



Percepción del uso de Instagram en la difusión cultural
de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya.

María Isabel Arrautt Garavito

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Antioquia y Chocó
Centro Universitario Bello (Antioquia)
Programa Comunicación Social – Periodismo
Mayo 30 de 2025

Percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública
Municipal Juan Carlos Montoya Montoya.

María Isabel Arrautt Garavito

Monografía presentada como requisito para optar al título de Comunicador
Social - Periodista

Asesora:

Lina Marcela Gallego Moreno

Candidata a doctora en Humanidades, Magíster en Gestión de Ciencia,
Tecnología e Innovación y Periodista

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Centro Universitario Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

Mayo 30 de 2025

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía en cada paso, mi refugio en la incertidumbre y la luz que ilumina mi camino.

A mí, por la valentía de comenzar, la resiliencia de continuar y la determinación de llegar hasta aquí. A la Isa que un día soñó con este momento: gracias por creer, insistir y demostrar que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mi mamá, por su amor incondicional, por confiar en mi vocación y por enseñarme que los sueños se construyen con paciencia, fe y trabajo.

A mi hermano, por ser inspiración y recordarme que cada desafío es una oportunidad para crecer.

A mi novio, por su apoyo inquebrantable, por recordarme que soy más que mis logros y por ser un refugio de amor y tranquilidad en este viaje.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo, la perseverancia y el amor por lo que hago. Hoy, con gratitud y orgullo, cierro este capítulo, convencida de que el aprendizaje nunca termina y que el mejor camino es aquel que se recorre con el corazón.

Agradecimientos

A Dios, por ser mi guía y fortaleza.

A mi familia, por su amor incondicional y su apoyo en cada etapa.

A Paula Andrea Cardona Torres, por su orientación durante mi proceso de prácticas en Comfama.

A Lina Marcela Gallego Moreno, por su guía y compromiso como asesora de este trabajo.

A mis amigos y seres queridos, por su compañía y aliento en cada desafío.

A todos los que, de alguna manera, contribuyeron a este logro: gracias.

Tabla de contenido

Lista de tablas	13
Lista de figuras	14
Lista de anexos	16
Resumen	17
Abstract	18
Introducción	19
CAPÍTULO I	21
1. Planteamiento del problema.	22
1.1 Planteamiento descriptivo del problema	23
1.2 Pregunta problematizadora	24
1.3 Delimitación del problema	25
1.3.1 Periodo analizado	26
2. Revisión de la literatura	26
3. Enfoque Metodológico	27
3.1 Importancia del Estudio	27
3.2 Objetivos	28
3.2.1 Objetivo general:	28

3.2.2 Objetivos específicos:	28
4. Justificación	28
CAPÍTULO II	31
5. Marcos Referenciales	31
5.1 Marco Histórico:	31
5.1.1 Fundación y evolución	32
5.1.2 Transformación y Funciones en la Comunidad	32
5.1.3 Importancia y Estrategias de Difusión	33
5.1.4 La Biblioteca en el Contexto Local y Nacional	33
5.1.5 Hitos Históricos y Expansión	34
5.1.6 Historia de Instagram: orígenes y evolución	47
5.2 Marco investigativo	48
5.2.1 Evaluaciones de la efectividad de Instagram en la promoción de la lectura y la cultura	49
5.2.2 Investigaciones Internacionales	50
5.2.3 Investigaciones Nacionales	51
5.2.4 Investigaciones locales	51
6. Enfoque metodológico	52
6.1 Problemática	53
6.2 Marco teórico: teorías y modelos que sustentan la investigación	53

6.2.1	Conceptualización de la comunicación digital	53
6.2.2	Redes sociales y su impacto en la difusión cultural	54
6.2.3.	Modelos teóricos sobre participación y comportamiento del usuario en plataformas digitales	55
6.3	Marco conceptual	56
6.3.1	Instagram	56
6.3.2	Comunicación digital	56
6.3.3	Difusión cultural	57
6.3.4	<i>Engagement</i> (interacción de usuarios en redes sociales)	58
6.3.5	Estrategia digital	58
6.3.6	Bibliotecas en el entorno digital	59
6.4	Marco legal	59
6.5	Marco praxiológico	61
6.5.1	Interpretación de la percepción de los usuarios sobre la estrategia digital	61
6.5.2	Propuestas de mejora para fortalecer la difusión cultural en Instagram	62
6.5.3	Impacto de la estrategia digital en la visibilidad y participación	62
6.5.4	El Uso de Instagram en la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya	72
	CAPÍTULO III	76

7. Diseño metodológico	76
7.1 Desarrollo de Objetivos	76
7.1.1 Objetivo 1: Análisis de contenidos de Instagram	76
7.1.2 Objetivo 2: Encuestas a usuarios de Instagram	77
7.1.3 Objetivo 3: Entrevistas con expertos	77
7.1.4 Preguntas guía para las entrevistas	78
7.2 Tipo de investigación	81
7.3 Tipo de metodología	82
7.4 Enfoque	82
7.4.1 Técnicas	83
7.4.2 Instrumentos a aplicar	84
7.4.3 Criterios de selección	85
Capítulo IV	88
8. Resultados del Objetivo 1	88
8.1 Estrategias de Comunicación en Instagram	88
8.1.1 Estrategia de Contenidos Visuales	88
8.1.2 Estrategia de Storytelling (Narración)	88
8.1.3 Estrategia de Interacción y Engagement	89
8.1.4 Estrategia de <i>Influencers</i> y Colaboraciones	89
8.1.5 Estrategia de <i>Hashtags</i>	89

8.1.6 Estrategia de Publicidad Pagada	89
8.1.7 Estrategia de Personalización y Experiencia del Usuario	90
8.1.8 Estrategia de Consistencia y Frecuencia	90
8.2 Tipos de Contenido en Instagram	90
8.2.1 Publicaciones de Imágenes	90
8.2.2 Videos	90
8.2.3 Reels	90
8.2.4 Historias (Stories)	91
8.2.5 Carruseles	91
8.2.6 IGTV (Instagram TV)	91
8.3 Triangulación de la Información: Estrategias y Tipos de Contenido en Instagram Aplicado a la Biblioteca Pública de Sabaneta	91
8.3.1. Introducción a la Triangulación Metodológica	91
8.3.2. Teoría: Estrategias y Tipos de Contenido en Instagram	92
8.3.3. Análisis: Tipos de Contenido en el Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta	92
8.3.4. Práctica y Realidad: Aplicación de Estrategias en la Biblioteca Pública de Sabaneta	92
8.3.5. Relación entre los Ejes	93
8.3.6. Resultados Esperados de la Triangulación	93

