



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

POSGRADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES BIBLIOTECOLÓGICAS Y DE LA
INFORMACIÓN**

***LAS REDES SOCIALES COMO RECURSO DE INFORMACIÓN
PARA EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL EN BIBLIOTECAS
ACADEMICAS***

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRA EN BIBLIOTECOLOGÍA Y

ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

PRESENTA:

BRENDA CONTRERAS HERNÁNDEZ

**ASESORA: DRA. PATRICIA L. RODRÍGUEZ VIDAL
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

Ciudad de México, OCTUBRE 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mi familia, quienes me impulsaron a seguir.

A mis amigos, que me acompañaron en el camino.

A mis compañeros de pre requisitos, por compartir experiencias y conocimientos.

A mi asesora, la Dra. Patricia Vidal, por su apoyo constante y consejos oportunos.

A todos profesores que me guiaron durante la maestría.

Y finalmente, a todos aquellos que contribuyeron a la realización y culminación de esta tesis.

¡GRACIAS!

Tabla de contenido

Introducción	5
CAPÍTULO 1. EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL Y LAS REDES SOCIALES	7
1.1 El Servicio de Referencia Virtual (SRV)	7
1.1.1 Antecedentes.	8
1.1.2 Definición.	10
1.1.3 Servicios de referencia	13
1.1.4 Elementos que conforman el SRV	14
1.2 Una aproximación a las redes sociales.....	19
1.2.1 Redes sociales como recurso de información.....	21
1.2.2 Tipología y características	23
1.2.3 Tendencias.....	25
CAPÍTULO 2. USO DE LAS REDES SOCIALES PARA EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL EN BIBLIOTECAS ACADEMICAS	33
2.1 Redes sociales para el servicio de referencia virtual en las Bibliotecas Académicas.....	33
2.1.1 Delimitación del análisis.....	37
2.2 Facebook	40
2.2.1 Perfiles de las bibliotecas académicas	43
2.3 Twitter	53
2.3.1 Perfiles de las bibliotecas académicas	55
2.4 Análisis de indicadores	64
CAPÍTULO 3. PROPUESTA DEL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER.	66
3.1 Objetivos	66
3.2Requerimientos.....	66
3.3 Usuarios.....	68
3.4 Recursos electrónicos.....	70
3.5 Recursos humanos	74
3.6 Recursos tecnológicos	76
3.7 Políticas de uso y privacidad.	79
3.8 Presupuesto.....	81
3.9 Propuesta	82

Ilustración 41. Ejemplo de respuestas ante los requerimientos de información en Twitter. Fuente: (https://twitter.com/ , 2016).....	88
Conclusiones	89
OBRAS CONSULTADAS	93
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	97
ÍNDICE DE TABLAS	98

Introducción

La presente investigación abordará el uso de las redes sociales para el servicio de referencia virtual en bibliotecas académicas considerando el impacto que estas redes tienen en el ámbito bibliotecario, propiciado que jueguen un rol como recurso de información para apoyar dicho servicio.

Resulta prioritario plantearse que tan eficaces y útiles son las redes sociales para proporcionar un Servicio de Referencia Virtual (SRV).

El objetivo principal es analizar el uso de las redes sociales como recurso de información para proporcionar respuestas a los requerimientos de información de los usuarios que se atienden a través de un SRV particularmente en el ámbito de la Biblioteca Académica y proponer un servicio de esta naturaleza a través de las redes sociales.

Como objetivos específicos, se establecen los siguientes:

- ❖ Identificar cuáles Bibliotecas Académicas ofrecen el SRV y cuáles utilizan las diferentes redes sociales.
- ❖ Conocer el SRV que se ofrece a través de las redes sociales en Bibliotecas Académicas.
- ❖ Analizar la aplicación de las redes sociales para los SRV en Bibliotecas Académicas.
- ❖ Realizar una propuesta de SRV utilizando las redes sociales Facebook y Twitter para las bibliotecas académicas

Con base en lo anterior, se plantea realizar un análisis para conocer el impacto de las redes sociales como recurso de información para los SRV en las bibliotecas académicas seleccionadas.

Se tiene como hipótesis lo siguiente: Si efectivamente las redes sociales ayudan y ofrecen un requerimiento de información a los usuarios que utilizan un SRV obteniendo información de manera rápida y efectiva, entonces, las redes sociales son útiles para ofrecer un SRV en la Biblioteca Académica.

Otra hipótesis sugiere que con el uso de redes sociales como recurso de información en las Bibliotecas Académicas, éstas contribuirían a mejores resultados en el Servicio de Referencia Virtual. Además, si efectivamente las redes sociales ayudan y ofrecen un requerimiento de información a los usuarios que utilizan un SRV obteniendo información de manera rápida y efectiva, entonces, las redes sociales son útiles para ofrecer un SRV en la Biblioteca Académica.

Así, en el capítulo 1, se brindarán todos los elementos teóricos que permitan conocer el enfoque que se ha dado al SRV en las redes sociales, así también los antecedentes del servicio y las conceptualizaciones del mismo, tomando en cuenta a diversos autores que han contribuido a la definición del SRV.

De igual forma en el capítulo 1 se abordarán las características y elementos que conforman el SRV, retomando a autores como Manso (2006), Lankes y Kasowitz (1998) que establecen elementos

fundamentales para que el SRV se lleve a cabo, así como las características que contribuyen al proceso del servicio.

En dicho capítulo también se describirán las redes sociales utilizadas como recurso de información y la presencia que estas redes tiene en las bibliotecas académicas, considerando la tipología y características de las redes sociales, así como las tendencias de las mismas.

Posteriormente, en el capítulo 2, se presentará el análisis de los perfiles de las bibliotecas académicas que ofrecen el servicio de referencia virtual en redes sociales, considerando una serie de criterios que nos permitieron realizar un análisis a mayor profundidad.

Así mismo, en el capítulo 2, se analizó el uso de dichas redes para el SRV de las principales universidades de acuerdo a la lista del Academic Ranking of World Universities 2015. Considerando los perfiles de las siguientes bibliotecas: MIT Libraries, Berkeley Library University of California (UC Berkeley Library), Cambridge University Library, Princeton University Library, Columbia University Libraries. Así como algunos perfiles que se destacaron previamente durante una exploración en la web, entre los que se encuentran: University of Calgary Libraries, University of Southampton Library, University of Ball State y Dartmouth College Library.

En el mismo capítulo se presentará el análisis realizado de los perfiles tanto en Facebook como en Twitter de las bibliotecas seleccionadas examinando el uso que éstas les dan a las redes y el procedimiento que utilizan para brindan el SRV.

Y por último, en el capítulo 3 se presentará una propuesta para implementar un SRV a través de Facebook y Twitter, considerando los elementos y criterios del análisis previo. Se proponen los elementos necesarios para brindar un servicio de esta naturaleza como objetivos, las características de los usuarios, los recursos electrónicos que se requieren para este tipo de servicio. Además de los recursos humanos indispensables para que el servicio funciones de manera adecuada.

En dicho capítulo también se consideran las políticas de uso y privacidad para implementar un servicio virtual, considerando el presupuesto óptimo y un ejemplo de dicho servicio utilizando las redes sociales de Facebook y Twitter.

Para esta investigación se utilizó el método documental, se revisó la literatura existente respecto al tema, así como una exploración en la web para analizar los perfiles de las bibliotecas académicas

Para el logro de los objetivos planteados fue necesario compilar información sobre la temática del SRV y redes sociales, en específico Facebook y Twitter, a fin de analizarla y presentar una propuesta referente a estas redes en las bibliotecas académicas y finalmente ello permitirá hacer las conclusiones respectivas

CAPÍTULO 1. EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL Y LAS REDES SOCIALES.

1.1 El Servicio de Referencia Virtual (SRV)

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación han modificado en gran medida las condiciones de los servicios de información en las bibliotecas académicas. Las bibliotecas han comenzado a utilizar las tecnologías para facilitar el manejo constante de información, resolver problemas de organización documental, y mejorar el acceso a documentos y bases de datos que enriquecen el trabajo del bibliotecólogo.

Con el Internet y la enorme cantidad de herramientas y aplicaciones que éste proporciona, las bibliotecas han podido acercarse a sus usuarios de formas distintas. Los usuarios, demandan contacto directo en línea con las fuentes de información además de la interacción constante con otros usuarios en el ambiente digital, generando así un contexto dinámico que supera las restricciones espacio-temporales. El usuario busca tener acceso rápido y eficiente a la información que necesita, por ello la importancia de ofrecer servicios virtuales en tiempo real para satisfacer las necesidades de información de los usuarios que se encuentren en línea.

La importancia de ofrecer servicios bibliotecarios a través del entorno virtual radica en la interactividad con los usuarios y el acceso a la información de manera rápida y oportuna. El uso constante de las TIC han enriquecido y transformado los servicios en el ámbito bibliotecario, especialmente el servicio de referencia o consulta, que dentro de las funciones básicas, se encuentra el de proporcionar a los usuarios que así lo soliciten virtualmente, información, instrucción y guía, los cuales se adaptan a la esfera virtual o digital, para lograr con ello la aplicación y uso de herramientas que ayuden al desempeño de dicho servicio.

Ante ello, la referencia virtual surge como parte del cambio y la adaptación a las tecnologías, utilizando mecanismos de comunicación e interacción en la web, beneficiándose de ello para ofrecer servicios de calidad. Recurriendo a las tecnologías existentes que hasta ahora no se habían utilizado en este tipo de servicio. Adaptándose además, a las necesidades y demandas de los usuarios que se encuentran activos en el entorno digital.

Por otro lado, Wasik (1999) planteó que: “Los servicios digitales utilizan a intermediarios humanos para contestar las preguntas y para proporcionar la información a los usuarios” [<http://www.ericdigests.org/1999-4/digital.htm>], así los servicios de referencia virtual contribuyen a resolver uno de los principales problemas en la búsqueda de información en el entorno digital: la ausencia de intermediarios humanos que deben jugar un papel importante en los servicios en línea. La ayuda adecuada de personal calificado en línea para la consulta puede mejorar los resultados de búsqueda, y es indispensable contar con las habilidades y conocimientos de

profesionales bibliotecólogos que instruyan y ayuden al usuario en la búsqueda de sus requerimientos de información, incrementando el potencial de los servicios de referencia virtuales

1.1.1 Antecedentes.

El concepto de referencia virtual surge a partir de la aplicación de las TIC a este tipo de servicios, con el tiempo este concepto se ha redefinido en función de los cambios tecnológicos que ha experimentado la sociedad. Ante ello, se presentan algunos de los antecedentes encontrados en torno a la referencia virtual.

Manso Rodríguez (2006) menciona que: “El servicio de referencia virtual surge en Estados Unidos en la segunda mitad de la década de 1980, empleando como modalidad la vía del correo electrónico, específicamente fue desarrollado por la Biblioteca de Ciencias de la Salud de la Universidad de Maryland y fue denominado *Electronic Access to Referente Service* (EARS). En sus inicios consistía en permitir a los usuarios la reservación para la consulta de un documento, búsquedas automatizadas para la resolución de preguntas específicas sobre un área de la ciencia y la solicitud de fotocopias de artículos o libros.” (p. 13)

El mismo autor comenta que algunas bibliotecas como la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos pusieron en marcha proyectos para ofrecer servicios virtuales, como el servicio denominado *Ask a librarian*, que sigue funcionando hasta la fecha, y que utiliza modalidades como el formulario web, correo electrónico y chat. Este servicio de referencia se da de manera virtual y permite una interacción más directa entre el usuario y el referencista. A partir de proyectos como el de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, surgen otros, que de manera similar, ofertan sus servicios bibliotecarios en el entorno digital.

En este sentido las innovaciones tecnológicas han jugado un papel clave en los servicios de referencia que ofrecen las bibliotecas. El estudio que realiza Staw (2001) alude a que los referencistas han pasado de magos a maestros haciendo mención a los sistemas en línea de los años 1970 y 1980 que requería de habilidades exclusivas para manejar los equipos (computadoras) y se necesitaban especialistas para buscar y traducir las peticiones de los usuarios al lenguaje misteriosos de la máquina.

Por su lado Straw E. (2001) opina que: “La tecnología informática ha sido claramente el catalizador dominante para el cambio en el servicio de biblioteca en los últimos decenios. Servicio de referencia ha cambiado junto con la tecnología prevaeciente. Un exclusivo grupo de buscadores atendido las peticiones de información electrónica durante la locura de la búsqueda en línea de los años 1970 y 1980.” (p.1).

De igual forma, los servicios de referencia virtual se apoyan de los catálogos en línea y diversas bases de datos electrónicas (referenciales, bibliográficas, texto completo, numéricas, estadísticas, índices). Esta gama de posibilidades para acceder a la información mediante el uso de recursos

electrónicos no significa que las colecciones de referencia clásicas dejen de existir o dejen de utilizarse, pero la tendencia global hacia la inmediatez y la practicidad conducen al entorno digital. El objetivo del servicio de referencia virtual es proporcionar orientación, guía e instrucción a los usuarios dentro del ámbito virtual.

En este sentido, podemos observar que los servicios bibliotecarios se pueden adaptar al contexto digital, y el servicio de referencia puede cumplir con el objetivo de facilitar el acceso a la información de quien la necesite, de forma precisa y atendiendo las solicitudes o requerimientos de sus usuarios, incluido el material que posee la biblioteca o el material que se encuentre disponible en formatos electrónicos o digitales en cualquier otro lugar.

Una de las grandes ventajas del servicio de referencia virtual, ha sido el reducir la brecha espacio-tiempo, que con ayuda del internet y las herramientas digitales se puede proporcionar un servicio en donde la atención puede ser más rápida y efectiva, proporcionando una comunicación interactiva y personalizada entre el referencista y el usuario.

Cabe aclarar que el hecho de que aunque se trata de un servicio digital, no implica que solo funcione como punto de acceso a la información electrónica, es más bien un servicio que utiliza recursos de información, bases de datos, conjuntos de herramientas, y la capacidad por parte del bibliotecólogo para localizar, recuperar y utilizar todos los recursos de información disponibles, sean digitales o no, se encuentren en la biblioteca o no.

Los cambios que han experimentado los servicios de referencia virtual van en función de las innovaciones tecnológicas, de las herramientas, de las aplicaciones, del software que gestiona los centros y servicios de información, y de las condiciones de la biblioteca donde se implemente.

La prestación de servicios de referencia en el entorno virtual responde a la creciente necesidad de información y cambios en los patrones de comportamiento de los usuarios. La mayoría de los usuarios se encuentran en el entorno virtual y como señalan Tella y Oyedokun (2014), "Las razones para la prestación de los servicios tienen que ser justificadas por las bibliotecas para conocer las necesidades de los usuarios de la era de Google y el servicio en sí tiene que ser evaluado en términos de eficacia y eficiencia para aumentar su uso y el conocimiento entre las bibliotecas académicas y usuarios." (p.344)

Por lo tanto conocer y atender las necesidades de estos usuarios online es indispensable para el servicio de referencia virtual. Tella y Oyedokun (2014) mencionan que: "Los usuarios de la biblioteca ahora prefieren acceder a la biblioteca a través de Internet y buscar la ayuda de un bibliotecario de referencia en un entorno online. Por lo tanto, prefieren utilizar los servicios de referencia en línea en lugar de servicio de referencia tradicional." (p.345)

Es por eso que la adaptación de este tipo de servicios dependerá siempre de las tecnologías que se utilicen, y el éxito dependerá del grado en el que la biblioteca utilice este servicio para colaborar de forma eficaz en la transmisión de la información y poder formar individuos informados que puedan desarrollar sus potencialidades académicas, sociales o recreativas, contribuyendo así a la conformación de una sociedad informada y documentada.

1.1.2 Definición.

Derivado de lo anterior, han surgido diversas denominaciones, como: servicio de referencia en línea, digital, electrónico y virtual. Manso Rodríguez (2006) menciona que la designación del término dependerá de: “Las herramientas utilizadas en la transacción del servicio, como el chat, video conferencia, formularios Web o correo electrónico”. (p.3)

Es decir, si se utiliza el chat como herramienta para ofrecer el servicio, se podría entender como un servicio de referencia en línea, porque se trata única y exclusivamente cuando el usuario y el bibliotecólogo se encuentran conectados al mismo tiempo en el chat.

De igual forma Lankes (2004) distingue los distintos términos utilizados para el servicio de referencia virtual, este autor menciona que: “Muchos términos se utilizan para describir el estudio y la práctica de la referencia digital (por ejemplo, la referencia virtual, referencia en tiempo real, chat de referencia, la referencia de chat en tiempo real, de referencia en vivo), sin embargo todos comparten un concepto central: el uso de software e Internet para facilitar la intermediación humana a distancia.” (p.6)

Lo que Lankes destaca es que aun utilizando terminología distinta, en todos los casos la idea central es utilizar Internet, computadoras, o cualquier otra herramienta digital para prestar un servicio de referencia que elimine el factor espacio-tiempo, y que además cuente con la intermediación de un profesional de la información.

Muchos autores coinciden con este criterio porque finalmente se trata de un servicio digital y el uso de Internet es indispensable. El mismo Lankes (2003) resume que: “La referencia digital se refiere a una red de expertos, la intermediación y los recursos puestos a disposición de una persona que busca respuestas en un entorno en línea” (p.6) Este autor hace énfasis en el factor humano del servicio, que no necesariamente tienen que ser bibliotecólogos, Lankes los menciona como expertos, sean o no profesionales.

En el artículo denominado *Digital reference refers to a network of expertise* la autora Berube, Alice (2003) menciona que la referencia digital se refiere a: “Una red de expertos, la intermediación y los recursos puestos a disposición de quien busca respuestas en un entorno online. La referencia digital puede proporcionar soporte para los usuarios que se encuentran con herramientas y recursos que desconoce, difíciles de aprender, o insuficientes para responder a sus necesidades de información en línea.” [<http://www.ukoln.ac.uk/public/nsptg/virtual/index.html#2>]

Esto puede contribuir en los bibliotecólogos para el almacenamiento de búsquedas y poder adaptar de una mejor manera sus recursos de información y por ende mejorar los servicios al conocer las necesidades de los usuarios, preferencias y limitaciones.

Por otro lado, Jara de Súmar (2002) señala que la referencia electrónica o digital: “Es un servicio a distancia, asíncrono, que se ofrece a través de la computadora, empleando el correo electrónico ordinario o formularios especialmente diseñados para que los usuarios proporcionen la información básica que requiere el bibliotecario referencista para poder responder a la consulta”. (p. 7)

Para que se considere un servicio de referencia digital se necesita del uso de herramientas tecnológicas e Internet, estos pueden ser el correo electrónico o formularios web de la biblioteca que ayuden al bibliotecólogo a adquirir los datos necesarios para realizar la búsqueda, esto funciona como una entrevista en el caso del servicio de consulta tradicional, ya que este servicio digital es asíncrono y los formularios funcionan como indicadores del perfil del usuario para responder a sus requerimientos de información.

Por su parte Yungrang Cheng (2008) menciona que: “Con el desarrollo de la tecnología, especialmente la tecnología de Internet, las bibliotecas han desarrollado servicios de referencia virtual (o digitales) a fin de proporcionar servicios de referencia eficientes y eficaces a los usuarios dentro y fuera de la biblioteca.” (p. 6)

El Internet puede facilitar los servicios bibliotecarios en general, principalmente el servicio de referencia ya que a través de la red, la conexión con los usuarios se hace de manera rápida y sin necesidad de que el usuario se encuentre físicamente en la biblioteca.

Pinto y Manso (2012) mencionan que el concepto como tal: “Incluye mecanismos de comunicación bidireccional entre el operador y el usuario, y la integración de productos y servicios para asegurar que la formación y satisfacción de las necesidades informativas se satisface desde un solo interface de comunicación” (p.251) el operador puede ser el bibliotecólogo o el personal a cargo de brindar el servicio.

La American Library Association (2010) define referencia virtual como: “Servicio de referencia iniciado electrónicamente, a menudo en tiempo real, donde los usuarios emplean computadoras u otra tecnología de Internet para comunicarse con los bibliotecarios, sin estar físicamente presente. Los canales de comunicación usados frecuentemente en referencia virtual incluyen chat, videoconferencia, servicios de voz en Internet, correo electrónico y mensajería instantánea.” [<http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/virtrefguidelines>]

Enfocándonos en esa definición y aunado a la tendencia hacia el uso de las TIC se desprende que dentro de las funciones básicas de los servicios de referencia, se encuentran el de proporcionar a los usuarios que así lo soliciten virtualmente, información, instrucción y guía, los cuales se adaptan

a la esfera virtual o digital, para lograr con ello la aplicación y uso de herramientas que ayuden al desempeño de dicho servicio.

El servicio de referencia virtual permite también reducir la brecha del espacio-tiempo, ya que proporcionan el servicio de referencia de forma virtual mediante el uso de una computadora e Internet, y la atención puede ser más rápida y efectiva.

Aunque el usuario podría buscar información a través de las fuentes electrónicas, la prestación de un servicio de referencia virtual es un servicio más personalizado que no se limita a la sola búsqueda de bases de datos, es más bien un servicio que da respuesta a las necesidades de información del usuario utilizando las herramientas electrónicas para resultados más contundentes y puntuales, sin que el usuario navegue por el vasto número de fuentes en línea existentes.

La American Library Association (2010) no considera referencia virtual al seguimiento de la consulta, ya sea por teléfono, fax, en persona o correo regular, que aunque son medios de comunicación, no se consideran virtuales.

Manso Rodríguez (2006) sugiere que: “El concepto de referencia virtual puede quedar enunciado como aquel que mediante el empleo de las tecnologías de la información, permite la comunicación del usuario con el bibliotecario o experto en una temática, en cualquier momento o lugar, para la satisfacción de sus necesidades formativas e informativas.” (p. 5)

Podemos notar que a pesar del uso de tecnologías el factor humano sigue siendo indispensable, la intermediación entre el usuario y la información dependen del bibliotecólogo, el concepto de búsqueda de respuestas se ve implícito en el concepto de servicio de referencia, en este caso, en el entorno digital. La necesidad de la intermediación humana es evidente.

En este sentido, Ammentorp y Hummelshoj (2001) mencionan que: “Un servicio de referencia virtual es un medio por el cual un usuario propone una pregunta a un bibliotecario a través del empleo del correo electrónico o llenando un formulario en el Web”. (p.1)

En este sentido, para fines de esta investigación entenderemos el concepto de referencia virtual como aquel servicio a distancia, asíncrono en el que se utiliza una computadora e Internet, que por medio de chat, correo electrónico o desde la plataforma de cada biblioteca, satisface los requerimientos de información de los usuarios que lo soliciten. Tomando en cuenta que siempre irá en función de las herramientas tecnológicas que se utilicen para ello, además del tipo y presupuesto de la biblioteca.

1.1.3 Servicios de referencia

Los medios para responder las preguntas de los usuarios pueden variar dependiendo principalmente de los recursos con los que cuente la biblioteca y al tipo de usuarios al que se dirige, por ejemplo, en una biblioteca académica resulta más efectivo el uso de correo electrónico por la viabilidad del medio, la mayoría de los estudiantes, académicos e investigadores cuentan al menos con una cuenta de correo electrónico, facilitando así el servicio por este medio electrónico.

En algunos centros de información se han utilizado el servicio mediante la función Pregunte al bibliotecario, Ask a librarian, que funcionan precisamente como un servicio de referencia virtual sin que el término vaya implícito. Aunque autores como Wasik (1999) denominan a los servicios digitales de referencia, haciendo alusión al término ask en inglés como: “Servicios Aska, que proporcionan conocimientos de un tema y remisión de información a través de Internet a sus usuarios.” [<http://www.ericdigests.org/1999-4/digital.htm>]

Ante ello, quizás en una biblioteca pública, estos servicios Aska o los formularios web funcionen mejor debido a la demanda y el tipo de usuarios que van desde niños, adolescentes hasta personas con alguna capacidad diferente o adultos mayores. Para este tipo de usuarios el servicio tendría que cubrir todas sus necesidades y carencias al momento de ofrecer el servicio virtual.

Por su parte, Jara de Súmar (2002), hace alusión a los sistemas comerciales que ofrecen servicios de referencia virtual mencionando que: “La literatura reciente parece preferir el término referencia virtual, encontrándose en el mercado varios sistemas comerciales que se ofrecen con ese nombre. Uno de los sistemas más utilizados es el de Library Systems & Services Inc. (LSSI) llamado Virtual Reference Desk. Otro sistema que acaba de ser puesto en el mercado es QuestionPoint ofrecido por OCLC.” (p.9)

Estos proyectos forman parte de grupos de expertos involucrados en la creación de directrices y normas para la referencia digital, además de ofrecer pautas para la implementación de un servicio de referencia virtual en la biblioteca que así lo requiera.

The Virtual Reference Desk, es un proyecto dedicado a la promoción de la referencia digital y está patrocinado por el Departamento de Educación de Estados Unidos, que ha tomado la iniciativa en el trabajo hacia el desarrollo de normas. Dentro del proyecto definen referencia digital como: “El conjunto de servicios basados en Internet de preguntas y respuestas que conecta a los usuarios con los individuos que poseen conocimiento de la materia (The Virtual Reference Desk, 2005) [<http://www.vrd.org/about.shtml>]

De igual forma el proyecto *QuestionPoint*, define referencia virtual como un servicio que: “Usan computadora y las tecnologías de comunicaciones para proporcionar servicios de referencia a usuarios en cualquier momento y en cualquier lugar” (OCLC, 2005). [<http://www.oclc.org/es-americalatina/questionpoint/features.html>]

A pesar de que existen varios sistemas comerciales de información como: *Ask Jeeves*, *QuestionPoint* y *The Virtual Reference Desk*, los servicios de una biblioteca cuentan con la experiencia y la capacidad de proveer acceso a fuentes de información autorizada y validada, siendo atendidos por bibliotecólogos expertos en la materia.

La idea central es el uso de las tecnologías de información para facilitar el acceso a la información que requiere el usuario, junto con el apoyo del personal bibliotecólogo experto que proporcionara un servicio de calidad para sus usuarios.

El capital humano es necesario para que el servicio de referencia virtual funcione, de otra manera se estaría hablando únicamente de motores de búsqueda. La participación del bibliotecólogo en este servicio es importante. Aunque se utilicen las herramientas de forma automática con formularios estandarizados, el bibliotecólogo puede redireccionar al usuario, orientarlo, e instruirlo a partir de las preguntas y respuestas que se obtengan del formulario.

El servicio de referencia virtual va a facilitar el intercambio de información a través de herramientas de comunicación, comunicación que se da en tiempo real a través de Internet, que además del uso de correo electrónico y formularios web, se pueden utilizar otras plataformas para ofrecer dicho servicio, aprovechando así los nuevos modelos de servicios, métodos y tecnologías que pueden adaptarse para mejorar los servicios bibliotecarios.

1.1.4 Elementos que conforman el SRV.

Para que se pueda desarrollar un Servicio de Referencia Virtual se necesitan de varios elementos, principalmente de herramientas de comunicación que faciliten las necesidades de información de los usuarios de una biblioteca. La plataforma virtual que se utilice para proporcionar el servicio también es fundamental, aunado al personal bibliotecario que se encuentre a cargo de brindar el servicio.

