



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

**LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA SALVADOR
DE LA PLAZA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA, BASADO
EN FACEBOOK.**

Trabajo de licenciatura presentado como requisito de la Escuela de Bibliotecología y
Archivología de la Universidad Central de Venezuela para optar al Título de
Licenciado en Bibliotecología

Presentado por: Espinoza, Gueida
Zambrano, Tania

Tutora: Prof. Irany Durán C.

Caracas, julio de 2015

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA


ACTA

Quienes suscriben Profesores, **ELSI JIMENEZ, MARIANNE ROBLES, IRANY DURAN** (TUTOR), designados por el Consejo de Escuela, como Jurado Calificador del Trabajo de Licenciatura de las Bses. **TANIA ZAMBRANO, GUEIDA ESPINOZA**, Titulado: "LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA SALVADOR DE LA PLAZA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA, BASADO EN FACEBOOK" hacen constar por medio de la presente Acta, que el día 28, se reunieron en AULA 14 para examinar, discutir y calificar el trabajo mencionado.

El jurado por unanimidad, decidió otorgarle la calificación de APROBADO SOBRESALIENTE En Caracas a los 28 días del mes de JULIO de dos mil quince.


Prof. MARIANNE ROBLES

9.062.319


Prof. ELSI JIMENEZ

V-5590241


IRANY DURAN

Prof. TUTOR

Espinoza, Gueida.

La promoción de los servicios de la biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, basado en Facebook / Gueida Espinoza y Tania Zambrano; Tutora Prof. Irany Durán.--Caracas, 2015.

XII, 64 h.; il.; 30 cm

Trabajo de Licenciatura (Bibliotecología)

Universidad Central de Venezuela, 2015.

1. Redes Sociales 2. Web 2.0 3. Facebook 4. Bibliotecas Universitarias. 5. Biblioteca FaCES UCV. I. Título II. Durán, Irany.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a personas muy especiales que siempre han estado a mi lado apoyándome y dando lo mejor de sí para que siga progresando profesional y personalmente.

A mi esposo y mis hijos quienes me apoyaron y alentaron a terminar mi trabajo de grado.

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi compañera de tesis, ¡lo logramos amiga!

A mis amigas quienes fueron un apoyo emocional durante a creación de esta tesis.

A todas y cada una de aquellas personas que creyeron en mi.

Gueida K. Espinoza Amaro

Dedico este trabajo a:

Dios, por cuidarme, iluminar mi mente y fortalecer mi corazón.

Mis padres: Irma Rodríguez e Isidro Zambrano, por su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles.

Mi hermano Isidrito Zambrano Rodríguez, nunca te olvidare.

Mi hijo Guinier G. Zambrano; eres la bendición más grande que Dios me ha dado.

Mi esposo José Miguel, por su apoyo y empuje para terminar esta etapa académica.

Mis tíos Elvira e Ismael, por esta gran oportunidad y sus consejos.

Mi segunda casa, la Universidad Central de Venezuela quien me enseñó a crecer en lo profesional y personal.

Los profesores y trabajadores de la Escuela de Bibliotecología y Archivología, por su ayuda y colaboración.

Mis amigas Giomara, Leticia, Lorisbet, Mayrubi y Belkys, por sus consejos y regaños. **Gueida Espinoza**, por fin amiga, terminamos.

Yoberly gracias por tu ayuda incondicional, eres el mejor ejemplo de vida.

Mis sobrinos Alexander, Aymeth, Samuel, Tiffany, Aaron, espero sus licenciaturas.

A todas aquellas personas que de una u otra manera me ayudaron y acompañaron en mi vida estudiantil.

Tania C. Zambrano R.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios por darme la oportunidad de vivir y permitirme llegar a este momento especial

A mis padres Javier y Benita por darme la vida y proporcionarme educación y lecciones de vida.

A mi esposo, José por su amor, paciencia, apoyo y ayuda en impulsarme a terminar este proyecto.

A mis hijos, Jesús y Gabriel por ser apoyo constante en mi vida y no dejarme decaer.

A mis hermanos Carlos Javier y Manuel Augusto, mis cuñadas y sobrinos por darme alegrías a través de los años.

A mi amiga y hermana Yenny, por ser, estar y no perder la fe en mí.

A mis niñas Yhetzi, Yisbell, Paola y Fabiana por siempre estar allí y decirme ¡hazlo, tu puedes!

A mi amiga Brenda por su apoyo a través de la distancia.

A mis amigas y compañeras de trabajo, Elimar, Silvia; Anilsa; Jesuly; Yegsi, Lisbeth, Roselin, Narcisa; Juana, Tibusay, Ruben y Nerio por siempre apoyarme de cualquier manera posible.

A mi tutora la profesora Irany Durán y a mis Jurados las profesoras Marianne Robles y Elsi Jiménez por brindarme la oportunidad de recurrir a sus capacidades y conocimientos.

A mi asesora Diomara por ese primer empujón para culminar esta meta.

Y finalmente a todo aquel que de una u otra manera estuvo conmigo a lo largo de todo el camino de mi carrera.

Gracias infinitamente gracias a todos

Gueida K. Espinoza Amaro

AGRADECIMIENTOS

Agradecida eternamente **con Dios y su ejército de Ángeles** Celestiales, por cuidarme y guiarme en el camino **del bien**.

Gracias Irma e Isidro, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos. Los amo muchos papi y mami.

Elvira e Ismael, tía y tío gracias por darme la oportunidad de entrar en la máxima Institución: Universidad Central de Venezuela, la Casa que Vence la Sombra.

Hermano Isidrito, gracias por apoyarme y ayudarme cuando más lo necesite, espero que estés bien donde quieras que te encuentres, **“SIEMPRE BIEN”**.

Guinier Eduardo, orgullosa de ti gracias por enseñarme hacer madre, eres la razón de mi vida, **TE AMO MUCHO HIJO**.

José Miguel (mi zurdo), gracias por querer estar conmigo (esperarme 15 años) y actualmente soportarme y amarme, **TE AMO ESPOSO**.

A la familia Pereira, por ayudarme en la formación de mi hijo durante sus primeros años de vida, gracias infinitas, por querer a mi hijo Comadre Migdalia.

A mi tía Omaira por apoyarme cuando más lo necesite y gracias tía por ser una madre. A todos mis familiares que de una u otra forma me ayudaron.

Gueida Espinoza, gracias por aceptar ser mi compañera de tesis y soportar los buenos y malos momentos que nos hicieron pasar.

Esp. Belkys Vásquez gracias por toda tu enseñanza y apoyo en lo espiritual, personal y laboral. **Muchas gracias Jefa**.

Gracias a: Giomara, Leticia, Ledys, Lic. Maria Alejandra Rivas, Mairuby, Lorizbeth, Alicia, Rosita, Marilisa, Henley, Thays, Dania, Miguel, Maria Carolina, Keyla, (Gabriel, Ricardo y Gerson por ayudarme cuando necesite imprimir y fotocopias). Les agradezco muchísimo por el apoyo, paciencia y enseñanza a los Profesores: Benjamin, José López, Henry Delfín y Miguel Mendoza; profesoras Mariketi Marianne, Irani, Xiomara y Estela.

Mil gracias a la UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA.

Tania C. Zambrano R.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ACTA DE APROBACIÓN.....	ii
FICHA	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
INDICE DE CONTENIDO	vii
INDICE DE TABLAS, ILUSTRACIONES, CUADROS Y GRÁFICOS	ix
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 Planteamiento del Problema.....	4
1.2. Objetivos de la Investigación	7
1.2.1 Objetivo General	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3. Justificación de la Investigación.	7
CAPITULO II 2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 Antecedentes.	10
2.2 Bases Teóricas.....	12
2.2.1. Uso de Aplicaciones Web 2.0 en las Bibliotecas Universitarias.	17
2.2.1.1 Bibliotecas Universitarias del Mundo	23
1) Bibliotecas Universitarias Argentinas.	23
2) Bibliotecas Universitarias de España:.....	24
3) Bibliotecas Universitarias en Australia:	25
4) Bibliotecas Universitarias en China:.....	25
5) Bibliotecas Universitarias Americanas	25
6) Bibliotecas Universitarias en Reino Unido.....	26
7) Bibliotecas Universitarias Portuguesas.....	26
8) Bibliotecas Universitarias Sur África.	27
2.2.1.2 Bibliotecas Universitarias de Venezuela.....	28
2.2.1.3 Bibliotecas Universitarias de la Universidad Central de Venezuela.....	30
2.3 Bases Jurídicas	33

CAPITULO III 3. MARCO METODOLÓGICO.....	40
3.1 Tipo de Investigación	40
3.2 Diseño	40
3.3 Población o Universo de Estudio	41
3.4 Muestra.....	42
3.5 Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos.....	43
3.6 Análisis e Interpretación de los Datos.....	46
CAPITULO IV 4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS....	47
4.1 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 1.....	48
4.2 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 2.....	49
4.3 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 3.....	50
4.4 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 4.....	51
4.5 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 5.....	52
4.6 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 6.....	53
4.7 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 7.....	54
4.8 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 8.....	55
4.9 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 9.....	56
4.10 Análisis General de la Encuesta.....	57
CAPITULO V 5. LINEAMIENTOS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA SALVADOR DE LA PLAZA DE LA FACES DE LA UCV BASADO EN FACEBOOK.	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	64
ANEXOS	72

INDICE DE TABLAS, ILUSTRACIONES, CUADROS Y GRÁFICOS

Tabla 1. Clasificación de las Redes Sociales.....	14
Ilustración 1. Mapa conceptual Web 2.0.....	20
Tabla 2. Aplicaciones en línea por Bibliotecas de las Facultades de la UCV.....	31
Ilustración 2. Uso de Internet y Redes en Venezuela.....	34
Ilustración 3. Crecimiento de Usuarios Facebook en Venezuela 2013.....	36
Tabla 3. Oportunidades y Amenazas del uso de RRSS en Bibliotecas.....	37
Tabla 4. Distribución de la Población.....	42
Tabla 5. Distribución de la Muestra.....	42
Cuadro 1 y Grafico 1. Resultados de la Pregunta Nro. 1 de la Encuesta.....	48
Cuadro 2 y Grafico 2. Resultados de la Pregunta Nro. 2 de la Encuesta.....	49
Cuadro 3 y Grafico 3. Resultados de la Pregunta Nro. 3 de la Encuesta.....	50
Cuadro 4 y Grafico 4. Resultados de la Pregunta Nro. 4 de la Encuesta.....	51
Cuadro 5 y Grafico 5. Resultados de la Pregunta Nro. 5 de la Encuesta.....	52
Cuadro 6 y Grafico 6. Resultados de la Pregunta Nro. 6 de la Encuesta.....	53
Cuadro 7 y Grafico 7. Resultados de la Pregunta Nro. 7 de la Encuesta.....	54
Cuadro 8 y Grafico 8. Resultados de la Pregunta Nro. 8 de la Encuesta.....	55
Cuadro 9 y Grafico 9. Resultados de la Pregunta Nro. 9 de la Encuesta.....	56

RESUMEN

Se expone el uso de las herramientas Web 2.0 en algunas de las bibliotecas universitarias del mundo, de Venezuela y de la Universidad Central de Venezuela con la finalidad de proponer los lineamientos para la promoción de los servicios de información de la de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela basado en Facebook. Este estudio se desarrolla en tres fases: la primera consiste en la búsqueda, localización y sistematización de la información disponible en internet, libros, tesis y manuales; la segunda, la aplicación, análisis e interpretación de los datos generados por una encuesta aplicada a una muestra representativa de la comunidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y la tercera, la sistematización de toda la información generada a fin de proponer los lineamientos generales que sustentan este trabajo de investigación.

Palabras claves: Redes Sociales. Web 2.0. Facebook. Bibliotecas Universitarias.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “La promoción de los servicios de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, basado en Facebook” está orientado a enumerar elementos que propicien la difusión de los productos y servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza, empleando herramientas de la Web 2.0 como lo es Facebook.

El interés de las unidades de información de formar colecciones para que los usuarios dispongan de recursos de información actualizados, ordenados y pertinentes a sus necesidades de información va más allá cuando encontramos que esos usuarios emplean tecnología que les permite acceder a personas, familias e intereses profesionales o de estudios haciendo uso de ella, por lo cual los profesionales de información tienden a apropiarse de esas tecnologías para colocarse a la vista de sus usuarios, de la comunidad y del público en general, en este caso proponemos hacer uso de Facebook como herramienta que permitirá el logro de los objetivos planteados para el reposicionamiento estratégico de la unidad de Salvador de la Plaza ante su comunidad.

Las tendencias tanto en la práctica como en las investigaciones nos indican que los usuarios y organizaciones bien sea a nivel educativo como empresarial, hacen uso de las herramientas de la Web social para la difusión de sus proyectos, recursos, servicios entre otros con resultados confiables, generando adicionalmente visibilidad en el entorno en el que actúa, por ello el interés de insertarse en tan actual movimiento al proponer lineamientos que permitan a la Unidad de Información: Biblioteca Salvador de la Plaza la difusión de sus recursos de información a través de Facebook. Para desarrollar esos lineamientos, se realizó una investigación documental y de campo que condujo a evidenciar como las bibliotecas universitarias

del mundo, y específicamente las de la Universidad Central de Venezuela, aplican herramientas 2.0 , tales como Facebook, blogs, twitter, navegadores, entre otros, para la localización de datos, el desarrollo de investigaciones y para la difusión de estos, ya que el aprovechamiento de estas herramientas viene dado por el uso generalizado que los usuarios o comunidad en general hacen de estas en su cotidianidad. Como institución que sirve principalmente a una comunidad estudiantil y redes de investigación especializadas, es prioritaria la inserción en la dinámica tecnológica como una oportunidad para aumentar su visibilidad, potenciar la imagen institucional, fluir con los cambios que esta era tecnológica ofrece y reactivar el rol de participación y facilitación de contenidos acorde a esta etapa de desarrollo y expansión de los usuarios.

Es necesario indicar, que esta incorporación no se da sola, es necesario un acompañamiento institucional, un interés evidenciado en capacitación, recursos, y personal dispuesto y disponible a insertarse en esta ola de cambios que favorezcan la incorporación, uso y aprovechamiento de las iniciativas en pro del beneficio institucional, un enriquecimiento profesional y un interés personal de actualizarse y ser protagonista de iniciativas que permitan lograr y apoyar los objetivos, fines y metas institucionales permitiendo un relacionamiento con otras áreas de interés común para un beneficio sinérgico que sumen participación, visibilidad, empoderamiento y logro de fines comunes.

Este trabajo de investigación consta de cinco capítulos a saber:

Capítulo I: Planteamiento del Problema, se desarrolla el planteamiento del problema, la identificación de objetivos generales y específicos y la justificación de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico, aquí se exponen algunos antecedentes de investigaciones relacionadas con este tema, las bases teóricas orientadas al uso que hacen las bibliotecas universitarias de herramientas Web 2.0 (Facebook, twitter,

blogs, RSS, entre otros), para la difusión de productos y servicios. De igual forma se mencionan las bases jurídicas que sustentan y promueven el uso de herramientas Web en Venezuela.