9. Capítulo 3: Diseño metodológico y Capítulo 4: Resultados del Objetivo 1 - Relación y Análisis Integrado	94
9.1. Capítulo 3: Diseño metodológico	94
9.2 Capítulo 4: Resultados del Objetivo 1	95
10. Análisis de las Publicaciones de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta	97
10.1 Septiembre 2024	97
10.2 Octubre 2024	100
10.3 Noviembre 2024	104
10.4 Diciembre 2024	107
10.5 Análisis Comparativo de las Publicaciones de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta (Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre de 2024)	111
10.5.1 Hallazgos y Conclusiones por Mes	112
11. Triangulación con el Segundo y Tercer Objetivo	116
11.1 Resultados objetivo 2 Encuestas a usuarios de instagram	117
11.1.1 Hallazgos y conclusiones objetivo 2	127
11.2 HALLAZGOS	129
11.2.1. Uso frecuente de Instagram entre los encuestados	130
11.2.2. Alta tasa de seguimiento a la cuenta de la biblioteca	130
11.2.3. Contenido más popular entre los usuarios	130

11.2 4. Percepción general positiva, pero con oportunidades de mejora	130
11.2.5. Participación en eventos vista desde Instagram	131
11.2.6. Diversidad de edades y territorios	131
11.3 CONCLUSIONES	132
12. Resultados objetivo 3 Entrevista a expertos	134
Conclusiones finales	141
Conclusiones	141
Reflexión final	142
Conclusión	145
Referencias	148
Anexos	152
Anexo A. Matriz de Análisis de Contenido en Excel	152
Anexo B. Matriz de Respuestas de Encuesta (Google Forms)	152
Anexo C. Encuesta Semiestructurada a Seguidores	152
Anexo D. Preguntas a Expertos	152

Anexo E. Entrevista con Experto en Redes Sociales - Daniel Calao	152
Anexo F. Entrevista con Experta en Comunicación - Paula Cardona	153
Anexo G. Entrevista con experto en bibliotecas	153

Lista de tablas

Tabla 1. Variables de la investigación.	64
Tabla 2. Teorías relevantes que sustentan la investigación.	65
Tabla 3. Resumen de los Objetivos y Técnicas de Recolección de Datos	79
Tabla 4. Detalles de la Matriz de Excel para el Análisis de Contenidos	80

Lista de figuras

- Figura 1. Fotografías tomadas del Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, escritura y oralidad. "Palabras Vivas" de la Alcaldía de Sabaneta (Alcaldía de Sabaneta, 2022). 36
- Figura 2. Fotografías tomadas del Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, escritura y oralidad. "Palabras Vivas" de la Alcaldía de Sabaneta (Alcaldía de Sabaneta, 2022). 37
- Figura 3. Fotografías tomadas del artículo "Biblioteca de Sabaneta, entre las mejores de Colombia en diversidad" publicado en Minuto30 (Minuto30, 2024). 38
- Figura 4. Fotografías tomadas del artículo "Biblioteca de Sabaneta, entre las mejores de Colombia en diversidad" publicado en Minuto30 (Minuto30, 2024). 39
- Figura 5. Captura de pantalla del reel publicado por la Biblioteca Pública de Sabaneta en Instagram (Biblioteca Pública de Sabaneta, 2025). 40
- Figura 6. The New York Public Library cuenta de Twitter. 43
- Figura 7. Biblioteca Nacional de España: Ha utilizado Instagram para difundir su colección digital, ofrecer visitas virtuales y compartir datos históricos sobre su acervo bibliográfico (Biblioteca Nacional de España, s.f.). 43
- Figura 8. Biblioteca Pública de Medellín: Ha fortalecido su presencia digital mediante la transmisión de eventos en vivo, talleres de escritura creativa y programas de lectura infantil, consolidando su comunidad de lectores a través de redes sociales (Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín, s.f.). 43
- Figura 9. *Reel* publicado en Instagram 69
- Figura 10. Sistema de Bibliotecas - Alcaldía de Medellín (@bibliotecasmed) 70
- Figura 11. Biblioteca Pública Piloto (@bppiloto) Publicación en Instagram. 71
- Figura 12. Comfama (@comfama) 72
- Figura 13. Esquema :Proceso de investigación 81

- Figura 14. Matriz de Excel análisis de contenidos del Instagram de la biblioteca pública de sabaneta 97
- Figura 15 117 Edad en encuesta al usuario
- Figura 16 118 Género en encuesta al usuario
- Figura 17 118 Barrio en encuesta al usuario
- Figura 18 119 Uso de redes sociales en encuesta al usuario
- Figura 19 119 Tiempo que usan las redes en encuesta al usuario
- Figura 20 120 Frecuencia con la que usan instagram en encuesta al usuario
- Figura 21 121 Percepcion en encuesta al usuario
- Figura 22 122 Tipo de contenido en encuesta al usuario
- Figura 23 123 Eventos en encuesta al usuario
- Figura 24 124 Autorización en encuesta al usuario

Lista de anexos

Anexo A. Matriz de Análisis de Contenido en Excel	152
Anexo B. Matriz de Respuestas de Encuesta (Google Forms)	152
Anexo C. Encuesta Semiestructurada a Seguidores	152
Anexo D. Preguntas a Expertos	152
Anexo E. Entrevista con Experto en Redes Sociales - Daniel Calao	152
Anexo F. Entrevista con Experta en Comunicación - Paula Cardona	153
Anexo G. Entrevista con experto en bibliotecas	153

Resumen

Este trabajo de grado analiza la percepción del uso de Instagram como herramienta de difusión cultural en la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya de Sabaneta, Antioquia. A través de una metodología mixta, se aplicó una encuesta digital a usuarios de la cuenta, se elaboró una matriz de análisis de contenido con base en las publicaciones realizadas entre septiembre y diciembre de 2024, y se realizaron entrevistas a expertos en comunicación digital y gestión bibliotecaria. El estudio busca comprender cómo los públicos perciben el contenido que publica la biblioteca en esta red social y qué tan efectiva es la plataforma para fortalecer el vínculo entre la institución y la comunidad. Los hallazgos permiten identificar oportunidades de mejora en la estrategia comunicativa digital de la biblioteca, fomentando una participación más activa y significativa de los usuarios.