Manso Rodríguez (2006) menciona que: “El proceso de referencia virtual se da a partir de los intermediarios que evalúan las solicitudes realizadas a través de las herramientas de comunicación establecidas o por las necesidades de información detectadas, después se traza la estrategia de búsqueda, se consulta el archivo de soluciones anteriores y de no corresponder se procede a realizar la búsqueda. Una vez concluida se le remite la respuesta al usuario vía correo electrónico o se fija en el sitio Web para que este acceda al mismo con posterioridad y se compilan las estadísticas del servicio.” (p.5)

Lankes y Kasowitz (1998) propusieron el proyecto denominado *Starter Kit Aska* diseñado para ayudar a organizaciones a construir y mantener un servicio de referencia digital. Las organizaciones incluyen bibliotecas, agencias gubernamentales, y compañías especializadas en determinada área. En el proyecto se proponen seis etapas o pasos a modo de instrucción para crear un servicio de referencia digital. Las etapas mencionadas son las siguientes:

1. Informando: recopilar información sobre el campo general de referencia digital y servicio *Aska* existente.
2. Planificación: determinar la mejor manera de construir y mantener un servicio de referencia digital dentro de una organización determinada
3. Formación: planificar, producir, implementar y administrar programas de capacitación para el personal de servicio y especialistas de la información
4. Prototipos: crear un prototipo y llevar a cabo una prueba piloto de un servicio *Aska*
5. Contribuir: gestionar el desarrollo de servicios y operaciones y crear asociaciones para lograr el apoyo y compartir procesos necesarios
6. Evaluación: planificar y ejecutar la evaluación de servicios y uso *Aska* resultados para mejorar el servicio. (Lankes y Kasowits: 1998; p-2-3)

Los autores aclaran que estos pasos dependerán de las necesidades y experiencias de la organización que desea implementar el servicio de referencia digital.

Como se ha observado el proyecto de Lankes y Kasowits, fue posteriormente estudiado por Manso Rodríguez (2006), en donde muestra el proceso de la siguiente manera:

Etapas	Acciones
Adquisición de la pregunta	<ul style="list-style-type: none"> ○ Obtención de la información ofrecida por usuario a través de la modalidad de servicio implementado ○ Chequear contra política del servicio ○ Contactar al usuario en caso de duda
Encauzar la pregunta a un experto temático o referencista	Puede realizarse por medios automáticos o mediante filtro humano <ul style="list-style-type: none"> ○ Chequear base de datos de preguntas y respuestas ○ Conformar estrategia de búsqueda
Formulación de la respuesta	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar la búsqueda y localización de información ○ Conformar la respuesta ○ Envío al usuario
Archivo	<ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de base de datos de preguntas y respuestas ○ Actualización de la base de conocimientos, en caso que lo requiera
Estadísticas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Seguimiento y control de las preguntas ○ Identificar temas más frecuentes ○ Control de la utilización del servicio por categoría de usuarios

Fig. 1.1 Etapas y acciones en el proceso de referencia virtual según Lankes

Ilustración 1 Etapas y acciones en el proceso de referencia virtual según Lankes Fuente: (Manso Rodríguez, p.6, 2006)

Sin duda estas etapas y acciones presentadas por Manso Rodríguez pueden modificarse dependiendo del tipo de biblioteca y herramienta que se utilice en el servicio de referencia. Pero considero que pueden ser útiles para iniciar un proceso de referencia virtual.

Por otra parte Berube, Alice (2003) considera la importancia de integrar los siguientes elementos existentes en la referencia digital:

- El usuario
- La interfaz (formulario web, e-mail, chat, video, etc.)
- Recursos electrónicos (recursos web, material digitalizado, etc.), así como los recursos impresos
- El profesional de la información

[<http://www.ukoln.ac.uk/public/nsptg/virtual/index.html#2>]

La parte esencial en la prestación del servicio es el usuario, con la implementación del servicio de referencia virtual se puede ampliar el número de usuarios reales y potenciales. Por ello definir la comunidad de usuarios es crucial. El entorno se vuelve complejo debido a la enorme cantidad de información que se encuentra en la red, los usuarios demandan calidad en el servicio que se verá reflejado en cuanto a la veracidad, exactitud y objetividad al momento de brindarlo.

De esta forma el usuario requiere de un servicio de calidad y personalizado y los sistemas de información deben sintetizar y preparar la información de acuerdo a las necesidades de sus usuarios.

La interacción de los elementos que intervienen en el servicio de referencia virtual se refleja como lo expone Manso Rodríguez de la siguiente manera:

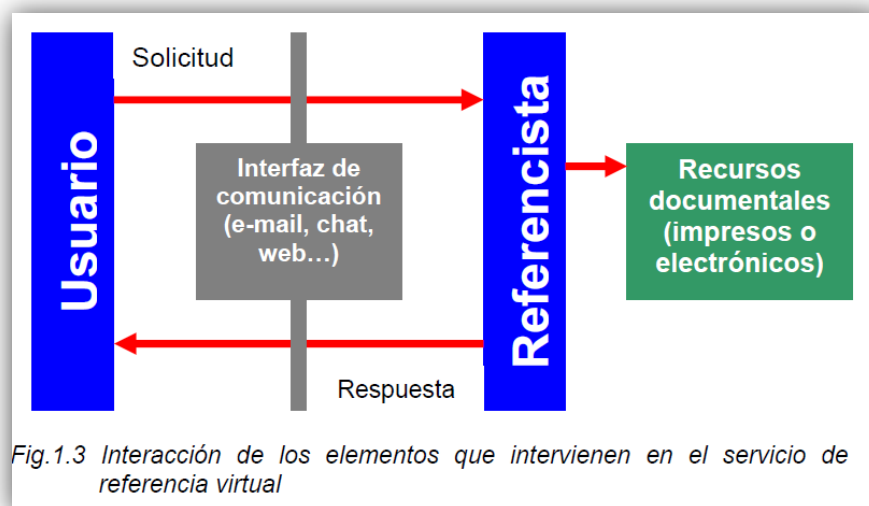


Ilustración 2 Interacción de los elementos que intervienen en el servicio de referencia virtual Fuente: (Manso Rodríguez, p. 8, 2006)

En el diagrama se puede observar el proceso para un servicio de referencia virtual. En el caso particular de esta investigación, la interfaz de comunicación que pueden ser el chat, e-mail, pagina web, será a través de los sitios de redes sociales. Tomando en cuenta una evaluación realista de

las necesidades y exigencias de los usuarios para brindarle la mayor comodidad posible con un buen funcionamiento, además de contar con expertos con habilidades para ofrecer el servicio.

La interfaz que utilizaremos en esta investigación serán las redes sociales, éstas permitirán que el usuario experimente un servicio de referencia dentro de estas plataformas. Y para ello el profesional de la información deberá poseer aptitudes entre las que, la IFLA (2004) destacan las siguientes:

- Tener capacidad para realizar más de una tarea a la vez,
- Poseer buen dominio de las herramientas de comunicación, fundamentalmente escrita, y capacidad para afrontar la dificultad que añade la falta de indicaciones visuales o auditivas a la hora de realizar la entrevista,
- Dominio y conocimiento para realizar búsquedas en recursos convencionales y bases de datos en línea y de los recursos y fuentes de referencia, y además
- Estar familiarizado con los programas informáticos seleccionados.

En términos generales el servicio de referencia virtual mantiene los mismos procedimientos que el tradicional, lo que se modifica es la forma de interacción entre los usuarios y el referencista, y la interfaz de comunicación junto con los soportes de las fuentes documentales cumplirán con el objetivo del servicio, usuarios con acceso a la información rompiendo la brecha espacio-temporal.

No obstante existe una tipología de los servicios de referencia virtual, los cuales se clasifican teniendo en cuenta el soporte tecnológico en que se ofrecen. De acuerdo a Berube, Alice (2003) existen dos grandes categorías: las transacciones asincrónicas y las sincrónicas. Las primeras implican un tiempo de retraso entre la pregunta y la respuesta, es decir que el usuario y el referencista trabajan en tiempos diferentes (ejemplos: correo electrónico, formularios Web).

Y las segundas tiene lugar en 'tiempo real' con una respuesta inmediata a la consulta, como se puede encontrar en los servicios basados en el chat o videoconferencia. [<http://www.ukoln.ac.uk/public/nsptg/virtual/index.html#2>]

Esta tipología va en función de la tecnología utilizada, es innegable que los recursos electrónicos se han multiplicado a lo largo de estos últimos años, y los usuarios necesitan tener una formación para navegar con precisión en la búsqueda de información, de lo contrario, contar con un servicio bibliotecario como el de referencia virtual que le brinde ayuda y soporte para su búsqueda, ya sea de manera asincrónica o sincrónica.

El siguiente diagrama representa la clasificación de los servicios de referencia virtual presentada de la siguiente manera:

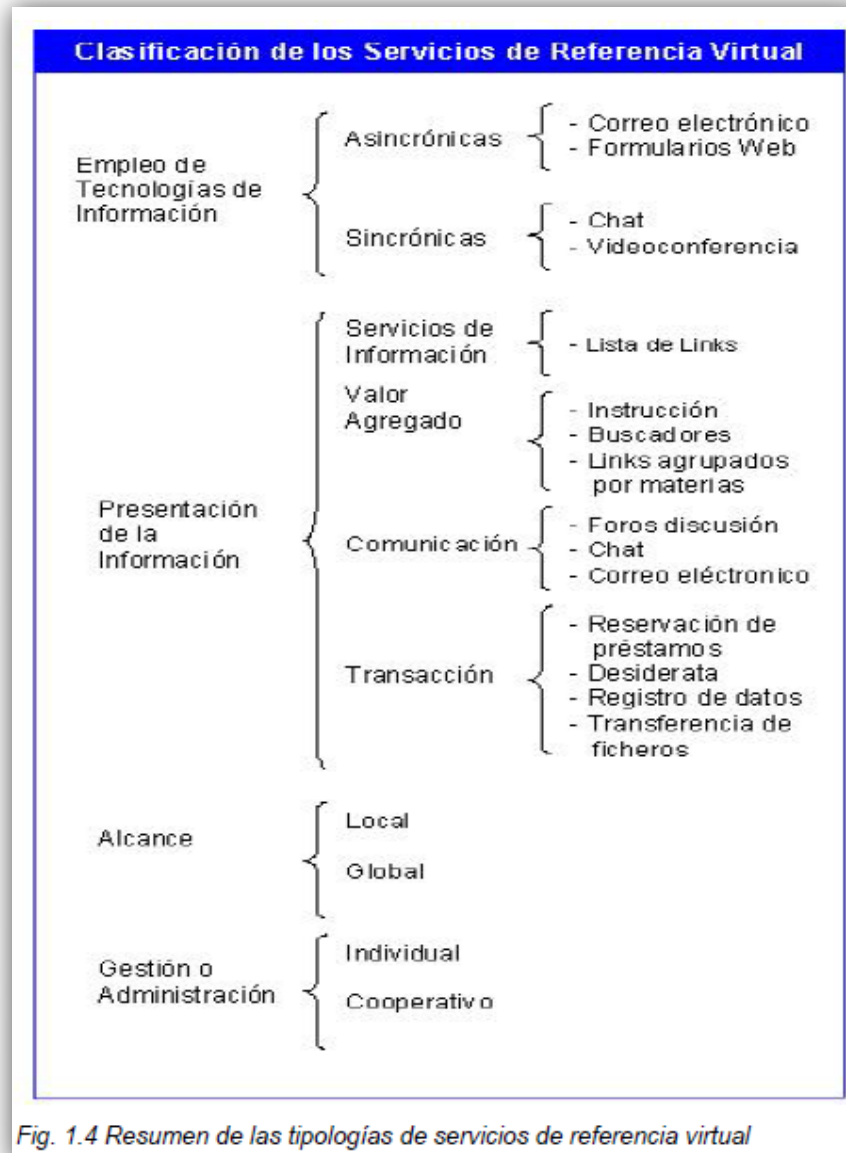


Ilustración 3. Resumen de las tipologías de servicios de referencia virtual. Fuente: (Manso Rodríguez, p. 11, 2006)

Como se puede apreciar existen diversas formas de ofrecer el servicio de referencia virtual, la interacción que se obtiene en este tipo de servicios virtuales es distinta. Actualmente el servicio de referencia virtual se puede brindar utilizando otras formas de comunicación que permitan una rápida respuesta a las demandas de información mediante las redes sociales.

1.2 Una aproximación a las redes sociales

El término redes sociales tiene distintas connotaciones, a continuación se presentan distintas definiciones del término con la finalidad de generar un esquema global que nos permita una aproximación a este tipo de redes para su posterior análisis.

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española (2016) define como red social a la: “Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.” [<http://dle.rae.es/?id=VXs6SD8>] Si bien este término es muy genérico, nos permite enfatizar en el uso de algún medio digital o virtual para su denominación.

Asimismo, Castelló Martínez (2010) menciona que: “Las redes sociales y el nuevo entorno regido por los parámetros de la web 2.0 forman parte del ecosistema en el que vivimos actualmente muchos profesionales, los cuales deben adaptarse y conocer cada parte de éste. Viendo a las redes sociales como comunidades donde los usuarios crean círculos basados en el interés común entre los mismos miembros.” (p. 15)

La misma autora considera que las redes sociales satisfacen las necesidades sociales, las cuáles conforman el tercer escalón de la pirámide de Maslow. La finalidad de estos sitios era conectar a sus usuarios con compañeros, amigos, familiares o personas que mantengan un interés en común.

Por otro lado, Kaplan y Haenlein (2010) definen una red social como: “Un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0 y que permite la creación y el intercambio de contenido generado por el usuario” (p.61)

En este sentido, las redes sociales no son solo aplicaciones, coincido con los autores cuando mencionan que estas redes se basan en fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0 y permite el intercambio de contenido generado por el usuario y por otros usuarios, ya sean personas o empresas y que utilizan sí, aplicaciones, para crear contenidos y difundirlos. En el caso de las bibliotecas, estas aplicaciones se utilizarían para ofrecer servicios y dar difusión a los contenidos de la biblioteca misma, pero las redes sociales son mucho más que aplicaciones.

Por ejemplo, para el caso de las bibliotecas, Dickson y Holley (2010) proponen que: “Las redes sociales pueden ser un método eficaz de divulgación para los estudiantes en las bibliotecas universitarias si las bibliotecas se encargan de respetar la privacidad del estudiante y para proporcionar igualdad de cobertura para todas las materias.” (p.2) Esto es de suma importancia ya que la privacidad es un tema que hay que cuidar al utilizar las redes sociales, respetar la privacidad de los usuarios y evitar en medida de lo posible los aspectos negativos de la Web, como la piratería, acoso cibernético, ataques a la seguridad, etc. Estos mismos autores destacaron además que: “Las redes sociales son una nueva oferta tecnológica que promete nuevas opciones de difusión para los bibliotecarios académicos. Proporcionan una nueva plataforma para llegar a los estudiantes más allá del edificio de la biblioteca tradicional y sitio Web permite a los estudiantes

acceder a los bibliotecarios y los recursos de la biblioteca sin dejar la comodidad de los sitios Web que más utilizan.” (p.14)

Algunos ejemplos de redes sociales son: *MySpace* (2003), *Facebook* (2004), *Google+*, *Hi5*, *Orkut* (Brasil, India), *Tuenti* (España), entre muchos más. Y el éxito de estos sitios se debe como lo menciona Sánchez Flores (2013) a la integración de comunidades donde los miembros encuentran herramientas para comunicarse.

Por su parte, Sullivan (2010) menciona que hacia el 2003 surgieron en Estados Unidos las redes: *Tribe.net*, *Linkedin* y *Friendster*. Además de las redes sociales de mayor penetración mundial como *MySpace* y *Facebook*, hay redes sociales especializadas como: *Tuenti* (fotos, música y mensajes), *Linkedin* (profesional), *Secondlife* (mundo virtual), *Twitter* (microblogging), *MySpace* (música), *Facebook* (mensajes, amistad).

Por su parte Boyd, Danah (2007) define a las redes sociales como: “Sitios en donde se ofrecen servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-publico dentro de un sistema acotado, articulando una lista de otros usuarios con lo que comparten una conexión, y donde el usuario puede ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema.” (p. 211)

Las redes sociales permiten la comunicación entre personas, compartir información de diversa índole así como conocimientos que mediante la creación de grupos o comunidades se logre una cooperación. El bibliotecólogo deberá procurar la comunicación dinámica constante dentro de las redes sociales para mantener una buena relación con sus usuarios utilizando herramientas de dichos sitios además de los tradicionales como:

- Correo electrónico
- Chat
- Formularios web
- Mensajería instantánea
- Realidad virtual
- Videoconferencias

Las redes sociales son consideradas como aquellas relaciones sociales interrelacionadas mediante el uso de algún medio virtual o electrónico. Aunque el término puede tener distintas connotaciones, en este caso utilizaremos el término de redes sociales como aquellas plataformas en donde los usuarios interactúan mediante la creación de un perfil o cuenta para ingresar a un portal de servicio de biblioteca con la finalidad de utilizar los recursos de información que son visibles mediante el servicio de referencia virtual y con ello poner a disposición de los usuarios la forma en la que se han dado respuestas a la información solicitada, y al mismo tiempo difundirla por redes sociales lo cual va a establecer recursos de información con fines académicos.

De acuerdo con Boyd (2007): “Actualmente existe una infinidad de redes sociales a nivel internacional como QQ (servicio de mensajería instantánea en China), Cyworld (foros de discusión de Corea), Skyrock (blogs de Francia), AsianAvenues, MiGente y BlackPlanet (sitios de comunidades étnicas particulares), por mencionar algunas.” (p.213)

Estas redes sociales tienden a convertirse, como menciona Margaix (2008) en plataformas abiertas con funcionalidades y aplicaciones aportadas por el sistema y herramientas que permiten a usuarios y otras empresas desarrollar nuevas aplicaciones. Quizás el éxito de estos sitios se deba a la forma en que las personas se integran a una comunidad usando estas herramientas para comunicarse apropiándose. Y las bibliotecas deben plantearse la presencia en estos sitios usando los mismos canales de comunicación que sus usuarios. (p. 591)

Sin duda, las redes sociales permiten no solo la conexión y comunicación con otros usuarios, sino que también permiten la creación de nuevas aplicaciones en beneficio de los objetivos establecidos por las bibliotecas, sobre todo al brindar un servicio, mejorando los canales de comunicación, de acción y aplicación.

1.2.1 Redes sociales como recurso de información

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social que ha modificado las formas de comunicación a diversas escalas. Considerando el impacto que éstas tienen, las bibliotecas deben tener presencia en ellas. En los últimos años los usuarios utilizan las redes sociales como un medio de comunicación.

Las bibliotecas pueden adaptar sus servicios a través de las redes sociales que ofrecen una variedad de aplicaciones para los usuarios, dependiendo del perfil y necesidades que éstos tengan. Ya que las redes sociales permiten el intercambio de información e ideas.

Apuntando que las redes sociales actúan como recurso de información debido a como lo menciona Moscoso (1998): “Recurso de información podría definirse como medios y bienes que permiten adquirir, ampliar, precisar o comunicar conocimientos, con el fin de resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa” (p. 329) Lo que nos permite utilizar a las redes sociales como un recurso que permite la adquisición y comunicación de información y conocimiento con la finalidad de resolver una necesidad informativa.

Ante ello, es importante aprovechar las potencialidades que las redes sociales nos proporcionan, ya que pueden funcionar como recurso de información para los usuarios de una biblioteca, como apuntan Tella et al. (2013): “Los sitios de redes sociales están atrayendo cada vez más la atención de los investigadores académicos e industriales intrigados por su asequibilidad y accesibilidad. La enorme popularidad de los sitios de redes sociales como Facebook, Flickr, Myspace, Nickdl, y así sucesivamente se presentan ante las bibliotecas como oportunidades únicas para llegar a los estudiantes.” (p. 275).

La proliferación de las redes sociales entre la sociedad actual es contundente, y los bibliotecólogos deben aprender a utilizar y obtener los beneficios que otorgan estos sitios para ofrecer un mejor servicio a sus usuarios. Además como apunta Burkhardt (2010): "El simple hecho de tener conversaciones y la creación de relaciones con los usuarios es inmensamente útil. A través de las conversaciones en los medios sociales, las bibliotecas pueden hacerse una idea de lo que sus usuarios quieren y necesitan y en última instancia, una mejor comprensión de sus usuarios." (p.10)

Las posibilidades que los bibliotecólogos pueden encontrar en las redes sociales son bastas, incluyendo la conectividad directa con los usuarios, el alcance que las redes tienen para llegar a usuarios que por diversas razones no están físicamente en las instalaciones de las bibliotecas, además de facilitar el acceso a la información al usuario dentro de su propio espacio.

Tella y Oyedokun (2014) destacan que: "Los servicios de referencia en línea a través de sitios de redes sociales se han convertido en una alternativa imprescindible para el servicio habitual o tradicional referencia cara a cara" (p.344).

Esta alternativa hace que las redes sociales amplíen las oportunidades para la prestación del servicio de referencia virtual, como menciona Young (2014):" Con la llegada de las herramientas como Facebook, los bibliotecólogos comenzaron a evaluar y experimentar con este medio social como una nueva forma de llegar a los usuarios. "(p172).

Las bibliotecas y los bibliotecólogos deberían adoptar a las redes sociales como recurso de información por los múltiples beneficios que se pueden obtener de ellas, a pesar de que exista un aparente temor a utilizarlas. Como lo comenta Burkhardt (2010): "No todo el mundo puede estar interesado en algo nuevo, sin embargo, aquí es donde se encuentran las razones del por qué los bibliotecólogos deben utilizar muy bien estas herramientas." (p.10)

Un estudio realizado por Chu y Du (2012), evaluaron mediante encuestas a través de la web sobre las redes sociales utilizadas por las bibliotecas académicas universitarias de Asia, Norteamérica y Europa, en donde observaron que: "El 71% de las bibliotecas académicas utilizan como herramienta las redes sociales, el 13% planeaba utilizar las redes sociales para el futuro; y el 15.8% no tenía planes para utilizarlas" (p.66). Observaron además que Facebook y Twitter resultaron ser las dos herramientas más comúnmente utilizadas por las bibliotecas encuestadas,

Por otro lado Cox y Morris (2003) afirmaron que: "Como profesión tenemos que estar buscando distintas maneras para aprovechar la creación de redes para fortalecer el intercambio de conocimientos profesionales y la colaboración a través de la tecnología". (p. 96). Y las redes sociales nos permiten precisamente eso, colaboración e intercambio.

Como se puede observar, estos autores destacan la importancia de que las redes sociales nos ayudan a comprender la dinámica de la sociedad actual, pero particularmente en el ámbito bibliotecológico estas redes pueden proporcionarnos información valiosa sobre nuestros usuarios

y sus necesidades de información, por lo que habría que explorar en este sector y evaluar las opciones, beneficios, desventajas, etc. que conllevan el uso de las redes sociales como un recurso de información para el servicio de referencia virtual.

1.2.2 Tipología y características

En la actualidad no existe una tipología definida de las redes sociales, pero como lo menciona Allendez Sullivan (2010): “Podemos decir que hay redes a las que se les considera horizontales como Facebook, en el que el usuario llega por invitación de un amigo o conocido. El individuo dentro de la red puede tener un perfil activo, aquel que constantemente busca contactos en la red, que emplea las herramientas que la misma le suministra y también están los pasivos que solo participan cuando son invitados.” (p.3)

Las redes sociales se caracterizan por:

- El número de contactos o seguidores
- La cobertura de perfiles (profesional, ocio, musical, fotográfico)
- Intereses o gustos comunes

Con el uso de las redes sociales, las personas pueden recuperar y compartir información de manera rápida y masiva. Estas redes permiten al usuario interactuar y participar de manera efectiva aunado a las ventajas que proporcionan las aplicaciones contenidas en los mismos sitios de redes sociales.

La característica principal de las redes sociales son los interés que tienen en común con otros, esto permite que se agrupen, interactúen, y mantengan una comunicación constante. Esta diversidad dificulta clasificar a las redes sociales en campos específicos, sin embargo Fernández Burgueño (2009) nos presenta la siguiente clasificación:

- Por su público y temática:
 - Redes sociales horizontales: 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 masa. Los ejemplos más representativos del sector son *Facebook*, *Orkut*, *Identi.ca*, *Twitter*.
 - Redes sociales verticales: están concebidas sobre la base de un eje temático agregado. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:
 - Redes sociales verticales profesionales: están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son *Viadeo*, *Xing* y *Linked In*.

- Redes sociales verticales de ocio: su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son *Wipley, Minube, Dogster, Last.FM* y *Moterus*.
 - Redes sociales verticales mixtas: ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: *Yuglo, Unience, PideCita*
- Por el sujeto principal de la relación:
 - Redes sociales humanas: 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. Ejemplos de este tipo de redes los encontramos en *Tuenti, Dopplr*.
 - 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 computadora. Los ejemplos más significativos son *Scribd, Flickr, Bebo, Dipity, StumbleUpon* y *FileRide*.
 - Redes sociales de objetos o 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. El ejemplo más llamativo es *Respectance*.
- Por su localización geográfica
 - Redes sociales sedentarias: este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplos de este tipo de redes son: *Blogger, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk*
 - 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. Los ejemplos más destacados son: *Foursquare, Latitude, Fire Eagle* y *Skout*.
- Por su plataforma
 - Red social MMORPG y Metaversos: normalmente construidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (*WOW, SecondLife, Lineage*), pero no tiene por qué ser necesariamente así (*Gladius, Travian, Habbo*).
 - Red social web: su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son: *MySpace, Friendfeed* y *Hi5*. (<http://www.pablofb.com/pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>)

Esta clasificación engloba la mayoría de las redes sociales hasta ahora existentes, cabe destacar que esta clasificación no es definitiva y varía de acuerdo al conocimiento y cercanía que se tenga con cada una de las redes sociales utilizadas.

También habría que considerar cuales son las redes sociales más recurrentes por los usuarios de cada unidad de información. Las redes sociales permiten tener control sobre las noticias, novedades o información que reciben y comparten. Éstas pueden personalizarse de acuerdo a los intereses y gustos de cada persona, de esta forma se filtran los datos o información que no es deseable y destacar algunos otros.

Este control relativo de lo que encontramos y elegimos en las redes puede fomentar la confianza de seguir utilizando la misma red social. La confianza y seguridad que genera el poder determinar con quién, cómo y cuándo establecer una relación social e intercambiar información es parte del éxito actual de estos sitios.

1.2.3 Tendencias

Las redes sociales son un fenómeno de comunicación que ha invadido a diversos sectores de la sociedad, las bibliotecas y centros de información no son la excepción. Estas redes pueden ser útiles para los servicios bibliotecarios, los usuarios utilizan las redes sociales para comunicarse e interactuar. Si mediante estos sitios las bibliotecas pueden ofrecer un servicio, en este caso de referencia virtual, se obtendrían ventajas evidentes.

Considerando que las redes sociales funcionan como un canal de comunicación efectiva y eficaz, se obtendrían beneficios potenciales para los servicios de referencia. Siguiendo las descripciones de las redes sociales más utilizadas, y analizando sus características podemos inferir cuales serian las aplicaciones dentro de un servicio de referencia virtual.

A continuación se describen algunas de las redes sociales que han tenido un impacto significativo en la sociedad a nivel mundial. Cabe mencionar que la información expuesta se obtuvo de la exploración web de cada red social, por lo que se omitieron las citas textuales.

a) MySpace¹

MySpace, es un servicio de red social que tiene una importante influencia en la cultura musical y artística. Esta red social nos muestra los intereses de los usuarios mediante la publicación de sus gustos en los perfiles de cada usuario. Aquí podemos encontrar tanto los gustos musicales como los libros favoritos de los usuarios. Éstos pueden enviar por correo, chat y boletines a otros “amigos” quienes son agregados por el usuario. También se pueden hacer grupos que permiten a los usuarios conectarse a través de un interés en común.

¹ <https://myspace.com/>

Las bibliotecas en este caso tendrían la oportunidad de posicionarse en esta plataforma para alertar y anunciar a sus usuarios de novedades de la propia biblioteca. Si bien este escenario representa un espacio nuevo e inexplorado, pero que podría contribuir a evaluar las necesidades de información de los usuarios en un entorno que permite el intercambio de información y que está diseñado para la interacción informal.