Capítulo III: Marco Metodológico, en este espacio se expone de manera detallada la metodología utilizada para desarrollar esta investigación.

Capítulo IV: Análisis de los datos, se muestra el análisis de los datos recolectados a través de una encuesta aplicada a la comunidad de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central Venezuela, que permitió determinar los beneficios del Facebook como herramienta de difusión de información en la comunidad universitaria.

Capítulo V: Se exponen los lineamientos generales que se sugieren aplicar a la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales para la difusión de productos y servicios utilizando herramientas Web 2.0 específicamente como Facebook.

Y para concluir, se proponen unas sugerencias y recomendaciones que harán viable la aplicación de esta herramienta como medio de difusión del acervo bibliohemerográfico de la Unidad de Servicios de Información Salvador de la Plaza.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

El interés de conservar información de manera organizada para su posterior consulta, tuvo sus inicios en el período Mesopotámico, a fines de IV milenio, donde los sumerios fueron los poseedores del primer sistema de escritura, la escritura cuneiforme, por su forma de trazos triangulares en pequeñas tabletas de arcillas rectangulares que eran colocadas en estanterías de madera dentro de cestas cubiertas de brea (resina) para su conservación, y principalmente eran consultadas por babilonios, acadios, asirios e hititas, con el paso del tiempo, estas prácticas de conservación fueron evolucionando dando pie a la constitución de grandes bibliotecas públicas, populares y accesibles para todos los estratos sociales, haciendo necesaria la expansión de sus funciones y servicios.

Actualmente, una de las principales funciones de toda biblioteca es ofrecer y difundir la información a través de sus acervos y servicios bibliotecarios, por lo cual es necesario que dichos recursos sean promocionados y difundidos de una u otra manera. En la actualidad, las bibliotecas universitarias seleccionan, adquieren y organizan materiales documentales para ponerlos a disposición de la comunidad, cumpliendo así con los objetivos y funciones propios de la biblioteca.

Al profesional de la información, le corresponde jugar roles dinámicos sin perder de vista el progreso de las tecnologías, principalmente aquellas que se relacionan con el almacenamiento, organización, acceso, distribución y difusión de la información. En el caso de las bibliotecas, se ha desarrollado un proceso de adaptación con la incorporación y la aplicación de las tecnologías de información y comunicación para la gestión y servicios orientados a la comunidad a la que sirve. Se tiene que pensar que en la actualidad este incremento y disponibilidad de recursos

electrónicos de información (incluyendo libros electrónicos, bases de datos en línea, entre otros) han modificado la educación y la investigación en las bibliotecas universitarias, así como la integración en redes sociales, aprovechando su impacto dentro de la sociedad.

Es evidente que son más los usuarios que cada día se suman a la era tecnológica para tener acceso a la información, por lo cual las bibliotecas han comenzado a difundir sus acervos documentales, productos y servicios para que estén disponibles a la mayor cantidad de usuarios posibles dentro de su ámbito de acción, en la actualidad, se apoyan con el uso de herramientas de la Web social o Web 2.0, tales como Facebook, Twitter, Instagram, Google, entre otros, que son de uso gratuito y están basados en accesibilidad y amigabilidad, permitiendo la rápida propagación de la información o documentos que la biblioteca quiera difundir, lamentablemente, este no es el caso de la Biblioteca Salvador de la Plaza de FaCES de la Universidad Central de Venezuela, es por ello que como Biblioteca principal de esta Facultad, es indispensable planear estrategias de modernización para propiciar la interacción con sus usuarios, ya que actualmente no cuentan con servicios Web que permitan apoyar la investigación académica.

Algunas de las bibliotecas de la Universidad Central de Venezuela, han adaptado sus servicios a las redes sociales como medios de difusión de sus actividades y productos, siguiendo la tendencia que los medios de comunicación masivos están marcando. El desafío a superar en el uso de las redes sociales como medio de promoción es la constante actualización de los perfiles, y con ello generar un mayor interés para la satisfacción del usuario en cuánto a información útil.

En el caso de la Biblioteca Salvador de la Plaza, perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FaCES) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), es imperativa la proyección de esta unidad de información en la red, no solo

para hacer presencia en la Web, sino para difundir los recursos bibliográficos de los que dispone.

De acuerdo con información obtenida en el área de Recursos Humanos y Control de Estudios (2014), actualmente FaCES cuenta con una población de 538 docentes tanto regulares como contratados, 10 investigadores y 7.324 estudiantes aproximadamente, sin embargo, se ha evidenciado mediante las estadísticas de la Biblioteca Salvador de la Plaza, que el uso de los servicios en forma física ha decaído progresivamente en los últimos seis meses, ya que el promedio mensual de usuarios superaba los 500 y actualmente solo 100 usuarios mensuales acuden a la biblioteca. En este sentido, es necesario proyectar la imagen institucional y reposicionarla entre los usuarios reales y potenciales, para brindar servicios de información actualizados y de calidad.

Por lo tanto, el ser visibles en las redes sociales viene dado por la necesidad de adaptarse a los requerimientos de los usuarios en tiempo y niveles de accesibilidad remoto, dar a conocer el acervo documental, proyectar la imagen institucional, apoyar la labor de investigación de la Facultad y de otras instituciones tanto internas como externas, la posibilidad de compartir información de otras unidades de información complementarias y de apoyo, la creación de grupos en torno a un tema de interés común, la interacción entre profesionales especializados en un tema específico, siendo el valor central la incorporación de valores añadidos a los productos y servicios para hacerla más atractivas a los usuarios.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, esta investigación propone la promoción de los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza de FaCES de la Universidad Central de Venezuela basado en Facebook, para dar respuesta a la problemática planteada, ya que como centro de información debe adaptarse a la dinámica tecnológica que hoy en día lidera el mundo.

1.2. Objetivos de la Investigación.

1.2.1 Objetivo General

Proponer la promoción de los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES de la Universidad Central de Venezuela basado en Facebook.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir el uso de aplicaciones Web 2.0, especialmente Facebook en los servicios de información.
- Hacer un diagnóstico de las necesidades de información de los usuarios de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, de la UCV
- Desarrollar los lineamientos para la promoción de los servicios de información de la de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, de la UCV basado en Facebook

1.3. Justificación de la Investigación.

La promoción de los servicios de información basados en Facebook, es de vital importancia para que la Biblioteca Salvador de la Plaza de FaCES, de la UCV, cuente con herramientas tecnológicas para propiciar la interrelación de la biblioteca con los usuarios vía remota, con el propósito de responder a las diferentes necesidades de información de los usuarios, aumentando la calidad de los servicios y de los estándares de calidad con relación al resto de las bibliotecas de la UCV.

Actualmente, en la Facultad se adelantan iniciativas relacionadas con la difusión de actividades a través de estas herramientas, tal es el caso de la Coordinación de Extensión de FaCES, que utiliza la red social Twitter como herramienta para dar a conocer las actividades que desarrollan, actualizando a sus seguidores en su ámbito de acción.

En este sentido, se considera necesaria la promoción de este tipo de servicios, ya que hasta los momentos no existen medios tecnológicos que le permitan integrarse a la Web 2.0, generando así un impacto positivo y renovador en la institución.

Emplear estas herramientas en la Biblioteca Salvador de la Plaza, favorecería la comunicación directa con los usuarios y la difusión de información de interés, se puede publicar todo tipo de información, tales como:

- Noticias propias de la biblioteca.
- Información de importancia para la comunidad a la que sirve.
- Actividades y eventos del centro.
- Recomendaciones de libros.
- Novedades en los fondos.
- Fotografías y vídeos de difusión de la biblioteca, como pudieran ser las fotografías de las actividades del centro.
- Comunicación directa con los usuarios de la biblioteca y posibilidad de recibir recomendaciones para las compras de material.

La importancia de esta investigación, radica en el uso de la tecnología para estar a la vanguardia y lograr transformar procesos, que orientados a esta propuesta se resumen en mayor eficiencia en la prestación de servicios, difusión de la información en menor tiempo y con mayor accesibilidad a través de la promoción de los servicios de información basados en Facebook, que pueden proporcionar múltiples beneficios, entre los cuales se mencionan:

- Optimizar los recursos informativos propios.
- Brindar la posibilidad de colaboración con otras instituciones
- Desarrollar las habilidades informativas de los usuarios.
- Brindar elementos para la toma de decisiones.

- Poseer herramientas que permiten evaluar la calidad de los servicios.

De Igual forma, se considera que este estudio tiene relevancia social ya que brindará beneficios concretos para la comunidad universitaria, permitiendo que la Biblioteca Salvador de la Plaza, brinde a todos sus usuarios un servicio eficiente, que les apoye en su proceso de aprendizaje y desarrollo profesional.

La presente propuesta, estará basada en la promoción de servicios de información basados Facebook, por ser una de las redes sociales de acceso gratuito, con mayor cantidad de usuarios, lo que implica que los costos de implementación son considerablemente mínimos en contraste con los múltiples beneficios que este brinda.

Todo esto viene dado por el interés creciente de emplear herramientas tecnológicas que permitan la difusión de productos y/o servicios enmarcados dentro de un plan de acción, o plan de mercadeo alineado con la visión, misión y objetivos estratégicos tanto de la biblioteca como de la Facultad a la cual está adscrita.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes.

Para dar apoyo a esta investigación tenemos como antecedentes algunas tesis y ponencias que respaldan el presente tema.

Cruz, Jorge (2009). “Herramientas de la Web 2.0 aplicadas a la biblioteca virtual de la UCV: caso Facebook”. Tesis para optar al título de licenciado en Bibliotecología de la Universidad Central de Venezuela. Esta tesis analiza el impacto del uso de la red social Facebook en la Biblioteca Central de la Universidad Central de Venezuela, a partir de las estadísticas de uso de la biblioteca virtual UCV.

En esta tesis se evidencia a través de las estadísticas generadas por biblioteca virtual, la ventaja que genera para cualquier unidad de información, en específico la biblioteca central, el uso de la herramienta Facebook en la visibilidad de los productos y servicios de la unidad de información, así como la difusión de los enlaces de interés en el ámbito académico, los eventos que se realizan y publican dentro de la ciudad universitaria, el contacto directo con las bibliotecas foráneas a la Universidad, el acercamiento de parte de la biblioteca para con sus usuarios: contestando preguntas, solucionando dudas y brindando un soporte de investigación de una manera rápida y eficaz a cualquier tipo de usuario, en cualquier momento que lo requiera y de manera gratuita.

Apoya nuestra investigación, ya que la mencionada tesis demuestra, a través de una encuesta, como el uso de servicios Web especialmente Facebook incide positivamente en la difusión de los servicios de la unidad de servicios de información estudiada, el posicionamiento entre los usuarios, el aumento de la visibilidad en la red y en la comunidad en la cual está inmersa.

Hidalgo, Petra (2009). “Plan de mercadeo para los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza”. Trabajo para optar al título de Especialista en Gerencia de Redes de Unidades de Servicio de Información de la Universidad Central de Venezuela. En esta tesis la autora desarrolla un diagnóstico sobre el estado de los productos y servicios que ofrece la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela y propone los lineamientos para desarrollar un plan de mercadeo de los servicios de esa unidad de información.

Esta tesis apoya nuestra investigación ya que hace referencia a la unidad de información en la cual vamos a desarrollar nuestra propuesta, nos ofrece un diagnóstico sobre la situación de los productos y servicios de la unidad de servicios de la información, así como sienta las bases para el desarrollo de nuestra investigación. No obstante, la propuesta a desarrollar por esta investigación trata la promoción de los servicios por medios electrónicos, empleando la Web 2.0 o Web social como herramienta de difusión aplicando específicamente Facebook como elemento de distinción para ello.

Ascanio, Alejandro (2010). Diseño de un plan de mercadeo de los servicios del Centro de Documentación e Información y Archivo de la Casa de Estudio de la Historia de Venezuela “Lorenzo A. Mendoza Quintero”. En esta tesis, se realiza un estudio de mercado mediante la aplicación de cuestionarios a los usuarios, con la finalidad de conocer información de procedencia, motivos de consulta y frecuencia de uso de los servicios, además, el grado de satisfacción con respecto a los servicios, personal e infraestructura física. Posteriormente se propone un plan de mercadeo, basado en un análisis FODA y en lo determinado por el estudio de mercado.

El aporte a nuestra investigación, se evidencia en la importancia de disponer de un plan de mercadeo para la promoción de los productos y servicios de las

unidades de información para optimizar los recursos y brindar mejores servicios a los usuarios.

García, Eglee (2014). “Plan de Comunicaciones para los recursos y servicios de la Biblioteca Pedro Grases”. Ponencia presentada en XII Coloquio internacional de tecnologías aplicadas a los servicios de información y la V Conferencia internacional de biblioteca digital y Educación a distancia. Expone sobre las importantes inversiones que hace la biblioteca Pedro Grases de la Universidad Metropolitana para que los usuarios dispongan de servicios y recursos de información actualizados y la comunidad unimetana los desconoce o no los aprovecha al máximo, por ello desarrollaron unos lineamientos para la difusión de los servicios de información empleando además de los medios tradicionales, aquellos basado en la Web 2.0.

En esta ponencia se expuso la importancia de contar con lineamientos definidos de promoción para los servicios de las unidades de información y algunas estrategias para la difusión de los mismos basados en Facebook, Twitter y otras herramientas de la Web social o 2.0 que permiten a los usuarios conocer los recursos disponibles y el posicionamiento de la universidad en su ámbito de acción.

2.2 Bases Teóricas

La comunicación es una de las necesidades básicas de los seres humanos. Mantener las relaciones con otras personas es una acción natural bien sea para obtener objetivos, sobrevivir, cooperar, mantener salud mental, en la época de tecnología, del desarrollo de Internet, del crecimiento del significado de la información, muchas acciones de comunicación, que antes se mantenía en vivo, se desplazan a espacio virtual usando las herramientas de Internet.

A continuación se presentan algunos conceptos de lo que es una red social: si tuviésemos que partir de una definición previa sobre lo que es una red social,

tendríamos que mencionar la definición expuesta por Ana Laura Rivoir (2009) en “Redes Sociales: ¿Instrumento Metodológico o Categoría Sociológica?”. En la que menciona que las redes sociales son “relaciones de carácter laxo, flexible y/o horizontal, los actores involucrados son múltiples y con escasa o nula participación dentro de la red”. Otro de los autores que menciona esta postura tradicional del concepto “red social” es Margaix (2007), quien la define de la siguiente manera: “cada ser humano se relaciona con una serie de personas, las cuales establecen a su vez vínculos con otras. Nosotros, nuestros amigos y los amigos de nuestros amigos forman nuestra propia red social”.

