto lo sitúa primero entre los países latinoamericanos, seguido de Chile (55), Argentina (56) y Brasil (60), y lo convierte en unas de las 5 primeras economías de las Américas en el ranking. El IDI se compone de 3 sub-índices a medir con relación a las tecnologías: acceso, uso y habilidades (ITU 2012).

Los usuarios de Internet uruguayos llegaron a 1.855.000 (al 30 de junio de 2012) (Internet World Stats 2012b). Según el índice web 2.0 de Tendencias Digitales, Uruguay ocupa el lugar número 12 en Latinoamérica con 66%, por debajo del promedio regional y bajando radicalmente desde el informe del 2011 en el que ocupaba el tercer lugar (81%), precedido de Colombia y Venezuela.

El informe toma en cuenta cuatro dimensiones para elaborar este ranking: adopción de los usuarios a la web 2.0, creación de contenido, compartir contenido e influenciar.

Los usuarios uruguayos de la web social crean y adoptan, más que influyen. Su actividad como usuarios 2.0 se concentra en lo transaccional (al igual que Argentina y Venezuela), esto incluye sitios de descuentos, bancos, compra/venta, clasificados, etc. (Tendencias Digitales 2012). Sin embargo, en relación al total de población de cada país, Uruguay está entre los primeros en el uso de Facebook, con aproximadamente la mitad de sus habitantes. En un año la cifra se duplicó 714.060 usuarios en abril de 2010 a 1.186.700 usuarios en abril de 2011. De esta última cifra, 7.600 son estudiantes universitarios y 64.380 tienen estudios universitarios terminados (Oyhenard 2012). Datos de Internet World Stats muestran que los usuarios de Facebook al 30 de setiembre de 2012 ascienden a 1.646.740 (Internet World Stats 2012b).

Según cifras del Grupo Radar de agosto 2012, los usuarios de Internet uruguayos se conectan un promedio de 10.1 horas por semana. Un 77% se conectó a Facebook y otras redes sociales

en el último mes (subiendo de 61% en 2010) y un 28% indican que este es su principal uso de Internet. De los usuarios de redes un 99% usan Facebook (1.230.000 personas), 11% usa Twitter, un 2% Sónico, un 2% Badoo y un 2% LinkedIn. Hay casi 150.000 blogs uruguayos (70% para uso personal, 20% para uso profesional, 10% para ambos). Sólo un 7% de los usuarios de Internet acostumbra escribir comentarios en otros blogs. Un 29% de los usuarios de Facebook de entre 20-29 años lo utiliza todos los días, y el 22% cada dos o tres días. Entre los usos habituales más mencionados de Facebook se encuentran: chatear (73%), compartir enlaces (48%), comentar el estado de amigos (47%), subir fotos (44%). No se incluyen en esta encuesta del Grupo Radar preguntas sobre uso académico o profesional. En promedio, el usuario de Facebook uruguayo tiene 400 amigos, sigue a 6 marcas y el 20% se conecta desde un dispositivo móvil.

Twitter es la segunda red más popular, contando con unos 140.000 usuarios, de los cuales un 32% se conecta desde un dispositivo móvil. En cuanto a seguidores y personas seguidas, la cifra es mucho más baja que en Facebook: la mitad sigue a menos de 50 usuarios y un 62% tiene menos de 50 seguidores. Los principales usos habituales de Twitter son: ver lo que escriben amigos (50%), responder tuits de contactos (46%), leer noticias (41%), informarse en tiempo real (32%), seguir a marcas, empresas o instituciones (12%), aunque 69% no lo hace nunca. Si comparamos estos usos con los de Facebook podemos notar una tendencia más informativa en el uso de Twitter.

En cuanto al grado de interacción y participación de los usuarios con empresas o instituciones, un 3% de los usuarios de Internet escribe comentarios sobre marcas con regularidad, mientras que un 10% lo hace a veces (sumando en total aproximadamente 200.000 personas). La mayoría de los usuarios aprueba la publicidad en redes sociales (sólo un 4% la desaprueba).

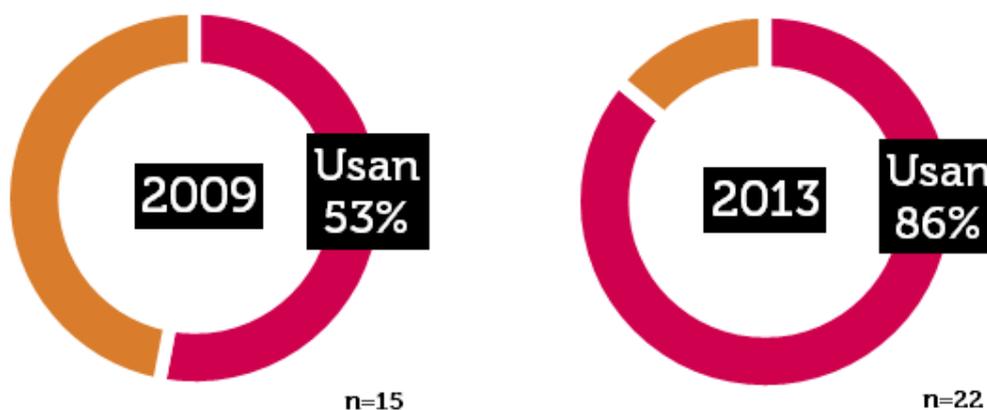
El 80% de los encuestados no utiliza Internet para hablar, pero de los que lo hacen (20%, lo que equivale a 218 personas), un 93% utiliza Skype. Del 57% que sube fotos, todos lo hacen en Facebook. Un 20% sube videos (87% en Facebook y 22% en YouTube). También los que chatean habitualmente (un 72%) lo hacen mayoritariamente en Facebook (86%, seguido de lejos por el MSN 28% y Gmail/Skype empatados con 6%). Un 17% usa Internet desde su teléfono celular, en su gran mayoría para acceder a redes sociales (79%, 23 puntos más que hace dos años). Sólo un 29% busca información sobre marcas en las redes sociales y un 15% confía en esa información (Grupo Radar 2012). La cifra de usuarios uruguayos en Google+ es de 114.896 personas (a diciembre de 2012). De estos, aproximadamente un tercio son mujeres, y el 57% se encuentra en el rango etario de 18 a 24, mientras que un 22,5% tiene entre 25 y 34 años (PlusDemographics 2012).

Según la compañía Alexa Internet, dentro de los 500 sitios más visitados en Uruguay se incluyen varios sitios de la web social. Facebook ocupa el primer lugar, en cuarto lugar se encuentra YouTube, Blogspot está en séptimo lugar, Twitter en el puesto 11, LinkedIn en el 15, Slideshare en el 138, por mencionar algunos ejemplos (datos a Diciembre 12, 2012) (Alexa Internet 2012).

3.4 Cambios en el panorama de la web social en las bibliotecas universitarias uruguayas en los últimos años

En este apartado se comparan los datos obtenidos en el estudio publicado en junio 2010 (García-Rivadulla 2010) con los datos recabados en enero de 2013 para esta investigación. La recolección de datos para el estudio anterior se realizó durante los últimos meses del 2009, mediante una encuesta en línea que respondieron los responsables de cada biblioteca. Se obtuvo la participación de 15 bibliotecas, siendo 12 de la Universidad de la República (UdelaR) y 3 de universidades privadas. Para comparar con datos actuales del 2013 se realizó una exploración de los sitios web de 22 bibliotecas (18 de la Universidad de la República y 4 de universidades privadas), por lo que se incluyen algunas bibliotecas que no habían respondido el cuestionario en el 2009. También se realizaron búsquedas en cada uno de los sitios de la web social incluidos en busca de perfiles de bibliotecas que no estuvieran mencionados en sus sitios web.

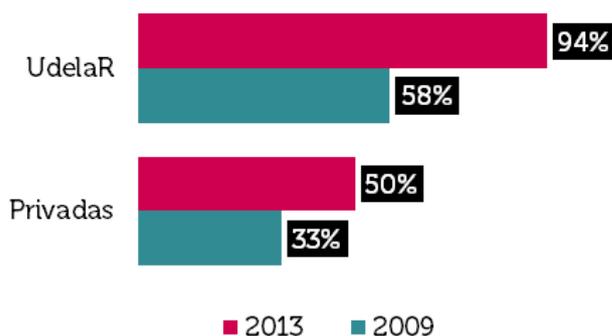
FIGURA 5. USO DE LA WEB SOCIAL POR LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS EN 2009 VS. 2013



En 2009 se halló que había 7 bibliotecas de la UdelaR que utilizaban alguna herramienta de la web social, y 5 que no, mientras que de las 3 bibliotecas de universidades privadas, una utilizaba, y otras 2 no. Las herramientas más utilizadas en el ámbito público fueron: blogs, herramientas de autoría colaborativa (por ejemplo wikis) y herramientas para compartir imágenes (cada una de ellas utilizada por 3 bibliotecas). El chat y las plataformas para cursos en línea eran utilizadas por 2 bibliotecas respectivamente. Los marcadores sociales, las herramientas para compartir videos, los foros y Facebook eran usados por una biblioteca en cada caso. No se encontraron bibliotecas que utilizaran RSS, comunidades virtuales, Twitter o realidad virtual.

En las bibliotecas del ámbito privado, sólo una utilizaba la web social y lo hacía mediante una única herramienta; el blog. En resumen, sumando todas las bibliotecas, la herramienta más usada era el blog (4), seguido de las herramientas de autoría colaborativa (3), servicios sociales para publicar y compartir imágenes (3), plataformas para cursos en línea (2) y chat (2). En 2010, todas las bibliotecas encuestadas afirmaban que la adopción de estas tecnologías era importante, principalmente para mejorar la comunicación con el usuario.

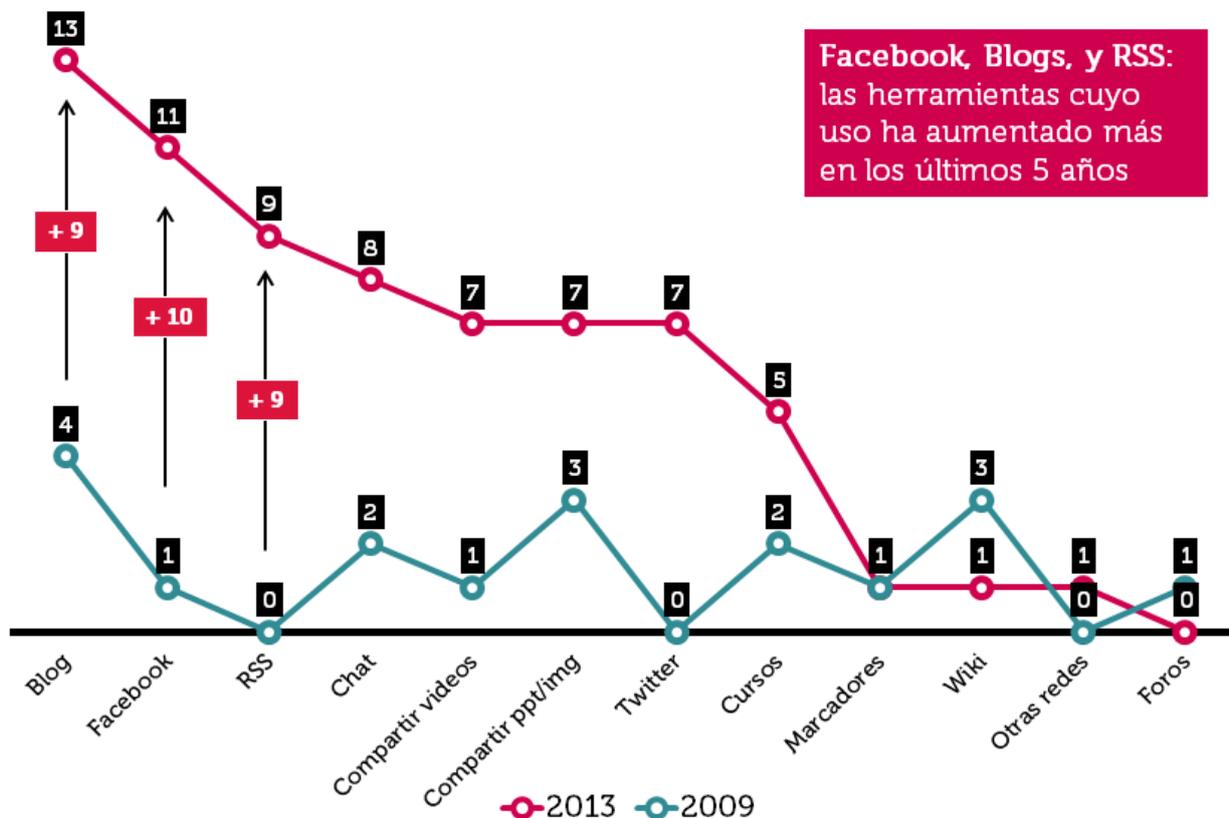
FIGURA 6. EVOLUCIÓN DEL USO DE LA WEB SOCIAL POR TIPO DE BIBLIOTECA



En la actualidad, la cifra de bibliotecas que utiliza alguna de las herramientas de la web social subió de 53% a 86% (Figura 5). En la siguiente figura se muestra como se distribuye esta cifra entre públicas y privadas (Figura 6).

A continuación, en la figura 7, se muestra cuáles son las tecnologías cuya adopción por parte de las bibliotecas ha crecido más desde el 2009.

FIGURA 7. NÚMERO DE BIBLIOTECAS QUE UTILIZA CADA TECNOLOGÍA



La geolocalización, foros o grupos de discusión, podcasts, Skype, mundos virtuales, Google+ y Pinterest no son utilizados por ninguna biblioteca. Con excepción de los foros, ninguna de estas herramientas era utilizada en el 2009 tampoco. En cuanto a la geolocalización, si bien ninguna biblioteca tiene página en Foursquare, por ejemplo, 8 han sido etiquetadas (5 de la UdelaR y 3 privadas) pero ninguna ha reclamado su página aún.

Facebook ha sido el que más crecimiento demostró en este período, pasando de una sola biblioteca a ser utilizado por 11. Los blogs y las tecnologías RSS tuvieron un aumento de nueve bibliotecas más que en 2009. El uso de foros, la herramienta que más se pensaba en utilizar en 2009, no solamente no aumentó, sino que la cantidad de bibliotecas que lo utiliza pasó de una a ninguna. Es importante resaltar que tanto el RSS como Twitter no se utilizaban en ninguna biblioteca y actualmente se usan en 9 y 7 respectivamente. Compartir videos también tuvo un gran crecimiento pasando de una biblioteca a siete. Las 2 herramientas que experimentaron un descenso en el uso fueron las wikis (de 3 a 1) y los foros (de 1 a ninguna).

FIGURA 8. ¿MENCIONAN LAS BIBLIOTECAS ESTAS HERRAMIENTAS EN SUS PÁGINAS WEB?



De las 19 bibliotecas que utilizan la web social se halló que un 32% (6 bibliotecas) no menciona ninguna de sus herramientas en su página web institucional.

Esto puede deberse a que algunas iniciativas son nuevas, y además, a que las páginas web de las bibliotecas, que se encuentran dentro del sitio de una institución mayor, son difíciles de actualizar ya que a menudo no son controladas por el personal de biblioteca sino por otros servicios dentro de la universidad.

¿Cuál es la respuesta de los usuarios ante estos servicios? Una de las preguntas del cuestionario del estudio realizado en 2009 apuntaba a evaluar la receptividad de los usuarios. Como la encuesta fue respondida por personal de cada biblioteca, el grado de uso se vio determinado por la percepción del bibliotecólogo. La mayoría de las bibliotecas afirmaban que los usuarios para los que estos servicios se crearon los utilizan poco. Dos bibliotecas de la UdelAR afirmaban que sus usuarios utilizaban mucho sus servicios. Ninguna de las bibliotecas respondió que sus usuarios no utilizaban sus servicios o productos 2.0. Se comprobará, más adelante, qué tan acertada es esta percepción al compararla con las respuestas obtenidas en esta investigación.

4. Metodología

Se eligió una metodología exploratoria y descriptiva para enfocar el trabajo. Es descriptiva porque el objetivo no es evaluar una hipótesis de trabajo sino describir características dadas de la población elegida y lograr la comprensión de un fenómeno. Es un estudio transversal, ya que se busca explorar la situación de la población en un momento dado. Las variables dependientes e independientes se miden al mismo tiempo mediante una única herramienta. La herramienta de recolección de datos seleccionada fue el cuestionario en línea de autoaplicación. Los estudios transversales son útiles para determinar el total de casos que cumplen con determinadas características, para que luego puedan ser estudiadas más a fondo con otro tipo de métodos. El estudio es en su mayor parte cuantitativo ya que se centra en recolectar y analizar datos numéricos.