El servicio de referencia tradicional detrás de un escritorio, pasa a un servicio virtual a través de un muro de publicaciones, en donde el usuario se encuentra buscando información. A pesar de que el uso de estas plataformas implican una serie de cuestiones que abordare más adelante, cabe destacar que se debe tener cuidado con el tipo de información que se maneja dentro de estas RS, además de seguir lineamientos y políticas que permitan un buen uso de las mismas.

b) Hi5²

Hi5, es otra red social que permite la interacción directa con el usuario, aunque en los últimos años se ha convertido en un sitio centrado en juegos sociales permitiendo el desarrollo de nuevos juegos, sigue siendo muy visitada por los jóvenes.

Esta red social fue fundada por Ramu Yalamanchi y lanzada en el 2003 con la intención de ofrecer un servicio internacional que conectara a las personas entre sí, en ese entonces la mayoría de las redes sociales se centraban en usuarios de Estados Unidos, y *Hi5* pretendía llegar a diversos países. (Poma Pacheco: 2008)

Sin embargo, en el 2011 *Hi5* fue comprada por la red social rival Tagged, comprando el dominio y a la base de usuarios, aunque se mantuvieron los sitios de Tagged y *Hi5* por separado para ingresar. [<http://www.ifwe.co/about/>]

c) Tuenti³

Tuenti, es otra red social, que habría que considerar porque se trata de una red propiedad de una telefonía móvil española. Fue creada en el 2006 y cuenta con más de 15 millones de usuarios registrados. Esta red permite al usuario crear su propio perfil, añadir a otros usuarios como amigos e intercambiar mensajes, fotos, videos, eventos o paginas. Cuenta con un servicio de chat (individual o grupal) que bien puede ser utilizado para el servicio de referencia virtual. Al igual que otras redes, el sitio es amigable para el usuario y puede adaptarse a los servicios bibliotecarios virtuales.

La mayoría de las redes sociales proporcionan un mecanismo para que los usuarios puedan dejar mensajes en los perfiles de sus amigos. Esta característica típicamente implica dejar "comentarios", aunque los sitios emplean diversas etiquetas para esta función. Además, las redes sociales a menudo tienen una función de mensajería privada similar al web mail. Mientras tanto los mensajes privados y comentarios son muy populares en la mayoría de las principales redes sociales, no son universalmente disponibles.

² <http://www.ifwe.co/about/>

³ <https://www.tuenti.com/>

Finalmente estas redes sociales nos permiten tener una comunicación constante con los usuarios de las bibliotecas, al ser plataformas interactivas en línea permite no solo tener contacto con los usuarios, sino interactuar activamente con ellos. Las posibilidades de comunicación y de compartir información que las redes nos ofrecen son novedosas e infinitas.

Las redes sociales se pueden emplear para dar difusión de los servicios, noticias, eventos y actividades que se celebran en las bibliotecas, pero también se pueden ofrecer servicios desde estos sitios, dadas las condiciones la accesibilidad, la practicidad y sobre todo pensando en el usuario como su medio de comunicación e interacción. El servicio de referencia virtual, en este caso, se podría muy bien adaptar a las redes sociales y ofrecer una alternativa para los servicios bibliotecarios.

d) Second Life⁴

Second Life, es otra de las redes sociales que ofrece un nuevo panorama para los servicios bibliotecarios. *Second Life* es un entorno virtual en línea poblado por representaciones gráficas tridimensionales de más de 330,000 personas.

El objetivo de contar con la biblioteca 2.0 en esta red es para poder utilizar los programas que actualmente se ofrecen en línea para bibliotecólogos usuarios de la biblioteca y extender los programas a la realidad virtual *Second Life*. El entorno virtual de *Second Life* ofrece la posibilidad de cambios radicales en la información, de la forma en que se proporcionan los servicios y también en la forma en que los bibliotecarios y los usuarios interactúan. Sin embargo hay que considerar que existen riesgos y restricciones para que las bibliotecas y sobre todo los servicios puedan funcionar en esta realidad virtual.

López Hernández (2009) menciona que en el 2007: “Se hablaba de Info Island y de que un grupo de bibliotecarios habían creado un mostrador de referencia virtual en *Second Life*” (p. 47)

Para interactuar se necesita crear una cuenta (avatar) dentro del sitio y posteriormente descargar el programa que permite acceder al mundo virtual, todo esto de forma gratuita, aunque existe la opción de ser un usuario Premium a través de un pago. Esta es una de sus grandes desventajas ya que se necesita comprar una porción de terreno para tener “islas” que funcionan como espacios dentro del sitio. Además de los requisitos técnicos que se necesitan para vivir la experiencia en *Second Life*.

En la investigación de López Hernández (2009) concluye que: “*Second Life* puede permitir a las bibliotecas llegar a muchos usuarios utilizando un entorno muy atractivo, puede favorecer la comunicación, el flujo de información y la formación y tal vez pueda preparar el terreno para una forma de explorar el Web que en un futuro podría tener una interfaz muy semejante a lo que hoy se ve en este mundo virtual.” (p.56)

⁴ <http://secondlife.com/>

e) Facebook⁵

En el caso de *Facebook*, red social creada originalmente para la comunicación interna entre estudiantes universitarios, nos proporciona varias herramientas para aplicarlas a los servicios bibliotecarios debido a su practicidad y popularidad. Recientemente *Facebook* anunció que las personas jurídicas podrían crear perfiles institucionales a través de la función “páginas de *Facebook*”. Con este nuevo perfil (no personal) las bibliotecas pueden tener un perfil institucional que les permite a otros usuarios de la red social convertirse en un “Fan” (equivalente a un “amigo”) y poder así acceder al contenido de la página e interactuar con ella recibiendo actualizaciones automáticas de la biblioteca (ejemplo, servicio de diseminación selectiva de información, anuncios de las nuevas adquisiciones de la biblioteca o algún evento dentro de la misma).

Considerando que desde sus inicios *Facebook* fue una red social compuesta y creada por jóvenes universitarios, la red conserva estos matices y características únicas a diferencia de otras redes sociales. Lo cual puede ser beneficioso para las bibliotecas, tener un perfil-página como biblioteca en *Facebook* resulta novedoso y seguro, ya que existe una política dentro de esta red social contra el uso de seudónimos, y la red te permite crear un perfil seguro y validado. De esta manera se eliminan los perfiles falsos, gozando de una privacidad hasta cierto punto confiable, en donde los usuarios mantienen cierto control de sus perfiles. Es decir ellos son quienes deciden a quien agregar, a quienes seguir y con quienes interactuar, colocando candados de seguridad respectivos y eligiendo a quienes conforman parte de su red social.

Esto también beneficia a las bibliotecas, porque al establecerse como páginas, las restricciones e interacción son distintas, *Facebook* ofrece a las bibliotecas la oportunidad para personalizar sus páginas a través de la plataforma en donde pueden crear sus propias funciones de catálogo y de búsqueda en bases de datos, modificar el chat, aplicaciones de mensajería instantánea y poder crear una página con plantillas que hacen más enriquecedora la página de la biblioteca en *Facebook*.

Otra ventaja es que dadas las múltiples aplicaciones y herramientas que ofrece *Facebook*, la página de una biblioteca solo requiere de un mantenimiento mínimo por parte de los administradores (bibliotecólogos), sin considerar que para un servicio de referencia virtual el referencista debe estar en constante comunicación a través de esta red.

Además para ser miembro de esta red social solo se necesita crear el perfil-página de la biblioteca siendo un registro rápido y gratuito. *Facebook* ofrece aplicaciones para personalizar la página de una biblioteca que van desde *RSS* (Really Simple Syndication) que importa automáticamente entradas de blogs de bibliotecas existentes, nuevos títulos en el catálogo de la biblioteca y noticias; *Meebo Me* (ventana de mensajes instantáneos incrustado en la página de la biblioteca

⁵ <https://www.facebook.com/>

dentro de la plataforma de *Facebook*) en donde se podría ofrecer el servicio de referencia virtual, al igual que el *WorldCat* y *JSTOR* (catálogos en línea que se encuentran dentro de la página para realizar la búsqueda sin tener que abrir otra pestaña), estas son aplicaciones que se pueden colocar en las páginas de la bibliotecas directamente desde *Facebook*.

Como resultado del uso de estas aplicaciones la página se ajusta a las necesidades inmediatas de los usuarios, quienes se conectan por esta vía para comunicarse con otros. Y mediante el uso de políticas de privacidad, claras y contundentes, se puede ofrecer distintas clases de servicios bibliotecarios. Las páginas de bibliotecas en *Facebook* sirven además para ampliar la promoción de la misma biblioteca, lo cual no significa que las páginas de *Facebook* sustituyan a las páginas web de una biblioteca tradicional, sino que simplemente completa la presencia de la biblioteca en la red.

Un perfil en Facebook es un espacio en el que se representa la actividad digital de un usuario, en este caso al tratarse de una biblioteca el perfil debe ser creado a través de la función “páginas de Facebook”, la cual permite crear un perfil de la institución de manera pública en la que pueda compartir información.

Al igual que los perfiles, las páginas se pueden personalizar agregando aplicaciones, eventos, y secciones que permitan una mejor comunicación con los usuarios. Otra característica de la página es que ésta puede tener varios administradores e incluir una opción de estadísticas que reflejaran la interacción de los usuarios en la página de la biblioteca.

El perfil-página de la biblioteca puede asignarse bajo las categorías de: educación, escuela, o universidad. Facebook solicita el nombre de la biblioteca o institución que será colocado en el perfil para que todos los usuarios lo vean. Facebook puede verificar el nombre de la institución o biblioteca registrada para controlar el uso de seudónimos, permitiendo crear un perfil seguro y autenticado, eliminando de esta manera los perfiles falsos.

Facebook también ofrece a las bibliotecas la oportunidad para personalizar sus páginas a través de la plataforma en donde pueden crear sus propias categorías y aplicaciones como insertar el buscador del catálogo de la biblioteca o de búsqueda en bases de datos como *JSTOR* o *WorldCat* (catálogos en línea que se encuentran dentro de la página para realizar la búsqueda sin tener que abrir otra pestaña), crear clubs de lectura, añadir la suscripción a boletines, listado de eventos, fotografías, videos además de insertar como aplicación el servicio de referencia virtual, lo que permite una experiencia enriquecedora a través de Facebook.

El servicio de referencia virtual se puede colocar dentro del perfil de la biblioteca como una aplicación, es decir, se puede agregar un botón en la página que lleve a los usuarios directamente al sitio web o aplicación, los botones predeterminados son:

- Contáctanos
- Reservar
- Llamar

- Enviar mensaje
- Usar aplicación
- Jugar
- Comprar
- Registrarte
- Ver video

Para cada botón se solicita el URL del sitio web al cual redireccionar. Se puede también configurar un enlace a una aplicación dirigiendo a las personas dependiendo del sistema operativo que se utilice ya sea iOS o Android. Esto permite a la biblioteca colocar un enlace directo con el servicio de referencia de la página web de la biblioteca o bien dirigir a los usuarios a una aplicación específica por ejemplo: EBSCOhost, base de datos que se puede colocar en la página-perfil de Facebook.

Una de las mayores ventajas del uso de Facebook para las bibliotecas es la capacidad de elegir la información que se presenta, la información que la biblioteca puede proporcionar en el perfil-página de Facebook incluye: dirección, ciudad, estado, código postal, número de teléfono, horario de atención, enlace a sitio web, entre otros. Además de las opciones comúnmente utilizadas como fotos, videos, publicaciones, eventos o cualquier otra pestaña o icono que se desee agregar en el perfil.

Una vez creada la página-perfil de Facebook, los usuarios pueden dar click en el botón “Me gusta” para seguir las publicaciones de la biblioteca y poder acceder al contenido de la página e interactuar con ella recibiendo actualizaciones automáticas de la biblioteca (ejemplo, servicio de disseminación selectiva de información, anuncios de las nuevas adquisiciones de la biblioteca o algún evento dentro de la misma).

De igual forma, Facebook ofrece estadísticas de la interacción y actividades dentro del perfil-página. Las estadísticas que se generan valoran la cantidad de “Me gusta” o el alcance que tiene la página, así como las indicaciones de las personas que estuvieron en el lugar físico (lugar o dirección de la biblioteca), y de las veces que se menciona en los comentarios mediante un “@”.

La siguiente imagen muestra una estadística a modo de ejemplificar lo anterior:



Ilustración 4. Representación estadística de actividad en Facebook Fuente: (<https://www.facebook.com>, 2016)

Como resultado del uso de estas aplicaciones la página se ajusta a las necesidades inmediatas de los usuarios, quienes se conectan por esta vía para comunicarse con otros. Y mediante el uso de políticas de privacidad, claras y contundentes, se puede ofrecer distintas clases de servicios bibliotecarios. Las páginas de bibliotecas en Facebook sirven además para ampliar la promoción de la misma biblioteca, lo cual no significa que las páginas de Facebook sustituyan a las páginas web de una biblioteca tradicional, sino que simplemente complementa la presencia de la biblioteca en la red.

De acuerdo a las estadísticas de marzo del 2015 Facebook cuenta con un promedio de 936 millones de usuarios activos al día, 798 millones de usuarios activos diarios a través de móviles, 1,440,000,000 usuarios activos mensuales hasta el 31 de marzo del 2015, y aproximadamente el 82,8% de los usuarios activos diarios se encuentran fuera de los EE.UU. y Canadá. [<https://newsroom.fb.com/company-info/>]

f) *Twitter*⁶

Por otro lado *Twitter* es una red social que ofrece un servicio de microblogging, es decir, que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud con un máximo de 140 caracteres llamados *tuits* y se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tuits* de otros usuarios (a esto se le denomina “seguir”) por lo tanto los usuarios suscritos se les

⁶ <https://twitter.com>

denomina “seguidores” o “followers”. Los mensajes son públicos y dependiendo de los candados de seguridad, los *tuits* pueden ser privados o vistos únicamente por los seguidores.

Los usuarios pueden “tuitear” desde la página web de *Twitter* o desde aplicaciones descargables en celulares, tabletas, o mediante mensajes cortos (SMS) disponibles en algunos países. El servicio es gratuito, es decir, no hay algún costo para registrarse e ingresar a la red social, pero para acceder se necesita estar conectado a Internet.

Los usuarios también pueden agrupar mensajes y *tuits* sobre un mismo tema utilizando “#” (gato o almohadilla) conocidas como *hashtag*, además se puede mencionar a algún usuario dentro del mensaje usando “@” (arroba) seguido por el nombre del usuario para responder a un *tweet* o mencionarlo. La función “retuit” o “RT” se utiliza para volver a postear un mensaje de otro usuario. Esto resulta interesante en conferencias o congresos en donde las personas están contactadas por este medio enviando opiniones o preguntas acerca del evento en cuestión. Lo cual beneficiaría a las bibliotecas para la difusión de eventos o noticias.

Young (2014) apunta que: “Twitter se está convirtiendo cada vez más en la herramienta más utilizada por los bibliotecarios y personal de la biblioteca para los propósitos de participación y de divulgación. Permite a la biblioteca proporcionar actualizaciones y recordatorios rápidos como horarios de la biblioteca, eventos, programación y la disponibilidad de nuevos recursos. Los bibliotecarios que pueden compartir esa información nueva desde sus cuentas de Twitter, así como compartir enlaces a LibGuides creados para los estudiantes en clases específicas” (p.173)

El *Twitter* nos ofrece una plataforma para comunicarnos, pero sobre todo esta red social permite la interacción con muchas personas. El impacto social que puede llegar a tener un *tweet* puede ser impresionante. De ahí que las bibliotecas puedan utilizar este servicio para ofrecer sus propios servicios bibliotecarios.

Con lo anterior se obtiene un panorama respecto a las redes sociales que han sido utilizadas con mayor frecuencia. Esta exposición explora las características de cada una de las redes planteadas y nos brinda la posibilidad de elegir la más conveniente para ofrecer un servicio de referencia virtual que permita a los usuarios una conexión y comunicación distinta a la previamente establecidas por los servicios virtuales. Cabe destacar que hay un sinnúmero de redes sociales y que se encuentran en constante cambio e innovación.

CAPÍTULO 2. USO DE LAS REDES SOCIALES PARA EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL EN BIBLIOTECAS ACADEMICAS

El panorama de las redes sociales en el SRV es de vital importancia en esta tesis, en el presente capítulo se le relaciona con las bibliotecas académicas, para tal efecto a continuación se tratan los siguientes apartados: redes sociales para el servicio de referencia virtual en dichas bibliotecas (delimitación de análisis), Perfiles de las redes (Facebook y Twiter), así como los perfiles de las bibliotecas académicas, finalmente se incluye un análisis de indicadores.

2.1 Redes sociales para el servicio de referencia virtual en las Bibliotecas Académicas

En los últimos años las bibliotecas académicas han adoptado el uso de las redes sociales para mantener una constante interacción con sus usuarios y poder así ofrecer servicios que sean adecuados y contribuyan a una dinámica interactiva con ellos.

Las redes sociales están teniendo un gran impacto en los sitios web de las bibliotecas, desde luego esto se ha desarrollado sobre todo en lo referente a servicios virtuales. La adopción de estos recursos han modificado las formas de ofrecer servicios en la web y así incrementar la participación de los usuarios y generar una comunicación más activa dentro de estas plataformas.

Así, junto con el incremento de usuarios dentro de las redes sociales, las bibliotecas se han hecho presentes y generan perfiles dentro de estas redes. De acuerdo a lo mencionado por Benn y McLoughlin (2013) consideran que al: “Crear un perfil en las redes sociales es rápido y sencillo. Requiere muy pocas habilidades o destrezas técnicas. La parte mas difícil es mantenerlo actualizado con contenidos interesantes, usarlo para proporcionar contenidos a los usuarios y pensar en cómo interacciona con los otros servicios” (p.9)

Si bien es sencillo tener un perfil en las redes sociales, como los autores lo mencionan, lo complicado es mantenerlo y proporcionar contenido relevante para los usuarios, además de una planeación para ofrecer servicios por ese medio.

El objetivo de tener un perfil en las redes sociales es hacerse presente en donde están los usuarios de la biblioteca, facilitar la interacción y comunicación con los mismos a través de estas plataformas y generar mayor conectividad con ellos. Para ello es necesario conocer las opciones que nos ofrecen las diversas redes sociales.

De acuerdo a los datos obtenidos y la revisión teórica previa, para la presente investigación se consideraron las redes sociales Facebook y Twitter debido al crecimiento y difusión que éstas tienen respecto a los servicios de referencia virtual en el entorno mundial. De igual forma, las estadísticas apuntan a un uso creciente en Facebook y Twitter por parte de las bibliotecas académicas. Cabe aclarar que existen diversas redes sociales en donde las bibliotecas tienen cabida, como se manifestó en el capítulo anterior, pero para este estudio se analizaron las redes antes mencionadas.

Basados en Owloo (herramienta para el análisis y comparación de las redes sociales (<https://www.owloo.com/>) Facebook cuenta con alrededor de 317,135,500 de usuarios en América del Norte con un crecimiento de 6,550,100, lo que refleja el gran número de usuarios y un alto índice de crecimiento, tan solo en esta región del mundo, como lo demuestra la siguiente imagen:



Ilustración 5. Estadísticas globales de Facebook. Fuente: (<https://www.owloo.com/facebook-stats/countries/mexico> , 2016)

Recientemente Mark Zuckerberg publicó los resultados trimestrales de la comunidad conectada en Facebook a nivel mundial, resultando una comunidad de 1.65 billones de personas. <https://www.facebook.com/zuck?fref=nf>



Ilustración 6. Estadística trimestral de Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/zuck?fref=nf> , 2016)

Esto refleja el auge y el crecimiento constante de los usuarios en estos entornos virtuales especialmente en las redes sociales, y las bibliotecas no son la excepción. De acuerdo con Taylor and Francis Group (2014), las bibliotecas están utilizando las redes sociales y estas utilizan con regularidad las siguientes:

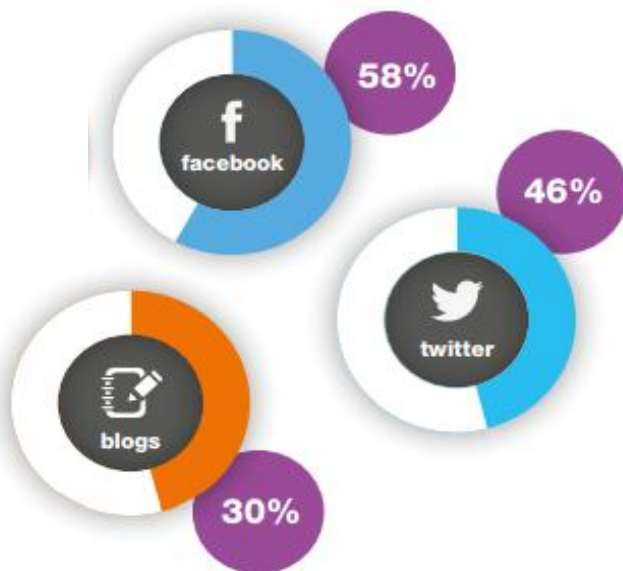


Ilustración 7. Gráfica de las redes sociales utilizadas por las bibliotecas. Fuente: <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-infographic-current-use-and-practice.pdf>, 2014)

Actualmente las bibliotecas están presentes en estas redes, y para esta investigación se busca identificar aquellas que ofrezcan servicios de referencia virtual a través de las mismas. Para ello se realizó una revisión de diversos perfiles-paginas de bibliotecas académicas para saber si ofrecen servicios de referencia virtual en Facebook y Twitter, destacando aquellas que cuentan con aplicaciones o iconos que permiten la interacción entre el bibliotecólogo o referencista y el usuario, además de proveer de noticias, eventos y nuevas adquisiciones de la biblioteca.

Así mismo, existen otras redes sociales que están siendo utilizadas por las bibliotecas para ofrecer diversos tipos de servicios virtuales, sin embargo no todas se utilizan de manera recurrente. En la siguiente imagen encontrada en el estudio de Taylor and Francis Group (2014), se refleja la frecuencia de uso de las redes sociales en las bibliotecas en una escala de 1-10, donde 1 no se utiliza en absoluto y 10 se utiliza todo el tiempo:

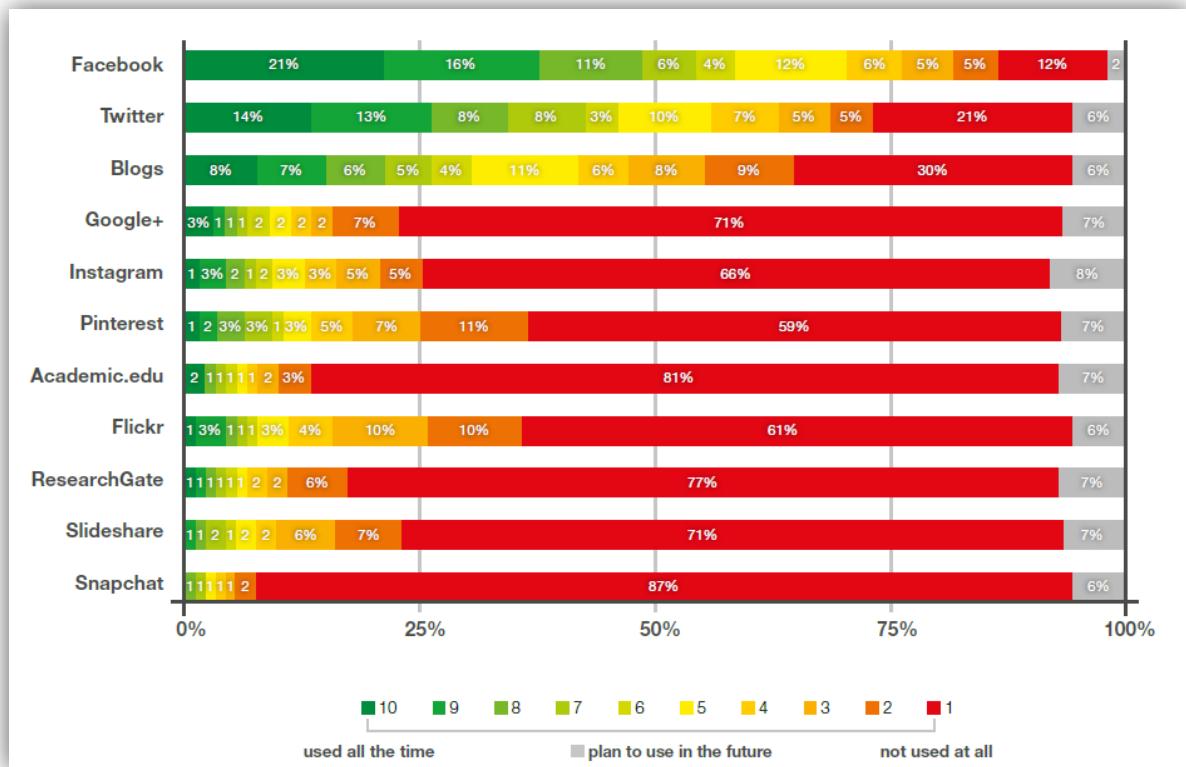


Ilustración 8. Frecuencia de uso de las redes sociales en las bibliotecas. Fuente: <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-infographic-current-use-and-practice.pdf>, 2014)

Como se puede observar Facebook y Twitter son dos de las redes sociales más utilizadas en las bibliotecas, seguido de Blogs, Pinterest, Flickr e Instagram. Estas últimas son utilizadas para difusión de imágenes, que de acuerdo a la clasificación de redes sociales expuestas en el capítulo uno de esta investigación, se consideran redes sociales de contenido porque las relaciones se desarrollan uniendo los perfiles a través de contenido publicado, el contenido generalmente lo posee el usuario.

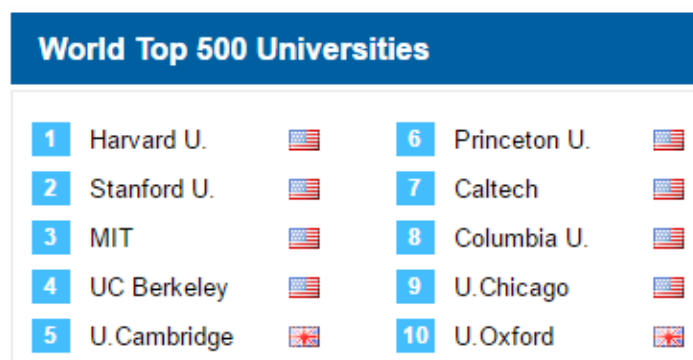
Así, retomando lo expuesto por Taylor and Francis Group (2014): “Los estudios realizados en los últimos años han puesto de Twitter y Facebook como las herramientas de medios sociales más utilizados en las bibliotecas universitarias. Un estudio reciente de Gauntner Witte (2014) ha demostrado que las bibliotecas están utilizando principalmente Twitter y Facebook para comercializar con la biblioteca a través de contenidos generados para promover noticias e información de la biblioteca.” (p.10)

Considerando la investigación realizada por Benn y McLoughlin (2013) *Facing Our Future: Social Media Takeover, Coexistence or Resistance? The Integration of Social Media and Reference Services*, destacan que las bibliotecas están utilizando las redes sociales para ofrecer sus servicios, mencionando que: “El análisis mostró que la adopción de las herramientas era elevado con el 83% de bibliotecas dentro de las 100 principales universidades que tenían al menos una página en Facebook y el 73% de las bibliotecas tenían al menos una cuenta en Twitter.” (p.4)

Lo anterior revela la inclusión que han tenido las bibliotecas en las redes sociales, y la forma en que han adaptado los servicios en estas redes, siendo la referencia virtual el tema de esta investigación se realizó la búsqueda y análisis de aquellas bibliotecas académicas que ofrecieran el servicio de referencia virtual a través de Facebook y Twitter, como se mencionó anteriormente y basados en los estudios previos de Benn y McLoughlin (2013), analizar de que manera estas redes sociales están funcionando para el servicio de referencia virtual.