Otro de los autores que definen lo que es una red social en la actualidad, es Boyd, quien es citado en el artículo “Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas”, publicado por Daniel García (2010), la define “como los servicios basados en Webs que permiten a los individuos estructurar perfiles públicos o semipúblicos dentro de un sistema limitado. Al mismo tiempo, ofrecen la posibilidad de articular una lista de otros usuarios con quien comparten una conexión, y ver y cruzar la lista de contactos propia y ajena dentro del sistema”.

Lo cual nos lleva a concluir que en la actualidad, una red social es un sitio de internet que permite que varios usuarios interactúen para poder comunicarse entre sí, estos usuarios pueden ser amigos familiares y/o conocidos de su propia red cercanos o distantes y mediante la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios, entre otros.

Aparte de contactos personales o de carácter hobby, las redes sociales ofrecen la oportunidad de aprovechar los recursos disponibles para asuntos profesionales, se pueden usar en el trabajo para mantener relaciones entre compañeros o colaboradores. Por ejemplo, dan posibilidad de encontrar y seguir en contacto con los profesionales de otros países, que se especializan en la misma materia o asunto.

A continuación se presenta la clasificación de las redes sociales, basada en Pablo Burgueño (2009):

Tabla 1
Clasificación de las Redes Sociales

Tipos de Redes Sociales	Características	Ejemplos
<p>Por su público, objetivo y temática.</p>	<p>Redes sociales Horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar contenido.</p> <p>Redes sociales Verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar a un colectivo concreto en torno a una temática definida.</p> <p>En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales Verticales Profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. • Redes sociales Verticales de Ocio: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. • Redes sociales Verticales Mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades, tanto profesionales como personales, en torno a sus perfiles. 	<p>Facebook, Orkut, Identi.ca, Twitter.</p> <p>Viadeo, Xing y Linked In.</p> <p>Wipley, Minube Dogster y Moterus.</p> <p>Yuglo, Unience, PideCita,</p>

<p>Por el sujeto principal de la relación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales Humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas, uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. • Redes sociales de Contenidos: Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. • Redes sociales de Inertes: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. 	<p>Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.</p> <p>Scribd, Flickr, Bebo, Friendster, Dipity, StumbleUpon y FileRide. Respectance.</p>
<p>Por su localización geográfica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales Sedentarias: Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. • Redes sociales Nómadas: A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. 	<p>Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.</p> <p>Latitud, Brigthkite, Fire Eagle y Skout.</p>

Por su plataforma.	<ul style="list-style-type: none"> • Red Social MMORPG y Metaversos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor. • Red Social Web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de Web. 	(WOW, SecondLife, Lineage). MySpace, Friendfeed y Hi5.
--------------------	---	--

Fuente: Burgeño (2009). Clasificación de las redes sociales

Además las posibilidades de uso de las redes sociales en Internet son aprovechadas por las organizaciones de diverso carácter. Se puede observar unas empresas que usan las redes sociales en Internet para dar a conocer las marcas desconocidas (Arroyo, 2008). Otras de las ventajas de las redes sociales para las empresas, es la demanda de la información, la comunicación más rápida que a través de correo electrónico, una mejor cultura en el trabajo y presencia profesional más personalizada, confianza con fotos, biografías y la información de los posibles socios y clientes para acceder a ellos (Raphael, 2007).

La popularidad de las redes sociales y otras herramientas de Web 2.0 obliga a las bibliotecas a ir acorde a los tiempos y adaptarse a las novedades que ofrece el mundo de Internet.

En el caso de las instituciones académicas hacen uso de estas plataformas principalmente para: dar a conocer sus programas de estudio y procesos de admisión, anunciar actividades, eventos y charlas, subir fotos y vídeos de actividades académicas, difundir publicaciones institucionales, atraer nuevos estudiantes y divulgar ofertas de empleo. Además, permiten generar una mayor integración de los estudiantes en la comunidad universitaria, darse a conocer entre estudiantes del interior del país y de extranjero así como escuchar y atender las necesidades de los alumnos de manera más rápida.

2.2.1. Uso de Aplicaciones Web 2.0 en las Bibliotecas Universitarias.

La Biblioteca Universitaria definida por la American Library Association (ALA), es un centro de recursos establecidos, mantenidos y administrados por una universidad, destinados a apoyar el aprendizaje, la docencia, la investigación y a todos aquellos aspectos relacionados con la gestión universitaria. En los actuales momentos esta definición se queda corta ante los avances tanto en la gestión de la información como de las necesidades de los usuarios que las consultan, ya que aunque su misión está orientada a facilitar el acceso y la difusión de los recursos de información y colaborar en los procesos de creación del conocimiento, adaptando sus modelos de actuación a las nuevas necesidades que demanda la sociedad de la información.

Por ello, consideramos que en la XXI Asamblea Anual de la Red de Bibliotecas Universitarias españolas (Rebiun), celebrada en Zaragoza en 2013, asume una definición más cercana con la realidad circundante: "La Biblioteca es un centro de recursos para el aprendizaje, la docencia y la investigación y las actividades relacionadas con el funcionamiento y la gestión de la Universidad /Institución en su conjunto. La biblioteca tiene como misión facilitar el acceso y la difusión de los recursos de información y colaborar en los procesos de creación del conocimiento a fin de contribuir a la consecución de los objetivos de la Universidad/Institución, realizando las actividades que esto implica de forma sostenible y socialmente responsable."

En un informe publicado por el Education Advisory Board en 2011 *titulado Redefining the Academic Library: Managing the Migration to Digital Information Services*, señala la necesidad de redefinir el papel de las Bibliotecas universitarias para acercarlas a las nuevas necesidades y retos propuestos.

Alguno de los elementos que conforman este nuevo modelo son:

1. El tamaño de la colección deja de tener importancia, puesto que lo fundamental es garantizar el acceso y no la propiedad.
2. Los indicadores clásicos (nº de préstamos, publicaciones seriadas, proceso técnico) no reflejan la realidad de impacto educativo de las bibliotecas, siendo necesario utilizar nuevos que inciden en los resultados del aprendizaje de los estudiantes, los índices de graduación, la productividad de la investigación de la facultad y el apoyo a la docencia
3. Apuesta por el open access como vía de acceso a las publicaciones científicas por el alto coste de las revistas comerciales y el contexto de crisis
4. Competencia con los buscadores de internet (Google, Wikipedia), convertidas en alternativas serias debido a que entre sus contenidos ofrecen colecciones de artículos, monografías y libros electrónicos.
5. La disminución de la demanda de los servicios tradicionales, que implican una revisión del rol tanto de los bibliotecarios como de las bibliotecas, y un mayor acercamiento a los usuarios utilizando los nuevos instrumentos que nos proporciona la Biblioteca 2.0.
6. Como consecuencia de lo anterior, los usuarios requieren un nuevo conjunto de servicios, enmarcados en un cambio de paradigma en el que las bibliotecas abandonan la obsesión por el mantenimiento de las colecciones para redefinir su papel de colaboradores con estudiantes, profesores e investigadores, así como dotar de espacios útiles no solo para el estudio sino también para la socialización
7. Por tanto, la definición de *biblioteca universitaria* debe incorporar nuevas oportunidades que determinan una actitud más abierta y flexible, capacidad de adaptación y un amplio catálogo de soluciones que impidan su relego a un papel secundario; por lo cual el desarrollo de las bibliotecas universitarias está condicionado por el avance de las nuevas tecnologías; la presencia del espacio de educación superior y los nuevos modelos de aprendizaje; y, por último, las propias demandas de unos usuarios que no se conforman con ser sujetos pasivos, y que requieren instrumentos y modelos que les hagan sentirse protagonistas.

Los métodos tradicionales de enseñanza abren paso a una nueva percepción en la que la incidencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) obliga al desarrollo de nuevas plataformas de aprendizaje que modifican sustancialmente los hábitos de actuación pedagógica (e-learning). Pero es que además, aparece un nuevo concepto teórico centrado en la adquisición de competencias informacionales, en procurar que los usuarios de las bibliotecas universitarias sean capaces de gestionar la información de forma independiente y autónoma.

No obstante, estos servicios de información basados en tecnologías corresponden al desarrollo de una época manifestada en la Web tradicional donde el uso de portales Web donde se procuraba llegar al usuario ofreciéndole servicios para atraerlos y conquistarlo para así garantizar una visibilidad y uso de los recursos disponibles, con el tiempo se han aumentado la oferta por cuanto la Web 2.0 o Web social ha demandado un acercamiento del usuario hacia el servicio valiéndose del desarrollo de estas plataformas de modo tal, que es ahora el usuario el que pide y se conecta, en nuestro caso con las unidades de información exigiendo, uniendo, y entrelazando servicios, personas e intereses.

Según Cebrian Herreros (2008). Desde 2004 se viene insistiendo en la Web 2.0 como un impulso de la Web 1.0 para resaltar el factor social que introduce. Si en la Internet anterior los procesos comunicativos iban de uno a uno o a muchos, en la nueva todo se abre para que sean directamente los usuarios quienes desarrollen sus propios procesos comunicativos. Frente a la Web impulsada por una institución, empresa o persona, surge la Web en la que los participantes se sitúan al mismo nivel.

Dentro de las transformaciones generales de los medios (FIDLER, 1997) y de la expansión específica de Internet, emerge y se sitúa en vanguardia la denominada Web 2.0 (Fumero, Roca, Saéz Vacas, 2007), una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de

audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva.

Según el Instituto de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (Intef) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España, el término **Web 2.0** fue acuñado por el americano Dale Dougherty de la editorial O'Reilly Media durante el desarrollo de una conferencia en el año 2004. El término surgió para referirse a nuevos sitios Web que se diferenciaban de los sitios Web más tradicionales englobados bajo la denominación Web 1.0.

La característica distintiva es la participación colaborativa de los usuarios. Un ejemplo de sitio Web 1.0 sería la Enciclopedia Británica donde los usuarios pueden consultar en línea los contenidos elaborados por un equipo de expertos. Como alternativa Web 2.0 se encuentra la Wikipedia en la cual los usuarios que lo deseen pueden participar en la construcción de sus artículos. Poco tiempo después, en el año 2005, Tim O'Reilly definió y ejemplificó el concepto de Web 2.0 utilizando el mapa conceptual elaborado por Markus Angermeier.

Ilustración 1

Mapa conceptual

Web 2.0



Fuente: <http://www.ganyet.com/> // BY-SA 3.0

El denominador común es que están basados en el modelo de una comunidad de usuarios que abarca una amplia variedad de redes sociales, blogs, wikis y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio ágil de información entre los usuarios y la colaboración en la producción de contenidos. Todos estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene control para publicar sus datos y compartirlos con los demás.

La forma de relacionarnos con los demás está influenciada por la Web 2.0. Esto implica también nuevas formas de aprender y nuevas formas de asimilar la información. Los nacidos en esta era digital, llamados nativos digitales, buscan acceder a la información de forma fácil y rápida, y en múltiples formatos. La mayoría de los jóvenes no están acostumbrados a acudir a las Bibliotecas como primera opción cuando necesitan información. Piensan que todo está accesible en Internet y que todos los recursos que necesitan están a su alcance con tan solo hacer una búsqueda en Google.

Un estudio de la empresa Tendencias Digitales que involucró a casi 30.000 latinoamericanos en 17 países de la región reveló que son 172 millones los usuarios de Internet en Latinoamérica (en junio 2009). Los principales usos que estos le dan a la Web son: enviar y recibir e-mails (89%), buscar información (88%), chatear (71%) y visitar redes sociales (45%).

El estudio identificó a su vez, varios grupos de usuarios: la mayoría socializadora (46%): son usuarios que socializan a través de medios sociales, intercambiando contenido; los entusiastas (22%): usuarios intensivos de medios sociales que consumen gran cantidad de contenido y lo comparten con sus amigos y los creadores (20%): usuarios intensivos que generan contenido en texto, imágenes y video.

Facebook, uno de los sitios de redes sociales más usado en el mundo, desde mayo de 2009 a octubre del mismo año, los usuarios crecieron un 86%, pasando de 309.220 a 576.160. Esto es más asombroso si lo comparamos con la cantidad de usuarios en octubre de 2008, ya que nos revela un crecimiento del 640% en sólo un año. Esta es sin duda una de las redes sociales más usadas, siendo el segundo sitio en visitas, luego de Google.

Twitter y LinkedIn son otras aplicaciones de la Web social cuyo uso va en aumento, aunque todavía sin cifras significativas. Si bien podemos concluir que los uruguayos tienen presencia en Internet y utilizan aplicaciones de la Web 2.0, herramientas, servicios y redes sociales, esto se da mayoritariamente a nivel personal, los demás actores sociales, como bibliotecas, empresas, gobierno, permanecen prácticamente ausentes.

El término Biblioteca 2.0 (Library 2.0) fue utilizado por primera vez por Michael Casey en Setiembre de 2005 en su blog Library Crunch, término que se popularizó en los meses posteriores.

Casey opinaba que “la biblioteca 2.0 es una filosofía de servicios basada en tres cosas; el deseo de cambiar y probar cosas nuevas; el deseo de reevaluar constantemente nuestras ofertas de servicios; y finalmente, la disposición de mirar afuera de nuestro propio mundo para buscar soluciones sean estas tecnológicas o no.

En el caso de las Bibliotecas, es necesario planificar previamente qué es lo que se quiere lograr y a qué usuarios se busca alcanzar, antes de implementar un servicio de estas características, La tecnología por sí sola no es la respuesta, Cómo lograr que las tecnologías ayuden a las personas a alcanzar su máximo potencial, ese es el gran desafío. Resultados de investigaciones a gran escala a nivel mundial demuestran que en aquellos lugares donde se implementaron nuevas tecnologías en la educación

priorizando las herramientas y no los contenidos no se lograron diferencias significativas en el impacto que estas causaron en el aprendizaje.

Esto demuestra, una vez más, que “la importancia de la brecha digital en la educación va más allá del acceso a la tecnología. Una segunda forma de brecha digital ha sido identificada: la que existe entre aquellos que tienen las competencias y habilidades adecuadas para beneficiarse con el uso de una computadora, aquellos que no. Estas competencias y habilidades están íntimamente relacionadas con el capital económico, cultural y social del estudiante.

2.2.1.1 Bibliotecas Universitarias del Mundo

Para desarrollar estos aspectos tomamos en consideración distintos estudios realizados entre 2009 y 2013 que analizan y sintetizan el uso tecnologías Web 2.0 en bibliotecas universitarias:

1) Bibliotecas Universitarias Argentinas, De Volder y Otros en su estudio: “Las bibliotecas universitarias argentinas en la Web 2.0” analizan los resultados de una encuesta enviada en el primer cuatrimestre de 2011 a las bibliotecas universitarias argentinas con el objeto de determinar el uso que hacen de las herramientas de la Web 2.0. Un total de 57 bibliotecas contestaron diferentes preguntas relacionadas con el tipo de herramientas que utilizan, por qué y para qué lo hacen, y cuál es la percepción acerca del nivel de capacitación tanto de usuarios como de bibliotecarios.