Palabras clave:

Biblioteca pública, Instagram, comunicación digital, percepción de usuarios, difusión cultural, redes sociales, contenido digital, participación ciudadana

Abstract

This undergraduate thesis analyzes the perception of Instagram as a tool for cultural dissemination at the Juan Carlos Montoya Montoya Municipal Public Library in Sabaneta, Antioquia. Through a mixed-methods approach, a digital survey was conducted among Instagram users, a content analysis matrix was developed based on posts published between September and December 2024, and interviews were carried out with experts in digital communication and library management. The study aims to understand how the public perceives the library's content on this platform and how effective Instagram is in strengthening the connection between the institution and its community. The findings highlight opportunities to improve the library's digital communication strategy and encourage more active and meaningful user participation.

Keywords:

Public library, Instagram, digital communication, user perception, cultural dissemination, social media, digital content, citizen participation.

Introducción

En la actualidad, las bibliotecas públicas no solo son espacios físicos dedicados al fomento de la lectura, sino también agentes culturales que, frente al auge de la digitalización, se han visto en la necesidad de adaptarse a las nuevas formas de comunicación de sus comunidades. Las redes sociales digitales, en especial Instagram, han adquirido un papel protagónico en la difusión de contenidos culturales y educativos, permitiendo a las bibliotecas ampliar su alcance, conectar con públicos diversos y mantenerse vigente en la era digital.

La presente investigación se centra en analizar la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, ubicada en el municipio de Sabaneta, Antioquia. Esta biblioteca ha consolidado su presencia en redes sociales a través de su cuenta institucional @bibliotecadesabaneta, la cual cuenta con 957 publicaciones y 4.991 seguidores hasta abril de 2025. A pesar de su constante actividad en la plataforma, no existe un diagnóstico claro sobre cómo sus contenidos son percibidos por sus diferentes públicos o si efectivamente están cumpliendo su propósito de fomentar la participación ciudadana, el acceso a la cultura y la apropiación del espacio bibliotecario a través de Instagram.

Durante un periodo de cuatro meses (septiembre a diciembre de 2024), se llevó a cabo una investigación de carácter cualitativo. En este proceso se aplicó una encuesta virtual en Google Forms dirigida a usuarios y seguidores de la biblioteca, con el fin de conocer su percepción frente al contenido publicado en Instagram. Además, se realizó una matriz de análisis manual en Excel donde se clasificaron y observaron todas las publicaciones realizadas en la cuenta durante esos cuatro meses, organizadas por categorías como tipo de contenido, formato, temática, interacción, lenguaje gráfico y uso de recursos audiovisuales. Finalmente, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con expertos en comunicación digital, redes sociales y bibliotecas públicas, para complementar y enriquecer los hallazgos.

Este trabajo busca ofrecer una mirada crítica y reflexiva sobre la relación entre las bibliotecas públicas y su presencia en redes sociales, entendiendo que plataformas como Instagram no solo deben ser vistas como medios de difusión, sino como herramientas estratégicas para fortalecer la conexión con la comunidad, visibilizar la oferta cultural y educativa, e incentivar la participación activa de todos los públicos que hacen parte del ecosistema bibliotecario.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema.

“Siempre imaginé que el Paraíso sería algún tipo de biblioteca.”

Jorge Luis Borges

Desde tiempos remotos, las bibliotecas han sido faros de conocimiento, espacios donde la palabra escrita se convierte en refugio, memoria y descubrimiento. En Colombia, al igual que en muchas partes del mundo, las bibliotecas públicas y privadas han recorrido un largo camino de transformación, buscando adaptarse a las nuevas formas de comunicación y al pulso cambiante de sus comunidades. Cada una, influenciada por su territorio, contexto y población, ha tejido estrategias propias para mantener viva su misión: democratizar el acceso al conocimiento y fomentar la participación ciudadana.

Con la expansión del universo digital, las bibliotecas han debido reinventarse. Las redes sociales, y en particular Instagram, se han convertido en canales fundamentales para acercarse a una audiencia cada vez más conectada, visual e interactiva. Esta plataforma, que privilegia lo estético, lo inmediato y lo narrativo, ha brindado nuevas oportunidades para que las bibliotecas promuevan su oferta cultural y educativa más allá de sus muros físicos.

En este escenario, la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, ubicada en el municipio de Sabaneta, Antioquia, ha adoptado Instagram como una herramienta estratégica para comunicarse con sus usuarios. A través de su cuenta @bibliotecadesabaneta, ha compartido un total de **957 publicaciones** y ha reunido una comunidad digital de **4.991 seguidores**, reflejando un compromiso activo con la difusión de contenidos culturales, literarios y educativos. No obstante, pese a esta notable presencia en redes, no se ha realizado una evaluación concreta sobre el impacto real de su estrategia digital ni sobre la percepción que tienen los usuarios respecto a dicho contenido.

Este trabajo de grado parte de una inquietud central: ¿logra la biblioteca, a través de su cuenta de Instagram, generar vínculos significativos con su comunidad?, ¿es percibida como un espacio cultural relevante y cercano?, ¿el contenido que publica promueve efectivamente la participación y la apropiación ciudadana de la biblioteca como bien público?

Más allá de la frecuencia de publicación y la cantidad de seguidores, es indispensable analizar la interacción, el nivel de involucramiento de los usuarios y su percepción frente a la biblioteca como un actor activo en la promoción cultural del municipio. Este estudio pretende así identificar los aciertos y retos de la biblioteca en el uso de Instagram, y proponer rutas de mejora que potencien su visibilidad y pertinencia en el entorno digital.

Si bien existen investigaciones previas que exploran el uso de redes sociales por parte de bibliotecas —como el análisis de Uribe (2017) sobre el uso de Facebook en los Parques Biblioteca de Medellín, o el estudio de Gómez González y Sosa Zaragoza (2019) sobre bibliotecas universitarias en México—, aún es escasa la literatura que se enfoca específicamente en Instagram como canal de comunicación cultural en bibliotecas públicas municipales.

En respuesta a este vacío, esta investigación propone una mirada crítica, sensible y contextualizada sobre el caso de la Biblioteca Pública de Sabaneta, buscando comprender su relación digital con la comunidad y aportar a la reflexión sobre la comunicación pública en tiempos de redes sociales.