4.1 Universo de estudio y definición de la muestra

El universo o población a estudiar comprende a todos los estudiantes, docentes, egresados e investigadores de las distintas facultades de la Universidad de la República (UdelaR) en Montevideo, así como de las principales universidades privadas: Universidad de Montevideo (UM), Universidad ORT Uruguay, Universidad de la Empresa (UDE) y Universidad Católica del Uruguay. La muestra obtenida fue de 151 personas.

FIGURA 9. NÚMERO DE ALUMNOS, EGRESADOS Y DOCENTES POR UNIVERSIDAD

Cifras 2011	Alumnos	Egresados	Docentes
Universidad de la República	18,468	5,284	9,677
Universidad ORT Uruguay	11,636	847	1,754
Universidad Católica del Uruguay	8,895	515	3,283
Universidad Montevideo	2,290	335	649
Universidad de la Empresa	2,306	195	607
Total	43,595	7,176	15,970

Fuente: INE. Anuario Estadístico 2012 (Uruguay. Instituto Nacional de Estadística 2012)

Para obtener un estimado de la cantidad total de egresados universitarios en Uruguay, simplemente con fines ilustrativos, se tomaron los datos de la Caja de Profesionales Universitarios. Al 31 de diciembre de 2012 se contaba con 51.530 socios activos y 47.908 con declaración de no ejercicio, sumando un total de 99.438 profesionales (Uruguay. Caja de Jubilaciones y Pensiones de Profesionales Universitarios 2012). El censo del Instituto Nacional de Estadística en 2011 revela que la cifra de personas en Montevideo, de 25 o más años de edad, con un máximo nivel educativo alcanzado de universidad o posgrado es de 179.121 personas. De estos, 78.463 son hombres (44%) y 100.658 son mujeres (56%) (Uruguay. Instituto Nacional de Estadística 2011).

La distribución de las respuestas con respecto al vínculo con la universidad fue de: 66 estudiantes, 20 docentes y 65 egresados/investigadores. La muestra se dividió en 107 mujeres y 43 hombres (uno de los encuestados no respondió esta pregunta). Dado que la mayoría de las preguntas era de respuesta obligatoria, todos los cuestionarios recibidos fueron válidos. Se obtuvieron respuestas de 16 facultades de la UdelaR y 3 universidades privadas (Universidad de Montevideo, Universidad ORT Uruguay y Universidad Católica del Uruguay).

4.2 Técnicas y herramienta para la recolección de datos

Para poder cumplir los objetivos de la investigación se seleccionaron 2 modalidades de acuerdo a las características de la información que se necesita. Para el objetivo 1; conocer el estado actual de las bibliotecas académicas uruguayas en la web social, se exploraron los sitios web de las bibliotecas universitarias de Montevideo, así como diversos sitios de la web social donde podían tener sus servicios. Para recabar la información necesaria para los objetivos 2 y 3 se utilizó la modalidad de encuesta. Se diseñó un formulario de recolección de datos en línea de autoaplicación que consta de 31 preguntas, la mayoría de múltiple opción. El cuestionario fue dividido en 3 secciones:

1. Demográficas / Generales
2. Las bibliotecas universitarias en la web social
3. Usos de la web social con otros fines académicos/profesionales y personales/sociales (excluido el uso de la biblioteca)

La primera sección cuenta con preguntas de índole general como edad, sexo y vínculo con la universidad y está compuesta de 9 preguntas. La segunda sección se titula “Las bibliotecas universitarias en la web social”, integrada por 17 preguntas. Este apartado tiene como finalidad averiguar el uso que se hace de las herramientas de la web social que posee la biblioteca, la percepción sobre las mismas y el nivel de interacción alcanzado. La tercera sección trata del uso más general, relacionado a actividades profesionales/académicas (diferentes a la biblioteca) y personales/sociales. Ésta cuenta con 4 preguntas, más una pregunta abierta final para dejar lugar a comentarios o aclaraciones. Para la creación de esta herramienta se evaluaron varias aplicaciones eligiendo finalmente la opción de formularios en Google Drive.

Se seleccionó el cuestionario como herramienta ya que es fácil y rápido de distribuir y de responder, logrando una gran cantidad de respuestas, en un plazo relativamente corto. Además, es una técnica no invasiva ya que el individuo puede responder al momento de su conveniencia, o no responder, con la ventaja del anonimato. Se utilizaron una combinación de preguntas sobre actitudes y comportamientos, así como preguntas más objetivas para lograr un acercamiento a cómo piensan y actúan los encuestados.

La mayoría de las preguntas son cerradas, de múltiple opción. En una de ellas se utilizó una escala de Likert. La escala de Likert, diseñada por Rensis Likert, se caracteriza por permitir que el encuestado manifieste su nivel de acuerdo o desacuerdo con determinada afirmación, capturando de esta forma la intensidad de su percepción sobre un tema. Todas las preguntas abiertas fueron de respuesta no obligatoria. Las preguntas se plantearon tratando de no crear preconceptos o guiar de forma alguna al encuestado en su respuesta. Se eligió un vocabulario claro y apropiado para el nivel educativo, tratando de evitar ambigüedades o preguntas contradictorias y prefiriendo las oraciones cortas y simples.

4.3 Prueba piloto y distribución

Antes de hacer público el cuestionario se realizó una prueba piloto con 5 personas seleccionadas, luego de la cual se perfeccionaron algunos detalles, logrando una versión final mejorada. Para la distribución se eligió una muestra por conveniencia, utilizando la técnica de “bola de nieve” o “*snowball sampling*” donde se comienza enviando el cuestionario a personas que cumplen las características deseadas de la muestra y se pide que reenvíen el mismo a otras con similares características. La encuesta se distribuyó a través de diversos canales, como la web social y listas de correo de profesionales, docentes y estudiantes. La recolección de datos se llevó a cabo de enero a marzo de 2013.

4.4 Limitaciones de la herramienta

El cuestionario se distribuyó y se completó en línea, por lo que limita la muestra de personas que puedan contestarla. La selección de la muestra por conveniencia hace más factible que las

personas con mayor nivel de competencias digitales, con conexión a Internet o con una predisposición favorable a las tecnologías respondieran. Por otro lado, se buscaba averiguar el uso que hacen las personas de la web social de su biblioteca por su percepción de la utilidad de estos servicios, no sería relevante en este caso encuestar a aquellos que no pudieran acceder por razones ajenas a su voluntad como no contar con conexión a Internet. Al ser una encuesta de autoaplicación debemos confiar en que los que respondan lo hagan con honestidad y seriedad y que no completen la encuesta más de una vez. La longitud de la encuesta también pudo determinar que algunas personas no la completaran. Se tiene en cuenta que tal vez haya diferencias entre el comportamiento reportado y la realidad basadas en lo que se considera la respuesta correcta o esperada, aunque se espera haber reducido este factor al ser el formulario anónimo.

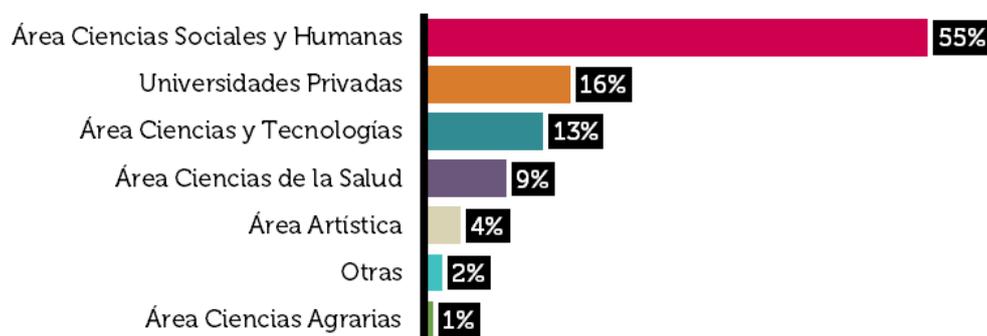
5. Presentación e interpretación de los resultados

Este capítulo está dedicado por completo a describir e interpretar los resultados de este estudio, donde se analiza la percepción de los usuarios de universidades uruguayas sobre los servicios de las bibliotecas en la web social.

5.1 Perfil demográfico y características generales de los encuestados

En la primera parte del cuestionario se identificaron las características demográficas y otros atributos generales de los encuestados. Estudiantes, docentes y egresados de todas las áreas de la universidad respondieron la encuesta, en diversas proporciones. El área con más respuestas fue el de Ciencias Sociales y Humanas con un 55%. Las universidades privadas aparecen en segundo lugar con un 16%. La división realizada por áreas en el caso público y por universidad en el caso privado responde al hecho de que se agrupan las respuestas por la biblioteca por la cual se responde. En el caso de las privadas, brindan servicios a todas sus áreas con una única biblioteca o sistema de bibliotecas que para este estudio se toma como una unidad. El porcentaje de respuestas agrupadas por área se puede ver en la figura 10.

FIGURA 10. PORCENTAJE DE RESPUESTAS POR ÁREA ACADÉMICA



En relación con el vínculo de los encuestados con la universidad, el mayor número de respuestas corresponden a estudiantes (44%) y egresados (43%), seguidos por los docentes (13%) (Figura 11). El rango etario de 18 a 30 años, llamados “millennials” o Generación Y, tuvo el mayor número de respuestas (64%), seguido de las personas de 31 a 40 años (conocidos

como Generación X), y los mayores de 41 con 18% cada categoría (Figura 12). Aproximadamente dos tercios de las respuestas corresponden a mujeres (Figura 13).

FIGURA 11. RESPUESTAS POR VÍNCULO CON LA UNIVERSIDAD

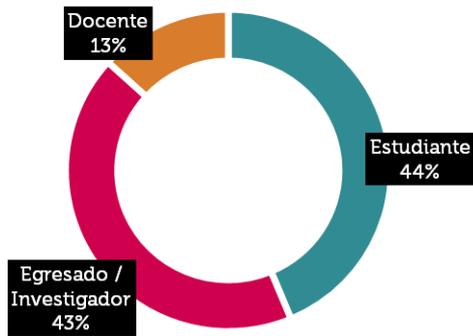


FIGURA 12. RESPUESTAS POR EDAD

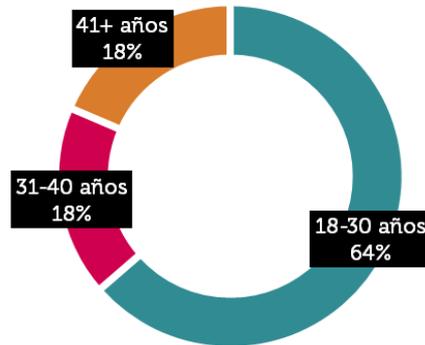
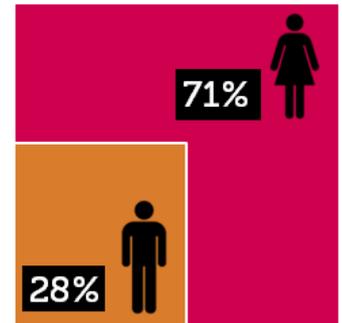


FIGURA 13. RESPUESTAS POR GÉNERO



Consultados sobre sus dispositivos y lugares de conexión habituales, se halla que la mayoría se conecta desde una laptop (86%), seguida por la computadora de escritorio (75%). Un 40% se conecta desde su teléfono celular y tan sólo el 17% lo hace desde una tablet. Los dispositivos de conexión móviles todavía están muy por debajo en comparación con los más tradicionales (Figura 14). El lugar de conexión preferido por unanimidad es el hogar, casi todos los encuestados se conectan desde allí. El segundo lugar es el trabajo con un 79% (Figura 15).

Los mayores de 41 años se conectan más desde computadoras de escritorio (89%) y en último lugar desde tablets y teléfonos (21% cada uno). Los usuarios de 31-40 años se conectan principalmente de sus laptops y computadoras de escritorio (78% cada una), y en último lugar de una tablet (15%). Los usuarios más jóvenes (18-30 años) prefieren la laptop (94%), seguida de computadora de escritorio (70%), teléfono (45%) y en último lugar tablet con 17%.

FIGURA 14. DISPOSITIVOS DE CONEXIÓN A INTERNET

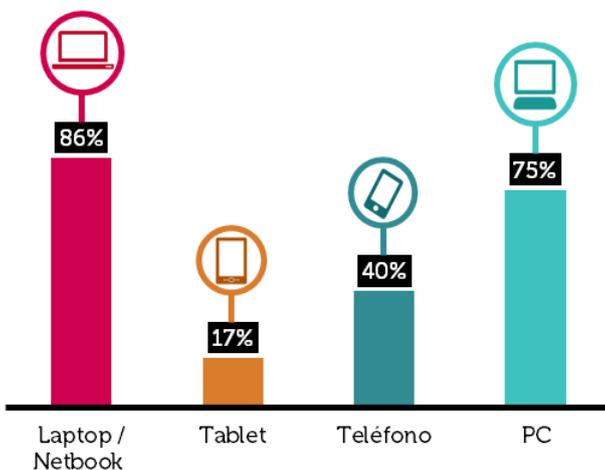
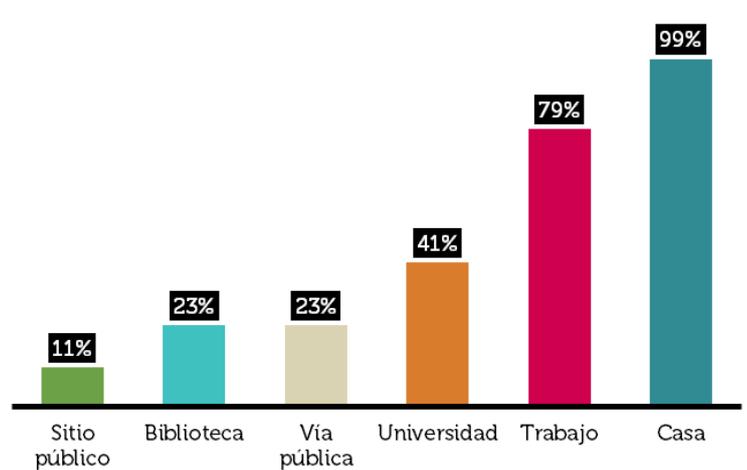


FIGURA 15. LUGARES DE CONEXIÓN



5.2 Nivel de uso de la biblioteca universitaria en persona

Un 29% afirma utilizar frecuente o muy frecuentemente la biblioteca física de su universidad, mientras que más de un 50% la utiliza poco y nada (Figura 16). Sin embargo, una gran cantidad afirma tener una opinión favorable sobre los servicios que allí se brindan, casi la mitad (49%) están satisfechos o muy satisfechos con ellos (Figura 17). Si se observan las respuestas a estas dos preguntas por edades, un 22% de los encuestados de 31-40 años utiliza frecuente o muy frecuentemente la biblioteca física y un 49% está satisfecho o muy satisfecho con sus servicios. De los usuarios de 18-30 años, un 26% usa la biblioteca física frecuente o muy frecuentemente y un 46% está satisfecho o muy satisfecho con sus servicios. Del grupo comprendido por personas de más de 41 años, un 46% utiliza la biblioteca física frecuente o muy frecuentemente y un 61% está satisfecho o muy satisfecho con sus servicios.

FIGURA 16. ¿USAS LA BIBLIOTECA FÍSICA DE TU UNIVERSIDAD?

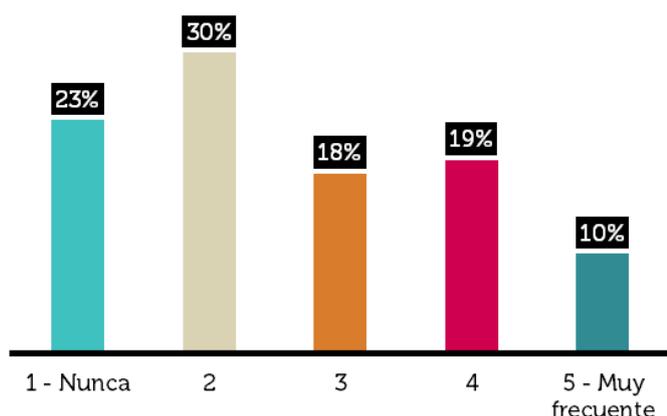
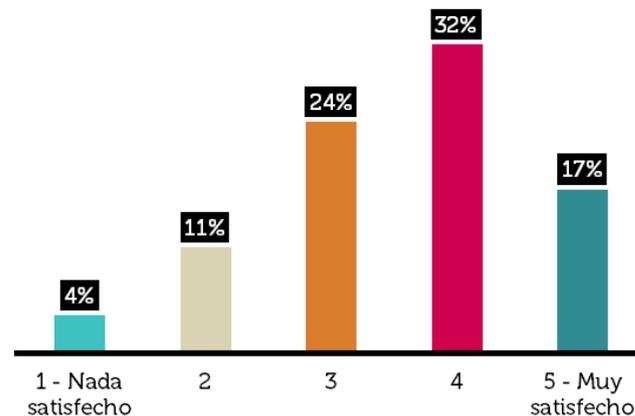


FIGURA 17. ¿ESTÁS SATISFECHO CON LOS SERVICIOS QUE ALLÍ SE BRINDAN?