2.1.1 Delimitación del análisis

En este capítulo se analizará el uso de las redes sociales para el servicio de referencia virtual en las bibliotecas académicas que se identificaron a través de una revisión por los sitios web de las bibliotecas. Para ello se consideraron los perfiles de las bibliotecas académicas de las 10 principales universidades según la lista del Academic Ranking of World Universities 2015. (<http://www.shanghairanking.com/es/>). Durante el periodo comprendido entre septiembre 2015-abril 2016, obteniendo la siguiente lista de universidades:













World Top 500 Universities					
1	Harvard U.		6	Princeton U.	
2	Stanford U.		7	Caltech	
3	MIT		8	Columbia U.	
4	UC Berkeley		9	U.Chicago	
5	U. Cambridge		10	U.Oxford	

Ilustración 9. Top 10 de las principales universidades según la lista del Academic Ranking of World Universities 2015.
Fuente: (<http://www.shanghairanking.com/>, 2015)

Facebook y Twitter fueron las redes sociales más utilizadas por las bibliotecas académicas; lo anterior se basó de acuerdo a los datos recabados, estadísticas e investigaciones realizadas de los estudios mencionados previamente, que indican la incidencia y uso que estas dos redes sociales tienen en el ámbito de las bibliotecas académicas. Por lo tanto, se revisaron los perfiles de estas dos redes así como la actividad de las páginas web de referencia virtual de las 10 bibliotecas.

De tal forma que la metodología utilizada para esta investigación es llevar a cabo a través de la búsqueda y localización de sitios web de bibliotecas que utilicen Facebook y Twitter, las cuales serán analizadas para conocer cómo las bibliotecas académicas han utilizado estas redes sociales como recurso de información para ofrecer un servicio de referencia virtual.

Durante la investigación se observó que algunas bibliotecas utilizan las redes sociales como Facebook y Twitter, para dar difusión de sus servicios, noticias, eventos y actividades que se celebran en las bibliotecas. Y en algunos casos los perfiles redireccionan al usuario a la página web de la biblioteca para ofrecer su servicio de referencia. Ante ello, se considero pertinente revisar las páginas web del servicio de referencia virtual de cada biblioteca a analizar.

Así, para la investigación se consideraron los siguientes criterios para analizar los perfiles de las bibliotecas académicas en las redes sociales (Facebook y Twitter), con base en la observación y exploración web previamente realizada:

- **Perfil institucional en Facebook y/o Twitter:** el perfil institucional se consideró aquel perfil que estuviera enlazado con el icono de la red social dentro de la página web de la biblioteca o, en su caso, que la cuenta estuviera validada por la red social, es decir, que la cuenta estuviera verificada bajo los estándares de las redes sociales en cuestión.
- **Icono para el servicio de referencia virtual:** que el perfil indicara tener alguna pestaña o icono con la leyenda del servicio, éstas podrían estar en inglés como *Help*, *Ask a librarian* o algún otro indicador que refiriera al servicio.
- **Responde a los requerimientos de información por mensajería instantánea:** si la biblioteca responde por medio del chat o mensajería instantánea dentro de la red social.
- **Solicita identificador:** Si para ofrecer el servicio es necesario ser miembro de la comunidad o pertenecer a la universidad.
- **Redirecciona a la página web de la biblioteca:** Si el servicio o el icono del servicio envía al usuario a la página web oficial de la biblioteca y a través de ella se brinda el servicio de referencia. De ser así, ¿Cómo se ofrece dicho servicio?, ¿Qué proceso siguen?
- **Ofrece un servicio de referencia virtual:** Si el servicio de referencia se brinda directamente desde la red social, sin tener que redireccionar al usuario a una página alterna. De ser así, ¿cómo lo ofrece?
- **Aplicación para el servicio de referencia virtual:** si la biblioteca utiliza alguna aplicación para poder brindar el servicio dentro de la red social.
- **Etapas para ofrecer el servicio de referencia virtual:** de ofrecer el servicio dentro de la red social ¿siguen algunas etapas para ello?, ¿Cuáles son?, descripción del proceso.
- **Servicio de referencia virtual a futuro:** De no ofrecer un servicio a través de las redes sociales, si existen planes o propuestas para implementarlo en un futuro.
- **El perfil para difusión:** si utilizan las redes sociales para difusión de los servicios de la biblioteca, así como promoción de eventos, nuevas adquisiciones, etc.
- **Interacción con los usuarios:** si existe interacción constante con los usuarios en las redes sociales, a través de comentarios, *me gusta*, compartir, *retweet*, y estadísticas. Se midió en baja, media y alta, en donde: baja se consideran de 1-5 comentarios, *me gusta* o *retuits* durante un mes; media, de 5-15 comentarios, *me gusta* o *retuits*; y alta de 15 o más comentarios, *me gusta* o *retuits*.
- **Descarga de aplicación o software:** si solicita descargar alguna aplicación o software para ofrecer el servicio.
- **Horarios del servicio:** se considera que las redes sociales están disponibles 24/7, sin embargo algunas bibliotecas establecen horarios específicos para el servicio a través de ellas, por lo anterior se consideran los horarios que se indican en los perfiles de cada biblioteca.
- **Formularios web:** si existen formularios web dentro de la red social para brindar o agilizar el servicio.

- **Catálogo:** si existe algún catalogo de la biblioteca, OPAC, dentro de la red social que el usuario pueda utilizar desde el perfil.

A partir de lo anterior se localizaron los perfiles de las bibliotecas de cada universidad. El cuadro siguiente muestra los enlaces a los perfiles, tanto en Facebook como en Twitter:

Biblioteca Académica	Facebook	Twitter
Harvard Library	NO	@HarvardLibrary
Stanford University Libraries	NO	@StanfordLibs
MIT Libraries	facebook.com/mitlib	@mitlibraries
Berkeley Library University of California	facebook.com/ucberkeleylibrary	@ucberkeleylib
Cambridge University Library	facebook.com/cambridgeuniversitylibrary/	@theUL
Princeton University Library	facebook.com/PULibrary	@PULibrary
Caltech Library Services	facebook.com/CaltechLibrary	NO
Columbia University Libraries	facebook.com/culibraries	@columbialib
The University of Chicago Library	facebook.com/uchicagolibrary/?fref=ts	NO
University of Oxford (Libraries)	NO	NO

Tabla 1. Perfiles de las bibliotecas en Facebook y Twitter (Fuente: La autora)

*Nota: El nombre de usuario en Twitter se identifica precedido por el símbolo @.

Considerando los resultados obtenidos de la revisión en los sitios web, se obtuvo la siguiente relación de bibliotecas académicas que cuentan con un perfil en Facebook y Twitter, este perfil esta validado por la institución mediante la redirección desde su página web y en algunos casos desde la propia red social (“Pagina verificada, Facebook confirmó que se trata de una página autentica de este personaje público, medio de comunicación o marca”), como lo muestra la tabla siguiente:

Biblioteca	Facebook	Twitter
MIT Libraries	facebook.com/mitlib	@mitlibraries
Berkeley Library University of California (UC Berkeley Library)	facebook.com/ucberkeleylibrary	@ucberkeleylib
Cambridge University Library	facebook.com/cambridgeuniversitylibrary/	@theUL
Princeton University Library	facebook.com/PULibrary	@PULibrary
Columbia University Libraries	facebook.com/culibraries	@columbialib

Tabla 2. Perfiles de las bibliotecas seleccionadas en Facebook y Twitter (Fuente: La autora)

Con base a lo anterior, se revisó cada perfil de acuerdo a la red social correspondiente para describir el servicio de referencia virtual y cómo se cubren las necesidades de información de los usuarios que lo utilizan.

Considerando los criterios elegidos para analizar los perfiles de las bibliotecas académicas se visitaron los perfiles tanto de Facebook como Twitter para su análisis.

2.2 Facebook

Como se mencionó en el capítulo anterior, Facebook ofrece diversas herramientas que las bibliotecas pueden aprovechar para ofrecer un servicio de referencia virtual. A través de Facebook, las bibliotecas pueden crear un perfil institucional (no personal) que les permita interactuar con sus usuarios en esta red social.

Durante una exploración web previa, se identificaron perfiles de diversas bibliotecas académicas de forma aleatoria para identificar si alguna de ellas ofrecía un servicio de referencia virtual a través de Facebook, de lo anterior se identificaron los siguientes perfiles:

BIBLIOTECA	FACEBOOK
University of Calgary Libraries	facebook.com/UCalgaryLibraries
University of Southampton Library	facebook.com/UniSotonLibrary?fref=ts
University of Ball State	facebook.com/ballstatelibraries
Dartmouth College Library	facebook.com/dartmouth.college.library?fref=ts

Tabla 3. Perfiles identificados en Facebook durante la exploración web. (Fuente: La autora)

Se aplicaron los mismos criterios para el análisis de los perfiles de las bibliotecas encontradas, considerando que éstas si contaban con un icono para el servicio de referencia virtual. Ante ello se elaboró la siguiente tabla:

		BIBLIOTECAS	ACADEMICAS	
INDICADORES	University of Calgary Libraries	University of Southampton Library	University of Ball State	Dartmouth College Library
Perfil institucional	Si	Si	Si	Si
Icono para el SRV	Live Library Help!	Ask a Librarian	Ask a Librarian	Ask Us!
Responde a los requerimientos de información vía chat	Si	Si	No	Si
Solicita identificador	No	No	No	No
Redirecciona a la página web	No	No	Si	Si
Ofrece SRV por Facebook	Si	Si	No	No
Aplicación para el SRV	Si	Si	No	No
Etapas para ofrecer el SRV	Si	Si	Si	Si
SRV en Facebook a futuro	-	-	No	No
Perfil para difusión	Si	Si	Si	Si
Interacción con los usuarios	Baja	Media	Media	Alta
Descarga de aplicación o software	Si		No	No

Horarios de servicio	Lunes a viernes de 9:00-16:00 hrs	Lunes a viernes de 10:00-17:00 hrs	Lunes a jueves de 8:00-13:00 hrs, Viernes de 8:00-17:00 hrs, sábados de 15:00-17:00 hrs y Domingos de 15:00-18:00 hrs.	Lunes a viernes de 9:00-17:00 hrs y Domingos de 12:00-18:00 hrs
Formularios web	No	Si	No	No
Catálogo	No	No	No	No

Tabla 4. Indicadores de los perfiles de las bibliotecas académicas. (Fuente: La autora)

Lo anterior refleja que a pesar de contar con un icono de referencia virtual dentro de la red social, en algunos casos el servicio se limita a miembros de la comunidad académica de la universidad como fue el caso de la University of Ball State y Dartmouth College Library.

En el caso de la University of Calgary Libraries existe una aplicación para ofrecer el servicio, lo que facilita a la biblioteca y a su personal administrar y ofrecer un servicio siguiendo una planeación específica.

Se observa también que en todos los casos se establecen horarios para el servicio, aunque no se especifica si es un horario establecido para el servicio dentro de la red social o es el horario de la biblioteca como tal. Se asume que el servicio de referencia virtual a través las redes sociales funcionan 24/7, y que al utilizar estos recursos las posibilidades de brindar el servicio se amplían.

Como se mencionó con anterioridad, se consideraron estos perfiles por tener el icono del servicio de referencia en la página de Facebook, los resultados fueron interesantes y por ello se incluye en esta investigación.

Siguiendo con la exploración de los perfiles seleccionados a partir del Academic Ranking of World Universities 2015, dentro de las redes sociales de las bibliotecas se encontró lo siguiente:

En Facebook:

- Harvard Library, Stanford University Libraries, University of Oxford Libraries y Caltech Library Services no cuentan con un perfil oficial en Facebook. Por oficial nos referimos a un perfil-página institucional que la universidad reconozca como oficial en su página web o sea un perfil-página que englobe todas las bibliotecas pertenecientes a la universidad en uno solo).
- The University of Chicago Library, tiene un perfil en Facebook pero no está reconocida en la página oficial de la biblioteca como el perfil institucional oficial.

- MIT Libraries, UC Berkeley Library, Cambridge University Library, Princeton University Library, y Columbia University Libraries, tienen un perfil-página institucional de la biblioteca actualizado en la red social.

Por lo anterior, se analizaron los perfiles de MIT Libraries, UC Berkeley Library, Cambridge University Library, Princeton University Library, y Columbia University Libraries para el análisis que se presenta a continuación.

2.2.1 Perfiles de las bibliotecas académicas

Se analizaron los perfiles seleccionados de acuerdo a los criterios previamente establecidos, describiendo cada interacción que se obtuvo durante la exploración de los perfiles en Facebook y detallando los aspectos relevantes para esta investigación.

1. MIT Libraries

Las bibliotecas del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) cuentan con un perfil dentro de Facebook que se consideró institucional al contar con el icono de la red social dentro de la página web de la biblioteca.

La pagina-perfil de MIT Libraries cuenta con información sobre horarios, rango de precios, y el chat del cual se desprende una leyenda que indica el tiempo de respuesta “normalmente responde en una hora”, esto genera una ventaja para el bibliotecario ya que se avisa con anticipación al usuario del periodo de respuesta y evitar inconformidades posteriores.

El perfil de MIT Libraries también tiene una aplicación llamada *Email Signup*, para suscribirse al boletín de las bibliotecas del MIT y obtener información sobre clases, eventos, noticias, entre otras.

Además tiene los elementos de fotos, álbumes, biografía, información, opiniones, videos, eventos, y un icono que muestra el teléfono de la biblioteca.

Dentro del chat, se solicitó información sobre el servicio de referencia, misma que respondieron cordialmente informando que actualmente no utilizan las redes sociales para ofrecer servicio de referencia formal, tienen el chat desde la página web en donde ofrecen el servicio a los miembros de la comunidad del MIT. En esta página ofrecen el servicio de referencia tradicional, preguntas rápidas y a profundidad para investigaciones, conectando a los usuarios con el personal con los conocimientos adecuados para responder a los requerimientos de información.

También comentaron que no tienen planes actuales para ofrecer un servicio de referencia virtual en las redes sociales, aunque, sí responde al chat del Facebook para dar mayor información sobre los servicios que ofrece la biblioteca (como se demostró con la interacción que se tuvo). Las interacciones de este tipo se encuentran dentro del ámbito de sus expectativas en las redes sociales, pero que no están utilizando las redes sociales para la asistencia de referencia.

Durante la interacción que se obtuvo en el chat de Facebook de MIT Libraries, proporcionaron un enlace a la página web del servicio de referencia. Ante la respuesta se visitó la página web sugerida, encontrando que en dicha página se ofrecen los servicios tradicionales de referencia, cuentan con un chat en línea, correo electrónico, consulta personal, teléfonos y sugerencias. Sin embargo la mayoría de los servicios están restringidos a miembros del Instituto. Por ejemplo:

Chat whit us

MIT Libraries cuenta con un chat dentro de la página web oficial de la biblioteca. Este chat está activo de lunes a viernes de 10-6pm (excepto días festivos), y está limitado a los miembros de la comunidad del MIT, para poder interactuar con el bibliotecario es necesario tener una cuenta que es proporcionada por la misma institución, la siguiente imagen ilustra lo anterior:

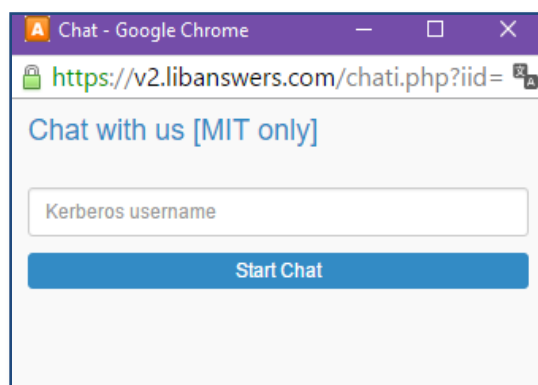


Ilustración 10. Chat de MIT Libraries Fuente: (<https://libraries.mit.edu/ask/> , 2016)

Email us

De igual forma, los servicios de referencia se proporcionan vía correo electrónico, sin embargo para proporcionar el correo electrónico es necesario identificarse, se solicita una cuenta para poder ingresar, ésta es proporcionada por la universidad para miembros del MIT:

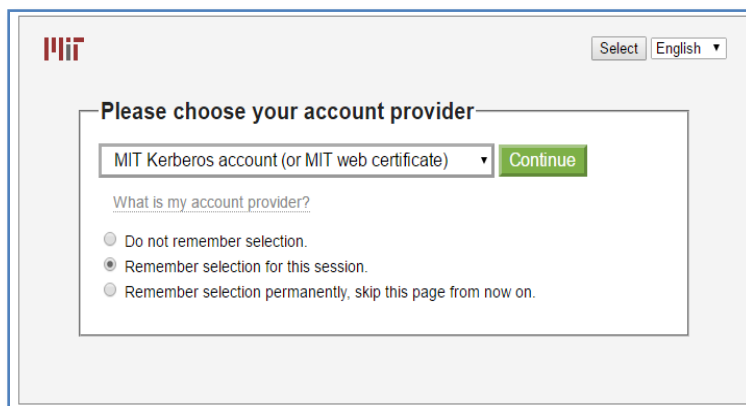


Ilustración 11. Email us de la MIT Libraries. Fuente: (<https://libraries.mit.edu/ask> , 2016)

Meet us one-on-one

Los usuarios también pueden recurrir a bibliotecarios especializados para obtener ayuda con su investigación o solicitar una consulta para la búsqueda de información para una investigación a profundidad. De igual forma este servicio está limitado a miembros del MIT.

Drop by or call us

El personal de la recepción también puede ayudar y contactar al usuario con algún especialista, esto dependerá de los horarios de la biblioteca. O pueden comunicarse por teléfono ofreciendo un directorio de las seis bibliotecas del MIT, incluyendo oficinas administrativas.

Lo anterior reveló que MIT Libraries dentro de su perfil en Facebook no ofrecen un servicio de referencia virtual como tal, sin embargo responden a preguntas rápidas a través del chat de Facebook. La interacción redireccionó a la página de referencia virtual de la biblioteca, en donde ofrecen la asistencia virtual de preguntas rápidas y a profundidad, pero el servicio se encuentra restringido a miembros del MIT. La utilización de esta página-perfil de Facebook tiene fines informativos y de difusión de los servicios.

2. UC Berkeley Library

La biblioteca de la Universidad de California Berkeley cuenta con un perfil-página dentro de Facebook. En ella, ofrece información general sobre los servicios de la biblioteca así como noticias, nuevas adquisiciones, eventos e información relevante para el usuario.

Se identificó que el perfil es válido debido a que dentro de la página web de la biblioteca, el icono de la red social redirecciona a la página-perfil que se analizó. Además la actualización del perfil es constante (no supera las 24hrs sin actividad).

A través del perfil en Facebook, la UC Berkeley Library pone a disposición del usuario los teléfonos de la biblioteca, horarios, y los rangos de precios de los servicios de la biblioteca. Para ello cuentan con una sección en donde se pregunta por la información antes mencionada. La siguiente imagen muestra los iconos de la información que proporciona:

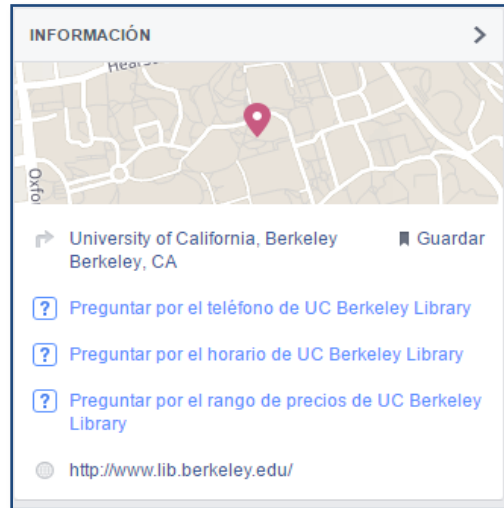


Ilustración 12. Iconos de información de la UC Berkeley Library. Fuente: <https://www.facebook.com/ucberkeleylibrary/?fref=ts>, 2016)

Entre las aplicaciones con las que cuenta el perfil de UC Berkeley Library, destaca *Email Signup*, en esta aplicación el usuario podrá mantenerse en contacto con la biblioteca mediante actualizaciones sobre la biblioteca, programas, invitaciones a eventos especiales, notificaciones de la web, entre otras. Para ello el usuario deberá registrarse proporcionando su nombre y correo electrónico al cual le llegará el boletín de noticias de la biblioteca.

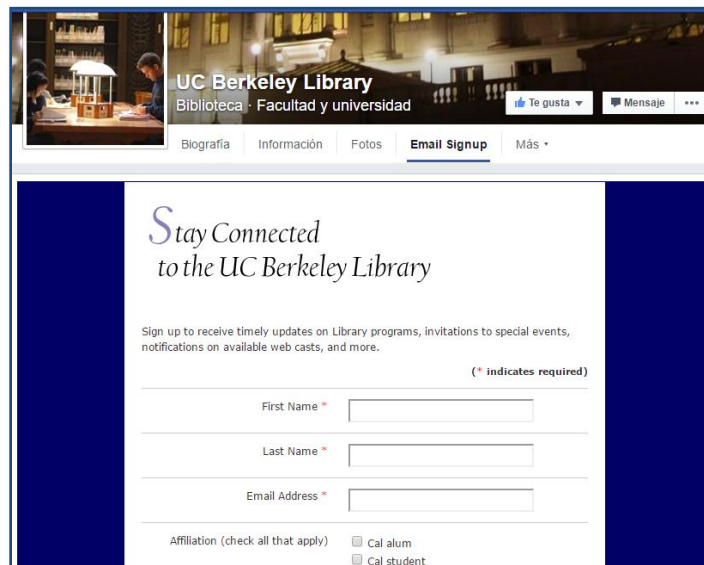


Ilustración 13. Email Signup de la UC Berkeley Library. Fuente: <https://www.facebook.com/ucberkeleylibrary/?fref=ts>, 2016)

Al solicitar información por medio del chat del Facebook no se obtuvo respuesta alguna por parte de la biblioteca. Tampoco se observó redirección a la página web en donde sí se tiene el servicio de referencia virtual.

Dentro de la página web de la biblioteca se utilizó el servicio *Ask Us!* Mediante un chat en línea se realizó la misma consulta que se solicitó por el chat de Facebook.

Ante las respuestas que se obtuvieron en el chat, se destacó que redirrecciona a la página web de ayuda de la biblioteca, en ella se encuentran los servicios de referencia tradicionales así como el chat en vivo por donde se realizó la solicitud de información. El servicio a través del chat y correo electrónico son los que se realizan vía electrónica y dado que las transacciones e interacciones de la biblioteca son confidenciales, la UC Berkeley Library no utiliza las redes sociales para las preguntas individuales, razón por la cual no respondieron automáticamente en el chat del Facebook.

Sin embargo ellos tienen perfiles tanto en Facebook como en Twitter, pero no responden preguntas rápidas por esos medios, únicamente a través del servicio del chat que está disponible 24/7. Los perfiles en Facebook y Twitter proporcionan anuncios, eventos y noticias en donde no se permiten comentarios o discusiones, únicamente se utilizan para difusión de la biblioteca.

Cuando se preguntó sobre los planes a futuro para ofrecer servicios de referencia virtual por redes sociales la UC Berkeley Library respondió que no, sin embargo verificarían la información con un bibliotecario sobre los planes a futuro, no se recibió ningún correo verificando la información.

El argumento principal para no utilizar las redes sociales fue la confidencialidad, como muchas otras bibliotecas, la UC Berkeley Library utiliza las redes para publicidad y relaciones públicas de acuerdo a lo mencionado en la interacción que se obtuvo.

Como parte del servicio, la bibliotecaria nos proporcionó enlaces a artículos y páginas web en donde se podía encontrar más información respecto al uso de redes sociales en bibliotecas académicas.

3. Cambridge University Library

La biblioteca de la Universidad de Cambridge cuenta con una página-perfil en Facebook en donde proporcionan información acerca de los precios de los servicios, eventos, teléfonos, horarios de la biblioteca, además de videos, fotos, y opiniones de los usuarios referentes a la biblioteca.

A través del chat de la página-perfil de Facebook se solicitó información, y se obtuvo que la biblioteca sí responde a través del chat de Facebook, y redirrecciona a la página web de preguntas frecuentes, sin embargo de no localizar la información necesaria sugiere hablar por teléfono con un bibliotecario, de lo contrario se puede seguir solicitando información a través del chat de Facebook.

En dicha conversación también destacamos que la Cambridge University Library actualmente no tiene una política para proporcionar servicios de referencia a través de las redes sociales, aunque el objetivo es responder a las preguntas enviadas a través de Facebook y Twitter lo más rápido posible e inclusive fuera de los horarios establecidos en la biblioteca.

Por lo general sus usuarios directos utilizan otros recursos (en línea o por teléfono) en lugar de solicitar ayuda de referencia directa. El servicio mediante Facebook ha estado activo desde hace 6 meses y la mayoría de preguntas realizadas por los usuarios refiere a la membrecía, horarios de atención, etc.

4. Princeton University Library

Princeton University Library cuenta con una página-perfil en Facebook en donde ofrece información sobre dirección, teléfonos de la biblioteca, así como fotos, eventos, opiniones, notas, videos. Además dentro de la página de Facebook tienen como aplicación el Twitter de la biblioteca, es decir que dentro de la página-perfil de Facebook se puede acceder al Twitter de la misma biblioteca. Como se muestra en la siguiente imagen:

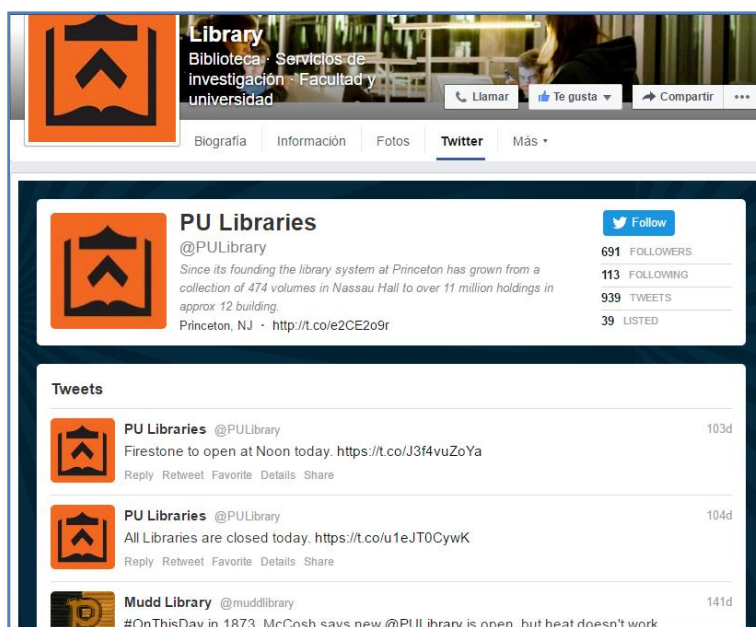


Ilustración 14. Aplicación de Twitter en el perfil de Facebook de la Princeton University Library Fuente: (<https://www.facebook.com/PULibrary/app/294627540601598/>, 2016)

Sin embargo, la página de perfil en Facebook no permite enviar mensajes o interactuar a través del chat. Por lo que se utilizó el servicio de referencia virtual desde la página web oficial de la biblioteca en donde se obtuvo que Princeton University Library brinda el servicio de referencia virtual desde su página web (<http://library.princeton.edu/help/ask-a-librarian>) mediante el chat.

Durante la interacción, se obtuvo que no ofrecen el servicio de referencia a través de las redes sociales y que éstas las utilizan para difusión y sobre planes a futuro, comentaron que esto es una

cuestión que atañe a la administración de la universidad más que a la biblioteca y por lo tanto se desconoce de planes a futuro en la referencia virtual.

Se corroboró también que aunque tienen un perfil en Facebook, no ofrecen el servicio de referencia por esta red, además de no tener activo el chat dentro del perfil de Facebook, la interacción es limitada a noticias, eventos y material de interés para sus usuarios.

5. Columbia University Libraries

Las bibliotecas de la Universidad de Columbia tienen una página-perfil en Facebook, en donde brindan información acerca de los horarios, dirección, rango de precios de los servicios de la biblioteca y de las bibliotecas de la Universidad. Así mismo ofrecen a sus usuarios información sobre eventos, noticias, nuevas adquisiciones, fotos, videos, para interactuar con los usuarios.