1.1 Planteamiento descriptivo del problema

Mi acercamiento a este objeto de estudio se remonta a una etapa personal significativa, cuando la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya de Sabaneta se convirtió en un espacio frecuente en mi vida cotidiana. Como usuaria habitual, no solo asistía a las actividades y talleres que la biblioteca ofrecía, sino que

también seguía activamente su cuenta de Instagram (@bibliotecadesabaneta). Fue durante este tiempo que comencé a observar cómo la biblioteca estaba utilizando esta plataforma digital para interactuar con los usuarios y promover su oferta cultural. Esta observación me llevó a cuestionarme sobre el impacto real de dicha estrategia digital y su efectividad en la creación de una comunidad activa y participativa.

Con la llegada del momento de realizar mi investigación, me pareció natural que el tema que pudiera explorar fuera este, ya que sentía una conexión directa con la biblioteca y su labor cultural. Si bien la cuenta de Instagram de la biblioteca ha publicado 957 contenidos y cuenta con 4.991 seguidores hasta la fecha, la pregunta central que surgió fue: ¿realmente esta presencia digital está generando una interacción significativa con los usuarios? ¿La biblioteca está utilizando las redes sociales de manera efectiva para conectar con su audiencia, promover su propuesta cultural y fortalecer su rol como centro de encuentro en el municipio?

A pesar de la activa producción de contenido, hasta el momento no existe un análisis profundo que evalúe la efectividad de su estrategia digital, ni de la percepción que los usuarios tienen sobre el papel de la biblioteca en su comunidad a través de Instagram. Este vacío en la investigación es lo que me llevó a investigar cómo se percibe esta herramienta dentro de un contexto local y cómo la biblioteca puede optimizar su uso para alcanzar sus objetivos de participación y difusión cultural.

La biblioteca, como espacio de conocimiento y encuentro cultural, ha de ser un agente clave en la sociedad digital actual. Sin embargo, es fundamental comprender si la comunidad realmente valora la biblioteca como un espacio significativo de difusión cultural en las plataformas digitales, como lo es Instagram, y cómo se puede mejorar esta relación a través de las redes sociales

1.2 Pregunta problematizadora

¿Cómo influye el uso de Instagram en la difusión cultural y la interacción con los usuarios en la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta?

1.3 Delimitación del problema

La presente investigación se sitúa en el ámbito de la comunicación digital y la gestión cultural, y surge como una respuesta ante la necesidad de evaluar el impacto de las estrategias comunicacionales desplegadas en redes sociales, específicamente Instagram, en la difusión cultural y la participación ciudadana en instituciones públicas. En un contexto global de creciente digitalización, las organizaciones deben replantear sus formas tradicionales de comunicación para conectar con una audiencia cada vez más digitalizada, y la Biblioteca Pública de Sabaneta no ha sido ajena a esta transformación.

En este marco, el estudio se centra en el análisis de cómo la Biblioteca Pública de Sabaneta ha utilizado Instagram como herramienta en su estrategia de comunicación digital. A medida que las redes sociales se consolidan como canales clave para la promoción cultural, surgió una interrogante central sobre si las publicaciones de la cuenta oficial de Instagram (@bibliotecadesabaneta) realmente fomentan una interacción significativa con la comunidad y promueven eficazmente las actividades culturales de la biblioteca. A pesar de la alta frecuencia de publicaciones, la falta de un análisis profundo sobre los resultados obtenidos sugería que las estrategias comunicacionales implementadas no alcanzaban a la audiencia de forma óptima, lo cual representaba un desafío tanto para la biblioteca como para sus seguidores más comprometidos.

El problema planteado se enmarca en el contexto urbano de Sabaneta, donde las redes sociales han sido consolidadas como herramientas esenciales de comunicación institucional. Si bien existen investigaciones que abordan la comunicación digital en general y las dinámicas de participación en redes sociales, esta investigación se distingue por su enfoque en la interacción orgánica en Instagram, limitando el análisis a

una muestra de usuarios altamente activos, con el objetivo de identificar, con precisión, las fortalezas y debilidades de la estrategia digital aplicada en la biblioteca.

Para abordar esta cuestión, se analizó el contenido publicado en la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta durante un período de cuatro meses, comprendido entre septiembre de 2024 y febrero de 2025. Este marco temporal permitió observar la evolución de las publicaciones, la interacción del público y la efectividad de las estrategias de difusión cultural en la plataforma.

Además, se llevó a cabo una encuesta en Google Forms dirigida a usuarios mixtos de la cuenta de Instagram, complementada con entrevistas a expertos en redes sociales y bibliotecólogos. El estudio permitió evaluar de forma exhaustiva el nivel de interacción generado por las publicaciones y cómo los usuarios percibían el papel de la biblioteca en la difusión cultural.

1.3.1 Periodo analizado

- Septiembre 2024
- Octubre 2024
- Noviembre 2024
- Diciembre 2024

2. Revisión de la literatura

La revisión inicial de la literatura reveló que, a pesar del potencial ampliamente reconocido de las plataformas digitales para la difusión de la cultura, existía una notable brecha en el conocimiento específico sobre la efectividad de Instagram como herramienta de comunicación en instituciones culturales de tamaño similar al de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Las investigaciones previas sólo ofrecían soluciones parciales en cuanto al incremento de la interacción digital, lo que subraya la necesidad de un análisis más profundo que considere tanto los logros alcanzados como las áreas que aún pueden ser mejoradas.

Tanto los usuarios como los responsables de la biblioteca coincidieron en señalar que, a pesar de los esfuerzos por modernizar la comunicación digital, aún no se había logrado establecer una estrategia coherente que fomentara una relación duradera y genuina con la comunidad. Esta situación generó la necesidad de una investigación que no solo abordara los logros obtenidos, sino que también proporcionara herramientas para mejorar la estrategia de comunicación digital de la biblioteca.

3. Enfoque Metodológico

El estudio se desarrolló bajo un enfoque metodológico cualitativo, centrado en un exhaustivo análisis de contenido de las publicaciones realizadas por la biblioteca en su cuenta de Instagram durante los meses analizados. La población de estudio incluyó a los seguidores activos de la cuenta, es decir, aquellos que interactuaron de forma significativa con los contenidos mediante comentarios, “me gusta” o compartiendo publicaciones. La selección de la muestra fue no probabilística, priorizando a aquellos usuarios con mayor nivel de participación, lo que permitió obtener una visión más profunda de cómo percibieron y experimentaron los usuarios la comunicación digital de la biblioteca.