Cuestionados acerca del porqué de este uso o falta de uso, las inquietudes más mencionadas por los usuarios acerca de la biblioteca física pueden resumirse en: la lejanía física que dificulta acudir a la biblioteca, las colecciones desactualizadas, la poca cantidad de ejemplares en préstamo y la facilidad e inmediatez de buscar el material en la web. Algunos de los comentarios obtenidos se pueden apreciar a continuación:

- “Distancia complicaciones al momento de querer llevar prestado un libro no hay variedad textos viejos.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “Debido a que [egresé] y perdí gran contacto con la misma” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, hombre).
- “Es más sencillo y rápido usar internet.” (UdelaR, 18-30 años, estudiante, mujer).
- “Gran parte de la bibliografía recomendada dentro de mi especialidad, se puede conseguir a través de internet, descargas o lecturas on line. Lo que me resulta muy cómodo e instantáneo, lo consulto desde mi casa, cuando lo necesite, cada vez que quiera.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “Uso la Biblioteca sólo cuando me recomiendan alguna bibliografía, pero para buscar información por [mí] mismo el primer recurso es internet. [P]ero debo decir que las veces que [he] ido a la biblioteca me han atendido muy bien, y además está prácticamente todo, falta solo lo [más] reciente que es por eso que no doy el puntaje

"5", ya que faltaría actualizar, llevar revistas y libros más actuales." (UdelaR, 18-30 años, estudiante, hombre).

- "Estoy satisfecha porque es una biblioteca actualizada en nuestra área. Aunque debería tener más material virtual ya que hoy en día a veces es muy complicado trasladarse hasta el espacio físico." (UdelaR, 31-40 años, egresado/investigador, mujer)

Como puntos fuertes destacan la amabilidad y capacidades del personal para ayudarlos a encontrar la información que buscan, la especialización de la colección y la biblioteca como espacio físico.

- "Es el primer lugar al que me dirijo al buscar información. Brindan un excelente servicio y el personal es muy calificado." (Privada, 31-40 años, egresado/investigador, mujer).
- "El lugar físico es propicio para el estudio. Además de que tiene muy buen material." (Privada, 18-30 años, estudiante, hombre).
- "El acervo es buenísimo; la atención eficiente y personalizada." (UdelaR, 41-50 años, egresado/investigador, mujer)
- "El personal de biblioteca siempre está disponible para [realizar] consultas, búsquedas, reservas y renovaciones en forma personal. Además de que las instalaciones son cómodas para leer y estudiar. Incluso es muy positivo que poseen tomas para conectar laptops y netbooks. Si poseo el tiempo necesario, prefiero pasarlo en la biblioteca." (UdelaR, 31-40 años, estudiante, mujer).

5.3 Las bibliotecas universitarias en la web social y sus usuarios

En la segunda parte del cuestionario se pretende averiguar cuál es la percepción del usuario sobre los servicios de la biblioteca en la web social y qué uso hacen de ellos. Se cuestiona acerca de si están al tanto de los mismos, si los utilizan y qué opinan sobre ellos, así como sugerencias para futuros servicios.



Para averiguar el grado de conocimiento o concientización de los usuarios sobre los servicios que ofrece cada biblioteca en la web social, se preguntó cuáles de ellos conocían. Las respuestas indicaron que un 49% no sabe qué servicios brinda su biblioteca. Facebook es la herramienta conocida por más usuarios, un 40% dice que su biblioteca lo utiliza. Le siguen las herramientas para brindar cursos en línea con un 11% y blogs con 10%. En la figura 18 se puede ver qué porcentaje de respuestas se obtuvo para cada herramienta.

De todos los encuestados que creen que su biblioteca no ofrece servicios en la web social, hay un 12% que se equivoca. Así como hay un 11% que opina que su biblioteca sí ofrece estos servicios, cuando en realidad no lo hace. Si se analizan las respuestas que afirman no estar al tanto de los servicios de la biblioteca se observa que un 54% de los egresados, un 47% de los estudiantes y un 40% de los docentes no saben qué servicios tiene la biblioteca en la web

social. En cuanto al rango etario, las cifras que obtenemos para la respuesta “no sé” son un 59% de las personas de 18-30 años, un 41% de las de 31-40 años y un 21% de las personas mayores de 41. En los reducidos casos en que se afirma que la biblioteca utiliza una herramienta que en realidad no usa, esto se puede deber a confusión por parte del usuario con perfiles o cuentas personales de profesionales que trabajan en su biblioteca, pero que no son cuentas de la biblioteca ni actúan en nombre de ésta y por lo tanto no se consideran como tales. Un 28% de las personas de 18-30 años utilizan los servicios de la biblioteca en la web social, así como un 26% de las de 31-40 años y un 54% de las personas de más de 41 años.

FIGURA 18. ¿QUÉ SERVICIOS/HERRAMIENTAS SABES QUE TIENE TU BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL?

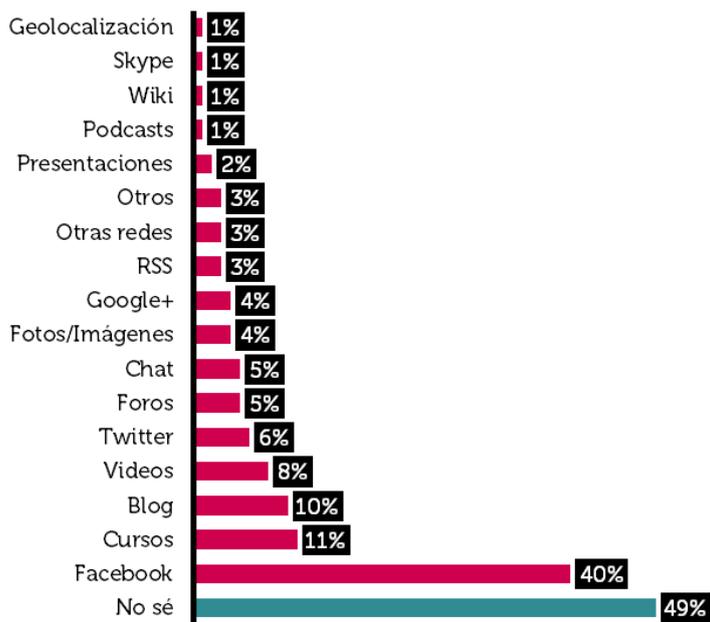
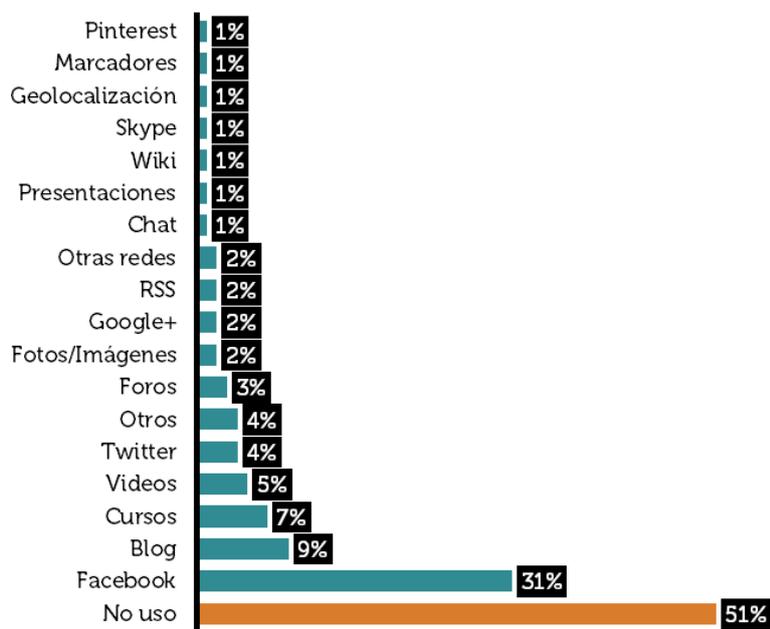
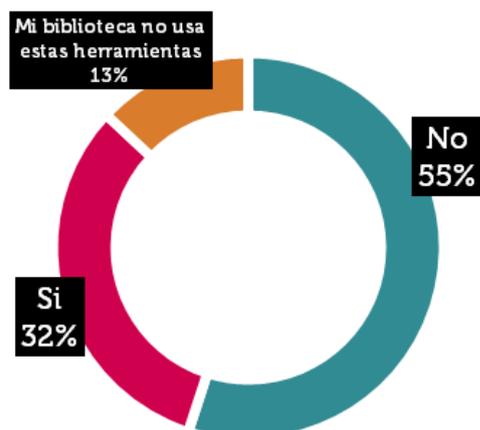


FIGURA 19. ¿CUÁLES DE ELLOS HAS USADO?



En relación a qué servicios ha usado de la biblioteca, Facebook es la herramienta que aparece en primer lugar con un 31%, seguida de blogs (9%), herramientas para cursos en línea (7%) y compartir videos (5%). Twitter sigue en la lista con tan solo un 4%. Un 51% no utiliza ninguno (Figura 19). Todos los rangos etarios eligen como herramienta más usada a Facebook, un 22% de los usuarios de 18-30 años, un 30% de los de 31-40 y un 64% entre los mayores de 41 un 64%. Es la herramienta elegida en segundo lugar la que varía de acuerdo a la edad: los usuarios de 18-30 años prefieren Moodle (7%), los de 31-40 el blog (15%) y los mayores de 41 años los videos (18%).

FIGURA 20. ¿USAS ALGUNO DE ESTOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA?



En general, incluyendo todas las herramientas mencionadas, un 55% respondió que no hace uso de ninguna de estas tecnologías de la biblioteca en la web social, mientras sólo un 32% sí lo hace (Figura 20).

Sin embargo, si se tiene en cuenta solamente a los usuarios que afirman saber que su biblioteca tiene estos servicios, y por ende los únicos capaces de tomar la decisión de utilizarlos o no (los que no saben que existen no pueden plantearse la posibilidad de usarlos aunque quisieran), un 67% hace uso de ellos.

Se cuestionó sobre el porqué de esta decisión en una pregunta de respuesta abierta. Aunque la misma no era de respuesta obligatoria, 79 personas la completaron y de éstos, un 61% comenta que no los utiliza porque no sabe si su biblioteca los brinda o no:

- “[N]o tengo idea de cual tiene mi facultad, y si los tiene no son bien difundidos.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “Mi biblioteca no utiliza ninguna de estas herramientas, al menos eso creo yo” (UdelaR, 31-40 años, estudiante, mujer).
- “No tengo idea si la biblioteca utiliza estas herramientas. Nunca promocionaron o dieron a conocer a los estudiantes o egresados, servicios como los mencionados para utilizar a través de internet.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “Si la biblioteca de la facultad tiene algunos de estos servicios no sabía, esa es la razón principal de por qué no los utilizo.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “Tienen?” (Privada, 18-30 años, egresado/investigador, hombre).
- “Porque no tengo la menor idea ni qué servicios brinda la biblioteca de mi facultad ni cómo usarlos” (UdelaR, 18-30 años, estudiante, hombre).
- “[P]orque no [sabía] que [tenía más] medios en la web, pero ahora los voy a buscar y los utilizaré” (UdelaR, 18-30 años, estudiante, mujer).

Algunos usuarios opinan que la naturaleza del servicio ofrecido por la biblioteca no es adecuada a sus necesidades, ya sean personales o como colectivo, como se observa en los siguientes aportes:

- “El que tiene no tiene un buen enfoque como "servicio" de la biblioteca para los usuarios” (UdelaR, 31-40 años, docente, mujer).
- “Pienso que el servicio de la biblioteca apunta más a los estudiantes y docentes.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).

En cuanto a la frecuencia de uso, tan solo el 10% hace uso de ellos con frecuencia o mucha frecuencia, y el 15% a veces (Figura 21). Un 25% de los usuarios mayores de 41 años los usa con frecuencia o mucha frecuencia, así como un 6% de los de 18-30 años y un 8% de los de 31-40 años. Esto indicaría que la frecuencia de uso va en aumento con la edad. Consultados acerca de su grado de satisfacción con estos servicios, el 18% dice estar satisfecho o muy satisfecho y

solamente el 12% no está nada satisfecho con ellos (Figura 22). De los que afirman utilizar estos servicios, un 47% está satisfecho o muy satisfecho. El 10% utiliza los servicios de la web social hace más de 2 años, el 13% hace 1 a 2 años, un 12% entre 6 y 12 meses y un 4% los utiliza hace menos de 6 meses.

FIGURA 21. ¿CON QUÉ FRECUENCIAS LOS USAS?

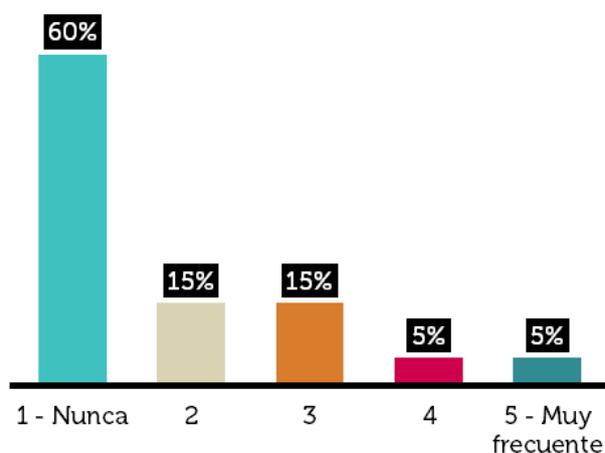
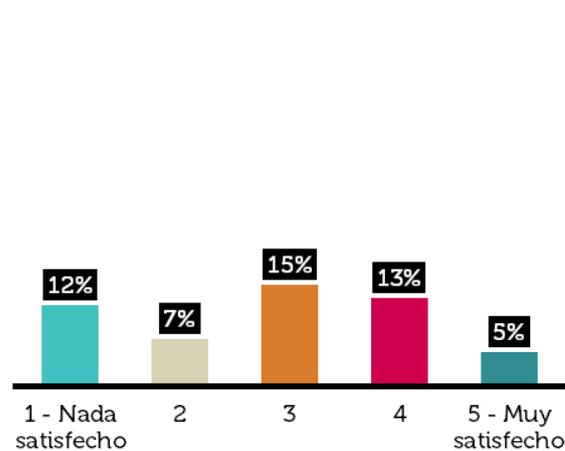
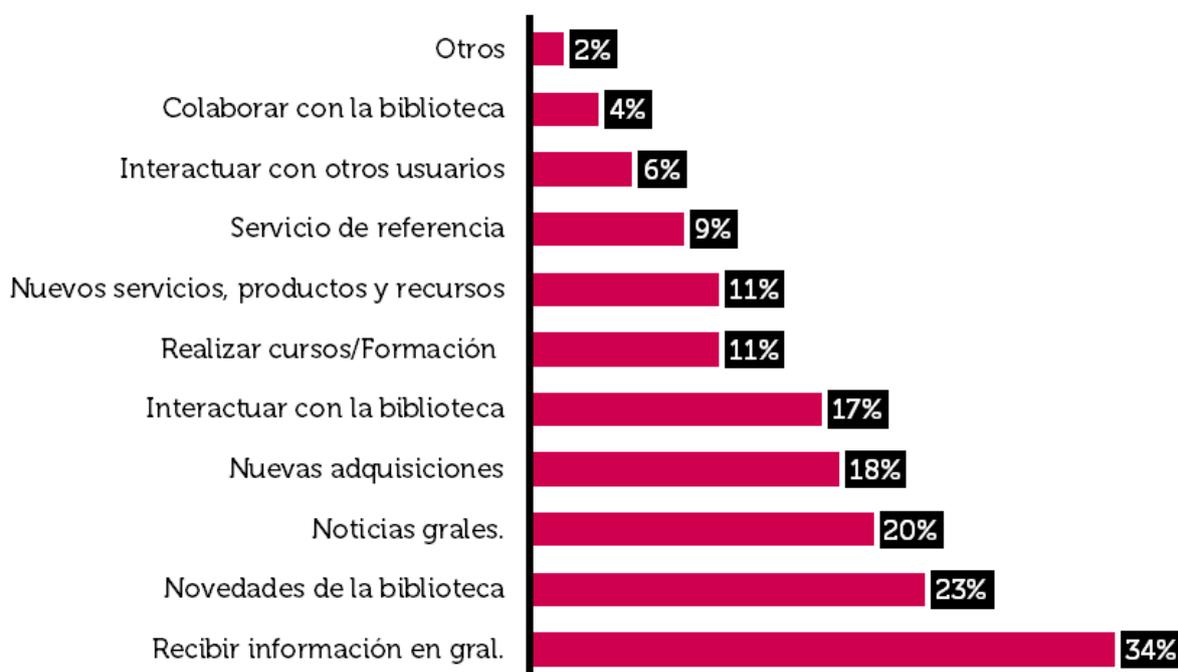


FIGURA 22. ¿QUÉ OPINIÓN TE MERECE LA EXPERIENCIA?