Sin embargo el chat de Facebook no se encuentra activo. Al igual que con las bibliotecas anteriores se revisó la página web de la biblioteca para solicitar información. Los servicios *Ask a Librarian* de la Columbia University Libraries se encuentran activos durante los semestres de otoño y primavera de lunes a jueves de 17:00-21:00 hrs. Y son atendidos por pasantes de la escuela de bibliotecología acreditada por la universidad. El servicio está limitado para miembros de las facultades de la Universidad de Columbia, estudiantes, personal e investigadores.

El servicio por medio de correo electrónico solicita identificador, por lo que únicamente los miembros de la Universidad tienen acceso al servicio. Tal como lo muestra la siguiente imagen:

COLUMBIA UNIVERSITY
IN THE CITY OF NEW YORK

Be aware of "phishing" emails. CUIT will never ask for your password or private personal information via email. Use the main Columbia home page to navigate to password services. Click [here](#) for more information.

COLUMBIA UNIVERSITY
IN THE CITY OF NEW YORK

→ UNI

LOGIN | clear

By using these resources, you agree to abide by Columbia University's [Acceptable Usage of Information Resources Policy](#).
Maintained by CUIT. Please contact the [Helpdesk](#) if you have trouble logging in.

Ilustración 15. Servicio por correo electrónico de Columbia University Libraries. Fuente: (<https://cas.columbia.edu/cas/login?service=https%3a%2f%2flibrary.columbia.edu%2fcontent%2flibrarywebsecure%2ffind%2frequest%2freference%2femail.html>, 2016)

A pesar de ello la Biblioteca de la Universidad de Columbia proporciona su política de privacidad en cuanto al uso de los servicios de referencia virtual, del cual se desprende lo siguiente:

Ask a Librarian Privacy Information

INFORMACIÓN DE INICIO DE SESIÓN

No requerimos ninguna información personal o de contacto para iniciar una sesión de chat. Sin embargo, el bibliotecario puede pedir su número de teléfono, dirección de correo electrónico, o UNI para que él o ella pueda llamar o por correo electrónico con el fin de darle una mejor respuesta a sus preguntas. El bibliotecario también puede preguntarle si está o no está afiliado a la Universidad de Columbia con el fin de identificar los recursos más apropiados para responder a su pregunta; muchas de nuestras bases de datos tienen licencia para uso exclusivo de los afiliados.

RESPONDIENDO A SU PREGUNTA

A menudo trabajamos de manera colaborativa con nuestros colegas en las bibliotecas de la Universidad de Columbia, y su pregunta puede ser mejor respondida por un bibliotecario otra que la que originalmente recibió el chat. Su pregunta puede ser enviada a un bibliotecario especialista en la materia en mejores condiciones de ofrecer una buena respuesta. Su información de contacto será enviado junto con su pregunta para que pueda ser contactado de la manera más oportuna.

Durante los semestres de otoño y primavera, de lunes a jueves de 17:00-21:00, nuestros servicios de chat son atendidos por pasantes de la escuela de la biblioteca de programas de grado de ciencias de la biblioteca acreditados que incluyen el Queens College, Instituto Pratt y la Escuela Palmer en C. W. Post. Todos los pasantes y los bibliotecarios que participan en este programa respetan su privacidad.

INFORMACIÓN ALMACENADA

Las transcripciones de conversaciones se almacenan de forma segura en los servidores de nuestro proveedor de chat y también pueden ser descargados para asegurar el almacenamiento en los servidores de la biblioteca. Tenemos acceso a estas transcripciones para evaluar la calidad de nuestro servicio, así como para fines estadísticos. Estamos en ocasiones contactados por los investigadores en la comunidad académica que están interesados en la lectura de nuestras interacciones de chat. Consideramos que estas solicitudes sobre una base de caso por caso, pero en todos los casos, cualquier información de la identificación del usuario es eliminado antes de que los datos se proporcionen al investigador. No proporcionamos transcripciones de cualquier otra entidad. (Columbiaedu.com, 2016)
http://library.columbia.edu/research/askalibrarian.html#service_restrictions

En cuanto al servicio de chat, Columbia University Libraries responde oportunamente utilizando el servicio *Ask a librarian*, a través de éste se obtuvo que a pesar de ser un servicio restringido a los miembros de la universidad, las respuestas fueron oportunas.

Se obtuvo que dentro de la red de bibliotecas de la Universidad de Columbia, solo dos bibliotecas ofrecen el servicio de referencia virtual a través de las redes sociales, las bibliotecas de Negocios y Periodismo. Por lo que se verificó la información proporcionada destacando lo siguiente:

- **Thomas J. Watson Library of Business and Economics**
La biblioteca de Economía y Negocios de la Universidad de Columbia tiene un perfil-página en Facebook en donde se ofrece información acerca de la dirección, teléfonos y rangos de precios de los servicios de la biblioteca. Además de fotografías, videos y eventos de la biblioteca. El chat se mantiene activo sin embargo no se obtuvo respuesta.
- **Journalism Library**
La biblioteca de periodismo de la Universidad de Columbia no tiene un perfil-página de Facebook, pero el icono de esta red dentro de la página web de la biblioteca redirecciona a un Grupo en Facebook denominado *Research Library for Columbia Jedi-Journalists*, debido a que no corresponde a los criterios establecidos para esta investigación no se interactuó con este grupo por no ser una página-perfil como tal. Además de que es necesario unirse al grupo para comentar y publicar.

Para proporcionar mayor información, el bibliotecario proporcionó un correo electrónico de un bibliotecario con quien se podía obtener mayor información sobre el tema y tener una respuesta más completa, recordando que quienes ofrecen este servicio es personal de pasantía.

Si bien las bibliotecas anteriores tienen iconos de Facebook dentro de sus páginas web, la dirección no siempre corresponde a los perfiles propios de la biblioteca, en el caso de la Biblioteca de periodismo no se localizó una página-perfil en Facebook, sin embargo dentro de la red de Twitter si se encontró, tema que se abordará en el apartado siguiente.

La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos en las interacciones con las bibliotecas seleccionadas y la información pertinente para el servicio de referencia virtual en Facebook:

			BIBLIOTECA ACADÉMICA		
Indicadores	MIT Libraries	UC Berkeley Library	Cambridge University Library	Princeton University Library	Columbia University Libraries
Perfil institucional	Si	Si	Si	Si	Si
Icono para el SRV	No	No	No	No	No

Responde a los requerimientos de información vía chat	Si	No	Si	No	No
Solicita identificador	Si	No	No	Si	Si
Redirecciona a la página web	Si	No	No	No	No
Ofrece SRV por Facebook	No	No	Si	No	No
Aplicación para el SRV	No	No	No	No	No
Etapas para ofrecer el SRV	Sí (en página web)	Sí (en página web)	Sí	Sí (en página web)	Sí (en página web)
SRV en Facebook a futuro	No	No	Si	No	No
Perfil para difusión	Si	Si	Si	Si	Si
Interacción con los usuarios	Media	Media	Alta	Baja	Baja
Descarga de aplicación o software	No	No	No	No	No
Horarios de servicio	lunes a viernes de 10:00-18:00 hrs (en página web)	24/7	Lunes a viernes de 9:00-19:15 hrs y sábados de 9:00-16:45 hrs.	Lunes a viernes de 9:00-17:00 hrs y sábados de 13:00-17:00hrs (en página web)	Lunes y martes de 10:00-21:00hrs, miércoles a viernes de 10:00-17:00 hrs, y domingo de 17:00-21:00hrs. (en página web)
Formularios web	No	No	No	No	No
Catálogo	No	No	No	No	No

Tabla 5. Indicadores de los perfiles en Facebook de las bibliotecas académicas seleccionadas. (Fuente: La autora)

2.3 Twitter

La red social Twitter como se mencionó en el capítulo anterior ofrece un servicio de microblogging que permite una interacción distinta con los usuarios y la biblioteca. Al tratarse de mensajes cortos, la practicidad y velocidad de respuesta resulta más efectiva.

De acuerdo con los datos proporcionados por Twitter, los usuarios de esta red social se encuentran distribuidos de la siguiente manera:



Ilustración 16. Uso de Twitter 2015. Fuente: (<https://about.twitter.com/es/company>, 2016)

Las bibliotecas pueden abrir una cuenta institucional en Twitter como cualquier usuario común, ingresando el nombre de la biblioteca, un correo electrónico y una contraseña para que esta red le asigne una cuenta.

Una de las ventajas de esta red, en cuanto a términos de seguridad, es la verificación o cuenta verificada, en donde se asume que esa cuenta es oficial y le da validez a la misma y evitar cuentas duplicadas o falsas.

Twitter permite también colocar una breve reseña de la institución o perfil de la cuenta, la ubicación geográfica de la biblioteca, un enlace a la página web, y la fecha en la que se abrió la cuenta en la red.

A través de Twitter las bibliotecas interactúan y comparten contenido relevante para los usuarios así como la facilidad de poder responder a comentarios o preguntas que el usuario tenga.

De acuerdo con <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-infographic-current-use-and-practice.pdf> el 46% de las bibliotecas utilizan Twitter y tienen una cuenta activa en esta red.

De acuerdo con la investigación de Benn y McLoughlin (2013), “El análisis mostró que la adopción de las herramientas era elevado, el 73% de bibliotecas dentro de las 100 principales universidades que tenían al menos página en Twitter... La publicación era bastante activa 81% de bibliotecas publicando un tuit en Twitter en los últimos siete días.” (p.4)

Con lo anterior se revisaron los perfiles de las bibliotecas que seleccionamos con anterioridad para la presente investigación identificando lo siguiente:

Biblioteca	Twitter
MIT Libraries	@mitlibraries
Berkeley Library University of California (UC Berkeley Library)	@ucberkeleylib
Cambridge University Library	@theUL
Princeton University Library	@PULibrary
Columbia University Libraries	@columbialib

Tabla 6. Perfiles de las bibliotecas seleccionadas en Twitter. (Fuente: La autora)

Para analizar los perfiles en Twitter se aplicaron los indicadores previamente establecidos, de tal forma que se pudiera abarcar los mismos criterios para esta red social y describir el perfil de cada biblioteca académica seleccionada.

Se consideraron algunos ajustes en los indicadores debido a la naturaleza de Twitter, como:

- **Ofrece un servicio de referencia virtual:** Si el servicio de referencia se brinda directamente desde la red social, respondiendo a los *tuits* oportunamente considerando que se cuenta con 140 caracteres para responder. Se considerará parcial si se responde a los requerimientos de información a través de un *tweet* y posteriormente se redirección al usuario a la página web de la biblioteca o al servicio de referencia virtual.
- **Interacción con los usuarios:** si existe interacción constante con los usuarios a través de *retuits*, respuestas, compartir, me gusta y estadísticas. Se midió en baja, media y alta, en donde: baja se consideran de 1-5 *tuits*, *retuits*, respuestas, compartir y me gusta durante una semana; media, de 5-15 *tuits*, *retuits*, respuestas, compartir y me gusta; y alta de 15 o más *tuits*, *retuits*, respuestas, compartir y me gusta,
- **Horarios del servicio:** se considera que las redes sociales están disponibles 24/7, sin embargo algunas bibliotecas establecen horarios específicos para el servicio a través de ellas. Para el caso de Twitter, los horarios son asignados desde la administración de la

biblioteca, por ello éstos pueden variar dependiendo de la zona horaria y el personal que tengan asignado para el manejo de esta red social.

2.3.1 Perfiles de las bibliotecas académicas

A continuación se describen las cuentas de las bibliotecas académicas seleccionadas para el análisis y los servicios que ofrecen dentro de la red social Twitter.

1. MIT Libraries

Las bibliotecas del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), tienen una cuenta en Twitter que apoya al instituto proporcionando información relevante para el usuario.

En la cuenta se puede destacar la ubicación, el enlace a la página web, fotos, videos y *tuits* referentes a horarios, noticias, eventos y nuevas adquisiciones de la biblioteca.

Así mismo @mitlibraries (nombre de la cuenta en Twitter) publica *tuits* con regularidad (un promedio de cada 2 horas). Desde el 2009 llevan publicando alrededor de 4,573 *tuits*, 12, 935 seguidores y 835 me gusta.

MIT Libraries responde preguntas cortas a través de sus *tuits* y respuestas, pero generalmente redireccionan al usuario con personal calificado para cubrir su necesidad de información, es decir, el SRV se brinda a través de la página web, pero responden oportunamente por Twitter.

Ejemplo de lo anterior:

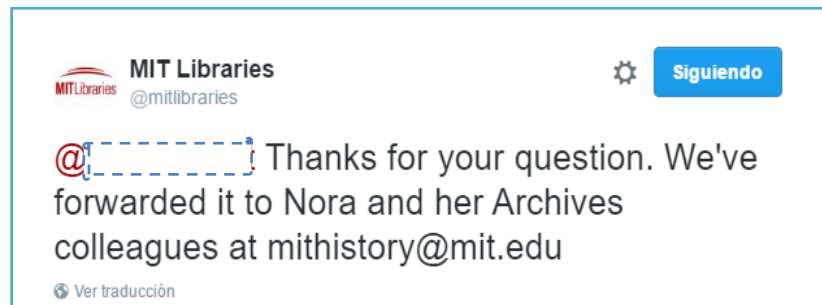


Ilustración 17. Tuit respuesta de MIT Libray. Fuente: (<https://twitter.com/mitlibraries/status/> , 2016)*

MIT Libraries redirecciona a los usuarios con el personal conveniente para resolver sus requerimientos de información, por ello se consideró que el servicio de referencia se brinda de manera parcial ya que utilizan las pagina web para ofrecer el servicio ampliamente. Además no solicitan algún identificador para interactuar en esta red social y responden de manera puntal algunas preguntas cortas a través de los Tuits. Actualmente no tienen planes para ofrecer un servicio a través de esta red social y el responder preguntas cortas se encuentra entre las expectativas del uso de medios sociales para la biblioteca.

*Por cuestiones de privacidad se omite el nombre del usuario de la cuenta en Twitter.

2. UC Berkeley Library

La biblioteca de la Universidad de Berkeley tiene una cuenta en Twitter en donde publica temas relevantes para el usuario, noticias, nuevas adquisiciones, actividades y eventos de la Universidad y de la Biblioteca.

En la cuenta de Twitter, la biblioteca tiene su ubicación, el enlace a la página web y la posibilidad de twittear con la UC Berkeley Library.

Desde el 2009, la cuenta de UC Berkeley Library ha producido alrededor de 717 *tuits*, cuenta con 2,331 seguidores y ha dado 49 me gusta.

Las publicaciones las realizan eventualmente y generalmente publican un enlace a la página de Facebook en donde aparece la información completa o imagen. Es decir que el tweet que publican es un enlace a la página de Facebook (algunas veces en el perfil de Facebook de la biblioteca y otras en el perfil de la Universidad), ahí se puede ver la información detallada y las imágenes.

Cabe mencionar que las publicaciones realizadas en Twitter sin realizar algún comentario introductorio que refiera al usuario el contenido del enlace, no se considera como una buena práctica dentro de estas redes.



Ilustración 18. Twitter de la UC Berkeley Library Fuente: (<https://twitter.com/ucberkeleylib> , 2016)

El tuit del 17 de mayo “fb.me/AcQUb0CG” redirecciona a la siguiente pagina en Facebook:



Ilustración 19. Tuit de la UC Berkeley Library. Fuente: (<https://www.facebook.com/ucberkeleylibrary/posts/10154177876048205>, 2016)

Esta imagen es de un lago en Oakland de 1905 y pertenece a Calisphere, un servicio de las Bibliotecas de la UC, impulsado por la Biblioteca Digital de California, en donde se encuentran varias colecciones de imágenes.

Lo anterior refleja la vinculación que la UC Berkeley Library realiza en sus redes sociales, tanto Twitter como Facebook, ya que en algunos casos Twitter no permite publicar un *tweet* muy extenso y algunas imágenes pueden recaer en cuestiones de derechos de autor por lo que la publicación en un medio social podría violar algún tipo de licencia.

Sin embargo la UC Berkeley Library publica información de interés para sus usuarios, así como *tuits* que reflejan la difusión de sus materiales y colecciones.

En cuanto al servicio de referencia se brinda únicamente a través de la página web como se corroboró en el chat del servicio de referencia virtual (Library Research Help). La cuenta en Twitter les permite proporcionar anuncios, eventos, noticias y elementos relevantes para la difusión de la biblioteca, pero no para ofrecer un servicio de referencia virtual como tal.

3. Cambridge University Library

La biblioteca de la Universidad de Cambridge tiene una cuenta en Twitter en donde publica noticias, eventos sobre la Universidad, la biblioteca y bibliotecas afiliadas dentro de Cambridge y sus alrededores.

En su perfil, se puede visualizar la ubicación, el enlace a la página web de la biblioteca además de fotos y videos de interés para sus usuarios. El promedio de publicación de sus *tuits* es de 2 a la semana aproximadamente. Y desde el 2009 tienen 4,029 *tuits* publicados, 11,158 seguidores y 119 me gusta.

Cambridge University Library responde los *tuits* de sus usuarios de manera oportuna, siendo las preguntas relacionadas a horarios, eventos, membrecías, etc. El servicio de referencia se ofrece de manera parcial y se redirecciona al usuario a otras fuentes o a la página web del servicio de referencia virtual.

La siguiente imagen representa la interacción que la Cambridge University Library tiene con sus usuarios*:

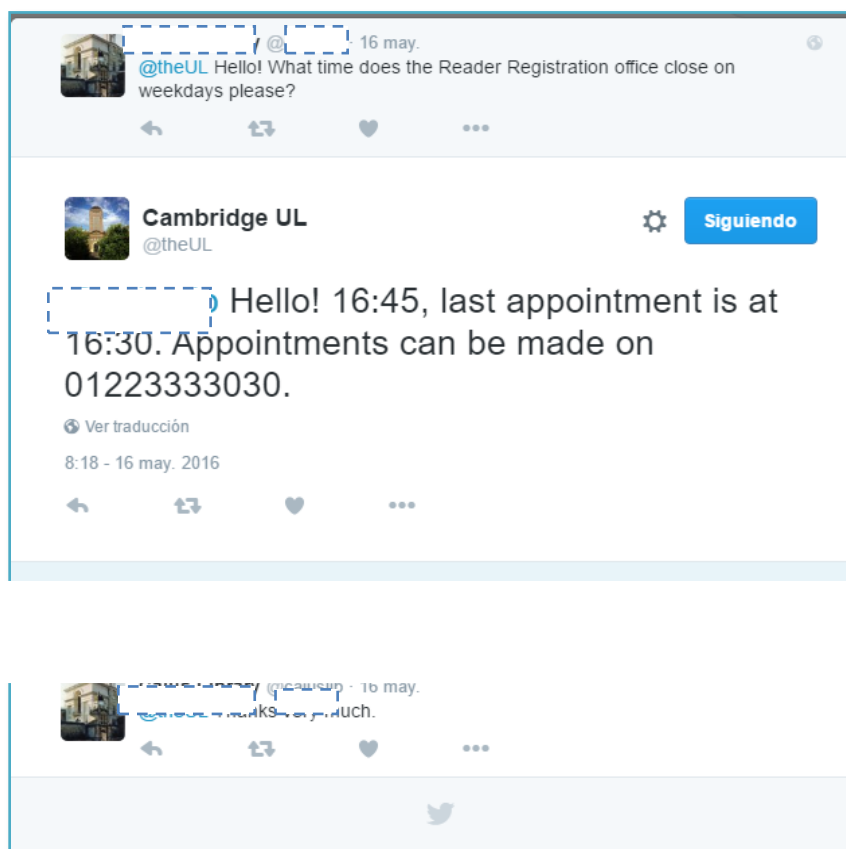


Ilustración 20. Interacción de Cambridge University Library. Fuente: (<https://twitter.com/theUL/status/732198439413555200>, 2016)

*Por cuestiones de privacidad se omite el nombre del usuario de la cuenta en Twitter.

Lo anterior refleja la interacción que Cambridge University Library mantiene con sus usuarios. Esta biblioteca sí responde ante los requerimientos de información que tienen los usuarios por medio de *tuits*, aunque la mayoría de las preguntas son referentes a los horarios, citas, eventos, etc. El servicio de referencia virtual se proporciona como tal desde su página web.

4. Princeton University Library

La Biblioteca de la Universidad de Princeton tiene una cuenta en Twitter en donde publican de manera esporádica, *tuits* referentes a horarios, eventos, noticias, e información relevante para sus usuarios.

En su perfil se puede apreciar la ubicación, un enlace a la página web de la biblioteca así como fotos y videos de interés para el usuario.

Desde el 2012 Princeton University Library ha publicado 939 *tuits*, tiene 689 seguidores y 117 me gusta. De acuerdo a la revisión que se realizó del perfil en esta red social, se detectaron únicamente 2 *tuits* durante este año 2016, por lo que se considera de interacción baja ya que no se actualiza constantemente.

Como consecuencia de lo anterior, el servicio de referencia virtual a través de Twitter es nulo, únicamente utilizan la cuenta para proporcionar al usuario información sobre noticias, horarios y algún dato que consideren relevante para el usuario.

La imagen siguiente muestra un ejemplo de ello:

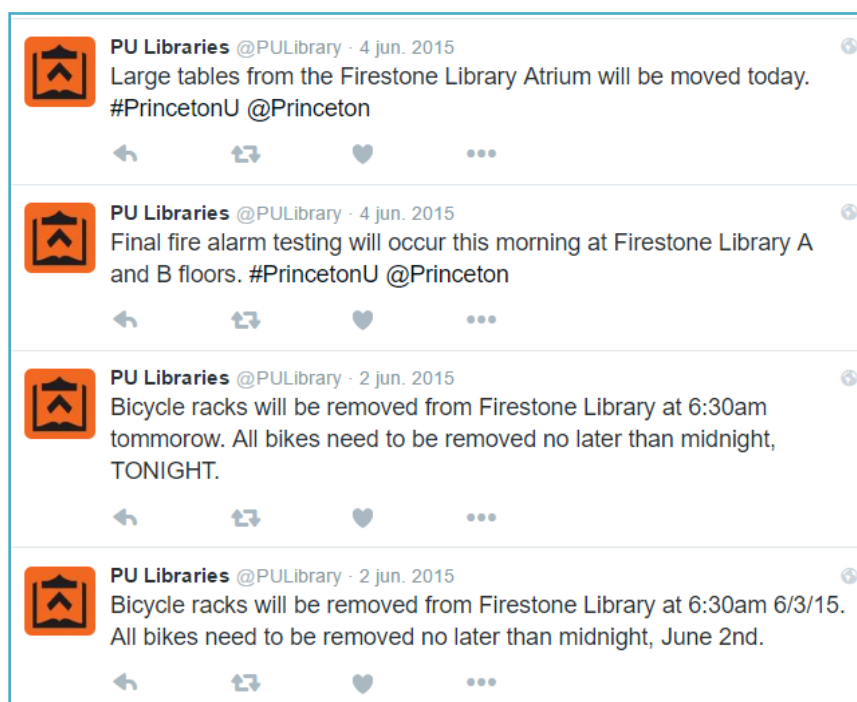


Ilustración 21. Publicaciones de Princeton University Library en Twitter. Fuente: (<https://twitter.com/PULibrary>, 2016)

Como se puede apreciar en la imagen anterior, los *tuits* están enfocados a anuncios y noticias de la biblioteca para la comunidad e la Universidad, y fueron realizados durante el 2015. Por lo que se infiere que el servicio de referencia virtual es inexistente en esta cuenta, además que no se detectó algún tipo de interacción con usuarios a manera de *tuits* y respuestas.

5. Columbia University Libraries

Las Bibliotecas de la Universidad de Columbia tienen una cuenta en Twitter que publica noticias, eventos y temas de actualidad sobre la Universidad, las bibliotecas, información y servicios.

En su perfil se puede apreciar la ubicación, un enlace a la página web de la biblioteca así como fotos y videos de interés para el usuario.

Desde el 2009, Columbia University Libraries ha publicado 1,497 *tuits*, tiene 3,198 seguidores y 55 me gusta. Publica en promedio un *tweet* por día, lo que incrementa la interacción con los usuarios.

Columbia University Libraries publica principalmente noticias y eventos como se muestra en la siguiente imagen:



Ilustración 22. Publicación de Columbia University Libraries. Fuente: (https://twitter.com/cumbialib/with_replies, 2016)

El servicio de referencia virtual no se destaca en este perfil, sin embargo se revisó la cuenta de la biblioteca de periodismo que durante el chat que se mantuvo con el bibliotecario de referencia se mencionó que sí se ofrecía dicho servicio.

En esta cuenta Journalism Library ofrece a sus usuarios una interacción constante, respondiendo de manera efectiva y rápida los *tuits*. Generalmente éstos se refieren a horarios, ayuda para la búsqueda y recuperación de información, y algunas preguntas rápidas sobre las colecciones y accesos.

La siguiente imagen es un ejemplo de la interacción que tiene la biblioteca con sus usuarios*:

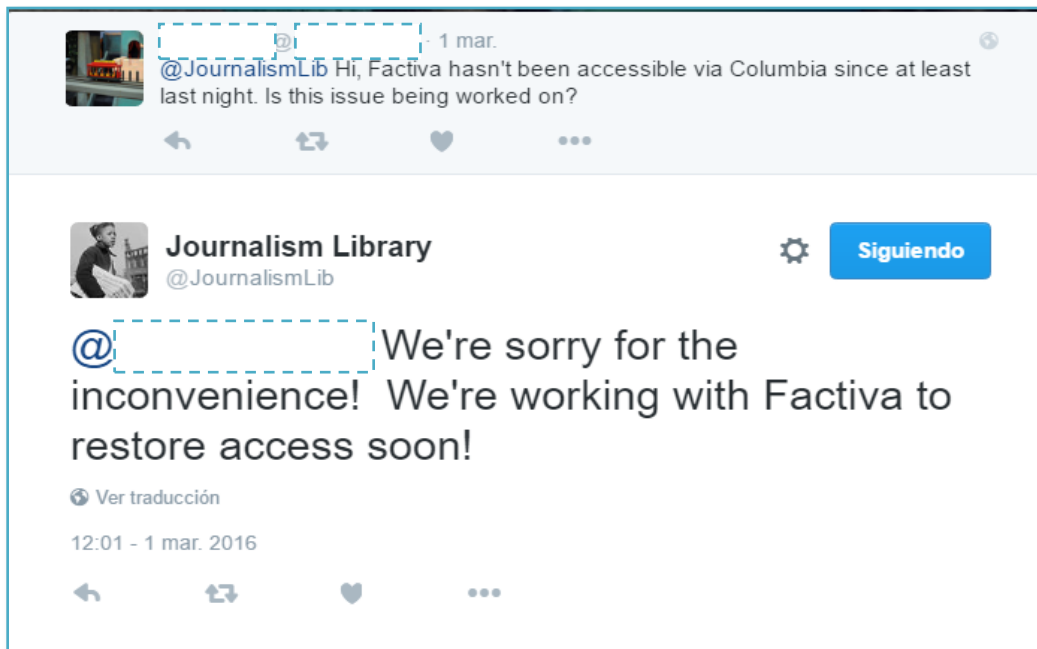


Ilustración 23. Interacción de Journalism Library Columbia University. Fuente: <https://twitter.com/JournalismLib/status/704728204653817856>, 2016)

*Por cuestiones de privacidad se omite el nombre del usuario de la cuenta en Twitter.