3.1 Importancia del Estudio

Este estudio resulta fundamental por diversas razones. Desde el punto de vista social, una comunicación digital más eficaz en instituciones culturales no solo facilita el acceso a la cultura, sino que también fortalece el tejido social, al fomentar una mayor participación de la comunidad. Para la biblioteca, una estrategia digital optimizada no solo incrementaría su reconocimiento institucional, sino que también promovería una mayor participación por parte de la comunidad y optimizaría los recursos al promover sus actividades mediante canales más eficientes.

Desde una perspectiva profesional, esta investigación proporciona valiosos conocimientos sobre las dinámicas de la interacción digital en redes sociales, y ofrece

un modelo replicable que podría aplicarse en otras instituciones culturales de características similares. Sin este estudio, las organizaciones podrían continuar implementando estrategias de comunicación digital ineficaces, limitando así el alcance y la influencia de sus actividades en la comunidad, lo que afectaría negativamente tanto a la biblioteca como a su audiencia digital.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo general:

Analizar el uso de Instagram en la cuenta de la Biblioteca Pública de Sabaneta y evaluar su impacto en la difusión cultural y en la interacción con los usuarios.

3.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca, evaluando su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura.
- Describir la interacción de los usuarios con las publicaciones mediante el análisis de sus percepciones y comentarios.
- Reconocer las oportunidades de mejora en la estrategia digital de la biblioteca.

4. Justificación

Esta investigación se adentra en el uso de Instagram como herramienta clave de comunicación digital en la Biblioteca Pública de Sabaneta, analizando su papel en la difusión cultural y la promoción de la cultura en la era digital. En un contexto donde las bibliotecas han dejado de ser únicamente espacios físicos para convertirse en comunidades interactivas en redes sociales, resulta esencial comprender cómo optimizar el uso de plataformas como Instagram para ampliar su alcance y fortalecer su relación con la comunidad. Las bibliotecas públicas, tradicionalmente como guardianes del

conocimiento y la cultura, desempeñan un papel crucial en la democratización del acceso a la información. Sin embargo, es innegable que, en la actualidad, una gran parte de la población, especialmente los jóvenes, consume contenido cultural principalmente a través de plataformas digitales. Es aquí donde un uso estratégico de Instagram puede permitir a la biblioteca acercarse a nuevas audiencias, diversificar su oferta cultural y fomentar hábitos de lectura entre aquellos que, de otra manera, no acceden a sus servicios de manera presencial.

Este estudio busca contribuir a la discusión sobre el papel de Instagram en la difusión cultural dentro del contexto de una biblioteca pública, específicamente en la Biblioteca Pública de Sabaneta. El análisis se enmarca en teorías de comunicación digital y la construcción de comunidades virtuales, contrastando con investigaciones previas sobre la relación entre redes sociales y promoción cultural. En este sentido, la investigación pretende explorar cómo las estrategias digitales pueden potenciar la función social de las bibliotecas en la era digital, promoviendo la participación activa de la comunidad en la construcción y el acceso a la cultura.

El impacto de esta investigación se extiende más allá del ámbito académico, ya que proporcionará recomendaciones prácticas para optimizar la interacción con los usuarios de la biblioteca a través de su cuenta de Instagram. Este análisis permitirá no solo mejorar la difusión de su programación cultural, sino también fortalecer la presencia de la biblioteca en el ecosistema digital. Además, dado que las bibliotecas suelen operar con presupuestos limitados, este estudio identificará estrategias efectivas que no requieran grandes inversiones económicas. A nivel de la institución, este tipo de mejoras contribuirá a un mayor reconocimiento, participación y optimización de los recursos al utilizar plataformas digitales como canales eficientes de promoción.

Desde la perspectiva del conocimiento y la comunicación, esta investigación tiene como objetivo comprender cómo las estrategias digitales pueden incidir en el acceso a la cultura y la información, además de ofrecer un modelo replicable en otras bibliotecas o instituciones culturales interesadas en mejorar su comunicación digital con sus

públicos. En este sentido, el análisis de cómo la Biblioteca Pública de Sabaneta utiliza Instagram permite evaluar su efectividad en la construcción de una comunidad digital, posicionando a las redes sociales como herramientas esenciales para promover la lectura y fortalecer el papel social de las bibliotecas.

Históricamente, las bibliotecas han jugado un rol clave en la democratización del conocimiento, promoviendo la equidad en el acceso a la educación y la cultura. Este estudio pretende analizar cómo las redes sociales, especialmente Instagram, pueden ser aliadas en la preservación y promoción de este valor social, asegurando que las bibliotecas sigan siendo espacios de aprendizaje accesibles para todos, incluyendo la comunidad sabaneteña.

En términos políticos y sociales, el acceso equitativo a la información es un derecho fundamental, y las bibliotecas, como instituciones públicas, tienen la responsabilidad de garantizar este acceso. Hoy en día, las redes sociales se presentan como una vía clave para acercar a las bibliotecas a nuevas audiencias, diversificando su oferta cultural y fomentando la lectura en comunidades que tradicionalmente no se han acercado de forma presencial a sus servicios. A través de un uso adecuado de Instagram, las bibliotecas pueden convertirse en actores fundamentales en la promoción de la cultura en el entorno digital.

En cuanto al valor teórico, esta investigación se fundamenta en teorías de la comunicación digital, la participación en comunidades virtuales y el marketing cultural. Se contrasta con enfoques previos sobre el uso de redes sociales en la gestión cultural, analizando cómo las plataformas digitales pueden fortalecer la relación entre las bibliotecas y sus públicos, mientras se avanza en la comprensión de las dinámicas digitales en instituciones culturales.

Desde un interés personal y académico, esta investigación responde a la necesidad de comprender el impacto de la transformación digital en las instituciones culturales y cómo estas se adaptan a los nuevos medios de comunicación. En este

sentido, se inscribe en la sublínea de investigación de comunicación digital y cultura, aportando conocimientos relevantes para futuras investigaciones en este campo emergente.