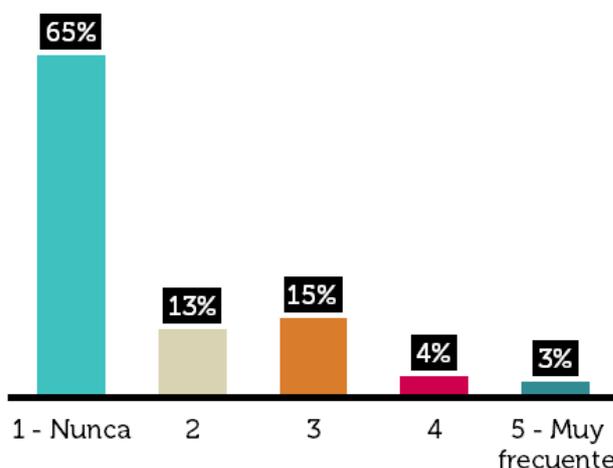
Las razones para utilizar estos canales de comunicación son variadas. En primer lugar con un 34% se encuentra “recibir información en general”, seguida de “recibir novedades de la biblioteca” con un 23% y “noticias generales” con un 20%. Estar al tanto de las nuevas adquisiciones ocupa la cuarta posición con un 18% e interactuar con la biblioteca la sigue con un 17%. Las demás razones de uso se pueden comparar en la figura 23.

FIGURA 23. ¿POR QUÉ RAZONES LOS UTILIZAS?



En la figura 24 se puede apreciar la frecuencia con que las personas interactúan con la biblioteca en la web social. Esto implica un rol activo por parte de ambos, no solamente leer o ver lo que la biblioteca comparte, sino que exista una conversación u otra clase de interacción. La amplia mayoría, 65%, afirma no hacerlo nunca. Por otra parte, un 7% lo hace con frecuencia o mucha frecuencia y un 15% lo hace a veces.

FIGURA 24. ¿CON QUÉ FRECUENCIA INTERACTÚAS CON LA BIBLIOTECA A TRAVÉS DE ESTAS HERRAMIENTAS?

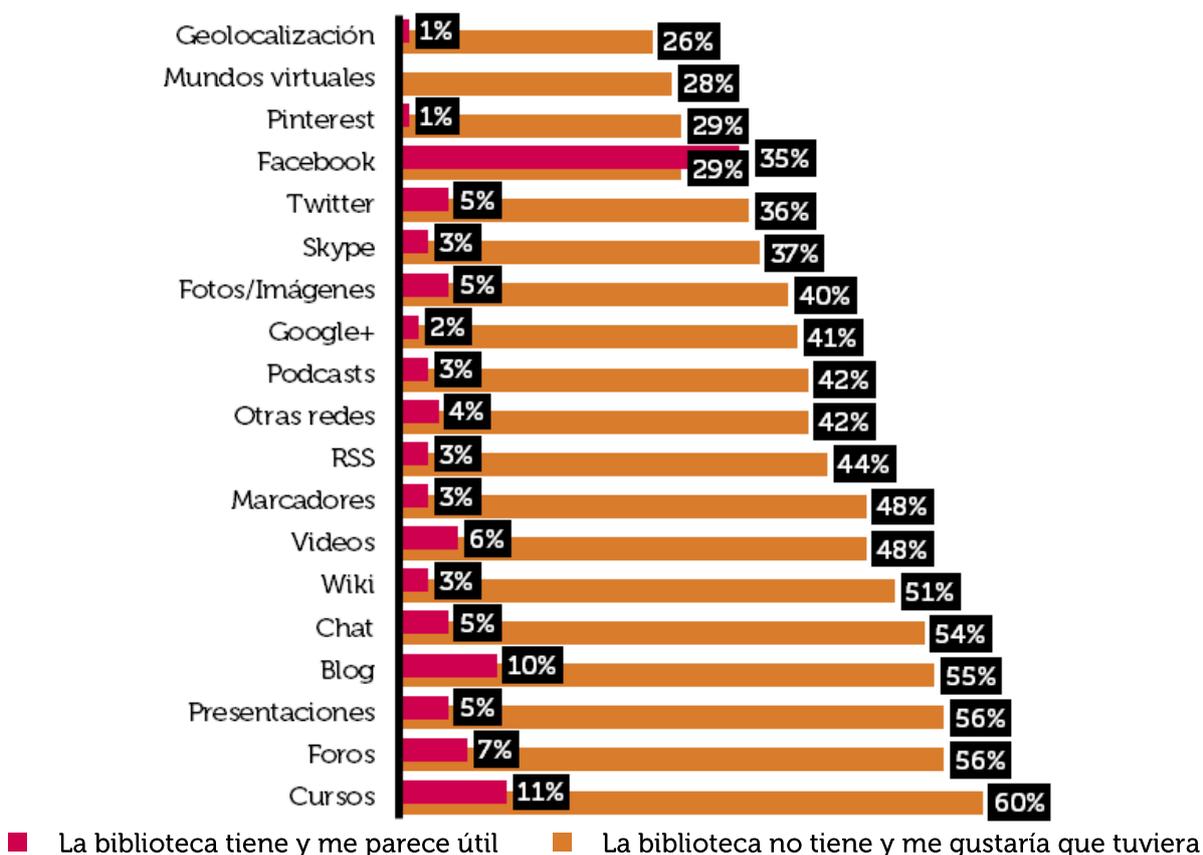


Analizando las respuestas por edades, los más jóvenes interactúan muy poco con la biblioteca, ya que sólo un 2% de los usuarios de 18-30 años lo hace con frecuencia o mucha frecuencia. Mientras que de los usuarios de 31-40 y de más de 41 lo hace un 14%. Las cifras de interacción "a veces (3)" son más altas, con un 14%, 11% y 25% respectivamente.

Con la siguiente pregunta se quiso averiguar cuáles de las tecnologías 2.0 que utiliza la biblioteca actualmente les parecen útiles y cuáles no.

Además, se pretendió conocer cuáles de las herramientas que la biblioteca universitaria no usa, les gustaría que comenzara a usar o por el contrario, no les interesan. En la figura 25, se muestran las tecnologías que el usuario encuentra útiles, y si la biblioteca las posee o no. De las herramientas que la biblioteca no tiene, y al usuario le gustaría que tuviera, los primeros lugares son para: plataformas para cursos en línea (60%), foros (56%), presentaciones compartidas (56%), blogs (55%) y chat (54%). De las que la biblioteca ya posee y el usuario ve como útiles, las más elegidas son: Facebook (35%), cursos (11%) y blog (10%).

FIGURA 25. ¿QUÉ UTILIDAD TIENEN PARA TI ESTAS HERRAMIENTAS?



Las tecnologías que fueron votadas como menos útiles, y que la biblioteca utiliza, no fueron demasiadas, ni con muchos votos: Facebook con un 5% y Twitter con un 3%. Lo cual indica que son pocos los usuarios que luego de haber probado el servicio, no lo encuentran útil. En cambio, en el caso de tecnologías que la biblioteca no utiliza, los porcentajes de usuarios que mencionan que tampoco les interesaría tener esos servicios son significativamente más altos. Este es el caso de herramientas como: geocalización (73%), mundos virtuales (71%), Pinterest (70%), Skype (60%), Twitter (57%), Podcasts (56%), Google+ (55%), y servicios para compartir fotos e imágenes, como por ejemplo Flickr (54%).

Estas respuestas muestran una gran diferencia en la percepción de los usuarios una vez utilizado el servicio de la biblioteca comparado a los usuarios que nunca lo han experimentado. Por ejemplo, podemos concluir que solamente un 3% de los usuarios que han usado el Twitter de la biblioteca considera que no es útil, mientras un 57% opina lo mismo sin haberlo usado nunca (porque su biblioteca no usa esta herramienta). En la siguiente figura se puede observar las tecnologías y herramientas más votadas en cada cuadrante. Cada uno de los cuatro sectores se define por su utilidad para el usuario y si la biblioteca lo posee o no (Figura 26).

FIGURA 26. RESUMEN DE LAS HERRAMIENTAS MÁS VOTADAS EN CADA ÁREA

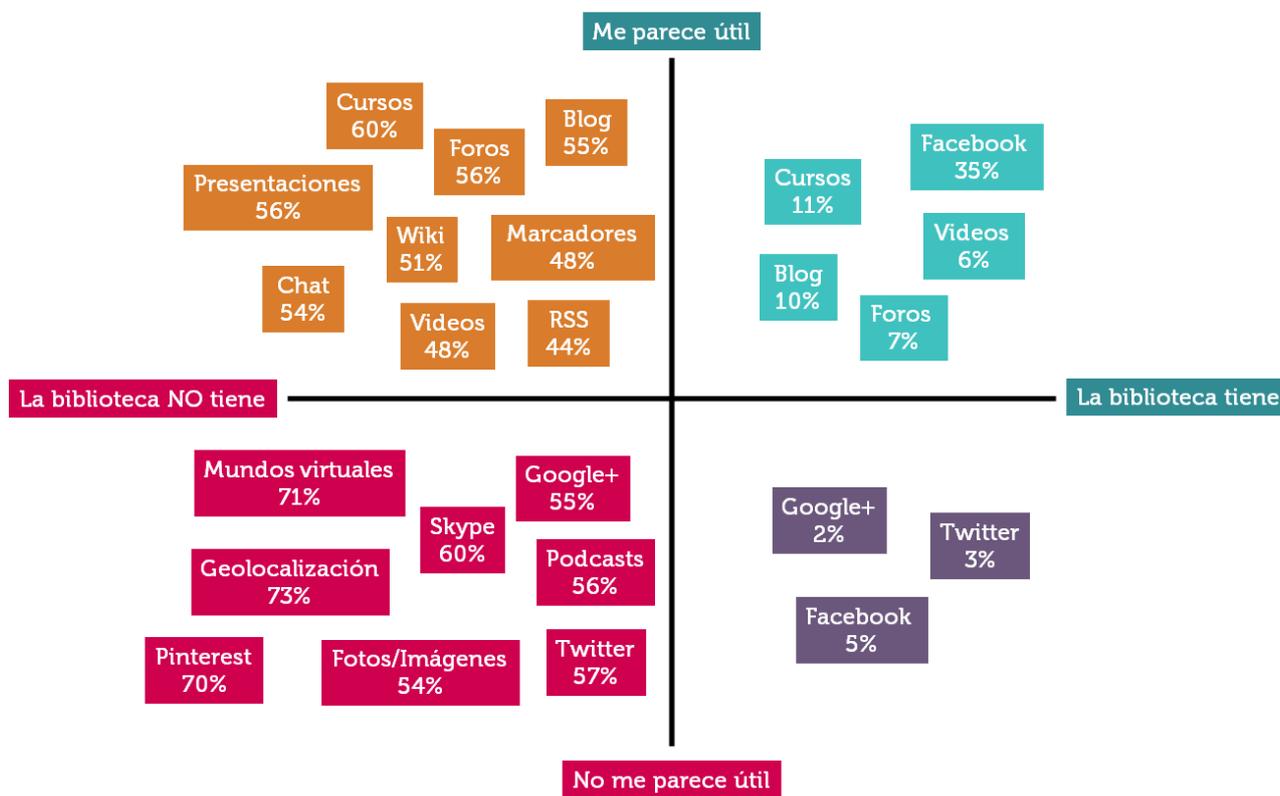
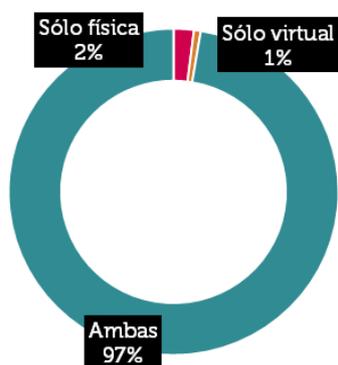


FIGURA 27. PRESENCIA FÍSICA Y VIRTUAL: ¿CONSIDERAS QUE LA BIBLIOTECA DEBE TENER AMBAS?



Se consultó a los encuestados su opinión sobre la presencia física y virtual de la biblioteca. Casi la totalidad de las respuestas reflejan que la biblioteca debe tener una presencia física tanto como virtual (97%). Una ínfima cantidad cree que debería tener sólo una o la otra (Figura 27).

Esto demuestra que, además de valorarse los servicios ofrecidos remotamente con la comodidad y las ventajas que eso conlleva, no se deja de percibir a la biblioteca como un espacio físico a dónde acudir. No se trata solamente de servicios y herramientas en línea sino de un espacio amigable y propicio para el desarrollo de todo tipo de actividades.

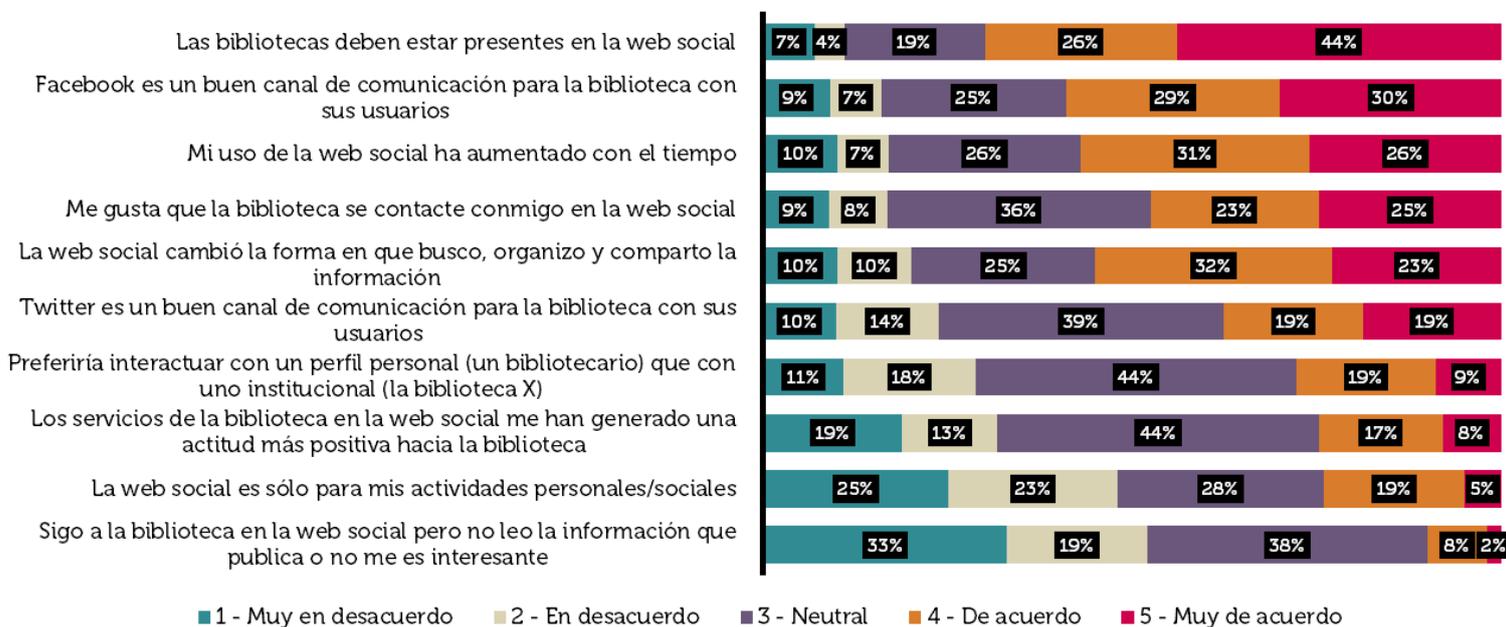
En la siguiente pregunta se utilizó una escala del 1 al 5 para que los encuestados manifestaran su grado de concordancia con una serie de afirmaciones. Una de las cuestiones principales a averiguar se trata de la opinión de los usuarios con respecto a la pertinencia de la biblioteca en la web social. Un 44% afirma estar muy de acuerdo con esta presencia, sumados a un 26% que está de acuerdo.

Esto refleja una cifra muy alta de usuarios que están de acuerdo con que la biblioteca posea herramientas y brinde servicios en la web social, un total de 70% se encuentra a favor de esta

tendencia. Tan solo un 11% está en desacuerdo o muy en desacuerdo con ello. Similar distribución se da para la afirmación de que Facebook es un buen canal de comunicación para la biblioteca con sus usuarios, 59% de los encuestados está de acuerdo. Twitter no fue considerado un buen canal de comunicación por tantas personas como Facebook, sólo un 38% está de acuerdo con esta afirmación. A un 48% le agrada que la biblioteca se contacte con ellos en estos medios. Solamente un 10% dice seguir a la biblioteca en sus canales, pero no leer la información que ésta comparte o que dicha información no es de su interés.