Los resultados indican que las herramientas 2.0 más utilizadas por las bibliotecas universitarias argentinas son las redes sociales, las herramientas ofimáticas en línea colaborativas y los blogs.

Al referirse a los sitios de redes sociales el informe indicó que su uso es el principal factor en tiempo consumido y que en el último año, estos sitios registraron

en Argentina un crecimiento del 12%, superando el crecimiento regional y mundial en esa categoría. La red social Facebook se ubicó en el primer lugar en relación al tiempo de conexión por parte de los usuarios, y en referencia a Twitter, la Argentina es el séptimo mercado por alcance, con una penetración del 18% de la población Web.

2) Bibliotecas Universitarias de España: Herrera Morillas, José Luis y Ana Castillo Díaz (2011). En este artículo se recopilan los recursos de la Web 2.0 utilizados por las bibliotecas universitarias españolas y se analizan su finalidad y principales rasgos. Se combina la metodología de la visualización en línea y el análisis de contenido para estudiar la utilización que de dichos recursos hacen las 63 bibliotecas universitarias españolas. Entre las herramientas más empleadas destacan el acceso al OPAC 2.0, las redes sociales y los blogs. Por otra parte, entre los recursos menos empleados se encuentran los marcadores sociales y las plataformas para compartir archivos de imágenes o videos, como Flickr o YouTube, entre otros.

A excepción de la biblioteca de la Universidad San Pablo CEU, todas las bibliotecas que están presentes en las redes sociales (34 bibliotecas) forman parte de la red Facebook, y 23, además, participan en otras redes (casi siempre Twitter). Se trata, además, de la red social de carácter generalista más usada en España, (IAB, 2010).

La finalidad principal es publicar eventos e información (33 bibliotecas), también compartir fotos (29 bibliotecas) y en menor medida facilitar el acceso a recursos de la biblioteca (18 bibliotecas) —normalmente a la consulta del catálogo— y compartir videos (10 bibliotecas).

Entre los rasgos analizados destaca el hecho de que 24 bibliotecas están presentes con una antigüedad superior a un año. También, habría que destacar que

sólo en 7 bibliotecas (de las 34) la presencia en Facebook no es iniciativa de la biblioteca universitaria general sino de determinadas bibliotecas de algunos centros.

3) Bibliotecas Universitarias en Australia: Nguyen Cuong Linh, (2008). Este documento tiene como objetivo proporcionar una visión global de la aplicación de tecnologías de la Web 2.0 en las bibliotecas universitarias de Australasia. El enfoque de la investigación fue identificar qué tipos de tecnologías Web 2.0 se aplica en este tipo de bibliotecas, así como sus objetivos y funciones. Concluyó que al menos dos tercios de las bibliotecas universitarias de Australasia despliegan una o más tecnologías de la Web 2.0. Sólo cuatro tecnologías Web 2.0 se utilizan para propósitos específicos y con algunas características básicas.

4) Bibliotecas Universitarias en China: Zhiping Han, Liu Yan Quan, (2010). Este trabajo tiene como objetivo explorar el patrón de estado y la construcción de las tecnologías Web 2.0 empleadas en las mejores bibliotecas universitarias chinas, sus funcionalidades y características. Los resultados de estudiar 38 bibliotecas de las principales universidades del país muestran que el 81% utiliza una o más herramientas 2.0 en sus sitios Web. El estudio también determinó que la mayoría de estas aplicaciones estaban todavía en fase de desarrollo. Las herramientas más usadas son los catálogos 2.0 (71%) y RSS (55%). Entre otras usadas en menor frecuencia se mencionan: blogs (13%), mensajería instantánea (11%), redes sociales (11%) y wikis (5%).

5) Las Bibliotecas Universitarias Americanas. Academic Library Website Benchmarks, (2013). En este informe se pone de manifiesto cómo las bibliotecas están rediseñando sus portales Web y las técnicas de marketing que utilizan. Este informe se basa en una serie de encuestas a 56 trabajadores de bibliotecas universitarias americanas, que llevan la Web de sus bibliotecas, dividido por tipos de centros y tamaño.

Entre los resultados obtenidos destacan las preferencias del personal bibliotecario por el uso de los mashups, medios sociales de las bibliotecas, dirección de los portales Web, contenidos y políticas, las relaciones con el personal informático, preferencias en sistemas de gestión de contenidos, división del personal de la Web entre varias prioridades, el uso de blogs, RSS feeds, y temas relativos al diseño de la Web. Otros temas que también se tratan son el uso de freelance y consultores, como fuentes de consulta, uso de los marcadores sociales, etc.

Se da a entender que son los bibliotecarios responsables de los portales Web de la biblioteca, los que gestionan también su presencia y actividades en la Web social.

6) Bibliotecas Universitarias en Reino Unido. Pride Shoniwa and Hazel Hall (2009). Un estudio de 152 bibliotecas universitarias en el Reino Unido realizado en Febrero de 2007, demostró que la tecnología RSS es la más usada entre ellas, contando con un total de 28 (18%) que la utilizan. En el segundo lugar están los blogs con 11% (17 bibliotecas), seguidos por los podcasts (7 bibliotecas, 4,6%). Entre las tecnologías menos usadas se encuentran las wikis (sólo una biblioteca), las herramientas para compartir fotos (una biblioteca) y los marcadores sociales bibliotecas). Las folksonomías no se utilizan en ninguna de las bibliotecas estudiadas.

7) Bibliotecas Universitarias Portuguesas. Helena Sofia Felisberto Coelho (2009). Un trabajo que investigó la aplicación de la Web 2.0 en bibliotecas universitarias de Portugal en el 2008, descubrió que de 71 bibliotecas universitarias públicas investigadas, el 59,1% utilizan por lo menos una herramienta. En el caso de las privadas, de 59 bibliotecas investigadas, el 23,7% utilizan tecnologías 2.0. La tecnología más utilizada es RSS, con 14 ejemplos de utilización (10,7%), bibliotecas utilizan blogs (3,8%), 3 utilizan mensajería instantánea (2,3%), utiliza redes sociales (0,7%), una utiliza marcadores sociales (0,7%) y ninguna utiliza wikis. Esto demuestra, según la autora, que las bibliotecas universitarias portuguesas están aún lejos de alcanzar el ideal propuesto por el nuevo paradigma de la biblioteca 2.0.

8) Bibliotecas Universitarias Sur África. Anine Dunlop (2009). En el 2009 se analizaron los blogs publicados por bibliotecas académicas en Sudáfrica. El estudio encontró 28 blogs existentes, estando sólo 12 de ellos activos al momento del relevamiento. El número de entradas es variado, pero en promedio poseen 398, mientras que la mayor cantidad de comentarios alcanzada por un blog es 5 y la mayoría no tiene ninguno. La autora nota que de las 23 instituciones terciarias existentes en ese país, sólo 6 producen blogs. De este estudio se desprende que las bibliotecas universitarias en Sudáfrica crean blogs.

Principalmente para comunicarse con sus usuarios y en segundo lugar, con sus colegas. Dado que el blog más antiguo data del 2005, se puede afirmar que es un fenómeno relativamente nuevo. Esto explica también la apariencia “experimental” que poseen varios de los blogs encontrados.

En conclusión, podemos observar que, según estos estudios la tecnología 2.0 más usada a escala mundial es RSS. Los blogs son la herramienta que aparece ocupando el segundo lugar en la mayoría de las bibliotecas académicas investigadas.

El uso de las redes sociales como Facebook no parece estar muy difundido aún entre las bibliotecas, contrario a lo que se podría suponer dada la popularidad de las mismas entre los jóvenes. Las wikis son otra de las aplicaciones que no son aprovechadas para proveer servicios y acercarse a los usuarios, según los resultados de estas investigaciones.

Algunos de los beneficios de la Web 2.0 para una biblioteca universitaria son (Velázquez y Andrade, 2011) promueve la interacción al facilitar rápida y efectivamente el contacto entre los internautas aumentando la comunicación entre el staff y los usuarios, la colaboración y el conocimiento compartido; permite abarcar una vasta audiencia, asistiendo a más personas en la esfera virtual que lo que sería posible en una localización física, respondiendo a sus necesidades en

tiempo real; brinda una nueva forma de obtener visibilidad y ofrecer servicios; ofrece servicios gratuitos y de fácil uso inclusive por aquellos que tienen poca experiencia; permite la actualización y publicación rápida de sus servicios superando el tiempo de demora asociado a la publicación tradicional de la Web; atrae a los grupos de usuarios jóvenes que tradicionalmente son menos gustosos de ir a la biblioteca física; pone a disposición contenidos y brinda enlaces al sitio Web de la institución y/o a otros sitios; mejora la imagen de la biblioteca al brindar mayor capacidad de encontrar soluciones rápidas que satisfagan las necesidades de los usuarios.

Es importante tener en cuenta que a veces existen barreras para implementar servicios 2.0 en las bibliotecas universitarias, más allá de la voluntad que éstas puedan tener a favor. Se encuentran dentro de una institución mayor, que tiene políticas establecidas, las cuales a veces son difíciles de cambiar. La burocracia hace que estos cambios sean complicados y lentos. La falta de personal o de tiempo también influye. Sin embargo, la razón que la mayor cantidad de bibliotecas menciona como factor para no utilizar estas tecnologías, es la falta de capacitación del personal. En segundo lugar están empatadas las políticas, la falta de personal y la falta de tiempo.

2.2.1.2 Bibliotecas Universitarias de Venezuela.

En este caso, hay iniciativas que intentan con una actitud abierta y flexible adaptarse a los tiempos y necesidades del entorno, las bibliotecas universitarias han tenido que transformarse, adaptando sus colecciones a las cambiantes necesidades de sus usuarios, desarrollando recursos multimedia que apoyen la labor docente, ofreciendo recursos de información accesibles a través de medios electrónicos, y sobre todo, siendo guía de la función académica e investigativa que desarrolla la universidad, algunas de ellas, son:

1) La Biblioteca Pedro Grases de la Universidad Metropolitana, ha desarrollado una amplia oferta de productos y servicios orientados a la formación de usuarios autónomos en los procesos de búsqueda, selección, decodificación y utilización ética de la información, logrando insertar sus programas de alfabetización informacional dentro de asignaturas regulares dictadas en la universidad, poniendo al servicio de la comunidad recursos en diversidad de formatos y con múltiples posibilidades de acceso.

2) Biblioteca Virtual de la Universidad Central de Venezuela, Esta biblioteca cuenta con secciones tales como: Quienes somos, donde se expresan la Misión, Visión y un área denominada contáctenos. También tiene una sección con llamada Bibliotecas y colecciones en las cuales se encuentran los Catálogos UCV, Bibliotecas UCV y Bibliotecas Virtuales. Otras secciones que la integran son: Recursos electrónicos (Bases de datos – Libros electrónicos – Periódicos – Revistas – Tesis – Videos); Tiene un Directorio, Enlaces de interés, Banner de organismos, entre otros.

3) Biblioteca Virtual en Salud de Venezuela. El Instituto de Altos Estudios en Salud Pública "Dr. Arnoldo Gabaldon" (IAESP), órgano responsable de esta interesante biblioteca, posee las secciones predeterminadas o establecidas por Bireme para el modelo BVS, las cuales son: Motores de búsqueda (Permite realizar metabúsquedas en las diferentes bases de datos de la Biblioteca); Literatura científica; Portales; Comunicación (Directorios, Noticias y Comunicación Científica); Publicaciones electrónicas; Descargas, Las bibliotecas virtuales en salud por países de América Latina; Las bibliotecas virtuales temáticas en Venezuela Dirección: www.bvs.org.ve entre otras.

4) Biblioteca Digital UNA. Perteneciente a la Universidad Nacional Abierta (UNA), nos presenta la sección de ¿Quiénes Somos?, servicios, enlaces EAD (contiene iniciativas en educación a distancia), enlaces UNA y contáctenos. Permite acceso al catálogo en línea, recursos electrónicos, reglamentos / normas y convenios

UNA, tiene la colección de gacetas universitarias, nos proporciona la oportunidad de acceder a los planes de curso y evaluación, postgrado y noticias.

5) Biblioteca digital ULA: La Universidad de Los Andes (ULA) Compuesta por cinco secciones, , permite acceder a artículos electrónicos, libros electrónicos ULA, portales de conocimientos ULA, revistas ULA y tesis electrónicas ULA
Dirección: <http://www.serbi.ula.ve/serbiula>.

6) Biblioteca Digital UDO. La Biblioteca desarrollada por la Universidad de Oriente (UDO) tiene como secciones, journals, texto completo, las publicaciones UDO, Regionales, Tú universidad y varios. Además ofrece una sección de noticias.
Dirección: <http://bibliotecadigital.udo.edu.ve/>

7) Biblioteca de la Universidad Simón Bolívar, sede Sartenejas. Dispone de Servicios en sala, reproducción, búsqueda de información, colección digital, catálogo en línea, recursos electrónicos de libre acceso, asesoría para consulta y otros.
Dirección: <http://www.bib.usb.ve/>

En esta pequeña lista, se enumeran sin asignarle una clasificación en especial, los servicios electrónicos y/o virtuales que presentan las principales bibliotecas universitarias del país, demostrando el interés de disponer de mecanismos que acerquen a los usuarios a los servicios, a los docentes a plataformas amigables de acceso a la información y como punto de unión el uso de las tecnologías en todos ellos.

2.2.1.3 Bibliotecas Universitarias de la Universidad Central de Venezuela.

Algunas de las bibliotecas universitarias están adaptando la implementación de las redes sociales como medios de difusión de sus actividades, productos o servicios siguiendo la tendencia que los medios masivos de comunicación están marcando. El

desafió en el uso de las redes sociales como medio de promoción es la constante actualización de los perfiles y con ello generar un mayor interés para la satisfacción del usuario en cuánto información útil.