Lo anterior refleja la interacción activa que esta biblioteca mantiene con sus usuarios, proporcionan información relevante para el usuario, y proporcionan recursos de interés para la búsqueda y recuperación de la información, como lo muestra la siguiente imagen:

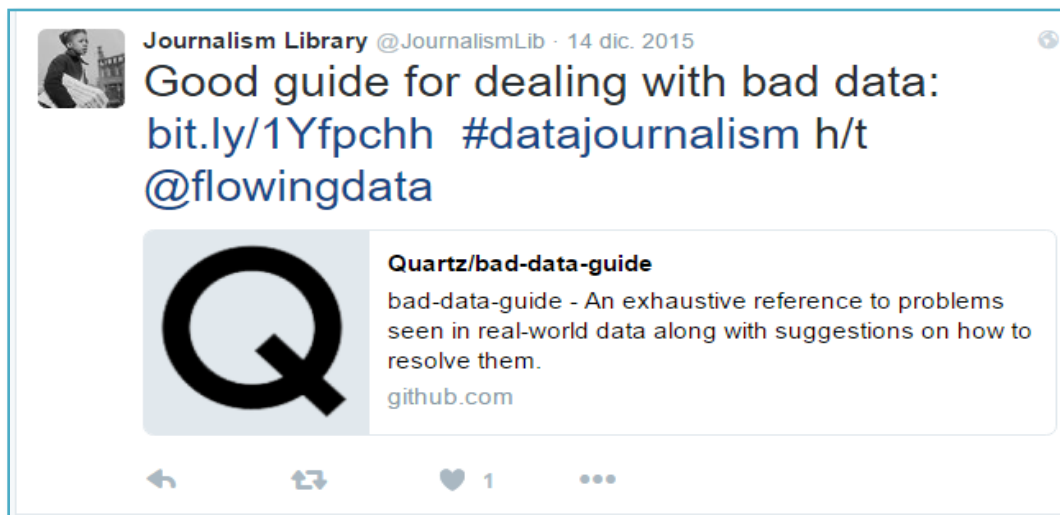


Ilustración 24. Publicación de Journalism Library Columbia University. Fuente: (<https://twitter.com/JournalismLib>, 2016)

Ante ello, se puede mencionar que la Journalism Library si ofrece un servicio de referencia, sin embargo debido a los criterios propuestos para esta investigación, se consideró únicamente a los perfiles institucionales de las bibliotecas seleccionadas. Por lo que este perfil se descarta analizando únicamente el perfil institucional de la biblioteca.

Así, basados en los resultados obtenidos, se generó la siguiente tabla con las cuentas de las bibliotecas seleccionadas, aplicando los indicadores previamente asignados.

TWITTER

			BIBLIOTECA	ACADÉMICA	
Indicadores	MIT Libraries	UC Berkeley Library	Cambridge University Library	Princeton University Library	Columbia University Libraries
Perfil institucional	Si	Si	Si	Si	Si
Icono para el SRV	No	No	No	No	No
Responde a los requerimientos de información vía Twitter	Si	No	Si	No	Si

Solicita identificador	No	No	No	No	No
Redirecciona a la página web	Si	Facebook	No	No	No
Ofrece SRV por Twitter	Parcial	No	Parcial	No	Parcial-Journalism
Aplicación para el SRV	No	No	No	No	No
Etapas para ofrecer el SRV	Si (en página web)	No	Si (en página web)	No	Si (en página web)
SRV en Twitter a futuro	No	No	No	No	No
Perfil para difusión	Si	Si	Si	Si	Si
Interacción con los usuarios	Alta	Media	Media	Baja	Media
Descarga de aplicación o software	No	No	No	No	No
Horarios de servicio	24/7	24/7	24/7	24/7	24/7
Formularios web	No	No	No	No	No
Catálogo	No	No	No	No	No

Tabla 7. Indicadores de los perfiles de las bibliotecas seleccionadas en Twitter. (Fuente: La autora)

Así, encontramos que las bibliotecas seleccionadas tienen un perfil en Twitter, y en el caso de la MIT Libraries, Cambridge University Library y la Columbia University Libraries responden a los requerimientos de información a través de tweets. Las preguntas y respuestas están enfocadas a información sobre horarios, colecciones, y nuevas adquisiciones.

Ninguna biblioteca seleccionada solicita algún tipo de identificador para responder un *tweet* o solicitar información por mensajes directos.

En el caso de MIT Libraries si redirecciona a la página web para ofrecer un servicio más amplio, en algunos de sus *tuits* el enlace lleva al usuario directamente a la página web de la biblioteca. Y para ampliar la respuesta de alguna pregunta concreta le sugiere al usuario visitar la página del servicio de referencia virtual desde la página web.

La UC Berkeley Library redirecciona a Facebook en algunas publicaciones, ya que esta biblioteca tiene enlazada la cuenta de Twitter dentro del perfil de Facebook. De esta manera conduce a sus usuarios en estas dos redes sociales.

La MIT Libraries, Cambridge University Library y Columbia University Libraries ofrecen un servicio de referencia virtual parcial, denominación que se le dio debido a las condiciones de la red social en la que se permiten solo 140 caracteres, las respuestas que se brindan ante los requerimientos de información de los usuarios son cortas, y generalmente se redireccionan a la página web para ofrecerle al usuario respuestas concretas y amplias.

2.4 Análisis de indicadores

Como se puede apreciar, las bibliotecas que se revisaron cuentan con un perfil en las dos redes sociales analizadas (Facebook y Twitter), sin embargo no en todas se ofrece un servicio de referencia virtual. En el caso de Cambridge University Library ofrece el servicio a través de Facebook complementándolo con el servicio que se ofrece a través de la página web de la biblioteca. Por Facebook generalmente responden a preguntas rápidas, y en caso de presentarse preguntas con mayor grado de complejidad redireccionan a la página web de la biblioteca como el caso de MIT Libraries, Columbia University Libraries y Cambridge University Library en su perfil de Twitter.

La mayoría sí responde a los requerimientos de información a través de la mensajería instantánea o *tuits*, pero el servicio de referencia como tal se brinda a través de la página web de la biblioteca en donde se tiene software y herramientas para el servicio de referencia virtual como el chat 24/7. En el caso de la cuenta de Twitter de UC Berkeley Library, ésta tiene una vinculación con el perfil en Facebook, estas redes permiten unificar las cuentas y almacenar la URL dentro de la red social para poder redireccionar al usuario al perfil de una u otra red social. Esto permite establecer una conexión bidireccional entre las redes sociales con las que cuente la biblioteca.

En el caso de MIT Libraries, Princeton University Library y Columbia University Libraries se solicitó algún tipo de identificador para utilizar el servicio de referencia, como clave o contraseña de la universidad. En todos los casos jamás se negó el servicio e información por no pertenecer a la universidad, lo que refleja la actitud del servicio bibliotecario aun en ambientes virtuales.

En todos los casos analizados, ninguna biblioteca cuenta con un icono que haga referencia al servicio, solo se presenta el perfil institucional de la biblioteca.

En cuanto a las etapas que siguen las bibliotecas al ofrecer un servicio de referencia virtual, se encontró que en todos los casos si se siguen una serie de etapas como: adquisición de la pregunta, acudir a un experto en la materia o referencista especializado, búsqueda en archivos locales y de acceso abierto, y estadísticas para mejorar el servicio. Estas etapas se llevan a cabo dentro del servicio en la página web, no así para los servicios en Facebook y Twitter.

La Cambridge University Library, al momento de realizar la investigación, contaba con seis meses realizando el servicio de referencia virtual por Facebook, y en sus planes a futuro se pretende seguir brindando asistencia a los usuarios a través de las redes sociales. El resto no tiene planes de ofrecer el servicio a través de las redes sociales.

De acuerdo a lo observado durante la investigación se encontró que todos los perfiles de las bibliotecas seleccionadas, tanto en Facebook como en Twitter, se utilizan principalmente para la difusión, a través de estas redes sociales las bibliotecas publican noticias relacionadas a las colecciones, la biblioteca, y/o la universidad. También promueven el acervo y las nuevas adquisiciones. Además de anuncios como horarios o suspensión de labores en la biblioteca.

La interacción con los usuarios que se midió a través de los comentarios, me gusta, compartir, *retuit*, y estadísticas, fue diversa. Por ejemplo en el caso de Cambridge University Library en su perfil de Facebook muestra una alta interacción con sus usuarios, y MIT Libraries muestra lo mismo pero en su cuenta de Twitter. Se detectó también que en el caso de Princeton University Library y Columbia University Libraries la interacción en Facebook es muy baja, así como Princeton University Library en su cuenta de Twitter. Se destaca que University Library mantiene interacción baja tanto en Facebook como Twitter y UC Berkeley Library mantiene una interacción media en ambas redes sociales.

En ningún perfil de las bibliotecas seleccionadas se requiere de la descarga de alguna aplicación o software en particular, únicamente se necesita ingresar a Facebook y Twitter para poder interactuar con ellas.

En cuanto a los horarios de servicio, como se mencionó anteriormente, el servicio de referencia virtual es en teoría 24/7, es decir, 24 horas al día los 7 días a la semana. Sin embargo observamos que Cambridge University Library, Princeton University Library y Columbia University Libraries tienen horarios específicos para responder los requerimientos de información a través del chat de Facebook. MIT Libraries mantiene horarios específicos para sus servicios dentro de la página web, pero no en su perfil de Facebook. Respecto a las cuentas de Twitter todas son 24/7.

Continuando con los indicadores, no se encontraron formularios web dentro de los perfiles y cuentas de Facebook y Twitter, así como algún catálogo u OPAC.

De esta manera, se puede observar el grado en que el servicio de referencia virtual está integrado a las redes sociales y como las bibliotecas las utilizan como recurso de información. A pesar de que existen otras redes sociales, Facebook y Twitter son de las redes sociales más utilizadas por las bibliotecas académicas. Además estas dos redes ofrecen un ambiente propicio para captar usuarios y que éstos utilicen los servicios que la biblioteca ofrece.

CAPÍTULO 3. PROPUESTA DEL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER.

En este capítulo se presentará una propuesta para implementar el servicio de referencia virtual a través de las redes sociales, considerando que existen diversas formas para la implementación de un servicio de esta naturaleza.

Para ofrecer un servicio de referencia virtual en redes sociales es necesario considerar algunos elementos relevantes para su implementación, como la fundamentación, finalidad, objetivos, usuarios, recursos electrónicos, humanos y tecnológicos, así como presupuesto y políticas de uso y privacidad.

Como se ha observado durante la presente investigación, las bibliotecas académicas están utilizando las redes sociales con mayor frecuencia y éstas pueden adaptar sus servicios a las redes sociales aprovechando al máximo los beneficios que las redes proporcionan.

Ofrecer un servicio de referencia virtual utilizando las redes sociales beneficia a los usuarios que se encuentran en estos entornos virtuales y proporciona una opción distinta para que las bibliotecas tengan incidencia en estos ambientes.

Además las redes sociales proporcionan a las bibliotecas mayor accesibilidad, interacción constante, es una alternativa para el servicio de referencia y también es una nueva forma de llegar a los usuarios.

El proyecto conjunta de manera integral el servicio de referencia con el uso adecuado de las redes sociales, en particular Facebook y Twitter. Conjuntamente, estas dos redes sociales pueden proporcionar a las bibliotecas una cobertura amplia de usuarios para ofertar sus servicios.

Para tal efecto se abordan los siguientes elementos: Objetivos, requerimientos, usuarios, recursos electrónicos, recursos humanos, recursos tecnológicos, políticas de uso y privacidad, presupuesto, y la propuesta para la implementación de un SRV a través de Facebook y Twitter.

3.1 Objetivos

Implementar un servicio de referencia virtual basado en redes sociales (Facebook y Twitter) las cuales deberán tener visibilidad mediante el sitio web de la biblioteca, con la finalidad de contribuir a mejorar el servicio de referencia y hacerlo más accesible a los usuarios que se encuentran en el entorno virtual. Aprovechando las características y ventajas que ofrecen las redes sociales, las bibliotecas pueden utilizarlas para brindar sus servicios.

3.2 Requerimientos

Para poder ofrecer un servicio de referencia virtual a través de Facebook y Twitter es necesario tener una cuenta o perfil dentro de cada red social. El perfil o cuenta debe registrarse bajo el

nombre de la institución o biblioteca que ofrezca el servicio, que de acuerdo con los estándares de Facebook, el perfil queda registrado bajo la denominación de *página-perfil* y de Twitter como *cuenta institucional verificada*.

Establecer el objetivo del servicio es fundamental, y debe colocarse en la sección de información dentro del perfil de Facebook como lo demuestra la siguiente imagen:

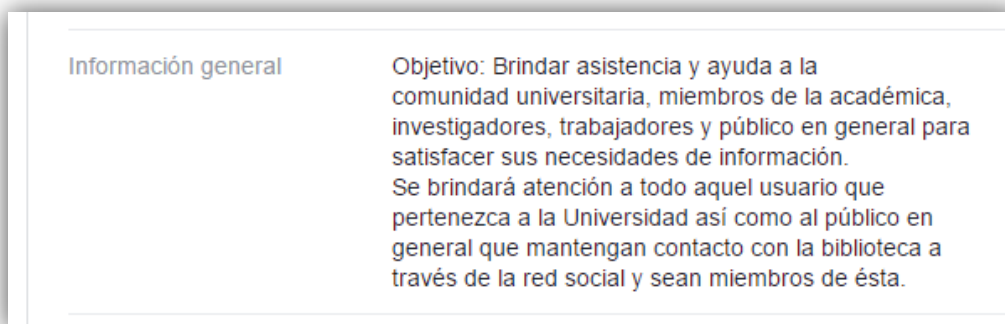


Ilustración 25, Ejemplo de información general en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual>, 2016)

En el caso de una cuenta en Twitter, deberán colocarse en la sección de presentación y explicar de manera general el objetivo del servicio, como lo muestra la siguiente imagen:



Ilustración 26. Ejemplo de Perfil en Twitter. Fuente: (<https://twitter.com/>, 2016)

Considerando que este servicio proporciona ayuda y asistencia a los usuarios que se encuentran en un entorno virtual para satisfacer sus necesidades de información, es relevante aclararles a los usuarios los objetivos del mismo.

Los objetivos se plantean en relación a los recursos, el alcance, tipos de usuarios y del personal que labora para ofrecer el servicio.

Teniendo en cuenta lo anterior, los objetivos para ofrecer un servicio de referencia virtual a través de Facebook y Twitter son los siguientes:

- **Objetivo del servicio:** brindar asistencia y ayuda a los usuarios que se encuentran en el entorno virtual especialmente aquellos que utilizan Facebook y Twitter, para satisfacer sus necesidades de información.
- **Objetivos enfocados a la misión y visión** de la biblioteca y de la institución a la que están adscritos, deberá ir implícita en la descripción.
- **Objetivos en relación a la comunidad de usuarios a la que servirá:** el servicio de referencia tiene como objetivo servir a la comunidad universitaria, miembros de la académica, investigadores, trabajadores y usuarios que utilicen bibliotecas académicas, por lo tanto el personal responderá las solicitudes de información de acuerdo con este objetivo.
- **Objetivos en relación al alcance y profundidad del servicio:** Se darán respuestas inmediatas a las solicitudes del usuario, y de necesitar un servicio más especializado se canalizará con personal calificado para ello, además de ofrecer guías y accesos a los fondos documentales de la biblioteca.
- **Objetivos en relación a la red social:** las redes sociales Facebook y Twitter estarán enlazadas para ofrecer un servicio que pueda abarcar un mayor número de usuarios en línea, además de utilizar ambas para darle promoción y visibilidad al servicio y los recursos de la biblioteca. Aunado al servicio en tiempo real y la divulgación de las nuevas adquisiciones.

3.3 Usuarios

Los usuarios son el eje fundamental del servicio de referencia virtual. La comunidad de usuarios a la que se atiende son aquellas que pertenecen a la comunidad académica de la biblioteca, es decir, profesores, alumnos, investigadores y personal académico laborando en la institución.

Como características se destaca pertenecer a la universidad y/o cuerpo académico de la misma, ser alumno activo, el servicio cubrirá a usuarios de licenciaturas, posgrados, e institutos de investigación de la universidad que serán redireccionados (según sea el caso) con personal calificado para responder ante sus requerimientos de información.

Considerando que se trata de bibliotecas académicas, es importante no solo enfocarse a ofrecer un servicio para la comunidad académica sino también ampliar la oportunidad de tener usuarios en otros ámbitos, dado el contexto de las redes sociales. Sin embargo los límites y restricciones serán a partir de la cantidad de usuarios que se atiendan en el momento de brindar el servicio

dando prioridad a los miembros y el número de referencistas disponibles. Además de las políticas de uso que se establezcan para el servicio, elemento que se abordará más adelante.

Es importante destacar que durante la interacción en la red se solicite un identificador o correo electrónico para verificar que el usuario es miembro de la institución, de lo contrario se podrá ofrecer el servicio pero de manera limitada, es decir, solo se le proporcionará información que se encuentre en acceso abierto.

Entre los elementos que deben definirse y visualizarse dentro de la red social, podemos destacar las siguientes:

- **Población de usuarios.** El servicio atenderá a alumnos, investigadores, catedráticos, y personal que labora en la Universidad además de atención limitada al público en general. La atención al público en general puede limitarse dependiendo las licencias adquiridas de los recursos de información de la biblioteca o por políticas institucionales.
- **Directrices para el comportamiento apropiado durante el uso del servicio.** Este elemento deberá estar disponible para los usuarios. Entre las características que se deben destacar están: comportamiento formal y respetuoso, no tolerar comentarios ofensivos, obscenos o discriminatorios, de lo contrario terminar la sesión del servicio inmediatamente. De igual forma si el usuario observa comentarios de ese tipo, éste puede reportar al bibliotecario a través del correo electrónico, notificación o un cuestionario de satisfacción del usuario que podrá encontrar en la página o red social en donde se efectuó el servicio. Por ejemplo, Facebook tiene una opción dentro de sus configuraciones para filtrar mensajes que contengan palabras consideradas groseras, así como se muestra en la siguiente imagen:



Ilustración 27. Filtro de groserías en Facebook. Fuente: (www.facebook.com, 2016)

Sin embargo hay que considerar que si algún usuario requiere información relacionada a algún tema que implique el uso de las palabras consideradas groseras, Facebook bloqueará automáticamente al usuario, aunque sus intenciones no hayan sido un referente al insulto. En este sentido, aunque Facebook tenga la opción del bloquear las groserías, se recomienda mantenerlo desactivado o en su defecto informar al usuario de dicho bloqueo.

3.4 Recursos electrónicos

Los recursos electrónicos forman parte del servicio y es de importancia identificar aquellos que satisfagan las necesidades de información de los usuarios virtuales. Es necesario contar con una colección de fuentes de información que sean idóneas para este tipo de servicio.

El personal encargado de ofrecer el servicio debe conocer a fondo el acervo documental de la biblioteca y de otros recursos que puedan ser de utilidad para el usuario. La colección de obras de referencia que formen parte de la institución deberá estar en formato digital dado el tipo de servicio.

Es indispensable contar con directorios temáticos especializados, bases de datos especializadas, blogs, wikis, repositorios, archivos digitales, guías temáticas, enlaces a asociaciones y organizaciones, fuentes gubernamentales, bancos de imágenes, enlaces a otras bibliotecas especializadas o departamentos académicos, fuentes estadísticas, tutoriales, entre otras. Además de las colecciones digitales de la biblioteca, las suscripciones a revistas, libros, y bases de datos electrónicas. Estos pueden ser enlaces anclados directamente en Facebook para que el usuario pueda consultarlos directamente desde la red social (Ver pág. 25 Capítulo 1), solo se deberá editar la pagina en las secciones correspondientes, ya sea videos, publicaciones, fotos, aplicaciones u otra red social, en donde se coloca el URL para que éste aparezca y redireccione al usuario al enlace necesario. La siguiente imagen muestra lo antes mencionado:

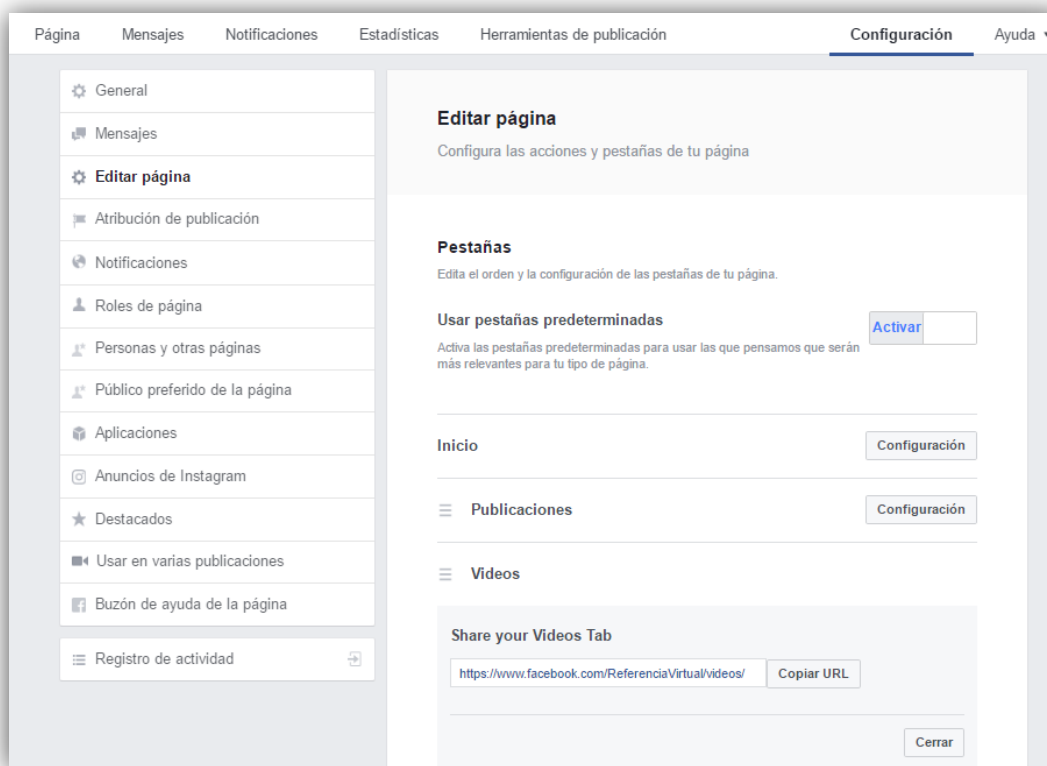


Ilustración 28. Edición de página en Facebook. Fuente: https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/settings/?tab=edit_page, 2016)

De esta manera, se puede colocar cualquier enlace dentro del perfil-página de Facebook para que el usuario pueda visualizar dicho enlace dentro de Facebook, como los ejemplos que se muestran a continuación:

- Catálogo de la biblioteca:

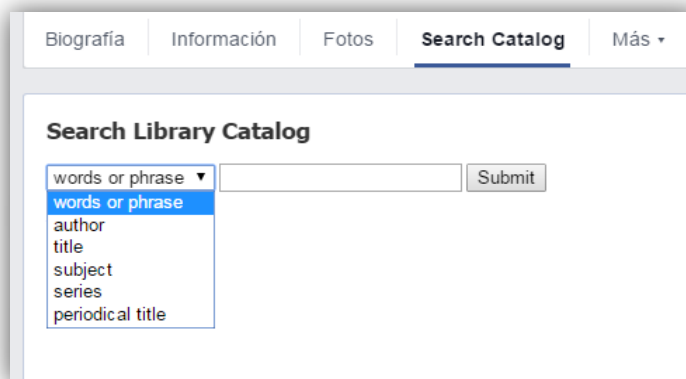


Ilustración 29. Catálogo de la biblioteca en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/royaloklibrary/app/190322544333196/>, 2015)

- Videos tutoriales o de introducción a la biblioteca:



Ilustración 30. Video tutorial de la biblioteca en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/CaltechLibrary/videos/vb.56386980315/1840316893499/?type=2&theater>, 2016)

- Enlace a los recursos de temáticas específicas:



Ilustración 31. Ejemplo de publicación de recursos en Twitter. Fuente: (<https://www.facebook.com/cambridgeuniversitylibrary/?fref=ts>, 2016)

- Notas de eventos:



Ilustración 32. Ejemplo de notas de eventos en Facebook. Fuente: (https://www.facebook.com/pg/ucberkeleylibrary/notes/?ref=page_internal, 2016)

Para poder realizar lo anterior es necesario configurar las pestañas dentro del perfil de Facebook e incluir los enlaces pertinentes para ello. Lo mismo aplica para el caso de Twitter, colocando el enlace dentro de la publicación de un tweet, como se muestra en el siguiente ejemplo:



Ilustración 33. Ejemplo de perfil en Twitter. Fuente: (<https://twitter.com/SRVBiblio>, 2016)

Se debe considerar Los recursos que se utilicen para este servicio deben de contar con los parámetros de calidad, y contenido que se requiere para el usuario. El formato deberá ser digital, de lo contrario se le puede indicar al usuario su existencia en otro tipo de formatos y donde localizarlos. Y los enlaces deben estar disponibles, que los interfaces de los recursos sean adecuadas para el usuario, verificar que la información esté actualizada, sea confiable y que sea de fácil recuperación para el usuario.

Proporcionarle información y recursos al usuario en este tipo de espacios requiere de una valoración previa por parte del personal bibliotecario ya que una de las facilidades de este servicio radica en estos elementos, y ante la inmensidad de recursos de información existentes en la web, es deber del bibliotecólogo referencista orientar al usuario en la selección y uso de recursos confiables y de calidad.

3.5 Recursos humanos

Los recursos humanos son otro elemento fundamental para la implementación de este servicio de referencia virtual. El personal que se encuentre frente al servicio debe tener ciertas habilidades, actitudes y capacidades para desempeñar su labor satisfactoriamente.

La ayuda adecuada de personal calificado en línea para la consulta puede mejorar los resultados de búsqueda, y es indispensable contar con las habilidades y conocimientos de profesionales bibliotecólogos que instruyan y ayuden al usuario en la búsqueda de sus requerimientos de información, incrementando el potencial de los servicios.

Ante ello el perfil del referencista debe estar encaminado a desarrollar diferentes aspectos y tener la disponibilidad de realizar las siguientes actividades:

- Mantener obras de referencia, responder a consultas puntuales, identificar, orientar al usuario hacia fuentes externas, hacer circular las revistas y también todas las nuevas entradas de documentos, conocer muy bien los propios recursos.
- Recopilar el material pertinente de consulta, preparar bibliografías selectivas, distribuir listas de material recibido con resúmenes, mantener relación con bibliotecas afines, participar en redes cooperativas.
- Localizar, analizar y sintetizar información, entregar la documentación o la respuesta en formato que desee el usuario, preparar bibliografías analíticas, preparar información específica para usuarios concretos, conocer a fondo la materia que se trabaja y los proveedores de información, crear bases de datos y la educación de usuarios.

Además el referencista debe contar con habilidades tales como:

- Manejo de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).
- Manejo de administración de bases de datos.
- Manejo de lenguajes documentales.
- Manejo de técnicas de indización y resumen.
- Conocer a fondo la colección virtual de referencia a su disposición.
- Agilidad mental.
- Actitud de servicio.
- Poseer buena capacidad de análisis y síntesis.
- Adaptarse a los cambios tecnológicos.
- Incorporar habilidades que se basen en la interacción con el usuario-referencista vía virtual.
- Facilitar el desarrollo de competencias informacionales.
- Colaboración con los usuarios y con otros profesionales dentro y fuera de la biblioteca.
- Manejo del lenguaje.
- Pensamiento crítico y de análisis.
- Buena ortografía.

Estas habilidades permitirán al personal que se encargue de brindar el servicio de referencia virtual efectuar un servicio de calidad y con una comunicación e interacción fluida con los usuarios que solicitan el servicio.

Los bibliotecólogos tienen el compromiso de ofrecer el más alto nivel de los servicios a todos los usuarios de la biblioteca a través de los recursos adecuados, el acceso equitativo y respuestas precisas, imparciales y cordiales. Además de proteger el derecho a la privacidad y confidencialidad de todos los usuarios.