Existen muchas opiniones neutrales en cuanto al hecho de preferir interactuar con un perfil personal antes que uno profesional, un 44% no se declara a favor ni en contra. Entre los que se pronuncian por una de las dos opciones, la balanza está equilibrada, un 28% lo prefiere y un 29% está en contra. Lo mismo sucede con el hecho de que estos servicios le hayan generado una actitud más positiva hacia la biblioteca, un 44% se declara neutral, mientras un 25% está de acuerdo. Solo un 24% opina que la web social es sólo para sus actividades personales y sociales (Figura 28).

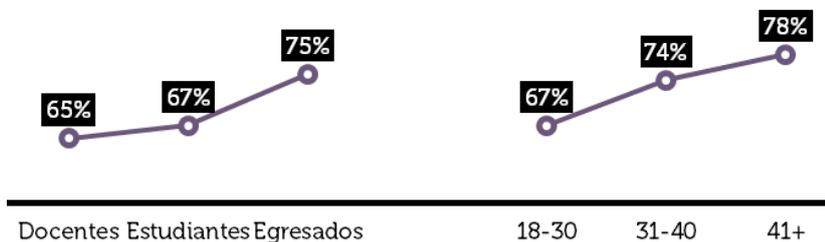
FIGURA 28. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES?



Un 20% afirma que en alguna ocasión profesores le recomendaron usar la web social para realizar algún trabajo académico y únicamente un 31% la utilizó alguna vez como parte obligatoria de una asignatura. El grupo de pares también tiene su influencia en el uso, un 32% opina que utilizaría más los servicios de la biblioteca en la web social si sus amigos y conocidos los usaran.

FIGURA 29. PORCENTAJE DE RESPUESTAS “DE ACUERDO/MUY DE ACUERDO” POR TIPO DE USUARIO Y EDAD

“Las bibliotecas deben estar presentes en la web social”



La respuesta a la primera de las afirmaciones mostradas en la figura 28 es fundamental para los resultados de esta investigación: “las bibliotecas deben estar presentes en la web social”. Separando las respuestas de las personas que están de acuerdo o muy de acuerdo con esta frase, por tipo de usuarios y edad, se obtienen los resultados observados en la figura 29.

El grupo de egresados y de personas mayores de 41 años son los que tienen más integrantes a favor de la utilización de la web social por parte de las bibliotecas. Aunque los otros grupos tiene muy altos porcentajes de aceptación también.

Las principales ventajas a la hora de evaluar los servicios de la biblioteca en la web social son sin duda las relacionadas con la ubicuidad de la misma, con el consiguiente ahorro de tiempo y esfuerzo. La ventaja más valorada es el poder hacer consultas desde el lugar en que se encuentra el usuario (83%), y que éstas puedan hacerse en tiempo real (76%), por lo que es lógico que el ahorro de tiempo sea visto como una ventaja también (76%). Un 40% piensa que es una forma más personalizada de atender a las necesidades del usuario, el 33% opina que la biblioteca le parece más amigable gracias a estas tecnologías, y un 27% afirma utilizarla más gracias a ellas. Para un 31% los servicios ofrecidos son de interés. Sólo un 4% afirma no encontrar ninguna ventaja (Figura 30).

FIGURA 30. VENTAJAS DE LA PRESENCIA DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL



“Las bibliotecas no se asocian mucho con cosas divertidas como las redes sociales.”

Estudiante,
18-30 años,
universidad
privada

En la figura 31 se observa que las desventajas más votadas no tienen que ver con la calidad de los servicios brindados por la biblioteca, sino con razones externas, ajenas a la misma. En primer lugar se encuentra como impedimento la prohibición de ingresar a sitios de la web social en algunos ambientes, por ejemplo laborales, con un 33%. En segundo lugar está la preocupación por la privacidad

con un 32%. Recién en tercer lugar se posiciona el hecho de que al usuario no le gusta mezclar los ámbitos personales con lo académico, en este caso, la biblioteca, con 28%. Otro 28% no ve ninguna desventaja a que la biblioteca brinde servicios en la web social. Mientras que un 19% ve como barrera para el uso el tener que crearse cuentas en servicios que actualmente no posee.

Dentro del grupo de egresados/investigadores, las tres primeras opciones elegidas fueron: “no mezclar ámbitos personales con la biblioteca” (35%), “está prohibido en algunos lugares” (35%) y “me preocupa la privacidad” (34%). Los docentes seleccionaron en primer lugar “no mezclar ámbitos personales con la biblioteca” y las cuestiones de privacidad, empatadas con 45% cada una, seguidas de “prefiero los canales de comunicación tradicionales” con 30%. Para los estudiantes, por otro lado, la opción con más votos fue “no veo ninguna desventaja” (41%), en segundo lugar “está prohibido en algunos lugares” (35%) y en tercer lugar la privacidad con 26%. Éste fue el único grupo de usuarios que no listaron entre sus tres primeras desventajas “no mezclar ámbitos personales con la biblioteca”. Tan sólo un 15% marcó esta opción. Pero esto no parece ser una cuestión de edad; de los usuarios de 18-30 años, un 26% seleccionó esta

opción (quedando en 3er lugar), un 41% de los de 31-40 (2do lugar) y un 21% de los de más de 41 años (3er lugar).

FIGURA 31. DESVENTAJAS DE LA PRESENCIA DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL



Como se aprecia, mientras que la mayoría de las desventajas no son cuestiones inherentes a las bibliotecas o a la calidad de sus servicios, si lo son las ventajas. Uno de los encuestados afirmó que, aunque no veía ninguna desventaja “las bibliotecas no se asocian mucho con cosas divertidas como las redes sociales” (Privada, 18-30 años, estudiante, hombre), mientras otro comentó que aunque “se encuentren en Facebook o Twitter no deberían dejar de estar en los medios de comunicación tradicional como el mail, el teléfono” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer). Otros comentarios interesantes a tener en cuenta incluyen:

- “Hoy por hoy no tener presencia en la web es comparable a estar muerto. Las empresas e instituciones deben entender que la web les permite presencia y fidelidad para sus clientes y usuarios. Cada herramienta tiene sus propias características y les permite crear diferentes tipos de contacto. En ningún momento de debe reproducir lo que se sube a una y a otra. Cada una ofrece [diferentes] posibilidades y la persona que las maneja debe estar capacitado para hacerlo.” (UdelaR, 31-40 años, estudiante, mujer).
- “Considero que las redes sociales están [aún] en pleno auge. Cada vez [más] empresas, instituciones y negocios las utilizan. Pero a la vez, desde mi experiencia, el usuario se va cansando de los anuncios. Por ejemplo en Facebook, como lo utilizo con un fin social (y tampoco le dedico mucho tiempo) no me resultan productivo[s] tales anuncios. Pero considero que para los que lo usan más es beneficioso!” (UdelaR, 18-30 años, estudiante, mujer).
- “Considero que las redes sociales son muy útiles pero demandan mucho tiempo y hay que “estar en todas” y vivir logueandose a todo para poder acceder a contenidos. Creo que

tenemos que elegir entre ellas y usar algunas para poder sacar provecho de las herramientas. Me gustaría tener más tiempo para dedicarle.” (UdelaR, 31-40 años, egresado/investigador, mujer).

- “Desconozco algunos servicios de la web social por completo (ej. RSS, Delicious), por lo tanto hay preguntas en las que [marqué] que no [serían útiles] para mi [biblioteca] solo por no saber de [qué] se tratan. Creo que las [bibliotecas] deben estar presentes de forma [más] accesible, la web 2.0 me parece una forma [fácil] de utilizar y de [rápido] acceso.” (UdelaR, 18-30 años, egresado/investigador, mujer).
- “La biblioteca de mi facultad no utiliza, a menos q yo sepa, estas herramientas, sería muy bueno que lo incorporaran, pero igualmente brindan un magnifico servicio. Una desventaja que no puse al incorporar esta red social, es que [probablemente], [volviéramos] locas a las bibliotecarias al hacerles [todos] preguntas por fb [Facebook] por ejemplo.” (UdelaR, 18-30 años, estudiante, mujer).

“Información acerca de nuevos servicios” es la clase de información que la mayoría de los encuestados (78%) encuentra útil recibir. Realizar preguntas/pedir información fue seleccionada por el 77%, seguida de recibir información acerca de actividades de la biblioteca (72%). Recibir información y novedades sobre el área temática del usuario tuvo un 70%. Realizar trámites de usuarios (renovación, reserva, etc.) y recibir información acerca de su actividad como tal (ej. si está atrasado con la devolución de un libro) quedaron en quinto y sexto lugar con 66% y 64% respectivamente. Un 62% afirmó que estaría interesado en recibir ayuda con sus trabajos de curso o investigación a través de estos canales (Figura 32). En esta pregunta se dejó una opción abierta para que el usuario agregara servicios que le gustaría que la biblioteca le brindara, pero ninguno de los encuestados mencionó algún otro servicio, real o potencial que le pareciera útil.

Sin embargo, casi todas las opciones ofrecidas fueron seleccionadas por más de la mitad de las personas que respondieron la encuesta. Esto puede confirmar la suposición de que los usuarios en realidad no saben qué esperar de las bibliotecas más allá de los servicios tradicionales y no están al tanto de qué clase de servicios o productos pueden solicitarles a sus bibliotecas.

FIGURA 32. ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN O SERVICIOS ENCONTRARÍAS ÚTIL QUE LA BIBLIOTECA TE BRINDE POR ESTOS CANALES?



5.4 Competencias del usuario en el uso de las herramientas de la web social

Se preguntó al encuestado cómo percibía sus competencias para utilizar la web social en una escala del 1 al 5, donde 5 es muy competente. Muy pocos se definieron a sí mismos como poco competentes. La mayoría afirmó ser competente (35%) o muy competente (25%) (Figura 33). Un 46% opina que el uso que le da a las herramientas de la web social depende de su grado de competencias en la misma (Figura 34).

FIGURA 33. ¿QUÉ TAN COMPETENTE TE CONSIDERAS EN EL USO DE ESTAS HERRAMIENTAS?

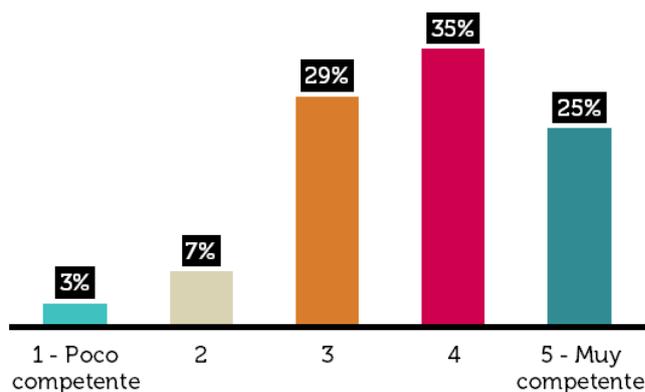


FIGURA 34. ¿CONSIDERAS QUE EL USO QUE LE DAS A ESTAS HERRAMIENTAS DEPENDE DE TU GRADO DE COMPETENCIA PARA UTILIZARLAS?

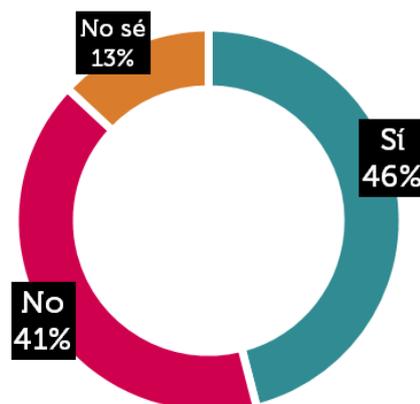
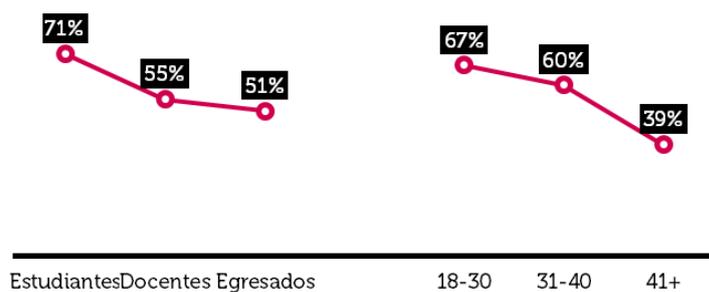


FIGURA 35. PORCENTAJE DE RESPUESTAS “COMPETENTE”
O “MUY COMPETENTE” POR TIPO DE USUARIO Y EDAD



Si analizamos el nivel de competencia por diferentes tipos de usuarios y por edad, se observa que cuanto más jóvenes los usuarios más alto es su nivel de confianza en las competencias que poseen. Un 67% de los encuestados entre 18 y 30 años de edad dice ser competente o muy competente.

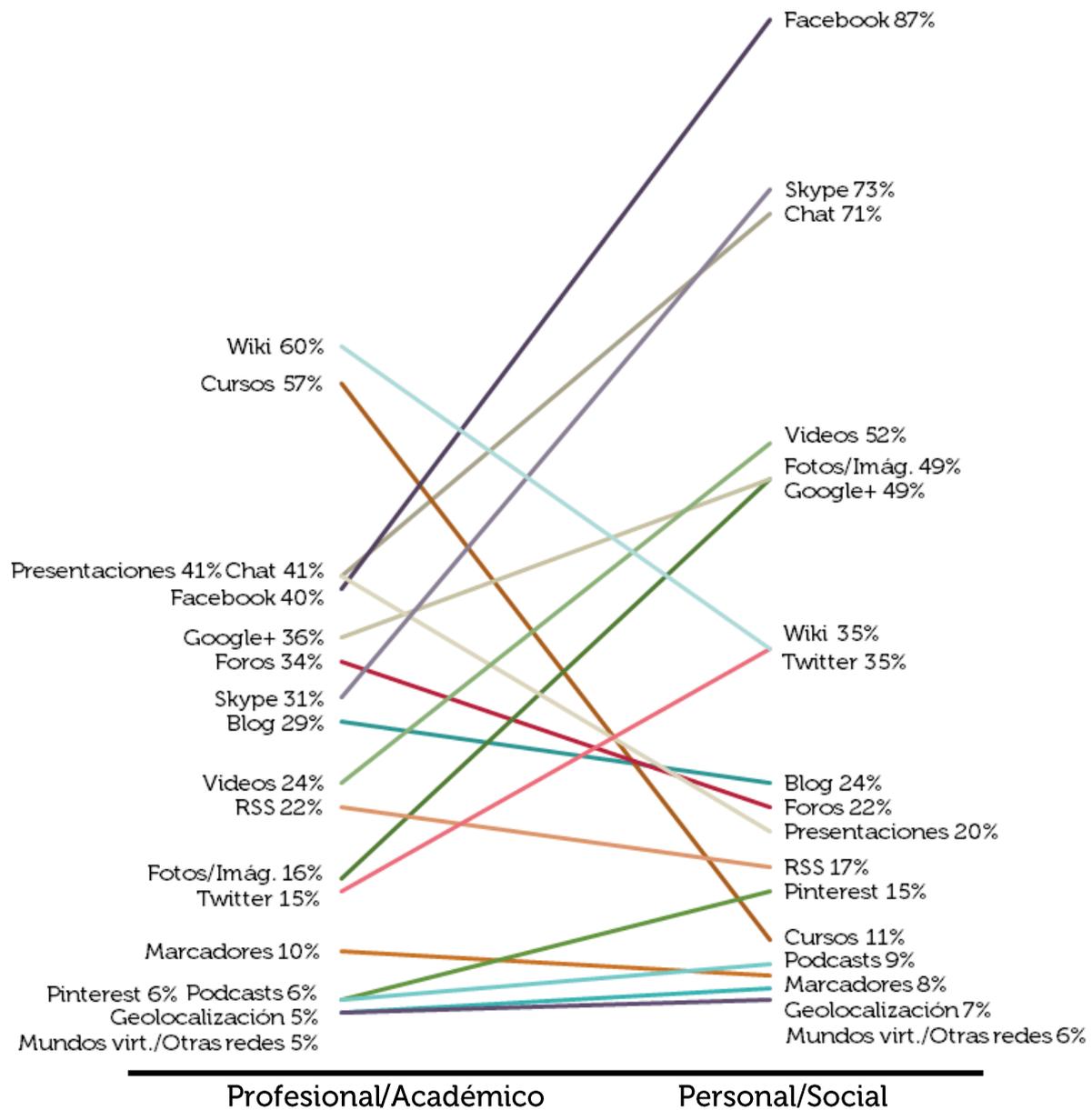
Comparado con un 60% de los usuarios entre 31-40 años y un 39% de los usuarios mayores de 41 (Figura 35). Lo cual no significa que sean más competentes que los usuarios mayores, sino que se ven a sí mismos como más competentes. Esto se puede deber a que realmente sean más competentes que los usuarios de más edad, o a que los usuarios de más edad tengan una visión más realista de sus habilidades. Lo mismo sucede cuando se observan las respuestas por tipo de usuario, los estudiantes son los que manifiestan más seguridad en sus competencias, un 71% opina ser competente o muy competente, comparado a un 55% de los docentes y un 51% de los egresados.