En el caso de las bibliotecas de las facultades de la Universidad Central de Venezuela, según el levantamiento de información realizado a través de la página del Gestión de Información, Conocimiento y Talento GICT (www.sicht.ucv.ve) de la Universidad Central de Venezuela, donde se consultó los recursos en línea del cual disponían las bibliotecas centrales de las Facultades, se obtuvo que de 12 bibliotecas encontradas el 50% de ellas, es decir seis de las doce consultadas, emplean Facebook y twitter en el uso y aprovechamiento como herramientas de la red social para la difusión de sus productos y servicios además de las ya tradicionales de páginas Web y correo electrónico, no obstante hay otras bibliotecas que emplean estas herramientas como medio de difusión entre ellas tenemos:

Tabla N° 2

Aplicaciones en línea por Bibliotecas de las Facultades de la UCV

Nombre de Biblioteca	Facultad o dependencia	Aplicaciones
Biblioteca Central de la Universidad Central de Venezuela	Vicerrectorado Académico	Facebook Twitter Correo electrónico Página Web
La Biblioteca "Dr. Foción Febres Cordero"	Facultad de Odontología	Facebook Twitter Correo electrónico RSS Página Web
Biblioteca "Alberto Maekelt"	Facultad de Medicina	Correo electrónico Página Web

Biblioteca de la Facultad de Ingeniería - UCV	Facultad de Ingeniería	Facebook Twitter Correo electrónico Página Web
Biblioteca de la Facultad de Farmacia	Facultad de Farmacia	Correo electrónico
Biblioteca “Miguel Acosta Saignes”	Facultad de Humanidades y Educación	Correo electrónico Página Web
Biblioteca “Dr. Piero Gallo”	Facultad de Ciencias Veterinarias	Correo electrónico
Biblioteca “Boris Bunimov Parra”	Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas	Facebook Twitter Correo electrónico Página Web
Biblioteca “Salvador De La Plaza”	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales	Correo electrónico
Biblioteca “Alonso Gamero”	Facultad de Ciencias	Correo electrónico Página Web
Biblioteca “Willy Ossott”	Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Facebook Twitter Correo electrónico Página Web

Biblioteca Bonfanti”	“Celestino	Facultad de Agronomía	Correo electrónico Página Web
-------------------------	------------	-----------------------	----------------------------------

Fuente: Elaboración propia

2.3 Bases Jurídicas

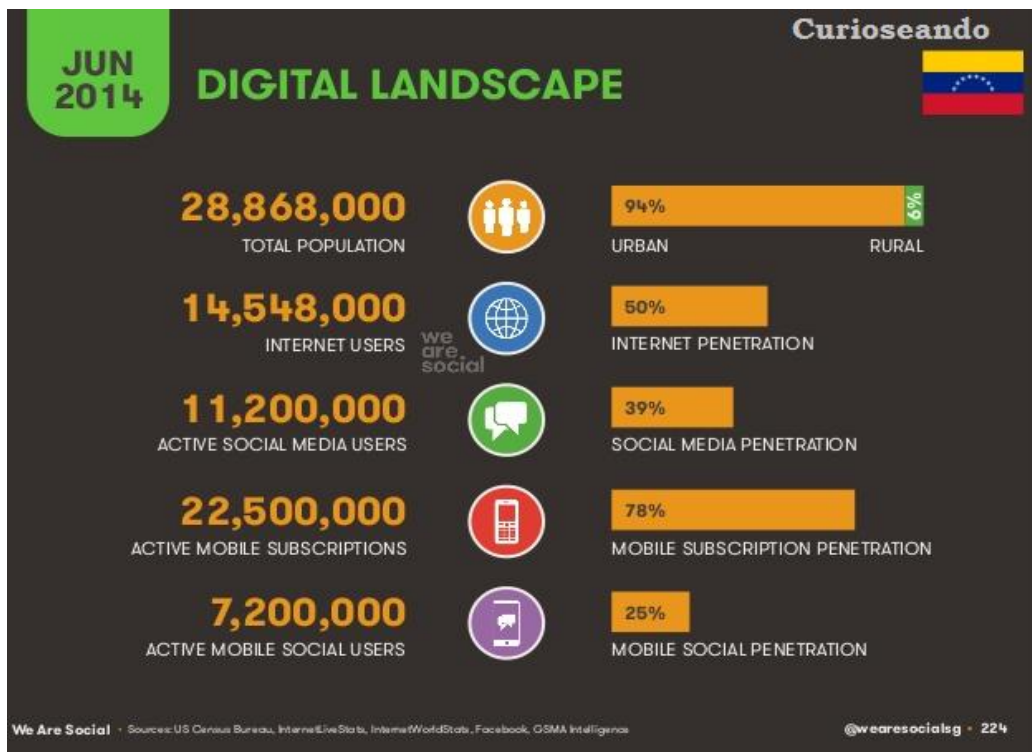
En Venezuela, el interés del gobierno nacional de incluir tanto en la planificación como en el desarrollo de aplicaciones que permitan a los usuarios en general el uso de tecnologías de información y comunicación se evidencia en el interés de promulgar varias leyes y decretos entre ellos: Decreto 825 de 22 de mayo de 2000 en el cual se declara el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela; Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas (Ley de febrero de 2001); Ley de Registro Público y del Notariado Gaceta Oficial No. 5.556, de fecha 13 de noviembre del año 2000; Plan de Tecnologías de la Información y Comunicación 2007-2013 donde se señalan que las telecomunicaciones y la informática constituyen una herramienta estratégica fundamental para apalancar este proceso de transformación social. Es por ello, que se hace imprescindible definir la orientación de la política pública de estas herramientas, mediante la construcción e instrumentación del Plan; Decreto 3390 de fecha 28/12/2004 que decreta que la Administración Pública Nacional empleará prioritariamente Software Libre desarrollado con estándares abiertos, en sus sistemas, proyectos y servicios informáticos; entre otros que facilitan el acceso a estas tecnologías en el acontecer diario de las comunidades a las cuales sirve.

Por ello y en virtud del aprovechamiento de todas las tecnologías que están presentes y permiten la inclusión de la sociedad en el uso y aprovechamiento de éstas, la accesibilidad no solo a este conjunto de normas promovidas por el gobierno sino al conjunto que existen y que facilitan las redes o en este caso la Web 2.0 o Web social.

En Venezuela, el acceso a las redes sociales según el informe de “We Are Social Singapore”(2014), nuestra población total es de 28.868.000 habitantes, de los cuales 14.548.000 son usuarios de internet. 11.200.000 son usuarios activos de las redes sociales. 22.5000.000 son suscriptores activos de dispositivos móviles y 7.200.000 son usuarios activos de dispositivos móviles.

Ilustración 2

Uso de Internet y Redes en Venezuela



Fuente: <http://curioseandito.blogspot.com/2014/06/la-penetracion-en-internet-y-las-redes.html>

Según la información referencial (en tiempo casi real) de Media Global Info Center (SocialTimes.Me) basada en los datos demográficos de usuarios de Facebook en Venezuela, para el 22 mayo de 2013 se reportan 9.912.460 usuarios en el país, lo que significa una penetración del 35.24% del uso de esta red social respecto a la población total. Este dato sitúa a Venezuela en el puesto 25 de los países a nivel

mundial con mayor penetración de Facebook. Que vale la pena mencionar tienen una participación activa de casi 99% a diario, según este mismo site. Por otro lado, las estadísticas preliminares del Sector Telecomunicaciones de CONATEL arrojan que para el primer trimestre de 2013 en Venezuela hay 12.621.792 usuarios de internet, lo que implica que de los usuarios de internet en el país un 79% son también usuarios de esta red social.

Al cruzar las informaciones que reportan CONATEL y Media Global Info Center respecto a Facebook se puede concluir que en la Gran Caracas se encuentran 2.438.460 de usuarios, lo que representa el 24,5% del total de Venezuela, mientras que en el Distrito Capital hay 1.995.963 de usuarios de internet (92% de penetración) que representa el 15,8% del total de usuarios de internet en el país, y en el estado Miranda 2.872.240 (93,09% de penetración) equivalente al 22,7% del total de usuarios en el país. (<https://thamarana.wordpress.com/2013/06/28/quienes-usamos-facebook-en-venezuela-para-mayo-2013-redessociales/>).

El crecimiento de Facebook en Venezuela para Diciembre 2013, según el Media Global Info Center (SocialTimes.Me) cuenta con 10.800.000 usuarios en Facebook de los cuales el 54% son mujeres y 46% son hombres, estamos en la posición 28 en el ranking mundial de Facebook.

Ilustración 3

Crecimiento de usuarios Facebook en Venezuela 2013



Fuente:<http://curioseandito.blogspot.com/2013/12/estadisticas-de-facebook-en-venezuela.html>

Si comparamos algunos datos de las estadísticas expuestas se evidencia que de diciembre de 2013 en la cual se reportan 9.912.460 usuarios en Facebook a junio de 2014 cuenta con 10.800.000 usuarios en la misma red, lo que nos proporciona la viabilidad de emplear estas herramientas como mecanismo viable para la difusión de productos y servicios tanto para unidades de información, tema de nuestro interés, como a nivel de otras organizaciones empresariales.

Desde la creación de las bibliotecas universitarias, a mitad del siglo XII, esta institución ha sido vista como una de las principales en la búsqueda de información de todo tipo, aunque con la llegada del Internet esto cambió. Puesto que las bibliotecas universitarias surgieron casi a la par que las universidades más importantes, éstas se volvieron referentes en cuanto a información, pero su accesibilidad era muy restringida.

En la actual era de la información, con el desarrollo tecnológico alcanzado, el creciente interés de la población en el uso de las redes sociales, evidenciado en las

estadísticas expuestas, la biblioteca universitaria ha sumado acciones que son parte de su nueva proyección. Frente a ello, la biblioteca ha realizado un proceso de adaptación con la incorporación y la aplicación de nuevas tecnologías para la gestión y servicios orientados a la comunidad a la que sirve.

Las universidades y las bibliotecas se enfrentan a estudiantes/usuarios digitales que demandan un nuevo tipo de enseñanza y servicios, haciendo necesario el uso de canales mucho más interactivos para llegar a ellos, destacando Facebook y Twitter como los medios sociales preferidos por estas instituciones para comunicarse con la comunidad universitaria.

Las bibliotecas no pueden quedar fuera del uso de estos recursos, en los que se intercambia gran parte de la información (conocimiento) y los servicios. Siendo las bibliotecas un servicio tradicional mediante el cual se ofrece a la población el acceso a la información y al conocimiento, su presencia en las redes sociales es algo inevitable, como el principal medio de comunicación con los usuarios.

A continuación se muestra una tabla de oportunidades y amenazas que presenta Daniel García (2010), en la que se indican los puntos positivos y negativos de la implementación de las redes sociales en las bibliotecas.

Tabla 3

Oportunidades y Amenazas del uso de redes sociales en Bibliotecas

Oportunidades	Amenazas
<p>• Grandes posibilidades de marketing: Podemos tener una lista de contactos a los que informamos de manera práctica sobre la existencia y características del servicio, además de mantener actualizados a</p>	<p>Falta de tiempo: Tener un perfil actualizado en una RS exige una inversión de tiempo. Falta de recursos: Hacer publicidad de un grupo o página en una red social no</p>

<p>nuestros contactos en cuanto a noticias, novedades y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fidelización de usuarios: Construimos una comunidad virtual, con una identidad colectiva que encuentra un espacio para compartir intereses comunes. • Captación de nuevos usuarios: Los contactos de nuestros contactos verán nuestra propuesta, que llegará fácilmente a un gran número de personas que pueden acceder a la información sobre nuestras propuestas de manera fácil, anónima y muy poco invasiva. • Obtención de contactos profesionales: Podemos acceder a los perfiles de profesionales, útiles para las actividades bibliotecarias que no teníamos en la agenda. • Optimización de recursos: Podemos enviar mensajes a nuestros contactos de manera rápida y efectiva, de los cuales recibirán copia directamente en sus direcciones de correo electrónico. • Ampliación de los canales de comunicación con los usuarios: Llegamos a los usuarios interesados a distancia, sin limitaciones de horarios ni problemas de accesibilidad física. 	<p>siempre es gratuito.</p> <p>Falta de formación del personal: El personal no siempre está formado en las nuevas tecnologías, las cuales evolucionan constantemente.</p> <p>Reticencia de las instituciones: No todas las instituciones apuestan por canales de comunicación con el público, tan abiertos.</p> <p>Imagen distorsionada de las redes sociales: Puede haber dudas sobre la pertinencia de dotar de presencia a un equipamiento cultural en una red social.</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación al entorno y refuerzo de los mecanismos de evaluación del servicio: Podemos recibir el feedback de los usuarios a través de sus comentarios, este hecho es un ítem importante para los mecanismos de evaluación de los servicios de la biblioteca. • Reivindicamos una imagen actual del equipamiento: Estamos a la última moda, nos adaptamos al entorno y a las circunstancias para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios. • Costos mínimos del servicio: Crear un perfil en una red social es gratuito. 	
---	--

Fuente: García, D. (2010). Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas.

En el caso de la Universidad Central de Venezuela, específicamente de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, con esta propuesta se espera ampliar los canales de comunicación con los usuarios, lograr una mayor visibilidad e impacto, para responder a las exigencias de conectividad, actualidad e inmediatez de su comunidad.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación

De acuerdo a los objetivos planteados y a las fuentes bibliográficas relacionadas al tema de la difusión de los servicios de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, empleando como herramienta el Facebook. Esta investigación se sitúa dentro de un proyecto factible porque se orienta a resolver un problema planteado. La validez de esta modalidad de investigación en el proceso de obtención y aplicación del conocimiento científico; se refleja directamente en el planteamiento del manual de trabajo de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2002) en la cual se señala que “El Proyecto Factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”

3.2 Diseño

Siguiendo la línea de investigación científica, y atendiendo al criterio de los objetivos a desarrollar, este estudio se enmarca dentro del diseño descriptivo, ya que detalla la situación actual de la Unidad de Información objeto de esta investigación. De acuerdo con Sabino (1992), “las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes”. Por lo tanto, el apoyo documental a través de libros, revistas, artículos de prensa, trabajos de grado, información en línea, entre otros, sirvió para sustentar las ideas desarrolladas en este trabajo.

De igual forma, el diseño de la investigación es de campo, ya que está definido según las características del estudio, en función de los objetivos específicos que se proponen para la solución de la problemática planteada, a través de fuentes primarias. De acuerdo con esto, Arias (2006) describe la investigación de campo como “aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad dónde ocurren los hechos sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes”.

3.3 Población o Universo de Estudio

La población o universo del estudio, según Balestrini (2000) se define desde el punto de vista estadístico como "...cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación.". Según el criterio de Tamayo y Tamayo (2001), la población "...es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.".

En la presente investigación, el universo poblacional objeto de estudio está comprendido por los usuarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, la cual está compuesta por las siguientes escuelas: Administración y Contaduría, Economía, Estadística y Ciencias Actuariales, Estudios Internacionales, Sociología, Trabajo Social y Antropología; el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales "Rodolfo Quintero", el Centro de Computación Académica (CCA), la Comisión de Estudios de Postgrado (CEAP) y el Centro de Extensión Profesional (CEP). En este sentido, se pudo establecer que el tipo de población es finita, quedando distribuida de la siguiente forma:

Tabla 4. Distribución de la Población

Población	Nº de Usuarios
Estudiantes	7.324
Docentes	538
Investigadores	10
Total Población	7.872

3.4 Muestra

Una vez que ha sido ubicada la población y con ello el campo de la investigación, se determina la muestra que en un sentido amplio, no es más que una porción respecto al universo y que según Ander-Egg (1995) representa "...el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población, universo o colectivo, partiendo de la observación de una fracción de la población considerada...".