Considerando que este servicio se ofrecerá a través de redes sociales se debe tener en cuenta lo siguiente:

- **Visibilidad.** El servicio de referencia virtual en redes sociales requiere asistencia disponible la mayor parte del tiempo, contemplando los horarios previamente establecidos, es indispensable que el bibliotecólogo sea accesible y procurar hacer sentir cómodo al usuario, es decir, que el referencista no parezca intimidante, confuso, enojado o indiferente. Para ello el inicio de la conversación debe ser el punto de partida para mantener una comunicación fluida y cordial con el usuario. Y el servicio debe aparecer directamente en una pestaña o sección de la red social, asegurándole al usuario que en dicho perfil se ofrezca un servicio de esta índole, con los datos necesarios como horarios, disponibilidad, etc.
- **Comunicación.** La comunicación en este tipo de servicio debe ser la base para efectuar un servicio exitoso. El referencista debe mostrar interés al momento de brindar el servicio, interés para la búsqueda y recuperación de la información del usuario, generando confianza ante la necesidad del usuario. Centrar la atención en la necesidad de información del usuario puede mejorar la comunicación, así como realizar preguntas de manera oportuna, generar optimismo en la búsqueda, y comprensión ante el usuario, así como cuidar la ortografía, signos, y el lenguaje coloquial.
- **Entrevista.** La entrevista de referencia es el corazón del servicio, por ello, el referencista debe identificar las necesidades de información del usuario y leer las preguntas y comentarios que el usuario realiza, tomando en cuenta que este servicio se realiza por medio de las redes sociales y no físicamente, la comunicación escrita debe ser apropiada, cordial y debe mostrar una actitud de apoyo y comprensión en todo momento. Cuando se trate de interacciones difíciles de descifrar el referencista puede realizar las preguntas pertinentes para poder realizar la búsqueda de manera satisfactoria sin llegar a hostigar o aburrir al usuario. Se pueden utilizar preguntas abiertas para estimular al usuario o preguntas concretas para identificar qué tipo de recurso necesita. Además siempre se debe mantener la objetividad y no interponer juicios de valor sobre algún tema o pregunta, y respetar la confidencialidad antes, durante y después de efectuarse el servicio.
- **Búsqueda.** El proceso de búsqueda debe ser precisa y eficaz informando al usuario de la estrategia de búsqueda que se seguirá, alentando al usuario a contribuir y dar su opinión al respecto guiándolo en la búsqueda de ser necesario y esperar a que el usuario evalúe la información proporcionada. Considerando el factor tiempo para este tipo de servicio, y

reconocer cuando se requiere de ayuda especializada o redireccionar con otro personal de la biblioteca que pueda brindarle la información que el usuario necesita.

- Seguimiento. Conocer si el usuario satisfizo su necesidad de información y alentar al usuario a realizar más preguntas en caso de que esto no sea satisfactorio para él. Se puede incluir un correo electrónico o enlaces a la página web de la biblioteca para que el usuario mantenga contacto con la biblioteca y alentarlo a volver a utilizar el servicio.

Lo anterior refiere al perfil del referencista en esta modalidad virtual, sin embargo para implementar este servicio es necesario contar con personal en el área de cómputo. El personal de esta área debe estar capacitado o por lo menos tener conocimiento de lo que se realiza en el servicio de referencia virtual. Serán ellos junto con el personal administrativo y los bibliotecólogos el equipo que elija el software y hardware adecuado para el servicio, además de contar con la colaboración en todo momento en caso de que el referencista tenga complicaciones técnicas al efectuarse una entrevista o acceder a algún tipo de recurso en línea.

El equipo de trabajo lo pueden integrar un referencista o bibliotecólogo, un técnico o ingeniero en sistemas que soporte y mantenga la infraestructura tecnológica. Además de un diseñador gráfico que colabore con el diseño de la página web (en caso de no tenerla) y la distribución de la información, colores e imágenes adecuadas para los perfiles en las redes sociales seleccionadas.

La colaboración con otros profesionales es indispensable para el éxito del servicio, ante ello se sigue contando con una plantilla de especialistas en diversos temas que puedan proporcionar información más detallada acerca de una temática en particular, esto con la finalidad de canalizar al usuario con profesionales de la institución. Así de esta manera tener una red de colaboración académica para dicho servicio.

Mantener comunicación con el equipo que conforme el servicio de referencia, incluyendo a personal de cómputo y administrativos, aunado a las habilidades, aptitudes y actitudes del referencista incrementará el éxito para este tipo de servicio virtual.

3.6 Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos incluyen las herramientas web, hardware, software y las redes sociales utilizadas para brindar un servicio de referencia virtual.

El servicio de referencia virtual ha utilizado el correo electrónico, formularios web, chat, videoconferencia, hasta mensajería vía móvil. En este caso se utilizan las plataformas de las redes sociales para brindar el servicio.

La infraestructura tecnológica es importante para este tipo de servicio, por lo que será necesario evaluar la situación actual de la infraestructura en la biblioteca y valorar si el servicio de referencia virtual se puede implementar o se necesitará adquirir equipo, servidores, banda ancha, etc.

La biblioteca debe tener un espacio físico, hardware (computadoras, servidores, impresoras, etc.), software (programas, sistema operativo, editores, etc.) y servicios de internet que satisfagan los

requerimientos del servicio (sitio web, ancho de banda, tipo de red, tipo de conexión, velocidad de red externa e interna, etc.)

De igual forma las actualizaciones del equipo, instalaciones y software deben ser prioridad para mantener el servicio activo y evitar contratiempos que dañen el desarrollo del servicio.

La evaluación junto con las recomendaciones del equipo de cómputo pueden soportar el servicio y hacerlo viable para la comunidad a la que se quiera atender.

Tanto Facebook como Twitter tienen opciones atractivas para el bibliotecólogo que desee implementar su servicio de referencia, entre las que podemos destacar las siguientes:

- Chat
- Contacto (correo electrónico, teléfono)
- Aplicaciones
- Buscador (catálogo de la biblioteca o bases de datos)
- Registro
- Videos (tutoriales)
- Suscripciones (boletines, alerta bibliográfica)

Como ya se presentó en los capítulos anteriores, estas solo son algunos de los elementos que podemos encontrar dentro de las redes sociales, para utilizar estas redes sociales no es necesario adquirir un software adicional, tanto Facebook como Twitter son compatibles con diversos sistemas operativos.

Además se puede vincular las cuentas tanto de Facebook como de Twitter en una misma red, desde Facebook se descarga la aplicación de *Twitter Tab for Pages* para poder visualizar la cuenta de Twitter dentro de la página de Facebook, es gratuita y muestra todos los tuits de la cuenta de Twitter. La siguiente imagen muestra lo anterior:

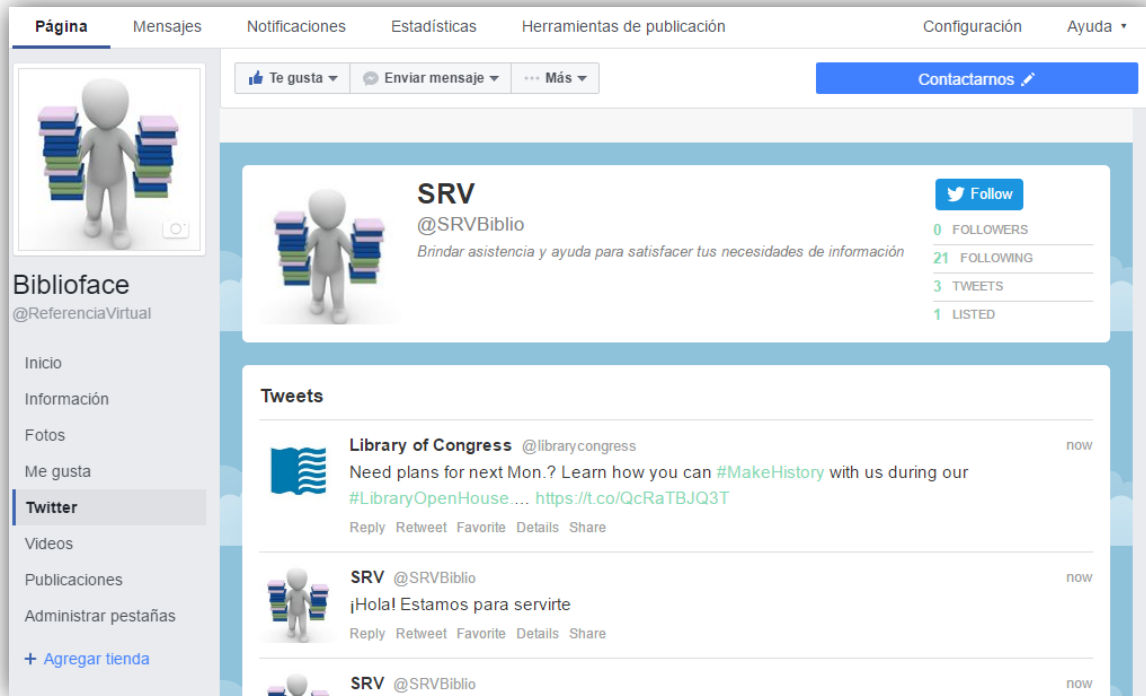


Ilustración 34. Ejemplo de vinculación de cuentas de Twitter en Facebook. Fuente: <https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/app/294627540601598/>, 2016)

Dentro de las mismas redes se pueden hacer uso de correo electrónico e incluir una pestaña adicional para colocar un formulario en caso de que el bibliotecario no esté disponible (atendiendo a otro usuario) de forma que el usuario pueda enviar su solicitud de información. Además de teléfono, el sitio web de la biblioteca, o una página oficial de la misma.

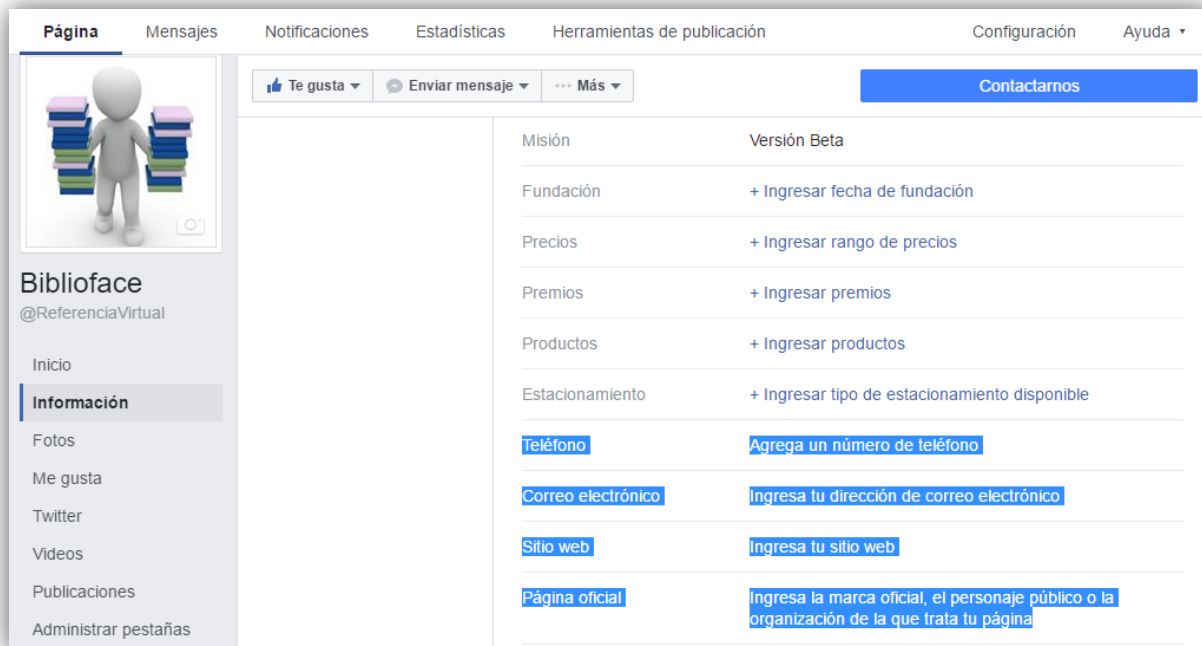


Ilustración 35. Ejemplo de aplicaciones en el perfil de Facebook. Fuente: <https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/about> , 2016)

Lo ideal es tener un bibliotecólogo las 24/7 para brindarle al usuario una mayor atención. Sin embargo se ha observado que en muchos casos no sucede así, por lo que es necesario considerar informar al usuario los horarios en los que el bibliotecólogo se encuentra disponible. El chat en este sentido, jugará un papel relevante en la comunicación virtual con el usuario, siendo ésta herramienta, la principal fuente de comunicación.

3.7 Políticas de uso y privacidad.

Otro aspecto relevante para considerar al implementar un servicio de referencia virtual son las políticas de uso y privacidad. Comenzando con las políticas de uso, estas deben referir tal cual al uso del servicio, de quien ofrece el servicio y de quien lo solicita.

En las políticas de uso se incluirán aquellas relacionadas a la utilización del servicio, considerando los elementos siguientes:

- **Horarios y días.** Al ofrecer el servicio a través de las redes sociales, los horarios pueden estar sujetos a disponibilidad del personal, se sugiere que el servicio esté disponible 24/7 para darle un valor agregado al servicio. En caso de que algún día no se pueda brindar el servicio como días feriados, vacaciones, eventos, etc. se deberá emitir un anuncio previo a la suspensión temporal de dicho servicio.
- **Identificador.** Todo usuario que utilice el servicio deberá identificarse como miembro de la comunidad académica o universitaria. De lo contrario, si el usuario es externo, el referencista podría solicitar algún correo electrónico o nombre para una mayor comunicación con el usuario y darle el seguimiento en caso de ser necesario.

- **No discriminación.** En ningún caso se puede discriminar a los usuarios que soliciten el servicio por razones de género, orientación sexual, origen étnico o religión. En caso de que el usuario no se encuentre dentro de los parámetros del uso del servicio, por ejemplo: menor de edad, el bibliotecólogo puede indicarle una mejor opción para solicitar información y enviarlo con el personal o biblioteca adecuada para él.
- **Atención en orden.** El orden de la atención irá enfocado conforme se vayan realizando las preguntas, se puede establecer un rango máximo de usuario en un periodo de tiempo determinado (por ejemplo, máximo 4 usuarios por hora) dando preferencia a los miembros de la comunidad académica.
- **Recursos enviados.** Todo material, enlaces, archivos, etc. que se envíen en respuesta a los requerimientos de información, serán valorados por el bibliotecólogo y respetando las leyes de derechos de autor que regulen la reproducción, así como aquellos materiales que cuenten con licencias para su divulgación y uso.
- **Verificar las condiciones de uso y privacidad de las redes sociales.** En este caso se proponen el uso de Facebook y Twitter por lo que se sigue leer las condiciones para hacer buen uso de ellas y cuidar a los usuarios dentro de estas redes. (Ver: <https://www.facebook.com/legal/terms> y <https://twitter.com/tos?lang=es>)
- **Compra.** El servicio de referencia virtual no promueve la compra de servicios de información, por lo que datos bancarios e información personal quedan fuera de los límites del servicio.
- **El personal de referencia.** El referencista proveerá de información únicamente a aquellos usuarios que así lo soliciten, no puede persuadir a los miembros de la red social a utilizar forzosamente el servicio. Así también, el referencista no ofrecerá la información personal del usuario a otros que lo soliciten dentro de la red social, y aquellos datos que se recopilen serán utilizados únicamente con fines estadísticos y de evaluación respetando la confidencialidad del usuario.

En cuanto a la privacidad, el servicio de referencia debe cubrir los siguientes aspectos:

- La comunicación en la referencia virtual es únicamente entre el usuario y el referencista y es de carácter privado, excepto cuando sea requerido por la ley.
- La identificación o autenticación del usuario será únicamente con propósitos estadísticos o de control.
- Los datos que se recopilen durante la entrevista de referencia, deberán ser eliminados automáticamente después de finalizar la conversación, en caso contrario, se respetará la confidencialidad del usuario y se le informará que sus datos serán utilizados para mejoras del servicio, evaluaciones, estadísticas y elaboración de preguntas frecuentes.
- Durante la sesión de referencia se mantendrá estricta confidencialidad y privacidad de la identidad del usuario, aun conociendo su nombre de perfil y/o correo electrónico.
- Todos los usuarios deberán cumplir con las normas estipuladas y éstas deberán estar visibles al público dentro de la red social.

En el caso de las condiciones de uso y privacidad de las redes sociales (Facebook y Twitter) es necesario conocerlas y leer acerca de ellas para generar un panorama de las condiciones legales a las que nos enfrentamos. El servicio de referencia virtual es en este sentido viable siempre y cuando se consideren los aspectos antes mencionados respecto a las políticas de uso y privacidad ya que la mayoría de estas condiciones fueron hechas con la finalidad de evitar conflictos y confrontaciones a futuro con los usuarios de las redes. Sin embargo cabe aclarar que al utilizar estas redes, el usuario es responsable del uso que hace de ella. La biblioteca como usuario debe poner candados, bloquear contenidos nocivos para su comunidad, restringir el uso a aquellos que revelen un comportamiento inapropiado, entre otras.

Es necesario también distinguir que el uso de Facebook y Twitter dependerá del objetivo y recursos con los que cuente la biblioteca, eligiendo las dos redes anteriores en relación a su cobertura, visibilidad, arquitectura, y alcance.

Por lo tanto, se incita a la biblioteca y al personal de referencia a leer los usos y responsabilidades que se tiene respecto a los contenidos que se publican y los términos en los que cada red hace uso de esos contenidos.

3.8 Presupuesto

La biblioteca debe comprometerse a proveer de los recursos necesarios para implementar el servicio de referencia virtual. La asignación del presupuesto debe cubrir los costos del personal (bibliotecólogos y personal de cómputo), el hardware, software, los servicios de Internet, el mobiliario, la capacitación que se les dé a los bibliotecólogos en referencia virtual, y publicidad.

Al utilizar las redes sociales para brindar este servicio, los costos disminuyen de manera considerable, ya que las plataformas son gratuitas, es decir, no se paga por su uso. La mayor inversión económica será para los recursos humanos que conformen el equipo para este servicio.

También se debe incluir el presupuesto para una prueba piloto, y evaluar los costos iniciales para una implementación formal del servicio.

El servicio de referencia virtual dentro del contexto de bibliotecas académicas será gratuito, ya que los costos los asume la institución a la que pertenece la biblioteca, sin embargo debe considerarse en las partidas presupuestales la asignación del recurso económico para dicho servicio.

3.9 Propuesta

A continuación se presenta un ejemplo de un perfil-página para la implementación de un servicio de referencia virtual en Facebook y Twitter, considerando los elementos antes mencionados.

- **Objetivo:** Brindar asistencia y ayuda a la comunidad universitaria, miembros de la academia, investigadores, trabajadores y público en general para satisfacer sus necesidades de información.
- **Alcance:** Se brindará atención a todo aquel usuario que pertenezca a la Universidad así como al público en general que mantengan contacto con la biblioteca a través de la red social y sean miembros de ésta.
- **Recursos humanos:** El servicio está integrado por tres bibliotecólogos referencistas que atenderán las preguntas y la administración de la red social, ellos gestionaran los contenidos y las funcionalidades del servicio. Además del personal de cómputo que se encontrará disponible para cualquier problema técnico que se presente.
- **Políticas de uso y privacidad:**
 - El servicio estará disponible 24 horas al día los 7 días a la semana.
 - El usuario tendrá la opción de enviar su pregunta por correo electrónico o consulta telefónica, el correo y teléfonos estarán disponibles en la sección de información de la red social.
 - Para darle seguimiento a sus preguntas se solicitará una dirección de correo electrónico para mantener el contacto con el usuario.
 - Este servicio no discrimina a ningún usuario por razones de género, orientación sexual, origen étnico o religión.
 - El orden de la atención se realizará conforme se vayan realizando las preguntas de los usuarios, en caso de sobrepasar el límite establecido por los bibliotecólogos el usuario recibirá una nota de espera para posteriormente continuar con la atención.
 - El servicio es totalmente gratuito.
 - La conversación que se mantenga durante el servicio es de carácter privado y de estricta confidencialidad.
 - Se solicita un trato respetuoso y cordial tanto del usuario como del bibliotecólogo, en caso contrario se podrá reportar alguna eventualidad de esta índole en un correo electrónico indicado también dentro de la sección de información de la red social.

Retomando los elementos anteriores, la pagina-perfil del servicio de referencia quedaría visualmente⁷ así:

⁷Nota: para la demostración visual se creó un perfil como prueba piloto para el desarrollo de esta tesis, toda la información ahí descrita es responsabilidad del autor.



Ilustración 36. Ejemplo de perfil del SRV en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/>, 2016)

Biblioface
@ReferenciaVirtual

Contactarnos Me gusta Mensaje

Inicio **Información** Fotos Me gusta Más +

Información sobre Biblioface

Información de la página

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA	
Fecha de inicio	Creación en 2015
Horario	<p>Lun-Vie: 7:00-21:00</p> <p>Sáb: 9:00-21:00</p> <p>Dom: 10:00-17:00</p>
Descripción breve	Prueba piloto con fines académicos
Descripción larga	<p>Fuera de línea, usted podrá enviarnos su pregunta y con gusto le responderemos en los horarios establecidos, de igual manera puede enviarnos un correo electrónico para obtener mayor información acerca del servicio.</p> <p>Para darle seguimiento a sus preguntas se solicitará una dirección de correo electrónico para mantener el contacto con usted.</p> <p>Este servicio no discrimina a ningún usuario por razones de género, orientación sexual, origen étnico o religión.</p> <p>El orden de la atención se realizará conforme se vayan realizando las preguntas de los usuarios, en caso de sobrepasar el límite establecido por los bibliotecólogos usted recibirá una nota de espera para posteriormente continuar con la atención.</p> <p>El servicio es totalmente gratuito.</p> <p>La conversación que se mantenga durante el servicio es de carácter privado y de estricta confidencialidad.</p> <p>Se solicita un trato respetuoso y cordial tanto del usuario del servicio como del bibliotecólogo, en caso contrario favor de reportarlo al siguiente correo electrónico: ###@####.com</p> <p>Cualquier duda al respecto, estamos a sus órdenes.</p>
Información general	<p>Objetivo: Brindar asistencia y ayuda a la comunidad universitaria, miembros de la académica, investigadores, trabajadores y público en general para satisfacer sus necesidades de información.</p> <p>Se brindará atención a todo aquel usuario que pertenezca a la Universidad así como al público en general que mantengan contacto con la biblioteca a través de la red social y sean miembros de ésta.</p>
Misión	Versión Beta

Ilustración 37. Ejemplo de información de la página del perfil SRV en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/>, 2016)

Para los fines que persigue esta investigación se simuló una solicitud de información por el chat del Facebook para ejemplificar el servicio, las siguientes imágenes muestran la interacción antes mencionada:

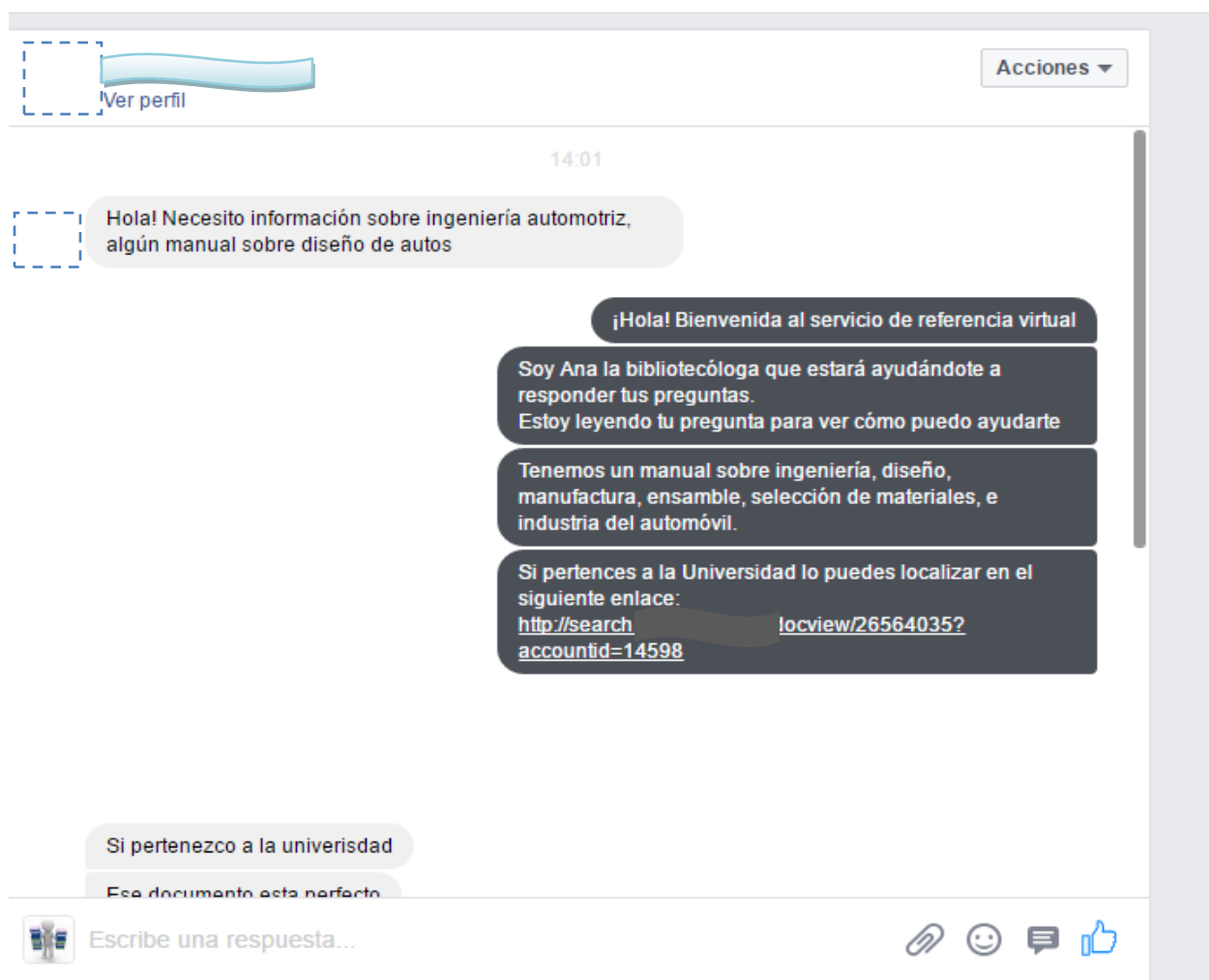


Ilustración 38. Ejemplo de chat de SRV en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/>, 2016)

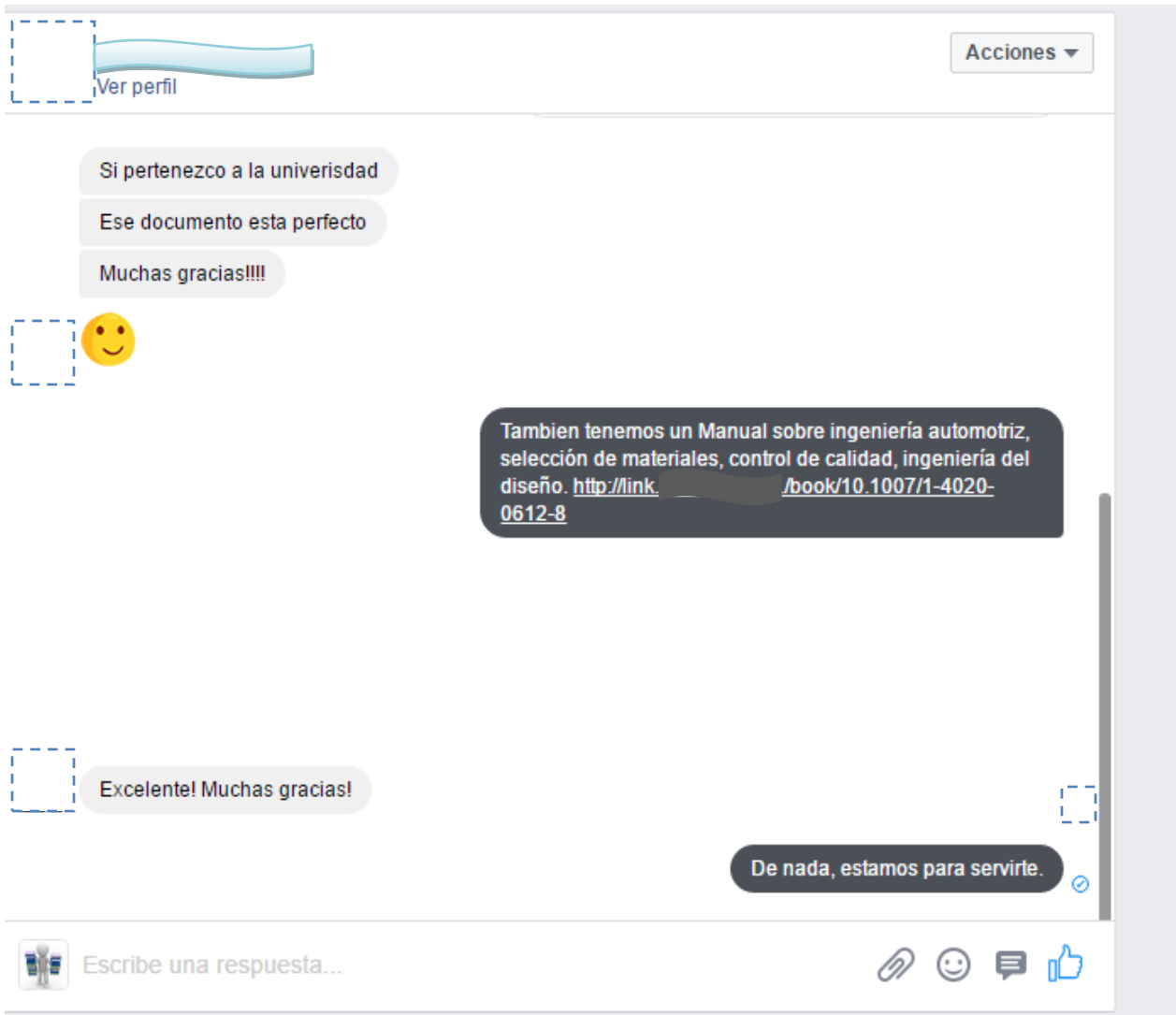


Ilustración 39. Ejemplo de chat del SRV en Facebook. Fuente: (<https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/>, 2016)

De igual forma se vinculó la cuenta de Twitter con la página de Facebook, como se muestra en la siguiente imagen:



Ilustración 40. Ejemplo de vinculación de cuentas en Facebook. Fuente: <https://www.facebook.com/ReferenciaVirtual/>, 2016)

Y las respuestas ante los requerimientos de información por parte de los usuarios en Twitter se verían de la siguiente manera:



Ilustración 41. Ejemplo de respuestas ante los requerimientos de información en Twitter. Fuente: (<https://twitter.com/>, 2016)

De esta manera, se puede llevar a cabo una implementación de un servicio de referencia de esta naturaleza utilizando las redes sociales de Facebook y Twitter para ello. Teniendo en cuenta que se requiere crear un servicio en un espacio donde los usuarios requieran y soliciten información.