5.5 Usos de la web social con fines académicos/profesionales (diferentes de la biblioteca) y personales/sociales

En esta sección se trata de averiguar las características del uso personal/social y académico/profesional (excluido el uso de la biblioteca) que los encuestados hacen de la web social. La finalidad de estas preguntas es determinar si el usuario no utiliza los servicios de la biblioteca en la web social porque separa en su vida lo académico de lo personal, o si, por el contrario utiliza la web social con fines profesionales o académicos pero aun así no está interesado en las herramientas de la biblioteca. Para esto se cuestionó sobre el uso que le dan a cada herramienta, ya sea personal, profesional o ambos.

Las respuestas revelan que las herramientas más usadas con fines personales son: Facebook (87%), Skype (73%), chat (71%) y videos (52%). Para uso profesional, las más elegidas son: wiki (60%), cursos (57%), compartir presentaciones (41%), chat (41%) y Facebook (40%). Google+ es usado profesionalmente por un 36%, los foros por un 34%, Skype por un 31% y blogs por un 29%. La geolocalización, los mundos virtuales, Pinterest y podcasts son tecnologías que aún no tienen muchos adeptos entre los encuestados, ni en el área personal ni profesional (Figura 36). Los porcentajes no suman 100% porque se podía seleccionar ambas opciones simultáneamente.

FIGURA 36. ¿CON QUÉ FINES UTILIZAS LAS HERRAMIENTAS DE LA WEB SOCIAL?
USO PERSONAL VS. USO PROFESIONAL



Si se separan las respuestas de las herramientas que se utilizan solamente con uno de estos fines versus las que se usan con ambos, se obtiene que las herramientas más utilizadas con fines únicamente profesionales o académicos son: los cursos (47%), las wikis (28%) y compartir presentaciones en línea (24%). Sólo un 3% utiliza Facebook con fines únicamente profesionales. Las herramientas menos utilizadas profesionalmente son los sitios para compartir fotos e imágenes y Pinterest (1% cada uno).

Con fines exclusivamente personales y sociales las principales herramientas usadas son: Facebook (50%), Skype (47%), chat (35%), compartir fotos e imágenes (34%) y video (30%). Las menos utilizadas son cursos (1%), wikis, presentaciones, marcadores sociales, otras redes y mundos virtuales con 3% cada una. En cuanto a las herramientas utilizadas con ambos fines, las

primeras de la lista son: Facebook (37%), chat (36%), wiki (32%) y Google+ (28%). Twitter es más utilizada con fines únicamente personales (25%) que solamente profesionales (5%) o ambos (10%). En general, las herramientas menos usadas son los mundos virtuales (92% no usa), la geolocalización (91% no usa), podcasts (89% no usa), marcadores sociales (87% no usa) y Pinterest (84% no usa). El porcentaje de personas que no usa Facebook para ninguna actividad, es de 10%, chat 24%, Google+ 43%, Twitter 61% y blogs 64%.

Facebook es utilizado profesionalmente por estudiantes (52%), docentes (40%) y egresados/investigadores (30%). Un 45% de los docentes utilizan blogs con fines profesionales. El chat es usado profesionalmente por un 55% de los docentes, 42% de los estudiantes y 35% de los egresados. Los cursos en línea tienen un alto uso académico por parte de docentes (80%), estudiantes (59%) y egresados (48%), así como las wikis con 60%, 67% y 52% respectivamente.

Si analizamos el uso personal y el profesional por la frecuencia que le dedican a cada tipo de actividad (Figura 37) se observa que el uso con “muchísima frecuencia” se debe mayoritariamente a actividades personales (58%), en el uso frecuente empatan ambas actividades con 23%. El 58% de los estudiantes y el 57% de los mayores de 41 años son los grupos que más utilizan la web social para actividades académicas/profesionales. Los estudiantes (95%) y los usuarios de entre 18 y 30 años (91%) son los que más la utilizan con fines personales (Figura 38).

FIGURA 37. ¿QUÉ TAN A MENUDO USAS LA WEB SOCIAL PARA ESTAS ACTIVIDADES?

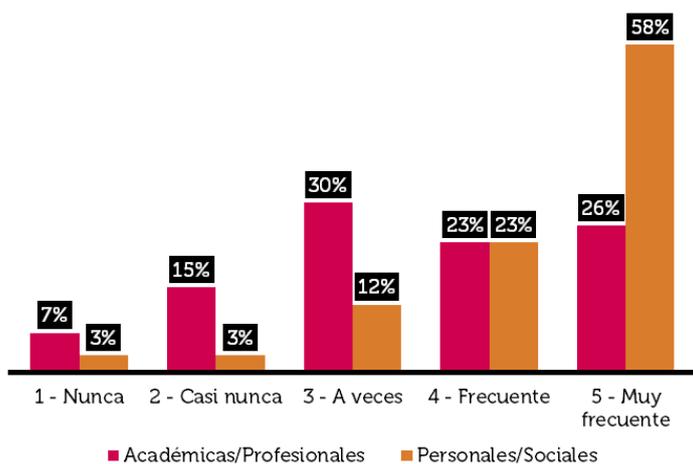
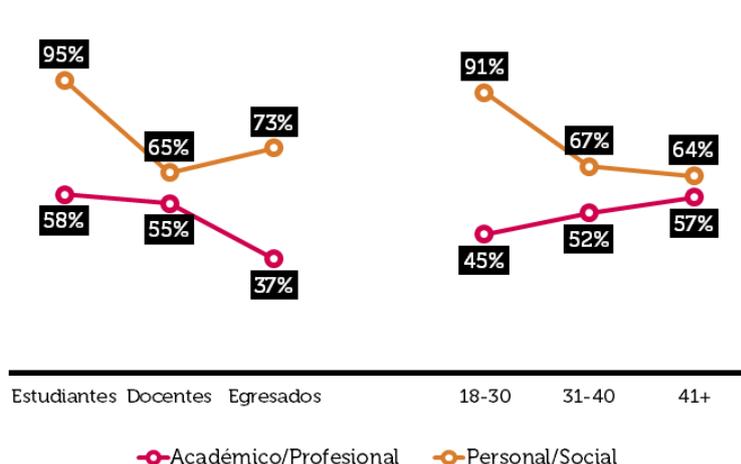


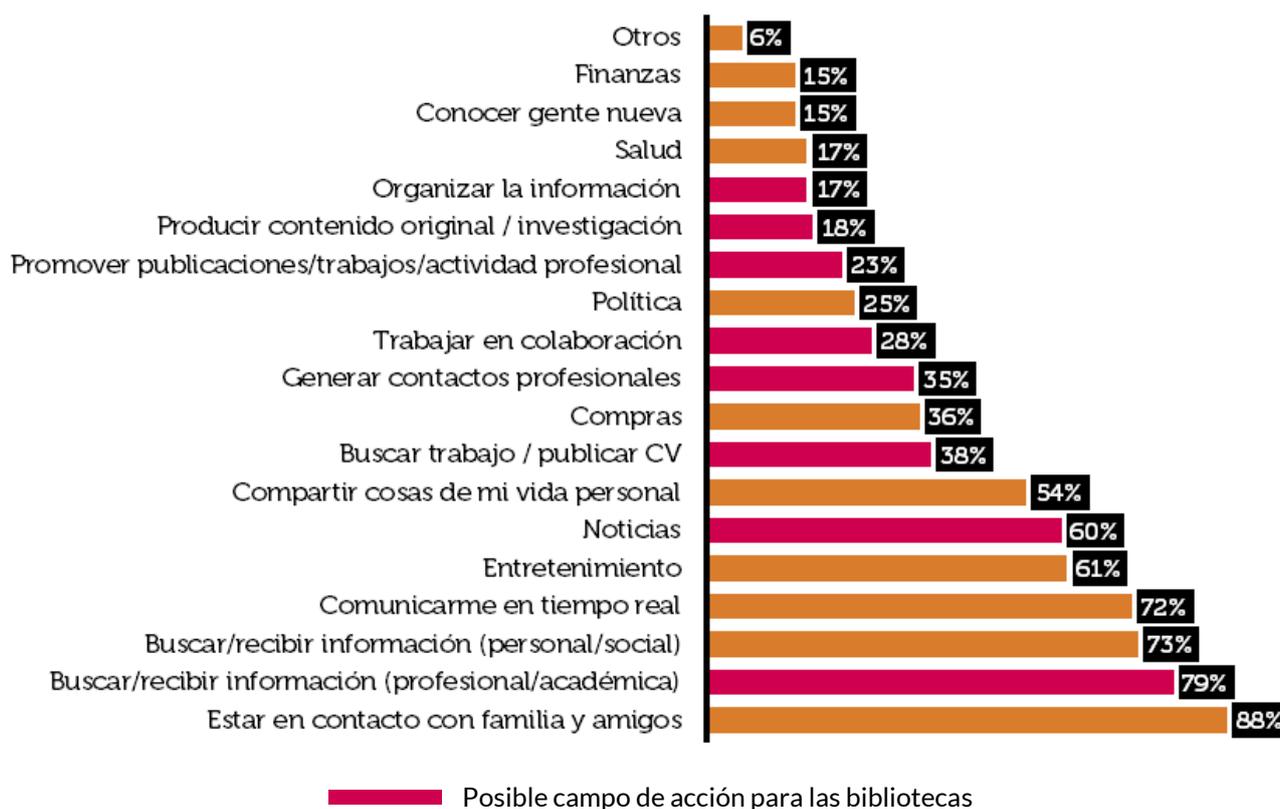
FIGURA 38. RESPUESTAS “FRECUENTE” Y “MUY FRECUENTE” POR TIPO DE USUARIO Y EDAD



Las razones de uso, tanto personales como profesionales, son variadas. La principal razón de uso de la web social es personal: estar en contacto con familia y amigos (88%). La búsqueda de información con fines profesionales y académicos supera a la búsqueda con fines personales, 79% a 73%. Le sigue la comunicación en tiempo real con 72% y el entretenimiento con 61%.

La biblioteca puede encontrar un campo de acción en varias de las razones profesionales seleccionadas: recibir noticias (60%), buscar trabajo o publicar CV (38%), generar contactos profesionales (35%), trabajar en colaboración (28%), promover publicaciones propias (23%), investigar y producir contenido (18%) y organizar la información (17%) (Figura 39).

FIGURA 39. ¿POR QUÉ RAZONES UTILIZAS LA WEB SOCIAL EN TU VIDA PERSONAL Y/O PROFESIONAL?



Si se desarrollan los resultados por el vínculo con la universidad, la edad y el género, no se aprecian grandes diferencias entre las primeras opciones seleccionadas. Los hombres, por ejemplo, la utilizan menos que las mujeres para buscar trabajo o publicar CV, con un 28% contra un 41%. Sin embargo, la utilizan más que éstas para generar contactos profesionales, 49% contra 29% de las mujeres. Un 57% de los mayores de 41 años la usa para trabajar en colaboración, pero tan solo un 22% de los de 31-40 y de los de 18-30 años respectivamente. Un 26% de las personas de 31-40 años la utiliza para producir contenido original o como ayuda en la investigación, comparado a un 21% de los mayores de 41 y a un 15% de los más jóvenes.

Existe una regla que afirma que en la mayoría de los sitios sociales un 90% de los usuarios son espectadores que miran, pero nunca participan ni contribuyen, 9% son conversadores que comparten contenido y comentan lo que otros suben, y tan sólo un 1% son creadores, quienes elaboran y comparten información original (Nielsen Norman Group 2006). En esta investigación la relación entre los 3 grupos de usuarios no refleja esa regla. Aquí se observa un 48% de espectadores, un 25% de conversadores y un 24% de creadores (Figura 40). Se pasa de una regla de proporciones 90/9/1 a una más similar a 50/25/25. Entre los grupos de usuarios, los que más se identifican como creadores son los docentes (55%) y los mayores de 41 años (43%). Tanto los estudiantes (48%) como los egresados (51%) tienen mayoría de espectadores. Lo mismo sucede con las personas de 18-30 años (49%) y las de 31-40 (59%) (Figura 41).

FIGURA 40. ¿QUÉ TIPO DE USUARIO SE AJUSTA MÁS A TU PERFIL EN LA WEB SOCIAL?

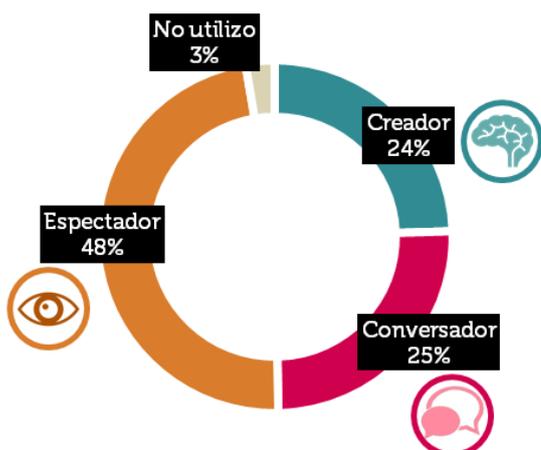
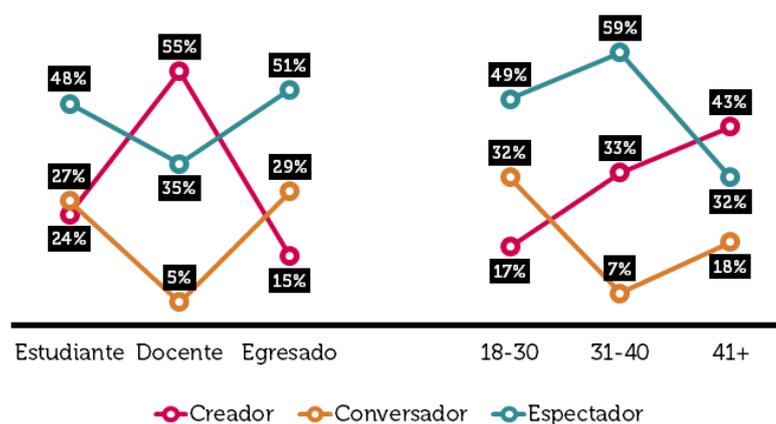


FIGURA 41. ¿QUÉ TIPO DE USUARIO SE AJUSTA MÁS A TU PERFIL? (POR TIPO DE USUARIO Y EDAD)



En la figura 42 se muestran los promedios para todas las preguntas con escala del 1 al 5, así como su desviación estándar (σ). Algunos de los datos a resaltar son; el bajo promedio de uso de la biblioteca física (2.63), la poca frecuencia de uso de los servicios de la biblioteca en la web social (1.80) y también de la interacción por estos canales (1.66). El promedio de las dos partes que componen la pregunta B2 indica que es mayor el uso de la web social para actividades personales (4.30) que para actividades profesionales (3.45).