En esta investigación, la muestra se constituyó con el 10% de la población objeto de estudio, quedando distribuida de la siguiente manera:

Tabla 5. Distribución de la Muestra

Población	Nº de Usuarios
Estudiantes	732
Docentes	54
Investigadores	1
Total Muestra	787

Tomando en cuenta las características de la población y la propia discreción de las investigadoras al elegir el tipo de muestra que más se adaptaba a las necesidades del estudio, en esta investigación la muestra se perfila como del tipo no

probabilística y se denomina de esta forma debido a que los elementos que la conforman no son calculados matemáticamente. Adicionalmente, este tipo de muestra se clasifica como intencional ya que el investigador, según Tamayo y Tamayo (2001): "...selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo cual exige al investigador un conocimiento previo de la población que se investiga...".

Las muestras no probabilísticas intencionales, son muy útiles y se emplean frecuentemente en los estudios de casos, donde se selecciona un área de estudio y la muestra seleccionada se adapta a las características específicas que permitirán apoyar a la investigación, sin embargo, este advierte que la utilización de este tipo de muestra induce al riesgo de que esta no represente adecuadamente al universo del cual ha sido extraída, por lo que el autor recomienda, en base a su experiencia, que el porcentaje de la selección oscile entre un valor del diez por ciento (10%) y del veinte y cinco por ciento (25%) del universo para que la muestra se considere representativa.

3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.5.1 Investigación documental

Dada la naturaleza del estudio y en función de los datos que se requieren, tanto del momento teórico, como del momento metodológico de la investigación, en primer lugar se sitúan las denominadas técnicas y protocolos instrumentales de la investigación documental, empleándose fundamentalmente para el análisis de las fuentes documentales, las cuales permitirán abordar y desarrollar los requisitos del momento teórico de la investigación. Dentro de este ámbito, también se usó una serie de técnicas operacionales para manejar las fuentes documentales, desde una dimensión estrictamente técnica y común a todas las ciencias, a saber: subrayado, fichaje, bibliografías, citas y notas de referencias bibliografías y de ampliación de

texto, construcción y presentación de índices, presentación de cuadros, gráficos e ilustraciones y presentación del trabajo escrito.

3.5.2 La observación Directa

Sabino (1992) la define como “el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitan para resolver un problema de investigación”. De igual forma, Villafranca (1996) coincide con Sabino al plantear que la observación científica “es planificada y controlada, está sujeta a controles de validez y fiabilidad, utilizan medios e instrumentos propios. Según los medios utilizados se clasifican en observación no estructurada, observación estructurada”.

En relación con la clasificación anterior, Pérez (2009) explica que La Observación no estructurada “es aquella en la cual el investigador reconoce, estudia, y analiza los hechos de manera libre. No utiliza ningún tipo de técnica.” Y la Observación estructurada “es aquella que facilita observar los fenómenos en forma sistemática y utilizar técnicas e instrumentos que permitan medir y organizar la información (balanzas, termómetro, microscopio, cuaderno de notas, entre otros. Para esta investigación se utilizaron los dos medios de observación antes descritos con el propósito de obtener un mayor número de datos que permitan la consecución de los objetivos planteados en este estudio.

3.5.3 La encuesta

Otra de las técnicas utilizadas para la recolección de datos será la encuesta. Villafranca (1996) afirma que la encuesta “consiste en obtener información, opiniones, sugerencias y recomendaciones, mediante técnicas como la entrevista y el cuestionario”. La encuesta como técnica de recolección de datos, fue seleccionada para esta investigación ya que a través de la misma es posible diagnosticar la situación actual de la población seleccionada en lo que respecta a la problemática de

estudio. La información recopilada a través de esta técnica es un elemento clave para la elaboración del presente estudio.

3.5.4 Los Instrumentos

Palella y Martins (2006) argumentan que un instrumento de recolección de datos es “cualquier recurso del cual pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información”. Por su parte Arias (2006) explica que los instrumentos son “los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guión de entrevista, entre otros.”.

Del mismo modo, Palella y Martins (2006) explican que el cuestionario “es un instrumento que forma parte de la técnica de la encuesta. Es fácil de usar, popular y con resultados directos. El cuestionario tanto en su forma como en su contenido, debe ser sencillo de contestar”.

Hechas las consideraciones anteriores, el cuestionario será empleado en esta investigación como instrumento de recolección de datos ya que permite obtener los datos de fuentes primarias a través de los sujetos directamente relacionados con la problemática planteada, dicho cuestionario está conformado por nueve (09) preguntas de selección simple (Ver Anexo A).

La aplicación de la encuesta se realizó de dos formas:

1. **Vía electrónica:** se tomaron los datos de correo electrónico 650 usuarios registrados en la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales para distribuir el cuestionario a través de la herramienta de Google: “Formularios de Google”.

2. **Formato Impreso:** Se aplicaron 200 encuestas impresas tanto a los estudiantes, docentes e investigador, en la Biblioteca en la Biblioteca Salvador de la Plaza, Instituto de Investigación.

3.6 Análisis e Interpretación de los Datos

La técnica de análisis de datos representa la forma de cómo será procesada la información que ha sido recolectada, esta se puede procesar de dos maneras cualitativa o cuantitativa, en esta ocasión se utilizará la forma cuantitativa para el análisis de los datos, que serán recolectados del cuestionario. Según Balestrini (2001), las técnicas de análisis de datos “permiten recontar y resumir los datos antes de introducir el análisis diferenciado a partir de los procedimientos estadísticos”.

Según Sabino (1992) el análisis cuantitativo se define como “una operación que se efectúa, con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procesamiento que ya se le habrá hecho, se nos presentará como un conjunto de cuadros y medidas, con porcentajes ya calculados”. Esto permitirá sacar porcentajes y representar gráficamente los resultados de los datos obtenidos para tener la información ordenada con representaciones visuales que permitan su posterior estudio.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo tiene como finalidad analizar los datos obtenidos a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos, el cual fue aplicado a la muestra seleccionada con el propósito de obtener una perspectiva más objetiva al desarrollar los lineamientos para la promoción de los servicios de información de la de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, de la UCV, basado en Facebook.

En este sentido, Palella y Martins (2006), explican que el análisis e interpretación de los resultados “tratan de dar sentido, ofrecer una explicación a los logros obtenidos, teniendo en cuenta el marco teórico y los objetivos fijados”.

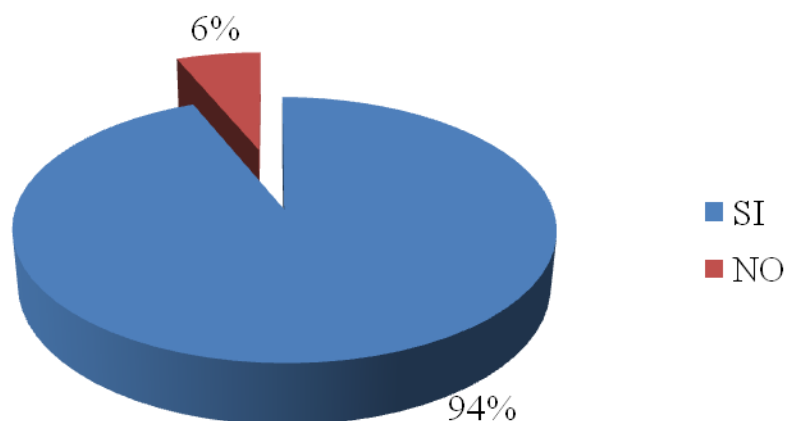
A tal efecto, se agruparon los datos encontrados en cada una de las partes del instrumento tomando como referencia el total obtenido en cada una de las alternativas de respuesta, seguidamente, se distribuyeron por frecuencia absoluta y porcentual y se representaron gráficamente a fin de interpretar de manera más objetiva las variables de estudio y darle respuestas a los objetivos específicos planteados en la investigación.

A continuación se presentarán los resultados de cada una de las preguntas del cuestionario elaborado para esta investigación, el cual fue distribuido a ochocientos cincuenta (850) usuarios de los cuales fueron respondidos un total de setecientos noventa (790), que corresponde a más del 10% de la población total objeto de estudio, cumpliendo así con la muestra mínima establecida para esta investigación.

Pregunta Nro. 1: ¿Tienes un perfil o cuenta en Facebook?

Cuadro Nro. 1		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
SI	741	94%
NO	49	6%
Total	790	100%

Gráfico Nro. 1



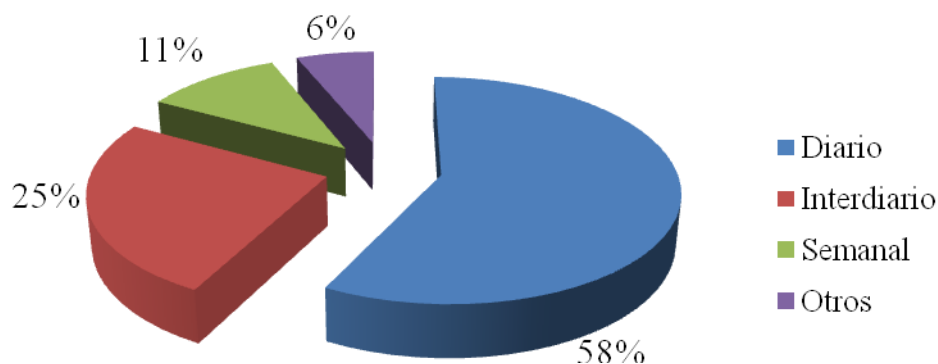
4.1 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 1

En relación con el cuadro y gráfico N° 1, se puede observar que el 94 % de la población encuestada respondió afirmativamente al ítem N° 1, indicando que poseen cuenta en Facebook, mientras que solo el 6% de los encuestados no se han suscrito a dicha red social. En este sentido, se puede decir que este resultado es favorable para la presente investigación, ya que el uso del Facebook es un requerimiento indispensable para lograr la promoción de los servicios de la Unidad de Información.

Pregunta Nro. 2: ¿Con que frecuencia accedes al Facebook?

Cuadro Nro. 2		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Diario	455	58%
Interdiario	200	25%
Semanal	86	11%
Otros	49	6%
Total	790	100%

Gráfico Nro. 2



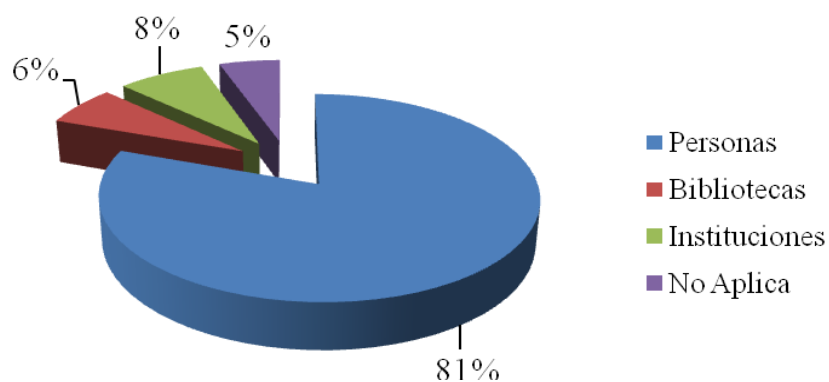
4.2 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 2

En relación con el cuadro y gráfico N° 2, se puede observar que el 58 % de la población encuestada accede diariamente a su perfil en Facebook, mientras que el 25% lo hace de manera interdiaria, de esto se puede inferir que más de un tercio de la población encuestada tiene la necesidad de ingresar con gran frecuencia a las redes sociales en busca de información.

Pregunta Nro. 3: Marca con una X cuales de estas opciones tienes entre tus amigos del Facebook.

Cuadro Nro. 3		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Personas	741	81%
Bibliotecas	60	6%
Instituciones	70	8%
No Aplica	49	5%
		100%

Gráfico Nro. 3

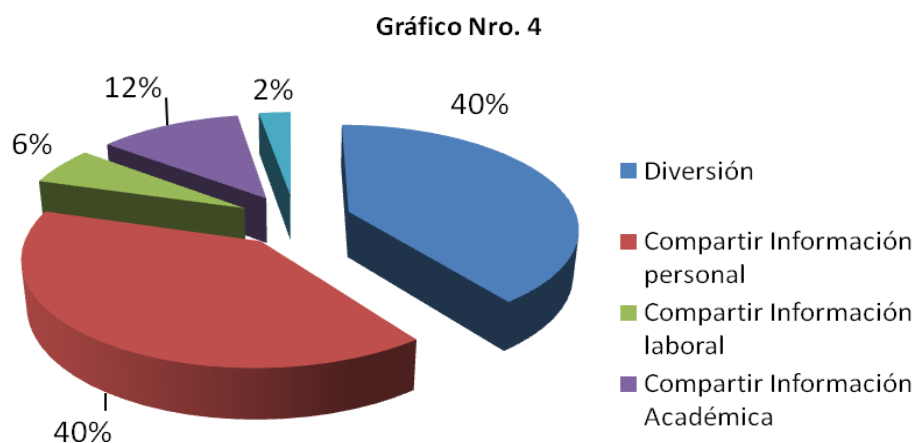


4.3 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 3

En relación con el cuadro y gráfico N° 3, se puede observar que el tipo de amigos que actualmente poseen los usuarios encuestados en su perfil de Facebook, es en su mayoría personas con un total de 81%, mientras que las bibliotecas obtuvieron solo un 6%, lo cual indica que las Unidades de Información de la FaCES, en especial la Biblioteca Salvador de la Plaza, deben hacer presencia en las Redes Sociales y aprovechar al máximo los recursos y beneficios que estas brindan a las instituciones.

Pregunta Nro. 4: Marca con una X cuales de las siguientes opciones empleas principalmente al utilizar Facebook.

Cuadro Nro. 4		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Diversión	741	40%
Compartir Información personal	741	40%
Compartir Información laboral	110	6%
Compartir Información Académica	220	12%
No Aplica	49	2%
		100%

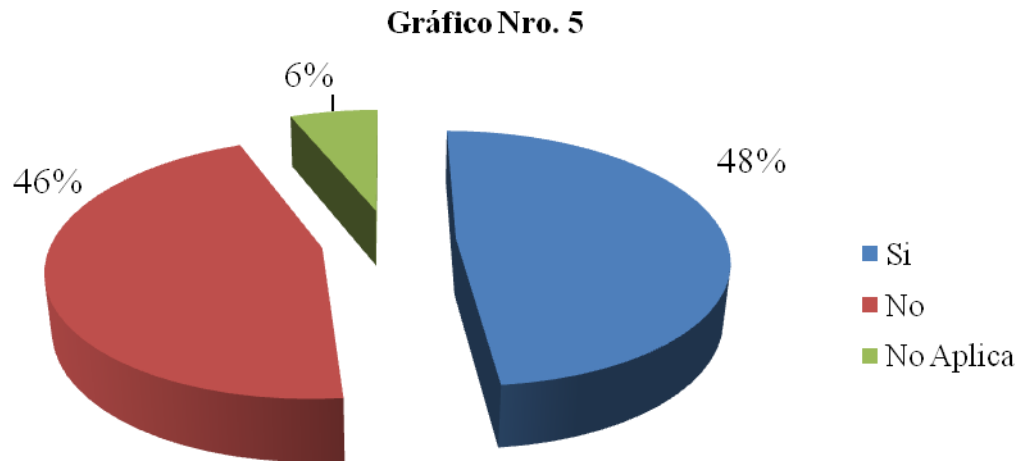


4.4 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 4

En relación con el cuadro y gráfico N° 4, se puede observar que aunque el 40% de los usuarios utiliza el Facebook por diversión y para compartir información personal, también existe un interés de utilizar esta red social para compartir información en el ámbito académico, indicando que la promoción de los servicios bibliotecarios, podría servir de complemento para las actividades de investigación de los usuarios.