Finalmente, esta investigación llena un vacío importante en el conocimiento sobre las dinámicas digitales que las bibliotecas públicas están empleando, en particular la Biblioteca Pública de Sabaneta. Aunque existen estudios sobre el comportamiento de los usuarios en bibliotecas físicas, como el análisis sobre la representación social de las bibliotecas en Bogotá (Gómez & Sarmiento, 2022) o investigaciones sobre el uso de redes sociales en bibliotecas públicas de la Provincia de Buenos Aires (Merlo, 2021), no se ha realizado un estudio específico sobre la percepción de los usuarios en Instagram en relación con la Biblioteca Pública de Sabaneta. A nivel internacional, estudios como “*Engaging Users through Social Media in Public Libraries*” (Murray & Buchanan, 2020) han explorado estrategias de interacción digital en bibliotecas, pero en el contexto local aún no se ha desarrollado un análisis profundo sobre el impacto de Instagram en la interacción y difusión cultural de las bibliotecas públicas. Este estudio, al abordar específicamente la Biblioteca Pública de Sabaneta, busca llenar ese vacío, proporcionando datos cruciales sobre cómo esta institución está utilizando Instagram para conectar con su audiencia y qué tan efectiva ha sido esta estrategia. Los resultados permitirán desarrollar estrategias más eficientes y replicables, asegurando que la biblioteca continúe cumpliendo su función social y cultural en el ámbito digital.

CAPÍTULO II

5. Marcos Referenciales

5.1 Marco Histórico:

Percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública de Sabaneta

5.1.1 Fundación y evolución

La Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya tiene sus orígenes en 1936, cuando fue establecida como una pequeña biblioteca aldeana con una colección inicial de 200 ejemplares, gestionada por la Sociedad de Mejoras Públicas de Sabaneta. En 1981, el municipio consolidó su rol cultural al crear la Casa de la Cultura, integrando oficialmente la biblioteca como parte de su infraestructura cultural. En 1999, la biblioteca se trasladó a la antigua sede de la Escuela de Varones Alejandro Vásquez Uribe, un espacio que permitió ampliar su oferta de servicios.

El cambio de denominación a Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya en 2004 fue un hito importante, rindiendo homenaje a Juan Carlos Montoya Montoya, un destacado bibliotecario que contribuyó al desarrollo cultural de Sabaneta. En 2019, la biblioteca alcanzó uno de los momentos más significativos de su historia con la inauguración de un moderno edificio de 9.750 metros cuadrados, considerado uno de los más avanzados en el país. Este nuevo espacio le permitió fortalecer y ampliar sus servicios, consolidándose como un referente cultural a nivel local y nacional.

5.1.2 Transformación y Funciones en la Comunidad

Desde su fundación, la biblioteca ha experimentado una constante evolución para responder a las necesidades cambiantes de la comunidad. En sus primeras décadas, la biblioteca centró sus esfuerzos en la alfabetización y el acceso a la cultura escrita. A medida que la tecnología avanzaba, la biblioteca fue incorporando nuevas herramientas y estrategias digitales para diversificar su oferta de servicios. Durante la pandemia de COVID-19 en 2020, la institución implementó servicios en línea y descentralizó su oferta mediante redes sociales, garantizando la continuidad de su función educativa y cultural, a pesar de las restricciones sanitarias.

Hoy en día, la biblioteca cuenta con más de 30 programas, talleres y clubes dedicados a la promoción de la lectura, la escritura y la oralidad. Además, se ha convertido en un importante espacio de encuentro ciudadano, fomentando la

participación social y el intercambio de saberes entre diferentes sectores de la comunidad.

5.1.3 Importancia y Estrategias de Difusión

La Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya ha sido un pilar fundamental en el desarrollo cultural y educativo de Sabaneta. La inauguración de su nueva sede en 2019 marcó un antes y un después en su oferta de servicios, permitiéndole fortalecer su rol como centro de formación y cultura. En 2024, la biblioteca fue reconocida en la IX versión del Premio Nacional de Bibliotecas Públicas 'Daniel Samper Ortega' por su innovadora gestión y contribución a la comunidad.

Para ampliar su alcance, la biblioteca ha implementado diversas estrategias de difusión, entre las que destacan la digitalización de recursos, la vinculación con redes de bibliotecas regionales y nacionales, y el uso activo de redes sociales para promover sus actividades y conectar con su público. En 2021, con la expedición del Decreto 095, se creó la Subdirección de Bibliotecas y Promoción de la Lectura dentro de la estructura administrativa del municipio, lo que fortaleció la gestión de las bibliotecas locales.

5.1.4 La Biblioteca en el Contexto Local y Nacional

El desarrollo de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya se inscribe dentro de un panorama más amplio de transformaciones sociales y educativas que han tenido lugar en Colombia. A lo largo de su historia, las bibliotecas han sido fundamentales en la promoción de la lectura, la escritura y la oralidad, apoyadas por un marco normativo a nivel nacional, departamental y municipal que respalda su función educativa y cultural.

En el contexto local, la evolución de la biblioteca ha estado estrechamente vinculada a iniciativas tanto ciudadanas como públicas que han promovido la cultura del libro y la lectura. Según Duque (2020), las bibliotecas desempeñan funciones educativas, simbólicas y políticas, al ser espacios de construcción de conocimiento y ciudadanía. En

este sentido, la Biblioteca Pública de Sabaneta ha sido clave en la formación de lectores y escritores, además de convertirse en un punto de encuentro para el aprendizaje y la creatividad en la comunidad.

5.1.5 Hitos Históricos y Expansión

Primeras Iniciativas (1930-1949)

La historia de la biblioteca se remonta a la década de 1930, cuando Sabaneta aún era un corregimiento de Envigado. En 1936, el Acuerdo 13 del Concejo Municipal del Distrito de Envigado, respaldado por la Ley Nacional 12 de 1934, impulsó la creación de bibliotecas para fomentar la alfabetización y el acceso a la cultura. A pesar de varios intentos durante las siguientes décadas, la consolidación de una biblioteca estable en Sabaneta no se logró hasta bien entrada la década de 1940.

En 1947, la Sociedad de Mejoras Públicas del corregimiento estableció una biblioteca con el objetivo de fomentar la lectura y la escritura, pero la falta de recursos y la muerte de su principal impulsor, Libardo Garcés, llevaron al cierre de la iniciativa en 1948.

Consolidación y Crecimiento (1950-1999)

A partir de la segunda mitad del siglo XX, con el crecimiento poblacional y la creación del municipio de Sabaneta en 1968, se fortalecieron las políticas culturales que facilitaron la consolidación de una biblioteca pública estable. En 1981, la creación de la Casa de la Cultura marcó el comienzo de la institucionalización definitiva de la biblioteca. En 1999, la biblioteca se trasladó a un espacio más adecuado, lo que permitió ofrecer una mayor variedad de servicios.