FIGURA 42. PROMEDIO Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR (σ) DE LAS PREGUNTAS CON ESCALA DE 1 A 5 (1- MUY EN DESACUERDO/POCO A 5 - MUY DE ACUERDO/MUCHO)

Pregunta	Promedio	σ
5. ¿Usas la biblioteca (física) de tu universidad?	2.63	1.30
6. ¿Estás satisfecho con los servicios que allí se brindan?	3.53	1.08
A.4 ¿Qué tan seguido utilizas los servicios de tu biblioteca en la web social?	1.80	1.16
A.6 ¿Qué opinión te merece la experiencia?	2.86	1.30
A.9 ¿Con qué frecuencia interactúas con tu biblioteca a través de estas herramientas?	1.66	1.04
A.12 Las bibliotecas deben estar presentes en la web social (Facebook, Twitter, Blogs, etc.)	3.97	1.18
A.12 Facebook es un buen canal de comunicación para la biblioteca con sus usuarios	3.64	1.22
A.12 Twitter es un buen canal de comunicación para la biblioteca con sus usuarios	3.22	1.19
A.12 Me gusta que la biblioteca se contacte conmigo a través de la web social	3.47	1.19
A.12 Usaría más los servicios en la web social de la biblioteca si mis amigos/conocidos los utilizaran	2.99	1.20
A.12 Profesor/es me han recomendado usar la web social en mi trabajo académico	2.49	1.18
A.12 Alguna vez utilicé la web social como parte obligatoria de alguna asignatura	2.70	1.41
A.12 Preferiría interactuar con un perfil personal (un bibliotecario) que con uno institucional (la biblioteca X)	2.98	1.08
A.12 La web social es sólo para mis actividades personales/sociales	2.56	1.20
A.12 La web social ha cambiado la forma en que busco, organizo y comparto la información	3.45	1.25
A.12 Los servicios de la biblioteca en la web social me han generado una actitud más positiva hacia la biblioteca	2.83	1.16
A.12 Sigo a la biblioteca en sus canales sociales pero realmente no leo la información que publica o no me es interesante	2.27	1.07
A.12 Mi uso de la web social ha aumentado con el tiempo	3.56	1.23
A.16 ¿Qué tan competente te consideras en el uso de estas herramientas?	3.72	1.03
B2 ¿Qué tan a menudo usas la web social para actividades académicas/profesionales?	3.45	1.23
B2 ¿Qué tan a menudo usas la web social para actividades personales/sociales?	4.30	1.02

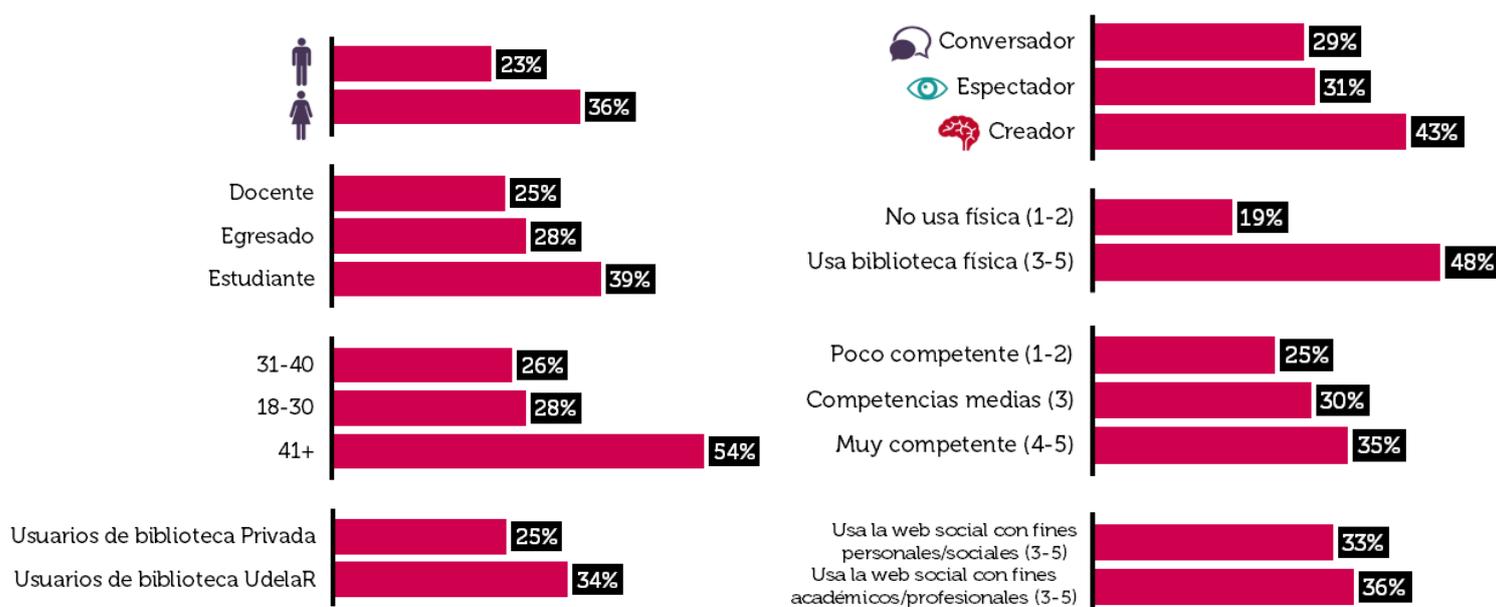
5.6 ¿Quiénes utilizan los servicios de la biblioteca en la web social?

En los objetivos se estableció que se quería averiguar si el uso de la web social de la biblioteca varía en relación a ciertos factores como edad, género o uso de la biblioteca física. Para ello se contrastaron diversas variables, obteniéndose en los resultados a continuación un pantallazo general de quiénes son los usuarios que utilizan la web social de la biblioteca.

Más usuarios de la Udelar utilizan la web social de sus bibliotecas que sus pares en universidades privadas. Los estudiantes son el grupo con más personas utilizando (39%). En relación al género las mujeres la utilizan más que los hombres; un 36% de las mujeres lo hace y de los hombres un 23%. Las personas que utilizan la biblioteca física, usan más la web social de la biblioteca que las personas que no concurren físicamente, 48% contra 19%. También se observa que las personas que se consideran más competentes en el uso de estas herramientas usan más los servicios de la biblioteca en ellas. Cuanto mayor el nivel de competencias, mayor el uso. Un 43% de los creadores la utiliza, comparado a un 31% de los espectadores y un 29% de los conversadores.

Una característica destacada de esta investigación es que compara el uso de la web social de la biblioteca con otros usos personales y profesionales. De las personas que usan entre 3 y 5 (en una escala del 1 al 5, donde 5 es “muy frecuentemente” y 1 es “nunca”) la web social con fines personales, un 33% utilizan la web social de la biblioteca. Ligeramente mayor es el porcentaje de los que usan la web social con fines profesionales y a su vez utilizan la web de la biblioteca (36%) (Figura 43).

FIGURA 43. ¿QUIÉNES UTILIZAN LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA EN LA WEB SOCIAL?



El tipo de usuario está relacionado con el grado de interacción con la biblioteca. De los usuarios que se definen a sí mismos como creadores un 38% interactúa con la biblioteca (respuestas 3, 4 y 5 de la escala), mientras que un 18% de los espectadores y un 16% de los conversadores lo

hacen. Los usuarios más proactivos en su uso de la web social son más propensos a serlo también en el ámbito de la biblioteca.

Los encuestados que utilizan la web social de la biblioteca obtuvieron un promedio más alto en las preguntas con escala del 1 al 5 que sus pares que no hacen uso de las herramientas de la biblioteca. Se puede concluir que existe cierta relación entre el uso de la biblioteca física y el uso de la web social de la biblioteca, ya que el promedio de uso es de 3.20 vs. 2.37 para quienes no la utilizan. La satisfacción con los servicios de la biblioteca física también influye al usuario en su decisión de utilizar (3.77) o no (3.57) sus servicios en la web social. Los usuarios que usan la web social de la biblioteca se consideran en promedio más competentes (3.73) que los que no la usan (3.57). También se desprende de este análisis que los usuarios que usan más la web social para sus actividades personales y profesionales, también utilizan en promedio más la web social de la biblioteca, como se observó también en la figura anterior (Figura 44).

FIGURA 44. PROMEDIO: ENCUESTADOS QUE USAN LA WEB SOCIAL DE LA BIBLIOTECA VS. LOS QUE NO LO HACEN (1- MUY EN DESACUERDO/POCO A 5 – MUY DE ACUERDO/MUCHO)

Pregunta (escala 1-5)	Usa los servicios de la biblioteca en la web social	No los usa	p
5. ¿Usas la biblioteca (física) de tu universidad?	3.20	2.37	0.00017
6. ¿Estás satisfecho con los servicios que allí se brindan?	3.77	3.45	0.07518
A.16 ¿Qué tan competente te consideras en el uso de estas herramientas?	3.73	3.57	0.34285
B2 ¿Qué tan a menudo usas la web social para actividades académicas/profesionales?	3.86	3.17	0.00087
B2 ¿Qué tan a menudo usas la web social para actividades personales/sociales?	4.37	4.18	0.30383

6. Conclusiones y consideraciones finales

Si bien existe mucha bibliografía sobre el uso de la web social en las bibliotecas, pocas investigaciones se han centrado en averiguar qué percepción tienen los usuarios sobre éstos servicios 2.0, cuánto los usan realmente y si existe relación con respecto al uso en otros ámbitos profesionales y personales. La información recabada en este estudio y el análisis de la misma son útiles como insumo para que las bibliotecas planifiquen y evalúen sus servicios.

El uso de la web social en las bibliotecas universitarias uruguayas sin duda ha aumentado desde el 2009. En esa fecha aproximadamente la mitad de las bibliotecas estudiadas utilizaba estas herramientas, mientras que actualmente lo hace un 86%. A pesar de que el uso aumentó, éste sigue siendo muy conservador. Los servicios que se ofrecen son, en general, una extensión de los ya ofrecidos por otros canales: disseminación de la información, referencia, etc. Se utilizan como plataforma para llegar a más usuarios, pero no para llegar en más profundidad o de forma más personalizada, ni se han creado servicios innovadores utilizando las diferentes posibilidades de cada herramienta. En cierta forma se continúa viendo al usuario como un mero receptor de información y no como un colaborador, capaz de aportar su conocimiento y experiencia a las actividades de la biblioteca.

Los blogs, Facebook y RSS fueron las tecnologías que más se adoptaron en los últimos años. Las bibliotecas no se equivocaron en su elección, ya que un 40% de los usuarios utiliza Facebook, un 29% blogs y un 22% RSS con fines académicos. De todas formas, las herramientas más elegidas por los usuarios para usar en el ámbito académico son las wikis, los cursos, las presentaciones compartidas y el chat. Las más utilizadas con ambos fines, personales y profesionales simultáneamente, son Facebook, chat y wikis.

Uno de los hallazgos más reveladores de este estudio fue descubrir que si bien un 70% de los encuestados cree que la biblioteca debe estar presente en la web social, sólo un 32% usa estos servicios. ¿Por qué tantas personas creen que la biblioteca debe estar allí, pero la cifra baja radicalmente a la hora de utilizarla? Una de las razones principales es el desconocimiento; la mitad respondió que no sabe qué servicios o herramientas tiene su biblioteca en la web social. Los egresados son el grupo con más alto nivel de desconocimiento, debido en parte al distanciamiento que se produce luego de obtener el título. Teniendo en cuenta solamente a las personas que saben que la biblioteca los ofrece, en efecto un 67% hace uso de ellos. El hecho de que sólo un 18% esté satisfecho con los mismos también contribuye a responder esta pregunta. Los usuarios no están a priori en contra de la idea de la biblioteca en la web social, pero sí esperan que se les muestre el valor de estas iniciativas para comenzar a utilizarlas más.

Que sólo la mitad de los potenciales usuarios conozcan estos servicios puede atribuirse en parte a carencias en la difusión, teniendo en cuenta, por ejemplo, que un tercio de las bibliotecas que utilizan no hacen mención alguna en sus páginas web y que, inclusive buscando éstas a conciencia algunas son difíciles de hallar, así como también es difícil reconocer ciertas cuentas como institucionales y oficiales de la biblioteca.

A casi la mitad de los encuestados le gusta que la biblioteca lo contacte por estos canales, a pesar de que un 65% nunca interactúa con ella y sólo el 7% lo hace con frecuencia. Si se tiene en cuenta que un 48% afirman ser, en su vida diaria, únicamente espectadores que nunca crean contenido, participan o comentan en la web social; ¿se puede esperar más participación para la web social de la biblioteca? La poca interacción en los ámbitos 2.0 aparece como una característica general de los usuarios y no una actitud frente a los servicios de la biblioteca en particular.

Respecto a las ventajas, éstas se traducen principalmente en el ahorro de tiempo y recursos y la respuesta inmediata. El contenido de los servicios tampoco parece ser problema; el 52% de las personas que usan la web social de la biblioteca, leen lo que ésta publica o comparte y manifiestan que dicha información es de su interés. Recibir información, ya sea sobre actividades y novedades de la biblioteca o noticias generales se encuentra entre las principales razones de uso. En cuanto al uso de la biblioteca física, un 77% la usa en alguna medida y un 49% está satisfecho o muy satisfecho con sus servicios.

Los medios sociales ayudan a la biblioteca a acercarse a los usuarios. Un 27% la utiliza más gracias a estas herramientas, ya que si tuviera que desplazarse hasta ella en muchos casos no lo haría. Un cuarto afirma que estos medios le generaron una actitud más positiva hacia la biblioteca y un tercio cree que ésta es más amigable gracias a ellos. Analizadas las opiniones con respecto a las redes sociales con más adeptos a nivel mundial, un 59% considera que

información” y “recibir información sobre nuevos servicios” son los preferidos, probablemente también porque son los más brindados por las bibliotecas.

Las personas utilizan asiduamente la web social, siendo el uso con fines personales el más frecuente, 93% frente a 79% para el uso profesional. Solamente un 3% manifiesta no hacer uso en absoluto. La principal razón de uso es personal: estar en contacto con familia y amigos. Aun así, hay varias razones profesionales seleccionadas, donde la biblioteca puede encontrar un campo de acción: buscar y recibir información profesional/académica, recibir noticias, buscar trabajo o publicar CV, generar contactos profesionales, trabajar en colaboración, promover publicaciones propias, investigar y producir contenido y organizar la información. Esto indica que la presencia de la biblioteca en estos lugares no sería vista como una intromisión, siempre y cuando la misma sea planificada con cuidado y pertinente para el usuario. También se desprende de este análisis que los usuarios que usan más la web social para sus actividades académicas y profesionales también utilizan más, en promedio, la web social de la biblioteca. Estos usuarios ya están familiarizados con el uso académico, por lo tanto no tienen inconveniente en que la biblioteca se encuentre también allí y en utilizar sus servicios. No son muchos los encuestados que saben sacarle provecho y que la utilizan en ambos aspectos de su vida. Muchas de las herramientas mencionadas en esta investigación no les son familiares y tampoco utilizan las que conocen en todo su potencial. Un tema de interés general a nivel mundial como la privacidad, preocupa a menos de un tercio de los encuestados.

No se puede afirmar que las tecnologías que utilizan en su vida social sean las mismas que utilizan o quieren usar en el entorno académico. Herramientas populares dentro del ámbito personal como Facebook y Skype no obtuvieron tantos votos en el área académica. Claramente aún se perciben como asociadas al ocio y al tiempo libre más que a la vida académica, o al menos, su utilidad allí no es imaginada a priori. De todos modos, como se plantea anteriormente, el haber experimentado servicios profesionales a través de estas herramientas hace que el usuario cambie de opinión al respecto.

Se comprueba que el uso de la web social de la biblioteca varía ante ciertos factores. Las mujeres la utilizan más que los hombres, así como los usuarios de la Universidad de la República la utilizan más que sus pares en universidades privadas. La usan más los estudiantes que los docentes y egresados, y los mayores de 41 años más que otro rango etario. Como era de esperarse, los que se describen a sí mismos como creadores – los más activos en la web social – son los que más la utilizan, frente a los que se definen como conversadores y espectadores. De los que usan regularmente la biblioteca física, casi la mitad usa la web social, mientras que no llegan a un quinto quienes la utilizan sin visitar nunca la biblioteca física. Esto da un indicio de que los usuarios que están más comprometidos con la biblioteca en otros ámbitos, son también los que más adoptan sus servicios, donde sea que estos se encuentren y que muchas veces las relaciones en la web social son reflejo de las relaciones en el mundo físico.

La colaboración entre docentes y profesionales de la información puede incrementarse y mejorarse también a través de estos canales. Un 25% de los docentes utiliza la web social de la biblioteca. Al comprometer o involucrar a los docentes en proyectos colaborativos se potencia la transmisión de este tipo de experiencias a los estudiantes. De esta forma, los usuarios más

activos ayudan a publicitar las herramientas de la biblioteca. Es importante darle un lugar al usuario para que se exprese, solicitar su opinión y que ésta sirva de base para mejorar el servicio, cuando las personas se sienten parte de una comunidad, están más comprometidos. Escuchar y aprender de los usuarios, ese es el secreto.