Pregunta Nro. 5: ¿Utilizas Facebook para encontrar información de actividades de interés para tus investigaciones, proyectos o estudios?

Cuadro Nro. 5		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Si	382	48%
No	359	46%
No Aplica	49	6%
		100%



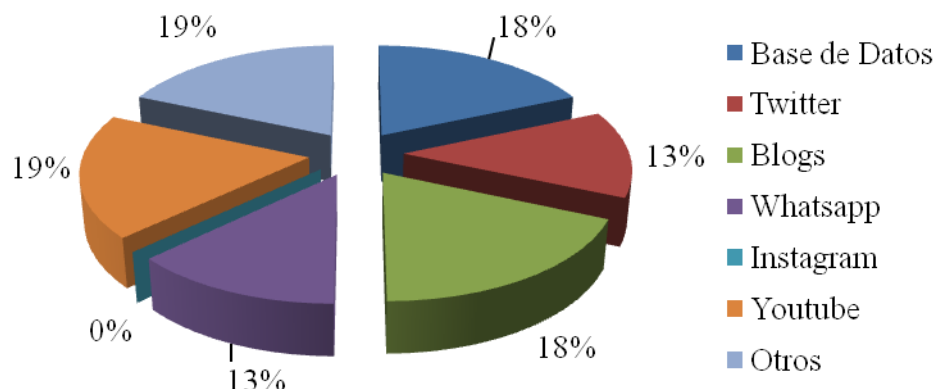
4.5 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 5

En relación con el cuadro y gráfico N° 5, se puede observar que el 48% de los usuarios utiliza el Facebook para buscar información referente a sus investigaciones, siendo este resultado muy positivo para la presente propuesta ya que deja en evidencia la necesidad de la Unidad de Información Salvador de la Plaza, de promocionar sus servicios y difundir información de interés a la comunidad universitaria a la que sirve.

Pregunta Nro. 6: Marca con una X qué otras herramientas en línea utilizas para apoyar tus investigaciones, proyectos o estudios.

Cuadro Nro. 6		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Base de Datos	790	18%
Twitter	555	13%
Blogs	790	18%
Whatsapp	555	13%
Instagram	0	0%
Youtube	790	19%
Otros	790	19%
		100%

Gráfico Nro. 6



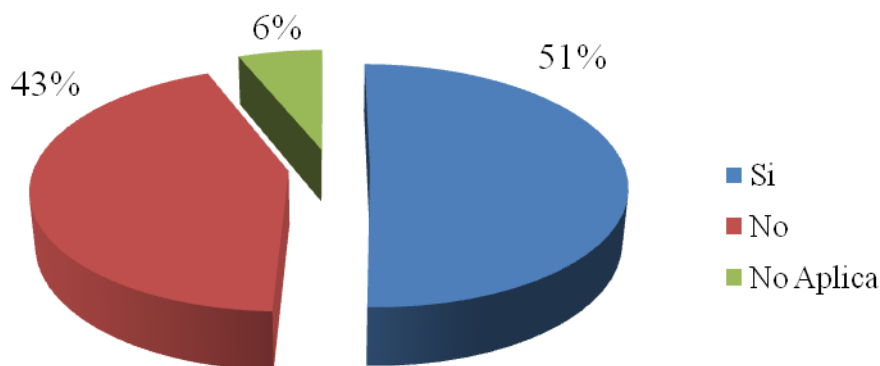
4.6 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 6

En relación con el cuadro y gráfico N° 6, se puede apreciar que los usuarios encuestados, hacen uso de las diferentes redes sociales que hoy en días lideran la Web 2.0 para apoyar sus investigaciones, lo que indica que éstas son una herramienta eficaz para promocionar a la Biblioteca Salvador de la Plaza como institución, optimizar sus recursos y ampliar su ámbito de acción.

Pregunta Nro. 7: ¿Empleas Facebook para intercambiar opiniones o videos sobre temas comunes a investigaciones, proyectos o estudios?

Cuadro Nro. 7		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Si	399	51%
No	342	43%
No Aplica	49	6%
		100%

Gráfico Nro. 7



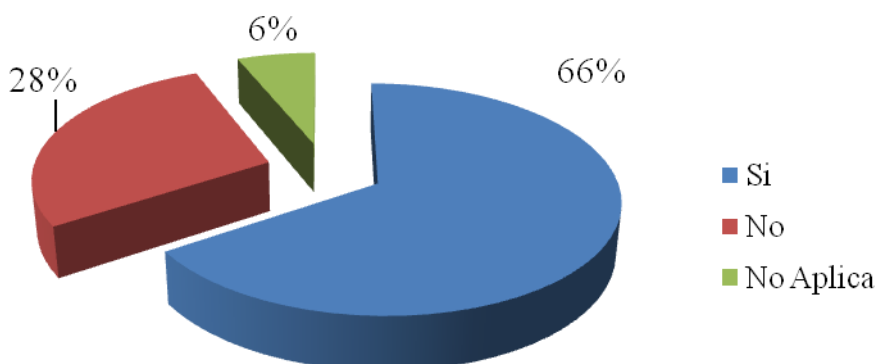
4.7 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 7

En relación con el cuadro y gráfico N° 7, se puede apreciar que el 51% de los usuarios encuestados, intercambian opiniones e información referente al ámbito académico, lo cual indica que esta red social sirve de escenario para la interrelación entre los usuarios, dando lugar a debates que de una u otra enriquecen las investigaciones académicas y así como propicia la comunicación entre los usuarios y las instituciones.

Pregunta Nro. 8: ¿Te interesaría que la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, promocionara sus servicios e información de interés en Facebook?

Cuadro Nro. 8		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Si	519	51%
No	222	43%
No Aplica	49	6%
		100%

Gráfico Nro. 8



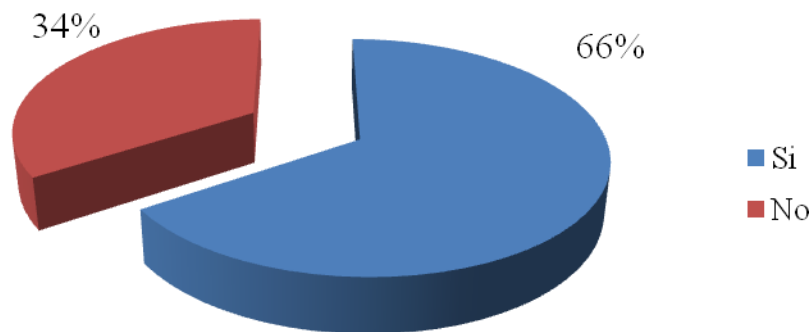
4.8 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 8

En relación con el cuadro y gráfico N° 8, se puede apreciar que el 66% de los usuarios encuestados, están interesados en utilizar los servicios de la Biblioteca Salvador de la Plaza a través de las red social Facebook, dejando en evidencia la necesidad de promocionar los servicios a través de esta red, además de indicar que existen grandes posibilidades de incrementar los usuarios de la unidad de información, siendo esto un resultado positivo para la presente investigación.

Pregunta Nro. 9: ¿Difundes temas de investigación académica a través de las diferentes redes sociales?

Cuadro Nro. 9		
Alternativas de Respuesta	Usuarios	Porcentaje
Si	519	66%
No	271	34%
		100%

Gráfico Nro. 9



4.9 Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos en la pregunta N° 9

En relación con el cuadro y gráfico N° 9, se puede apreciar que el 66% de los usuarios encuestados, son activos en la colaboración académica a través de las redes sociales, significando esto, que la presencia de la Biblioteca Salvador de la Plaza en Facebook, sería de gran utilidad e incentivo para futuras investigaciones.

4.10 Análisis General de la Encuesta

Sobre la base de la información recopilada y representada gráficamente, se puede decir en líneas generales que a través del cuestionario pudo evidenciarse que la mayoría de los usuarios de la Biblioteca Salvador de la Plaza, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, van de la mano con los avances tecnológicos y se encuentran de acuerdo de poder contar con los servicios bibliotecarios a través de la red social Facebook, y poder disfrutar de los beneficios que el uso de la tecnología y las redes sociales ofrecen.

CAPITULO V

5. LINEAMIENTOS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA SALVADOR DE LA PLAZA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA, BASADO EN FACEBOOK.

Teniendo en cuenta que el 94% de la población encuestada utiliza Facebook, se considera una buena opción promocionar los servicios que ofrece la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central del Venezuela, ya que aumentará la visibilidad de la Unidad de Información tanto en la Universidad como fuera de ella, permitirá poner a disposición enlaces de interés en el ámbito académico y de investigación, un acercamiento de parte de la Unidad de Información con sus usuarios y potenciar el uso de los recursos en línea para satisfacer la demanda de usuarios externos, reposicionar la imagen institucional dentro de las autoridades y usuarios de la comunidad.

A partir del plan de Mercadeo propuesto por Hidalgo, Petra (2009). “Plan de mercadeo para los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza” proponemos los siguientes lineamientos para la difusión en línea a través de Facebook de las actividades y servicios de la Unidad de Información:

- Identificar los contactos de interés institucionales de la Facultad para la difusión de los productos y servicios que ofrece.
- Identificar las líneas o temas de investigaciones comunes a la comunidad de usuarios para generar debates, llamadas a la acción, sugerir preguntas, entre otros, que permita a los usuarios expresar sus ideas, interactuar, dialogar con sus pares.

- Es necesario mantener un ritmo constante de publicaciones, para mantener a la comunidad interesada y conectada y evitar la disminución de usuarios.
- Identificar fechas o acontecimientos de interés para la comunidad y propiciar un intercambio de ideas, que conllevarán a mantener la visibilidad de la Unidad de Información entre los usuarios.
- La página de Facebook es el canal de comunicación con sus seguidores, por lo que es importante informarles sobre cualquier cambio o novedad, en horarios, nuevas publicaciones, libros más solicitados, temas de interés, entre otros.
- Utilizar textos cortos y precisos: Ponerse en la situación del otro. Cuando se ve una publicación muy larga acerca de un tema de especial interés seguramente no se lee completo. Mucha gente accederá a los post a través de dispositivos móviles. Con lo cual una publicación corta (por debajo de unos 100 caracteres más o menos) tendrá más posibilidad de aumentar la participación de la comunidad en Facebook.
- Utilizar imágenes: las fotografías son muy visuales y por lo tanto llaman más la atención, por eso es recomendable que la mayoría de las actualizaciones vayan acompañadas de una ilustración, foto o de un vídeo. Aunque la variedad también es muy buena, por eso de vez en cuando es conveniente poner alguna actualización de estado, un enlace de una noticia de prensa, entre otros.
- Promoción de las publicaciones importantes bien sea por área, semestre o escuela, para asegurar el interés de la comunidad de usuarios reales y potenciales.
- Realiza una reformulación del presupuesto, que justifique los recursos para la adquisición de equipos de computación y la adecuación de espacios para la

instalación de equipos de computación con el objetivo de mejorar los servicios y evitar la disminución del presupuesto asignado a la biblioteca.

- Asignación presupuestaria para cubrir las necesidades más inmediatas de la biblioteca en función de mejorar la calidad de los servicios, como lo es capacitar al personal para que se dedique a la actualización del contenido y evaluación constante de las tendencias de los integrantes de la comunidad de FaCES.
- Adquirir un sistema de seguridad que permita controlar la pérdida del material bibliográfico, para garantizar a los usuarios un servicio eficiente.
- Hacer enlaces con otras bibliotecas, no sólo de la misma Facultad sino de la Universidad para crear una red integrada de servicios de información en línea, que permita difundir el acervo bibliohemerográfico de la UCV, así como considerar la posibilidad de recibir donaciones de material bibliográfico.
- Potenciar las redes de investigación mediante su visibilidad y conectividad a través de los servicios en línea.
- Difundir los servicios de información que son inherentes a la Biblioteca Salvador de la Plaza y crear algunos “servicios on line” para satisfacer la demanda de los nuevos usuarios remotos.
- Publicitar iniciativas de otras instancias de la Facultad que beneficien la labor de desarrollo integral (ejemplo deportes, becas disponibles, etc.) de la comunidad de FaCES.
- Al potenciar el uso de recursos de la Biblioteca, aumenta la visibilidad tanto en las redes como de manera presencial, ocasionando mayor conexión e interés por esta unidad de servicios de información.

- Afianzar la relación con las autoridades para evitar la posibilidad de suspensión de las donaciones del material bibliográfico así como resolver las situaciones que puedan interferir en el buen funcionamiento de los servicios de la biblioteca y evitar el riesgo de un posible cierre de la unidad de la información.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con el desarrollo de esta investigación se deja claro que utilizar la tecnología o Web 2.0, como herramienta para difundir información es una vía rápida, económica y efectiva para las instituciones y organizaciones con aspiraciones de éxito y desarrollo.

El objetivo de esta investigación estuvo orientado a la realización de una propuesta para la promoción de los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES de la Universidad Central de Venezuela basado en Facebook para mejorar la comunicación directa con los usuarios y la difusión de información y servicios. Para lograr los objetivos trazados fue necesario realizar una valoración previa referente a la situación actual de la Biblioteca en relación con sus usuarios y el uso de la tecnología.

Se considera que los objetivos que se plantearon en esta investigación se lograron de manera exitosa, ya que en primer lugar se realizó el diagnóstico de las necesidades de información de los usuarios de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, de la UCV mediante una encuesta, diagnosticándose la necesidad que tiene la unidad de información de hacer presencia en las redes sociales para la promoción de sus servicios, ya que hasta los momentos no existen medios tecnológicos que le permitan integrarse a la Web 2.0; y en segundo lugar porque el diseño de los lineamientos de la presente propuesta cumple con las características requeridas, y al ser adoptada por la institución logrará un impacto positivo y renovador en la institución.

Ante todo lo expuesto se hace hincapié en la importancia que tiene para la Biblioteca Salvador de la Plaza, la concientización de los avances tecnológicos como

parte de sus operaciones y procesos diarios, e inclusive readaptarlos continuamente en concordancia a los nuevos requerimientos y avances en materia tecnológica para mantenerse a la par de las demás instituciones educativas.