Modernización y Expansión (2000-2025)

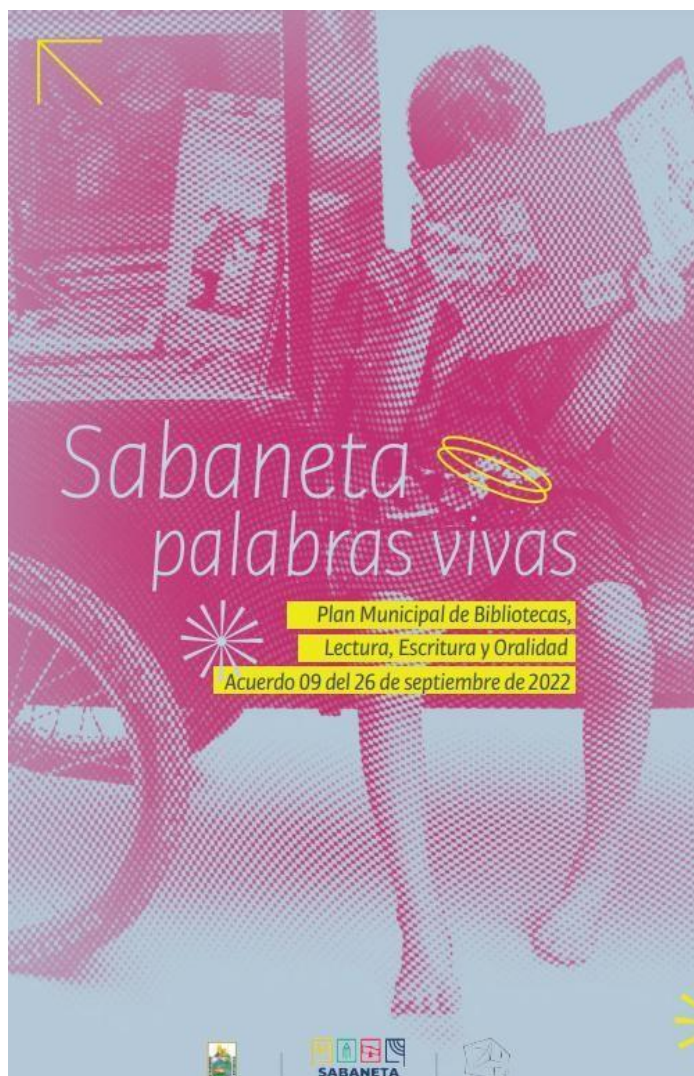
Desde el año 2000, la biblioteca se integró a la Red de Bibliotecas del Área Metropolitana, lo que le permitió mejorar su infraestructura, ampliar su colección y diversificar sus programas. En 2010, comenzó a implementar estrategias de digitalización y expansión de sus servicios en línea. En 2015, se lanzó el plan “Palabras Vivas”, destinado a fortalecer la memoria histórica de la biblioteca y su papel en la comunidad.

En 2020, enfrentó el desafío de continuar su labor durante la pandemia de COVID-19. Para ello, adoptó nuevas estrategias de virtualización y promoción de la lectura a través de plataformas digitales, asegurando la continuidad de sus servicios a pesar de las restricciones. Actualmente, la biblioteca sigue consolidándose como un referente cultural en Sabaneta y en el país.

Uno de los hitos más relevantes en la historia reciente de la biblioteca ocurrió en 2022 con el lanzamiento del Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, Escritura y Oralidad “Sabaneta Palabras Vivas”. Esta estrategia, vigente por diez años, tiene como objetivo reconocer el derecho a la palabra y potenciar las capacidades ciudadanas en torno a los libros y las bibliotecas (Cultura Sabaneta, 2022).

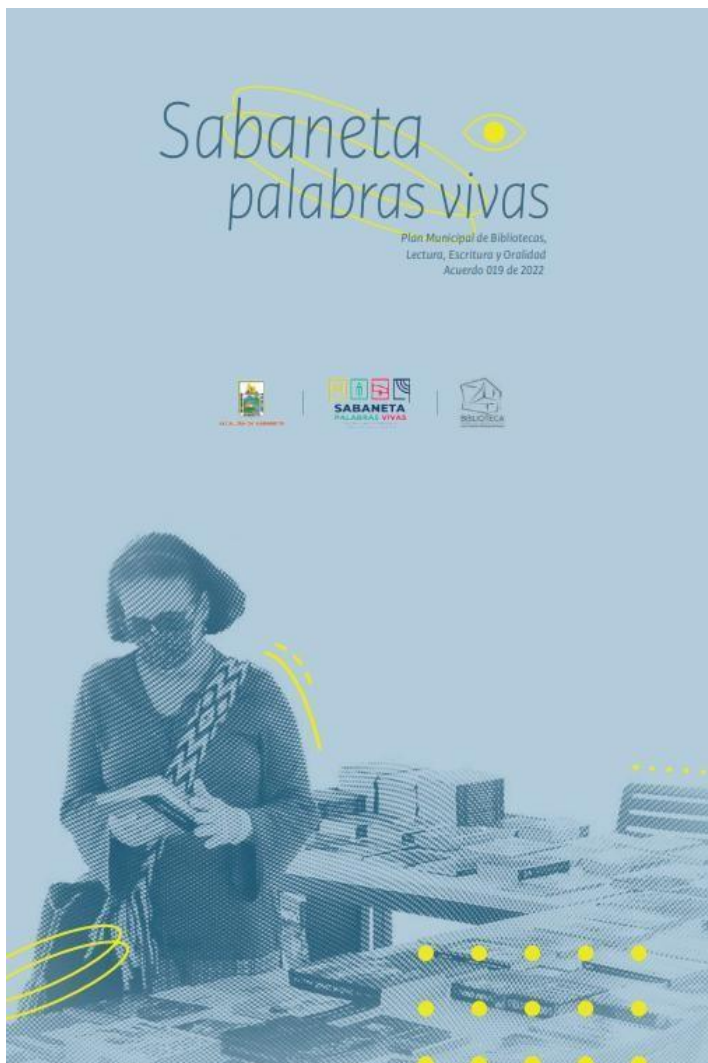
La Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya ha sido un motor de transformación social en Sabaneta. Su evolución refleja un compromiso continuo con el acceso al conocimiento, la promoción de la cultura y el fortalecimiento de la ciudadanía. Gracias a su capacidad de adaptación y crecimiento, continúa siendo un espacio esencial para la comunidad y un modelo de innovación bibliotecaria en Colombia.