7. Referencias bibliográficas

- ACRL Research Planning and Review Committee. 2012. "2012 Top Ten Trends in Academic Libraries A Review of the Trends and Issues Affecting Academic Libraries in Higher Education." *College & Research Libraries News* 73 (6) (June 1): 311–320.
<http://crln.acrl.org/content/73/6/311>.
- Adams, Douglas. 1999. "How to Stop Worrying and Learn to Love the Internet." *The Sunday Times*, August 29. <http://www.douglasadams.com/dna/19990901-00-a.html>.
- Aharony, Noa. 2012. "Facebook Use in Libraries: An Exploratory Analysis." *Aslib Proceedings* 64 (4) (June 29): 358–372.
- Alexa Internet. 2012. "Top Sites in Uruguay." <http://www.alexa.com/topsites/countries/UY>.
- Andrade, Estela, y Erika Velázquez. 2011. "La Biblioteca Universitaria En Las Redes Sociales: Planificando Una Presencia de Calidad." *Biblios* (42): 36–47.
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16120044003>.
- Ayu, A.R. Riza, y A. Abrizah. 2011. "Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Page Among Academic Libraries in Malaysia." *The International Information & Library Review* 43 (4) (December): 239–249. doi:10.1016/j.iilr.2011.10.005.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1057231711000555>.
- Bennett, Sue, Andrea Bishop, Barney Dalgarno, Jenny Waycott, y Gregor Kennedy. 2012. "Implementing Web 2.0 Technologies in Higher Education: A Collective Case Study." *Computers & Education* 59 (2) (September): 524–534.
doi:10.1016/j.compedu.2011.12.022.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131511003381>.
- Berners-Lee, Tim. 2006. "developerWorks Interviews: Tim Berners-Lee" Podcast.
<http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>.
- Booth, Char. 2009. *Informing Innovation: Tracking Student Interest in Emerging Library Technologies at Ohio University*. Chicago: ACRL.
<http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/booksanddigitalresources/digital/ii-booth.pdf>.
- Bosque, Darcy Del, Sam A. Leif, y Susie Skarl. 2012. "Libraries Atwitter: Trends in Academic Library Tweeting." *Reference Services Review* 40 (2): 199–213.
doi:10.1108/00907321211228246.
http://bing.exp.sis.pitt.edu/384/1/Libraries_atwitter_.pdf.
- Cassidy, Erin Dorris, James Britsch, Glenda Griffin, Tyler Manolovitz, Lisa Shen, y Linda Turney. 2011. "Higher Education and Emerging Technologies: Student Usage, Preferences, and Lessons for Library Services." *Reference & User Services Quarterly* 50 (4): 380–391.
- Castrillón, Eucario Parra. 2010. "Las Redes Sociales de Internet: También Dentro de Los Hábitos de Los Estudiantes Universitarios." *Tendencias* 11 (2): 193–207.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3640635>.
- Chang, Jung-Jung, y Chyan Yang. 2012. "Viable or Vital? Evaluation of IM Services from Patrons' Perspectives." *Electronic Library, The* 30 (1) (February 10): 70–88.
doi:10.1108/02640471211204079.
<http://www.emeraldinsight.com.strauss.uc3m.es:8080/journals.htm?issn=0264-0473&volume=30&issue=1&articleid=17015036&show=html>.
- Chua, Alton Y.K., y Dion H Goh. 2010. "A Study of Web 2.0 Applications in Library Websites." *Library & Information Science Research* 32 (3) (July): 203–211.

- doi:10.1016/j.lisr.2010.01.002.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818810000307>.
- Click, Amanda, y Joan Petit. 2010. "Social Networking and Web 2.0 in Information Literacy." *The International Information & Library Review* 42 (2) (June): 137–142.
doi:10.1016/j.iilr.2010.04.007.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1057231710000202>.
- ComScore, Inc. 2012a. "Redes Sociales Eclipsan a Portales Como La Categoría Online Más Popular En Latinoamérica." *comScore, Inc.*
http://www.comscore.com/esl/esl/Insights/Press_Releases/2012/3/Social_Networking_Eclipses_Portals_as_the_Most_Engaging_Web_Activity_in_Latin_America.
- . 2012b. "Latinoamérica Es La Región Más Involucrada En Redes Sociales a Nivel Global." *comScore, Inc.*
http://www.comscore.com/esl/esl/Insights/Press_Releases/2012/6/Latinoamerica_Es_La_Region_Mas_Involucrada_En_Red_Sociales_a_Nivel_Global.
- De-Volder, Carolina, Yanina González-Terán, y Fernando-Gabriel Gutiérrez. 2012. "Las Bibliotecas Universitarias Argentinas En La Web 2.0." <http://eprints.rclis.org/17004/>.
- Dickson, Andrea, y Robert P. Holley. 2010. "Social Networking in Academic Libraries: The Possibilities and the Concerns." *New Library World* 111 (11/12): 468–479.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/03074801011094840>.
<http://search.proquest.com.strauss.uc3m.es:8080/docview/807495904?accountid=14501>.
- DiNucci, Darcy. 1999. "Fragmented Future." *Print Magazine* 53 (4): 32.
http://darcy.com/fragmented_future.pdf.
- Donlan, Leah. 2012. "Exploring the Views of Students on the Use of Facebook in University Teaching and Learning." *Journal of Further and Higher Education OnlineFirst* (June 1): 1–17. doi:10.1080/0309877X.2012.726973. <http://clock.uclan.ac.uk/5975/>.
- Education for Change. 2012. "Researchers of Tomorrow."
<http://www.jisc.ac.uk/publications/reports/2012/researchers-of-tomorrow.aspx>.
- Epperson, Annie, y Jennifer J. Leffler. 2009. "Social Software Programs: Student Preferences of Librarian Use." *New Library World* 110 (7/8) (July 17): 366–372.
doi:10.1108/03074800910975188.
<http://www.emeraldinsight.com.strauss.uc3m.es:8080/journals.htm?issn=0307-4803&volume=110&issue=7/8&articleid=1805428&show=html>.
- García-Rivadulla, Sandra. 2010. "Actitud 2.0: Usos de La Web Social En Las Bibliotecas Universitarias Uruguayas." <http://eprints.rclis.org/13978/>.
- Gerolimos, Michalis, y Rania Konsta. 2011. "Services for Academic Libraries in the New Era." *D-Lib Magazine* 17 (7/8) (July). doi:10.1045/july2011-gerolimos.
<http://www.dlib.org/dlib/july11/gerolimos/07gerolimos.print.html>.
- Gómez, Marisol, Sergio Roses, y Pedro Farias. 2012. "El Uso Académico de Las Redes Sociales En Universitarios." *Comunicar*, March 1.
<http://revistacomunicar.wordpress.com/2012/04/01/el-uso-academico-de-las-redes-sociales-en-universitarios/>.
- Gonzalez, Nieves. 2010a. "¿Por Qué Baja El Número de Visitas a Los Catálogos y Webs de Las Bibliotecas?" *Bibliotecarios 2.0*. <http://www.nievesglez.com/2010/09/por-que-baja-el-numero-de-visitas-los.html>.
- . 2010b. "¿Estamos Perdiendo El Tiempo En Los Medios Sociales?" *Bibliotecarios 2.0*.
<http://www.nievesglez.com/2010/09/por-que-baja-el-numero-de-visitas-los.html>.
- González, Pilar Grande, y Pablo Lucio de la Fuente Redondo. 2012. "Bibliotecas Universitarias Españolas En La Web Social." *El Profesional de La Información* 21 (6): 577–584.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4105753>.

- Grupo Radar. 2012. "El Perfil Del Internauta Uruguayo [9na. Edición]". Montevideo. http://www.gruporadar.com.uy/01/wp-content/uploads/2012/12/El-Perfil-del-Internauta-Uruguayo_2012.pdf.
- GSMA. 2012. "Observatorio Móvil de América Latina 2011: Impulsando El Desarrollo Económico y Social a Través de La Banda Ancha Móvil". Londres: GSMA. <http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/04/latamospa.pdf>.
- Hartshorne, Richard, y Haya Ajjan. 2009. "Examining Student Decisions to Adopt Web 2.0 Technologies: Theory and Empirical Tests." *Journal of Computing in Higher Education* 21 (3): 183–198. doi:10.1007/s12528-009-9023-6. <http://www.springerlink.com/content/565114m2062t6737/abstract/>.
- Head, Alison J., y Michael B. Eisenberg. 2011. "Balancing Act: How College Students Manage Technology While in the Library During Crunch Time." Project Information Literacy. http://projectinfolit.org/pdfs/PIL_Fall2011_TechStudy_FullReport1.1.pdf.
- Holotescu, Carmen, y Gabriela Grosseck. 2012. "An Empirical Analysis of the Educational Effects of Social Media in Universities and Colleges." In *Conference Proceedings of "eLearning and Software for Education"*, 156–164. <http://www.scribd.com/doc/91507026/Social-media-in-universities>.
- Hussain, Irshad. 2012. "A Study to Evaluate the Social Media Trends Among University Students." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 64 (November 9): 639–645. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812050525>.
- In Press Porter Novelli, y E.life. 2009. "Habitos de Uso e Comportamento Dos Internautas Brasileiros Em Mídias Sociais". Brasilia: In Press Porter Novelli/E.life. <http://www.usmediaconsulting.com/img/uploads/pdf/Elife-Brazil-social-media-study.pdf>.
- Infolatam. 2012. "Las Redes Sociales En Latinoamérica: Influencia y Tendencias." *Infolatam*. June 26. <http://www.infolatam.com/2012/06/26/las-redes-sociales-en-latinoamerica-influencia-y-tendencias/>.
- Internet World Stats. 2012a. "South America Internet and Facebook Usage - Population Statistics." September 30. <http://www.internetworldstats.com/south.htm>.
- . 2012b. "Internet Usage Statistics, Population and Telecom Reports for the Americas." September 30. <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>.
- ITU. 2012. "Measuring the Information Society 2012". International Telecommunication Union. http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2012/MIS2012_without_Annex_4.pdf.
- Jacobson, Terra B. 2011. "Facebook as a Library Tool: Perceived Vs. Actual Use." *College & Research Libraries* 72 (1) (January): 79–90.
- Karna, M., y V. Karna. 2012. "Bachelor and Master Level Students' Perceptions of Using Web 2.0 Tools for Knowledge Construction in PBL-Context." *EDULEARN12 Proceedings*: 1027–1032. <http://library.iated.org/view/KARNA2012BAC>.
- Kumar, Neeraj. 2012. "User Perception and Use of Social Networking Sites by Sikkim University Students." In . <http://ir.inflibnet.ac.in/dxml/handle/1944/1682?show=full>.
- Linh, Nguyen Cuong. 2008. "A Survey of the Application of Web 2.0 in Australasian University Libraries." *Library Hi Tech* 26 (4) (November 21): 630–653. doi:10.1108/07378830810920950. <http://www.emeraldinsight.com/strauss.uc3m.es:8080/journals.htm?issn=0737-8831&volume=26&issue=4&articleid=1753936>.
- Madhusudhan, Margam. 2012. "Use of Social Networking Sites by Research Scholars of the University of Delhi: A Study." *The International Information & Library Review* 44 (2) (June): 100–113. doi:10.1016/j.iilr.2012.04.006. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1057231712000215>.
- Mansa Ayiah, Efua, y Cynthia Henewaa Kumah. 2011. "Social Networking: a Tool to Use for Effective Service Delivery to Clients by African Libraries." In *Africa Libraries, Not Just*

- Place but Interface – Africa Section*, 14. San Juan, Puerto Rico.
<http://conference.ifla.org/past/ifla77/183-ayah-en.pdf>.
- Margaryan, Anoush, Allison Littlejohn, y Gabrielle Vojt. 2011. "Are Digital Natives a Myth or Reality? University Students' Use of Digital Technologies." *Computers & Education* 56 (2) (February): 429–440. doi:10.1016/j.compedu.2010.09.004.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131510002563>.
- Ng, Wan. 2012. "Can We Teach Digital Natives Digital Literacy?" *Computers & Education* 59 (3) (November): 1065–1078. doi:10.1016/j.compedu.2012.04.016.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131512001005>.
- Nielsen Norman Group. 2006. "Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute." *Jakob Nielsen's Alertbox*. <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>.
- O'Reilly Radar. 2006. *Web 2.0 Principles and Best Practices*.
http://oreilly.com/catalog/web2report/chapter/web20_report_excerpt.pdf.
- O'Reilly, Tim. 2005. "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software." *O'Reilly*. <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=2>.
- O'Reilly, Tim, y John Battelle. 2009. "Web Squared: Web 2.0 Five Years On."
<http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>.
- Oyhenard, Jorge. 2012. "Usuarios Facebook En Uruguay 2011." *Jorge Oyhenard*.
<http://www.jorgeoyhenard.com/facebook-2011-en-uruguay/3408/>.
- Plan Ceibal. 2009. "Alcance & Etapas."
http://www.ceibal.org.uy/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=57.
- PlusDemographics. 2012. "Google+ Plus Demographics Report for Uruguay."
PlusDemographics.com.
http://www.plusdemographics.com/country_report.php?cid=Uruguay.
- Roblyer, M.D., Michelle McDaniel, Marsena Webb, James Herman, y James Vince Witty. 2010. "Findings on Facebook in Higher Education: A Comparison of College Faculty and Student Uses and Perceptions of Social Networking Sites." *The Internet and Higher Education* 13 (3) (June): 134–140. doi:10.1016/j.iheduc.2010.03.002.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1096751610000278>.
- Ruleman, Alice B. 2012. "Social Media at the University: a Demographic Comparison." *New Library World* 113 (7/8): 316–332. doi:10.1108/03074801211244940.
<http://www.emeraldinsight.com/strauss.uc3m.es:8080/journals.htm?issn=0307-4803&volume=113&issue=7&articleid=17042362&show=html>.
- Ruppel, Margie, y Jody Condit Fagan. 2002. "Instant Messaging Reference: Users' Evaluation of Library Chat." *Reference Services Review* 30 (3) (September 1): 183–197. doi:10.1108/00907320210435464.
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=861693>.
- Ruppel, Margie, y Amy Vecchione. 2012. "'It's Research Made Easier!' SMS and Chat Reference Perceptions." *Reference Services Review* 40 (3) (August 10): 423–448.
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17048171&show=html>.
- Sandars, J, y S Schroter. 2007. "Web 2.0 Technologies for Undergraduate and Postgraduate Medical Education: An Online Survey." *Postgraduate Medical Journal* 83 (986) (December): 759–762. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2750915/>.
- Santos, Alexandra, y António Andrade. 2010. "Bibliotecas Universitárias Portuguesas No Universo Da Web 2.0." *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência Da Informação* 0 (2. sem.) (November 23): 116–131.
<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/16586>.

- Schwab, Klaus. 2012. "The Global Competitiveness Report 2012–2013". Genova: World Economic Forum.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf.
- Socialmedia Network. 2013. "Cifras de Usuarios de Todos Los Social Media a Cierre Del 2012." *Socialmedia Network*. <http://www.rrhhsocialmedia.com/cifras-usuarios-social-media-cierre-2012/>.
- Stuart, David. 2010. "What Are Libraries Doing on Twitter?" *Online* 34 (1) (February): 45–47.
- Tendencias Digitales. 2012. "Tendencias Digitales 2012" September 25.
http://www.slideshare.net/Tendencias_Digitales/evento-tendencias-digitales-2012.
- Thanuskodi, S. 2013. "Awareness of Library 2.0 Applications Among Library and Information Science Professionals at Annamalai University, India." *International Journal of Library Science* 1 (5) (January 7): 75–83.
<http://article.sapub.org/10.5923.j.library.20120105.02.html>.
- Theng, Yin-Leng, Elaine Lew Yee Wen, Jimmy Chong Jeah Leong, Stanley See Boon Yeow, y Ding Hong Yan. 2010. "Students' Perceptions and Acceptance: Lessons from Two Studies on Social Tools on Collaborative and Collective Learning." *International Journal of Organizational and Collective Intelligence* 1 (1): 76–90. <http://www.igi-global.com/article/students-perceptions-acceptance/40990>.
- Tripathi, Manorama, y Sunil Kumar. 2010. "Use of Web 2.0 Tools in Academic Libraries: A Reconnaissance of the International Landscape." *The International Information & Library Review* 42 (3) (September): 195–207.
http://pubget.com/paper/pgtmp_352a476d30c4b23b27fe15e2efecbfb4/Use_of_Web_2_0_tools_in_academic_libraries_A_reconnaissance_of_the_international_landscape.
- Uruguay. Caja de Jubilaciones y Pensiones de Profesionales Universitarios. 2012. "Datos Correspondientes Al 31.12.2012 (Afiliados Activos Por Categoría y Profesión y Afiliados Con D.J.N.E. Por Categoría y Profesión)." December 31.
http://www.cjppu.org.uy/caja_estadisticas/2012/info_interes_estadistica_diciembre2012.htm.
- Uruguay. Instituto Nacional de Estadística. 2011. "Censos 2011. Poblacion Total Del Pais. Educación. Cuadro 4. Personas de 25 Años o Más de Edad, Por Máximo Nivel Educativo Alcanzado, Según Departamento y Sexo." Montevideo: INE.
http://www.ine.gub.uy/censos2011/resultadosfinales/cuadros/NIVEL%20NACIONAL/Poblaci%C3%B3n/Educaci%C3%B3n/P_4_EDU.xls.
- . 2012. "Anuario Estadístico 2012". Montevideo: Instituto Nacional de Estadística.
<http://www.ine.gub.uy/biblioteca/anuario2012/datos/anuario2012.pdf>.
- Vidal, Cinta Espuny, Juan González Martínez, Mar Lleixa Fortuño, y Mercè Gisbert Cervera. 2011. "Actitudes y Expectativas Del Uso Educativo de Las Redes Sociales En Los Alumnos Universitarios." *Revista de Universidad y Sociedad Del Conocimiento, RUSC* 8 (1): 171–185. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3666719>.