Recomendaciones

Entre las principales recomendaciones derivadas de la investigación emprendida, se establecieron las siguientes:

- Se recomienda potenciar los servicios que ofrece la unidad de servicios de información con la finalidad de actualizar la plataforma en la que los usuarios acceden a ella.
- Hacer un plan de comunicación y de marketing para servicios en línea que permita la formación de personal, la adquisición de equipos y desarrollar herramientas para la difusión de productos y servicios de información bajo esta nueva perspectiva.
- Incentivar la creación de políticas que promuevan la difusión en línea de documentos, servicios y productos de información que coadyuven a una mayor presencia de la Biblioteca y de la Facultad en el entorno en el que se desenvuelve.
- Disponer de equipos de trabajo transdisciplinarios que permitan potenciar la actualización, difusión y promoción de los servicios de información en línea como un área de vital interés para la Facultad.
- Capacitar al personal de la Biblioteca Salvador de la Plaza en el uso, aplicación y ventajas de las herramientas Web 2.0 para la prestación de servicios, a fin de que sean ellos mismos los interesados en potenciar y mantener esos servicios para la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Academic Library Website Benchmarks. (2013). *Las Bibliotecas Universitarias Americanas usan la Web social* [En línea]. Disponible: [http://www.primaryresearch.com/viewproduct .php?](http://www.primaryresearch.com/viewproduct.php?) [Consulta: 2015, Junio 15].

Alemaný Puig, M (2010). *Las redes sociales crean nuevos mercados*. España: Lavanguardia.com. [en línea]. Disponible: <http://www.lavanguardia.com/economia/noticias>
[Consulta: 2013, Junio 15].

Ander-Egg, E. (1995). *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. Buenos Aires: Colección Guindace.

Anglada, L (2012). *Bibliotecas universitarias: cabalgando la tecnología, siguiendo al usuario* [En línea]. Disponible [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos /2012/noviembre/01.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2012/noviembre/01.html)
[Consulta: 2013, marzo 25].

Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación*. (5ta ed.). Caracas: Episteme.

Arroyo Vázquez, N.(2008). *Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad?*. [En línea]. Disponible: http://eprints.rclis.org/12354/1/Arroyo_IVCongresoBP.pdf [Consulta: 2014, enero 12].

Arroyo Vázquez, N.(2007). *¿Web 2.0? ¿Web social? ¿Qué es eso? Educación y Biblioteca* [en línea]. Disponible: <http://eprints.rclis.org/archive/00011752>. [Consulta: 2014, enero 12].

- Ascanio, A. (2010). *Diseño de un plan de mercadeo de los servicios del Centro de Documentación e Información y Archivo de la Casa de Estudio de la Historia de Venezuela "Lorenzo A. Mendoza Quintero"*. Trabajo para optar al título de Licenciado en Bibliotecología en la Universidad Central de Venezuela. Caracas: Universidad
- Balestrini Acuña, M. (2001). *Cómo se elabora el proyecto de investigación para los estudios formulativos o exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Beltrán Nava, T. (2012). *Promoción de los servicios bibliotecarios a través de las redes sociales de la Internet*. Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía. [Tesis] [En línea]. Disponible: <http://eprints.rclis.org/17075/> [Consulta: 2013, diciembre 10].
- Burgueño, P. (2009). *Clasificación de Redes Sociales*. [en línea]. Disponible: <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/> [Consulta: 2014, Agosto 29]
- Cabezas Mardones, C (2008). Leer y escribir en la Web social: uso de blogs, wikis y multimedia compartida en educación. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información* [en línea]. Disponible: <http://eprints.rclis.org/archive/00013724/> [Consulta: 2014, abril 2].
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. España: Arete.
- Cebrián Herreros, M (2008). *La Web 2.0 como red social de comunicación e información*. [En línea]. Disponible marceb@ccinf.ucm.es [Consulta: 2015, Junio 12].

- Cruz, J. (2009). *Herramientas de la Web 2.0 aplicadas a la biblioteca virtual de la UCV: caso Facebook*. Trabajo para optar al título de Licenciado en Bibliotecología en la Universidad Central de Venezuela. Caracas: Universidad
- CONATEL (2014). *¿Quiénes usamos Facebook en Venezuela? para mayo 2013* [en línea] Disponible:<https://thamarana.wordpress.com/2013/06/28/quienes-usamos-facebook-en-venezuela-para-mayo-2013-redessociales/> [Consulta: 2014, agosto 15]
- De-Volder, C.; González-Terán, Y. Fernando-Gabriel Gutiérrez, (2012). *Las bibliotecas universitarias argentinas en la Web 2.0*. [En línea]. Disponible: eprints.rclis.org/17004/9/BibliotecasuniversitariasenlaWeb2.pdf [Consulta: 2015, marzo 12].
- Dunlop, J (2009). Blogging [En línea]. Disponible: <http://eprints.rclis.org/1850> [Consulta: 2015, Junio 12].
- Felisberto Coelho, H (2009). *A Web 2.0 nas bibliotecas universitárias portuguesas: um estudo da implementação do paradigma da biblioteca 2.0*. [Tesis] [En línea]. Disponible: [Consulta: 2015, Junio 12].
- García, E. (2014). *Plan de Comunicaciones para los recursos y servicios de la Biblioteca Pedro Grases*. Ponencia presentada en XII Coloquio internacional de tecnologías aplicadas a los servicios de información y la V Conferencia internacional de biblioteca digital y Educación a distancia. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- García Giménez, D. (2010). *Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas*. [en línea]. Disponible: <http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm> [Consulta: 2013, diciembre 10]

Gobierno de España, Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (2010). *Multimedia y Web 2.0* [En línea]. Disponible: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/concepto_de_Web_20.html [Consulta: 2015, marzo 12].

González Fernández-Villavicencio, N. (2011). *Competencias profesionales de todo bibliotecario 2.0*. [en línea]. Disponible: http://biblioteca.unirioja.es/rebiun/competencias_digital.pdf [Consulta: 2014. Enero 12)

González Fernández-Villavicencio, N. (2007). *Bibliotecas de nueva generación: Biblioteca 2.0 Educación y biblioteca* [en línea]. Disponible: <http://www.nievesglez.com/p/publicaciones.html> [Consulta: 2014, Enero 12]

González Guitián, M V; Molina Piñeiro, M (2008). *Las bibliotecas universitarias: breve aproximación a sus nuevos escenarios y retos*. [En línea]. Disponible <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v18n2/aci02808.pdf> [Consulta: 2015, mayo 10].

Herrera Morillas, J.; Pérez Pulido, M. (2008). *Tendencias en marketing de servicios bibliotecarios: análisis de casos en bibliotecas públicas*. [en línea]. Disponible: http://www.cobdc.org/jornades/11JCD/actes11jcid/comunicacions/pag_301.pdf [Consulta: 2013, diciembre 10]

Herrera Morillas, J. L.; Díaz, A. C. (2011). *El caso de España*. [En línea]. Disponible: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?> [Consulta: 2015, Junio 12].

Hidalgo, P. (1999). *Plan de mercadeo para los servicios de información de la Biblioteca Salvador de la Plaza*. Trabajo para optar al título de Especialista en Gerencia de Redes de Unidades de Servicio de Información de la Universidad Central de Venezuela. Caracas: Universidad

Instituto de Altos Estudios 'Dr. Arnoldo Gabaldon' Biblioteca Virtual de Salud. [en línea]. Disponible: www.bvs.org.ve [Consulta: 2015, mayo 20].

Lozano Díaz, R. (2006). *La biblioteca pública del siglo XXI: atendiendo clientes, movilizandolos personas*. Gijón: Trea

Macías González, J (2005). *Servicios bibliotecarios a través de Internet*. [en línea]. Disponible:<http://sedicforma.sedic.es/cursos/lecciones/serbib/paraimprimir/mod1.pdf> [Consulta: 2013, diciembre 15]

Margaix Arnal, D. (2007) *Conceptos de Web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales*. 2007. [en línea]. Disponible: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/marzo/02.pdf>. [Consulta: 2013, diciembre 10]

Margaix Arnal, D. (2008). *Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes*. [en línea]. Disponible: <http://eprints.rclis.org/12568/> [Consulta: 2013, diciembre 10]

Massísimo, A.; Sánchez De Boado, (2005). *Màrqueting bibliotecari: una realitat en desenvolupament*. [en línea]. Disponible: <http://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/22632/> [Consulta: 2013, diciembre 10]

Ministerio del Poder Popular para la Educación, Cultura y Deportes (Y) Programa de las Naciones Unidas (2002). *Plan Estratégico de Tecnologías de Información y Comunicaciones para el sector educativo nacional 2002-2007*. [en línea]. Disponible en http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Venezuela/Venezuela_Peticsen.pdf [Consulta: 2014, febrero 20]

Nguyen Cuong Linh, (2008) *Un estudio de la aplicación de la Web 2.0 en las bibliotecas universitarias de Australasia*. [En línea]. Disponible: www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2011000300007. [Consulta: 2013, Junio 15].

Odriozola Celaya, J.(2008). *La Empresa en la Web 2.0 : el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Gestión.

Orera Orera (2007). La biblioteca universitaria ante el nuevo modelo social y educativo [en línea]. Disponible: http://eprints.rclis.org/12442/1/fulltext.pdf?origin=publication_detail [Consulta: 2013, diciembre 10]

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (UNESCO/IFLA) (2013). *Manifiesto de las IFLA/UNESCO Sobre las Bibliotecas Digitales*. [en línea]. Disponible: <http://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-las-ifla-unesco-sobre-las-bibliotecas-digitales> [Consulta: 2015, marzo 06].

Palella S. y Martins F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa*. (2ª. ed). Caracas: FEDUPEL

Parra García, A. (2013). *Innovación en bibliotecas universitarias: caso Biblioteca Pedro Grases, Universidad Metropolitana, Caracas-Venezuela*. [En línea]. Disponible <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p42/07.pdf> [Consulta: 2013, Junio 15].

Pérez, A. (2009), *Guía Metodológica para Anteproyectos de Investigación*. (3ra. Ed). Caracas: FEDUPEL.

Pride Sh., Hazel H. (2009). *Library 2.0 and UK academic libraries: drivers and impacts*. [En línea]. Disponible <http://www.informaworld.com/smpp>. [Consulta: 2015, Junio 12].

Raphael, L.(2007) *A Brief History of Social Networking Sites*. [en línea]. Disponible en:<http://www.nfstudios.com/blog/2007/06/21/a-brief-history-of-social-networkingsites>
[Consulta: 2013, diciembre 15]

REBIUN (Red de Bibliotecas Universitarias) (2013). *Declaración y conclusiones de la Asamblea Anual, Zaragoza*. [En línea]. Disponible http://www.rebiun.org/documentos/Documents/XXI_Asamblea_REBIUN/XXI_Asamblea_REBIUN_Zaragoza_Conclusiones_2013.pdf [Consulta: 2015, mayo 12].

Rivoir, L.(2009). *Redes Sociales: ¿Instrumento Metodológico o Categoría Sociológica?*. [en línea]. Disponible: http://lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/articulo_redes.pdf
[Consulta: 2013, diciembre 15].

Sabino, C. (1992). *El proceso de Investigación*. Colombia: Panamericana Editorial.

Tamayo y Tamayo (2001). *El proceso de Investigación Científica*. México: Limusa.

Universidad Central de Venezuela. *Biblioteca Virtual* [En línea]. Disponible: www.sicht.ucv.ve:8080/bvirtual/catalogo.jsp? [Consulta: 2015, mayo 20].

Universidad de Los Andes. *Biblioteca ULA*. [En línea]. Disponible: <http://www.serbi.ula.ve/serbiula>. [Consulta: 2015, mayo 20].

Universidad Metropolitana. *Biblioteca Pedro Grases*. [En línea]. Disponible: biblioteca.unimet.edu.ve/[Consulta: 2015, mayo 20].

Universidad Nacional Abierta. *Biblioteca digital*. [En línea]. Disponible: <http://biblo.una.edu.ve/> [Consulta: 2015, mayo 20].

Universidad de Oriente. *Biblioteca digital UDO*. [En línea]. Disponible: Dirección: <http://bibliotecadigital.udo.edu.ve/> [Consulta: 2015, mayo 20].

Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (1998). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: Autor.

Universidad Simón Bolívar. *Biblioteca de la Universidad*. [En línea]. Disponible: <http://www.bib.usb.ve> [Consulta: 2015, mayo 20].

University Leadership Council. (2011). *Redefining the academic library. Managing: the migration to digital information services*. [En línea]. Disponible <http://www.uab.edu/library/images/documents/redefining-the-academic-library.pdf> [Consulta: 2013, marzo 25].

Villafranca (1996). *Metodología de la Investigación*. Los Teques: FUNDACA, CULTCA

We Are Social Singapore (2014). Social, Digital & Mobile in The Americas. [en línea] Disponible: <http://curioseandito.blogspot.com/2014/06/la-penetracion-en-internet-y-las-redes.html> [Consulta: 2014, agosto 15]

Zhiping Han, Liu Yan Quan, (2010) *Las aplicaciones Web 2.0 en las principales bibliotecas universitarias chinas* [En línea]. Disponible: www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2011000300007. [Consulta: 2015, marzo 12].

ANEXOS

Anexo A.

ENCUESTA

Hola, estamos interesados en utilizar a Facebook como una herramienta para que puedas acceder a la información de la Biblioteca Salvador de la Plaza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, por ello te solicitamos que nos ayudes a responder estas preguntas.

Algunos datos que nos gustaría saber son:

Estudiante Docente Investigador Otro

INSTRUCCIONES: Lea previamente toda la encuesta para obtener noción general de todos los aspectos que posteriormente va a responder.

Posteriormente, marca con una X aquellos enunciados que consideres correctos, de acuerdo a tu experiencia o práctica. En aquellas preguntas que así lo permitan puedes marcar más de una opción.

1- ¿Tienes un perfil o cuenta en Facebook?

Si No

2- ¿Con que frecuencia accedes al Facebook?

Diario Interdiario Semanal Otros

3- Marca con una X cuales de estas opciones tienes entre tus amigos del Facebook.

Personas Bibliotecas Instituciones No Aplica

4- Marca con una X cuales de las siguientes opciones empleas principalmente al utilizar Facebook.

Diversión
Compartir Información Personal
Compartir Información Laboral
Compartir Información Académica
No Aplica

5- ¿Utilizas Facebook para encontrar información de actividades de interés para tus investigaciones, proyectos o estudios?

Si No No Aplica

6- Marca con una X qué otras herramientas en línea utilizas para apoyar tus investigaciones, proyectos o estudios.

Base de Datos Twitter Blogs Whatsapp
Instagram Youtube Otros

7- ¿Empleas Facebook para intercambiar opiniones o videos sobre temas comunes a investigaciones, proyectos o estudios?

Si No No Aplica

8- ¿Te interesaría que la Biblioteca Salvador de la Plaza de la FaCES, promocionara sus servicios e información de interés en Facebook?

Si No No Aplica

9- ¿Difundes temas de investigación académica a través de las diferentes redes sociales?

Si No No Aplica