Las bibliotecas académicas pueden utilizar estas redes sociales para captar a usuarios que se encuentran en estos espacios virtuales, generar interacciones y retroalimentaciones acerca del servicio que se brinda, fomentar la colaboración en las mejoras del servicio o del contenido en las colecciones y recursos electrónicos. Así como para la difusión de eventos, noticias, promoción de nuevos contenidos, nuevas adquisiciones, etc.

A través de este tipo de servicio las bibliotecas pueden tener presencia en las redes sociales y aumentar el uso de las colecciones y servicios, y mantener una interconexión con otras bibliotecas y bibliotecarios para mantenerse al día con las actualizaciones que este contexto requiere.

Conclusiones

Con lo anterior se expone la utilidad de las redes sociales para ofrecer un servicio de referencia virtual dadas las condiciones actuales en las que los usuarios interactúan en la web y buscan satisfacer sus necesidades de información.

La capacidad de las bibliotecas para adaptarse a las tendencias tecnológicas es evidente, por lo tanto los servicios tienen que ir en el mismo tenor. Sin duda la popularidad de las redes sociales en los últimos años ha contribuido a generar nuevas formas de comunicación e interacción que las bibliotecas pueden aprovechar el auge de éstas para llegar a sus usuarios e incentivar el uso de los servicios bibliotecarios.

El análisis realizado a las bibliotecas seleccionadas demostró el uso de las redes sociales para este tipo de servicios bibliotecarios, si bien, la mayoría utiliza las redes sociales (Facebook y Twitter) para difusión, en algunos casos como Cambridge University Library, ofrecen el servicio a través de Facebook complementándolo con el servicio de referencia que se ofrece a través de la página web de la biblioteca.

Así mismo, en los perfiles de Twitter de las bibliotecas seleccionadas, las respuestas a través de *tuits* se dan de manera rápida y concreta, con la posibilidad de ofrecer información a profundidad a través de la página web de la biblioteca.

Lo anterior refleja el grado de integración que están teniendo las bibliotecas académicas con las redes sociales para brindar un servicio de referencia virtual. Así como la posibilidad de acceder a los servicios que se ofertan sin necesidad de ser miembro de la institución.

La visibilidad que tienen las bibliotecas al estar en contacto con sus usuarios a través de estas redes sociales permite generar perfiles de usuarios, estadísticas y estudios para mejorar el servicio.

Por otro lado, como se observó durante la investigación, las bibliotecas académicas están haciendo uso de las redes sociales para ofrecer sus servicios, sin embargo hace falta una planeación estratégica que permita y contribuya a la interacción con los usuarios.

Es usual encontramos con perfiles de bibliotecas en las redes sociales, pero éstas se encuentran ahí, en algunos casos, por requerimientos institucionales. En ocasiones no hay interacción por parte del bibliotecólogo que se encuentra del otro lado del monitor, lo que refleja poca planeación por parte de la biblioteca, por lo tanto es necesario establecer un proyecto en donde se establezcan objetivos claros que puedan procurar la calidad del servicio.

Sin embargo, una de las grandes ventajas al ofrecer servicios de referencia virtual a través de las redes sociales es que contribuye a resolver uno de los principales problemas en la búsqueda de información en el entorno digital: la asistencia de especialistas que juegan un papel importante en los servicios en línea. La ayuda adecuada de personal calificado en línea para la consulta puede mejorar los resultados de búsqueda, y es indispensable contar con las habilidades y conocimientos de profesionales bibliotecólogos que instruyan y ayuden al usuario en la búsqueda de sus requerimientos de información, incrementando el potencial de los servicios de referencia virtuales. Además de reducir la brecha espacio-tiempo, que mediante herramientas digitales se proporciona un servicio en donde la atención puede ser más rápida y efectiva, facilitando una comunicación interactiva y personalizada entre el bibliotecólogo y el usuario.

Reducir la brecha espacio temporal, es un aspecto importante que impacta de manera positiva en el usuario y en el servicio de referencia virtual. Se ha observado que los usuarios buscan satisfacer sus necesidades de información de manera inmediata, sin necesidad de ir físicamente a la biblioteca o esperar atención solo en horarios determinados, considerando que las redes sociales pueden permitirnos conectar con el usuario en la misma proporción, el usuario puede acceder de manera rápida y eficiente a la información que necesita asistido por un profesional de la información, estableciendo comunicación en todo momento y desde cualquier dispositivo que le permita utilizar sus redes sociales.

Implementar este servicio en las redes sociales tiene como ventaja encontrar a los usuarios inmensos y activos en ese entorno virtual estableciendo interacciones y fomentando la cooperación entre los usuarios y su biblioteca, considerando además el alcance a nivel mundial que tienen redes como Facebook y Twitter.

Otro factor relevante es el personal a cargo del servicio, profesionales de la información que se enfrenten a los desafíos que el servicio conlleva como: la presión para responder de forma inmediata a las consultas, el uso y manejo de las redes sociales, mantener una comunicación formal y amigable simultáneamente, coordinar las actividades dentro de la red evitando duplicar publicaciones o avisos, respetar los derechos de autor y la confidencialidad del usuario en todo momento. Estos desafíos pueden solventarse con capacitaciones periódicas del personal a cargo, ya que como cualquier tecnología, ésta se encuentra en constante cambio y evolución, por lo que la capacitación constante es primordial para el éxito del servicio.

Es necesario considerar que para llevar a cabo este servicio es indispensable contar con la plataforma, internet, infraestructura tecnológica y los recursos humanos que conforman la estructura del proyecto, a pesar de que en algunas bibliotecas estos elementos ya se encuentran integrados a su estructura, es primordial invertir en mejorar la infraestructura tecnológica y capacitar al personal o en su defecto, contratar a especialistas en el tema.

La inversión puede ser mínima, comparada con los beneficios obtenidos para y por los usuarios. Aunado al posicionamiento de la biblioteca ante las tendencias en el mundo digital.

Considero de suma importancia la disponibilidad del bibliotecólogo para utilizar este tipo recursos de información, indispensables para el éxito del servicio, dejando de lado los temores e informándose de las ventajas que las redes sociales pueden tener, sin omitir los riesgos que su uso conlleva. Estos cambios constantes nos obligan a redefinir el ámbito de los servicios bibliotecarios con el uso de las tecnologías, necesitamos adaptarnos a las necesidades y demandas de sus usuarios, y si estos se encuentran activos en la red, en internet y en los sitios de redes sociales, debemos estar ahí.

Así mismo, el bibliotecólogo debe experimentar y ser flexible ante los nuevos recursos y herramientas para apoyar este tipo de servicios virtuales, y las redes sociales conforman una parte integral de las nuevas formas de comunicación actuales que permiten una conexión útil y eficiente entre el usuario y la biblioteca.

Además de utilizar las redes sociales para brindar un servicio, también es posible utilizarlas para promover y difundir noticias referentes a la biblioteca o temas de interés, e información rápida que llegará de forma directa al usuario, así como la promoción de los acervos y colecciones, logrando incrementar su uso y consulta.

La biblioteca por su parte, debe mantener el compromiso de ofrecer servicios de calidad, dedicándole el tiempo que se requiere para ello, mantenerse en constante actualización y capacitación, mantener el interés y dedicación al servicio, atraer a los usuarios y fomentar el uso del servicio, mantener un tono apropiado al momento de brindar el servicio, cuidar los derechos de autor, y estar observando la conectividad a Internet, la infraestructura tecnológica para solicitar algún cambio o mejora.

Siempre hay que tener en cuenta las necesidades del usuario y los recursos, tanto económicos, como de infraestructura y de personal con los que cuente la biblioteca, para poder mantener una comunicación electrónica interactiva y personalizada.

Es importante contar con la disponibilidad del bibliotecólogo, bibliotecas e instituciones académicas para utilizar estos recursos dejando de lado los temores e informándose de las ventajas que las redes sociales pueden tener, sin omitir los desafíos que su uso conlleva.

De esta manera se cumplen con los objetivos planteados al inicio de la investigación, se analizó el uso de las redes sociales como recurso de información para proporcionar respuestas a los requerimientos de información de los usuarios que se atienden a través de un servicio de referencia virtual en las bibliotecas académicas seleccionadas. También se presentó una propuesta para implementar un SRV a través de las redes sociales Facebook y Twitter

Aunado a lo anterior, se identificaron las bibliotecas académicas que ofrecen el servicio de referencia virtual y las redes sociales que se utilizan para ello. Además se reconoció el proceso que se lleva a cabo para ofrecer este servicio a través de las redes sociales y se analizó la aplicación de éstas, específicamente en Facebook y Twitter de los perfiles de las bibliotecas académicas seleccionadas.

De esta forma se considera que se cumplieron las hipótesis planteadas, dado que las redes sociales sí ayudan a los requerimientos de información de los usuarios que utilizan el SRV, obteniendo así información rápida, efectiva y oportuna. Su utilidad en este sentido, radica en ser un recurso de información eficiente que facilita al usuario la satisfacción de sus necesidades informativas, especialmente en el ámbito de la Biblioteca Académica.

La idea fundamental es brindar al usuario un servicio integral, cumpliendo con los objetivos de ofrecer al usuario información oportuna, confiable, y necesaria para satisfacer sus necesidades de información, además de aprovechar las ventajas de utilizar las redes sociales para hacer de este tipo de servicio virtual una realidad.

Los bibliotecólogos debemos estar en constante actualización y adaptarnos a las tecnologías existentes para extraer al máximo los beneficios que éstas pueden tener y utilizar las redes sociales como recurso de información para el servicio de referencia virtual es posible, no solo en bibliotecas académicas, sino en toda biblioteca acepte el desafío.

OBRAS CONSULTADAS

- Academic Ranking of World Universities (2015) Ranking Académico de las Universidades del Mundo (ARWU). Consultado el 08 de septiembre del 2015, en: <http://www.shanghairanking.com/es/>
- Allendez Sullivan, Patricia (2010). Las redes sociales como canales de comunicación de las Unidades de Información. Buenos Aires: Consultora de Ciencias de la Información.
- American Library Association (2004). Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services. *Reference and User Services Association*. Disponible en: <http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/virtrefguidelines> [Consultado el 13 de marzo del 2015]
- Ammentorp, Steen y Hummelshoj, Marianne (2001). Ask a Librarian: Web-Based Reference Question Services A Model for Development. *11th NI&D Conference. Spring for information Reykjavik*, 30 May – 1 June 2001.
- Ball State University (2016). Ball State University Libraries. Consultado el 13 de abril del 2016, en: <http://cms.bsu.edu/academics/libraries>
- Behrens, Jennifer L. (2008). About Facebook, Change at the social-networking juggernaut creates new opportunities for law library outreach, *AALL Spectrum*, 14-17.
- Benn Jill, y McLoughlin Dawn (2013) Facing Our Future: Social Media Takeover, Coexistence or Resistance? The Integration of Social Media and Reference Services. Paper presentado en: IFLA WLIC 2013 - Singapore - Future Libraries: Infinite Possibilities in Session 152 - Reference and Information Services.
- Berkeley University of California (2016). Berkeley Library. Consultado el 28 de abril del 2016, en: <http://www.lib.berkeley.edu/>
- Berube, Linda (2003). Digital Reference Overview. *The Networked Services Policy Task Group, Penny Garrod*. Disponible en: <http://www.ukoln.ac.uk/public/nsptg/virtual/> [Consultado el 27 de abril del 2015]
- Boyd, Danah M. (2001). Taken Out of Context American Teen Sociality. (Dissertation)Networked Publics. University of California, Berkeley.
----- (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Bunge, Charles A. (2008). Reference Services. *The Reference Librarian*, 31(66), 185-199.
- Burkhardt, Any (2010). Social media, A guide for college and university libraries. *C&RL News*. 10-24.
- Castelló Martínez, A. (2010). Estrategias empresariales en la Web 2.0: las redes sociales online. *San Vicente: Club Universitario*.
- Chowdhury Gobinda G. (2001). Digital libraries and reference services: present and future. *Journal of Documentation*, 58(3), 258-283.
- Chu Kai-Wah Samuel y Du, Helen S. (2012). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1) 64–75.
- Columbia University (2016). Columbia University Libraries. Consultado el 29 de abril del 2016, en: <http://library.columbia.edu/>

- Cox, A., y Morris, A. (2003). Creating professional communities of practice for librarians. *The Electronic Library*, 21, 94–98.
- Dartmouth College (2016). Dartmouth College Library. Consultado el 15 de abril del 2016, en: <https://library.dartmouth.edu/?mswitch-redirect=classic>
- Dickson, A., & Holley, R. P. (2010). Social networking in academic libraries: The possibilities and the concerns. *School of Library and Information Science Faculty Research Publications*, 3, 5–8, Disponible en: <http://digitalcommons.wayne.edu> [Consultado el 27 de abril del 2015]
- Evans, Beth. (2006). Your Space or MySpace?. *Library Journal*, 131, 8-12.
- Facebook. (2016) Facebook Consultado el 23 de septiembre del 2016, en: <https://www.facebook.com/>
- Gauntner Witte, G. (2014) Content Generation and Social Network Interaction within Academic Library Facebook Pages. *Journal of Electronic Resources Librarianship*, 26 (2), pp. 89-100.
- González Fernández Villavicencio, Nieves (2012). Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales. *Revista Española de Documentación Científica*, 36(1), 1-14.
- ----- (2012). Servicios de referencia en bibliotecas universitarias: tendencias y plan de marketing”. *El profesional de la información*, 21(6), 567-576.
- Harsh Bardhan Arya & J. K. Mishra (2011). Oh! Web 2.0, Virtual Reference Service 2.0, Tools & Techniques (I): A Basic Approach. *Journal of Library & Information Services in Distance Learning*, 5(4), 149-171.
- International Federation of Library Associations and Institutions (2002). Digital Reference Standards Project. Disponible en: <http://www.ifla.org/node/1776> [Consultado el 23 de abril del 2015]
- Jara de Sumar, Juanita (2002). El Trabajo de Referencia en la Era Digital. Lima: PUCP, Departamento de Humanidades. 33 p.
- Jerant Mlib, Lisa Lott, AHIP & Kenneth Firestein MLS (2003). Not Virtual, but a Real, Live, Online. *Interactive Reference Service, Medical Reference*, 22(2), 57-68.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Lankes, R. David (2004). The digital reference research agenda. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(4), 301-311.
- Lankes, R. David y Kasowitz, Abby S. (1998). AskA Starter Kit: How to Build and Maintain Digital Reference Services. Syracuse, NY. Scarecrow Press, Lanham, MD.
- López Hernández, Francisco (2009). ¿Cómo pueden aprovechar las bibliotecas los mundos virtuales como second life?. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 94(95), 47-57.
- Manso Rodríguez, Ramón Alberto (2006). Servicio de Referencia Virtual, Concepto, organización y evaluación. Cuba: Editorial Feijóo.

- Margaix Arnal, D. (2008). Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El Profesional de la Información*, 17(6), 589-600.
- Massachusetts Institute of Technology (2016). MIT Libraries. Consultado el 28 de abril del 2016, en: <https://libraries.mit.edu/>
- Merlo Vega, José Antonio (2009). Referencia digital: concepto, tecnologías e implementación en centros de información. *El profesional de la información*, 18(6), 589-599.
- Mon, Lorri y Randeree Ebrahim (2009). On the Boundaries of Reference Services: Questioning and Library 2.0. *Journal of Education for Library and Information Science*, 50(3). 164-175.
- Moscoso, Purificación (1998). Reflexiones en torno al concepto recurso de información. *Revista General de Información y Documentación*, 8(1), 327-342.
- Moyo, Lesley M. (2006). Virtual Reference Services and Instruction. *The Reference Librarian*, 46(95-96), 213-230.
- Online Computer Library Center (2005). QuestionPoint. Disponible en: <http://www.oclc.org/es-americalatina/questionpoint/features.html> [Consultado el 18 de marzo del 2015]
- Ovadia, Steven (2011). Quora.com: Another Place for Users to Ask Questions. *Behavioral & Social Sciences Librarian*, 30(3), 176-180.
- Owloo. (2016). Owloo. Consultado el 22 de abril del 2016, en: <https://www.owloo.com/>
- Pinto, María y Manso, Ramón A. (2012). El uso de mapas conceptuales para la evaluación de los servicios de referencia virtual de las bibliotecas universitarias: una experiencia práctica. *Investigación Bibliotecológica*, 26(57), 249-269.
- Pomerantz, J. (2003). Virtual reference services: Evaluation of online reference services. (doctoral dissertation). Syracuse University, Syracuse, NY.
- Princeton University (2016). Princeton University Library. Consultado el 24 de abril del 2016, en: <http://library.princeton.edu/>
- Shachaf, Pnina, Oltmann, Shannon M. y Horowitz, Sarah M. (2008). Service equality in virtual reference. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(4), 535-550.
- Straw, Joseph, E. (2001). From Magicians to Teachers. *The Reference Librarian*, 35(74), 1-12.
- Taylor and Francis Group (2014) A white paper from Taylor & Francis, disponible en: <http://www.tandf.co.uk/journals>
- Tella, Adeyinka y Oyedokun, Toyese Tunde. (2014). An Evaluation of Online Reference Services Through Social Networking Sites in Selected Nigerian University Libraries. *The Reference Librarian*, 55(4), 343-367.
- Tella, Adeyinka, Olarongbe, Shuaib Agboola, Hauwa Bolanle Akanbi-Ademolake & Mulikat Y. Adisa (2013). Use of Social Networking Sites by Academic Librarians in Six Selected States of Nigeria. *New Review of Academic Librarianship*, 19(3), 274-290.

- Turner, Nancy B. and Beck, Susan E. (2001). On the Fly BI. *The Reference Librarian*, 34(72), 83-96.
- Twitter (2016). Twitter. Consultado el 23 de septiembre del 2016, en: <https://twitter.com/>
- University of Calgary (2016). University of Calgary Library. Consultado el 15 de abril del 2016, en: <http://library.ucalgary.ca/>
- University of Cambridge (2016). Cambridge University Library. Consultado el 24 de abril del 2016, en: <http://www.lib.cam.ac.uk/>
- University of Denver, Colorado, USA (2005).The Virtual Reference Desk. Disponible en: <http://www.vrd.org/about.shtml> [Consultado el 11 de enero del 2015]
- University of Southampton (2016). University of Southampton Library. Consultado el 13 de abril del 2016, en: <http://www.southampton.ac.uk/library/index.page#>
- Wasik, Joann M. (1999). Building and Maintaining Digital Reference Services. ERIC Digest. *ERIC Clearinghouse on Information and Technology Syracuse NY*. Disponible en: <http://www.ericdigests.org/1999-4/digital.htm> [Consultado el 25 de abril del 2015]
- Young, Courtney L. (2014). Crowdsourcing the Virtual Reference Interview with Twitter. *Reference Librarian*, 55(2), 172-174.
- Yungrang Cheng, Laura (2008). Virtual Reference Services, introduction. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 34(2), 1-2.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 ETAPAS Y ACCIONES EN EL PROCESO DE REFERENCIA VIRTUAL SEGÚN LANKES	15
ILUSTRACIÓN 2 INTERACCIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL SERVICIO DE REFERENCIA VIRTUAL	16
ILUSTRACIÓN 3. RESUMEN DE LAS TIPOLOGÍAS DE SERVICIOS DE REFERENCIA VIRTUAL.	18
ILUSTRACIÓN 4. REPRESENTACIÓN ESTADÍSTICA DE ACTIVIDAD EN FACEBOOK	31
ILUSTRACIÓN 5. ESTADÍSTICAS GLOBALES DE FACEBOOK.	34
ILUSTRACIÓN 6. ESTADÍSTICA TRIMESTRAL DE FACEBOOK.	34
ILUSTRACIÓN 7. GRÁFICA DE LAS REDES SOCIALES UTILIZADAS POR LAS BIBLIOTECAS.	35
ILUSTRACIÓN 8. FRECUENCIA DE USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS BIBLIOTECAS.	36
ILUSTRACIÓN 9. TOP 10 DE LAS PRINCIPALES UNIVERSIDADES SEGÚN LA LISTA DEL ACADEMIC RANKING OF WORLD UNIVERSITIES 2015.	37
ILUSTRACIÓN 10. CHAT DE MIT LIBRARIES	44
ILUSTRACIÓN 11. EMAIL US DE LA MIT LIBRARIES.	45
ILUSTRACIÓN 12. ICONOS DE INFORMACIÓN DE LA UC BERKELEY LIBRARY.	46
ILUSTRACIÓN 13. EMAIL SIGNUP DE LA UC BERKELEY LIBRARY.	46
ILUSTRACIÓN 14. APLICACIÓN DE TWITTER EN EL PERFIL DE FACEBOOK DE LA PRINCETON UNIVERSITY LIBRARY	48
ILUSTRACIÓN 15. SERVICIO POR CORREO ELECTRÓNICO DE COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES.	49
ILUSTRACIÓN 16. USO DE TWITTER 2015.	53
ILUSTRACIÓN 17. TUIT RESPUESTA DE MIT LIBRAY.	55
ILUSTRACIÓN 18. TWITTER DE LA UC BERKELEY LIBRARY	56
ILUSTRACIÓN 19. TUIT DE LA UC BERKELEY LIBRARY.	57
ILUSTRACIÓN 20. INTERACCIÓN DE CAMBRIDGE UNIVERSITY LIBRARY.	58
ILUSTRACIÓN 21. PUBLICACIONES DE PRINCETON UNIVERSITY LIBRARY EN TWITTER.	59
ILUSTRACIÓN 22. PUBLICACIÓN DE COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES.	60
ILUSTRACIÓN 23. INTERACCIÓN DE JOURNALISM LIBRARY COLUMBIA UNIVERSITY.	61
ILUSTRACIÓN 24. PUBLICACIÓN DE JOURNALISM LIBRARY COLUMBIA UNIVERSITY.	62
ILUSTRACIÓN 25,. EJEMPLO DE INFORMACIÓN GENERAL EN FACEBOOK.	67
ILUSTRACIÓN 26. EJEMPLO DE PERFIL EN TWITTER.	67
ILUSTRACIÓN 27. FILTRO DE GROSERÍAS EN FACEBOOK.	69
ILUSTRACIÓN 28. EDICIÓN DE PÁGINA EN FACEBOOK.	70
ILUSTRACIÓN 29. CATÁLOGO DE LA BIBLIOTECA EN FACEBOOK.	71
ILUSTRACIÓN 30. VIDEO TUTORIAL DE LA BIBLIOTECA EN FACEBOOK.	71
ILUSTRACIÓN 31. EJEMPLO DE PUBLICACIÓN DE RECURSOS EN TWIITER.	72
ILUSTRACIÓN 32. EJEMPLO DE NOTAS DE EVENTOS EN FACEBOOK.	72

ILUSTRACIÓN 33. EJEMPLO DE PERFIL EN TWITTER.	73
ILUSTRACIÓN 34. EJEMPLO DE VINCULACIÓN DE CUENTAS DE TWITTER EN FACEBOOK.	78
ILUSTRACIÓN 35. EJEMPLO DE APLICACIONES EN EL PERFIL DE FACEBOOK.	79
ILUSTRACIÓN 36. EJEMPLO DE PERFIL DEL SRV EN FACEBOOK.	83
ILUSTRACIÓN 37. EJEMPLO DE INFORMACIÓN DE LA PÁGINA DEL PERFIL SRV EN FACEBOOK.	84
ILUSTRACIÓN 38. EJEMPLO DE CHAT DE SRV EN FACEBOOK.	85
ILUSTRACIÓN 39. EJEMPLO DE CHAT DEL SRV EN FACEBOOK.	86
ILUSTRACIÓN 40. EJEMPLO DE VINCULACIÓN DE CUENTAS EN FACEBOOK.	87
ILUSTRACIÓN 41. EJEMPLO DE RESPUESTAS ANTE LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN EN TWITTER.	88

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PERFILES DE LAS BIBLIOTECAS EN FACEBOOK Y TWITTER	39
TABLA 2. PERFILES DE LAS BIBLIOTECAS SELECCIONADAS EN FACEBOOK Y TWITTER	40
TABLA 3. PERFILES IDENTIFICADOS EN FACEBOOK DURANTE LA EXPLORACIÓN WEB.	41
TABLA 4. INDICADORES DE LOS PERFILES DE LAS BIBLIOTECAS ACADÉMICAS.	42
TABLA 5. INDICADORES DE LOS PERFILES EN FACEBOOK DE LAS BIBLIOTECAS ACADÉMICAS SELECCIONADAS	52
TABLA 6. PERFILES DE LAS BIBLIOTECAS SELECCIONADAS EN TWITTER	54
TABLA 7. INDICADORES DE LOS PERFILES DE LAS BIBLIOTECAS SELECCIONADAS EN TWITTER.	63