Figura 1. Fotografías tomadas del Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, escritura y oralidad. "Palabras Vivas" de la Alcaldía de Sabaneta (Alcaldía de Sabaneta, 2022).



Nota: Archivo personal.

Figura 2. Fotografías tomadas del Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, escritura y oralidad. "Palabras Vivas" de la Alcaldía de Sabaneta (Alcaldía de Sabaneta, 2022).



Nota: Archivo personal.

En 2023, se celebró la cuarta edición de la Fiesta de las Letras y las Palabras, un evento que congregó a la comunidad en torno a la literatura a través de diversas actividades, tales como presentaciones musicales, lanzamientos de libros y talleres culturales (Cultura Sabaneta, 2023).

El año 2024 fue un período de reconocimiento para la biblioteca, al ser galardonada en la IX versión del Premio Nacional de Bibliotecas Públicas “Daniel Samper Ortega” en la categoría Diversidad, Tejido y Organización Comunitaria, lo que resalta su impacto social y su valiosa gestión cultural en el municipio (Minuto30, 2024).

Figura 3. Fotografías tomadas del artículo “Biblioteca de Sabaneta, entre las mejores de Colombia en diversidad” publicado en Minuto30 (Minuto30, 2024).



Nota: Archivo personal.

Figura 4. Fotografías tomadas del artículo “Biblioteca de Sabaneta, entre las mejores de Colombia en diversidad” publicado en Minuto30 (Minuto30, 2024).



Para el año 2025, la biblioteca ha anunciado su programación de actividades literarias bajo la iniciativa *Promoción LEO 2025*, que incluye clubes de lectura y talleres de escritura dirigidos a diversos públicos, con el objetivo de seguir fortaleciendo el acceso a la lectura en Sabaneta (Biblioteca de Sabaneta, 2025).

Figura 5. Captura de pantalla del reel publicado por la Biblioteca Pública de Sabaneta en Instagram (Biblioteca Pública de Sabaneta, 2025).



Disponibilidad de la Revista “Palabras Vivas”

Hasta la fecha, no se ha publicado una nueva edición de la revista “Palabras Vivas” desde la versión de 2022. Sin embargo, para obtener información actualizada sobre futuras publicaciones, se recomienda visitar el sitio web de la Casa de la Cultura La Barquereña de Sabaneta o contactar directamente con la biblioteca (Cultura Sabaneta, 2022).

La Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya de Sabaneta ha experimentado una notable evolución desde sus inicios como un simple espacio para el acceso a la lectura, hasta convertirse en un referente cultural y social fundamental para

el municipio. A lo largo de su historia, ha sido testigo de transformaciones significativas tanto en su infraestructura como en la oferta de servicios, adaptándose con éxito a las demandas cambiantes de la comunidad.

Desde sus primeros años hasta el presente, la biblioteca ha consolidado su rol como promotora de la lectura, la escritura y la oralidad, posicionándose como un lugar clave para el encuentro, el aprendizaje y la construcción de ciudadanía. La implementación del Plan Municipal de Bibliotecas “Palabras Vivas” en 2022 reafirmó su compromiso con la democratización del conocimiento y el fortalecimiento de la cultura local. Este plan, que incluye innovadores programas y estrategias de participación comunitaria, ha ampliado el impacto de la biblioteca en la región.

En años recientes, la biblioteca ha trascendido las limitaciones físicas gracias a la digitalización de sus servicios y la integración de nuevas tecnologías, lo que le ha permitido llegar a una mayor audiencia y fortalecer su papel dentro de la sociedad. Su reconocimiento a nivel nacional, incluyendo premios y la organización de eventos culturales, ha consolidado aún más su relevancia como motor de cambio social en Sabaneta.

De cara al futuro, la biblioteca sigue firme en su misión de promover el acceso libre a la información y a la cultura, desarrollando iniciativas que aseguren su presencia y relevancia en un mundo digitalizado y en constante transformación. La consolidación de estrategias como la promoción de la lectura, el acceso a contenidos digitales y la realización de actividades comunitarias la posicionan como un eje esencial en el desarrollo educativo y cultural del municipio.

En resumen, la Biblioteca Pública de Sabaneta es mucho más que un espacio físico dedicado a los libros; es un escenario donde las historias cobran vida, las palabras construyen puentes, y la comunidad encuentra un espacio para crecer, aprender y soñar.

El análisis de la historia de Instagram como red social y de la Biblioteca Pública de Sabaneta en este trabajo de grado es fundamental para comprender el impacto y la

evolución de ambas en el ámbito de la difusión cultural. A través del Marco Histórico y de Antecedentes , se busca establecer una conexión entre la digitalización y las estrategias de comunicación utilizadas en la actualidad para promover el acceso a la cultura y el conocimiento.

Por un lado, el estudio de Instagram permite entender cómo esta red social ha transformado la manera en que las instituciones culturales interactúan con sus audiencias, facilitando la difusión de eventos, programas y servicios bibliotecarios mediante contenido visual y dinámico. La evolución de Instagram, desde una plataforma centrada en la fotografía hasta convertirse en un ecosistema digital de interacción y marketing, ha redefinido la forma en que las bibliotecas se acercan a nuevas generaciones de usuarios.

Por otro lado, el análisis de la Biblioteca Pública de Sabaneta permite contextualizar su trayectoria y su papel en la promoción de la lectura, la escritura y la oralidad. A lo largo de su historia, ha mejorado su gestión y oferta de servicios, adaptándose a las necesidades de la comunidad. En este contexto, estudiar cómo ha integrado herramientas digitales como Instagram en sus estrategias de difusión cultural resulta esencial para evaluar su impacto y su posicionamiento en el entorno digital.

La convergencia de estos dos ejes permite analizar cómo la biblioteca ha aprovechado el potencial de Instagram para fortalecer su visibilidad, atraer nuevos públicos y consolidarse como un centro de aprendizaje accesible y dinámico. Este enfoque no solo enriquece la investigación, sino que también proporciona una base sólida para desarrollar estrategias de comunicación más efectivas en el futuro.

En definitiva, el estudio de estos antecedentes históricos y tecnológicos proporciona una visión integral de la transformación de la comunicación cultural en la era digital, destacando el papel crucial de Instagram como herramienta de difusión y el impacto de la Biblioteca Pública de Sabaneta como promotora del conocimiento en el municipio.

Figura 6. The New York Public Library cuenta de Twitter.



Nota: Pantallazo de cuenta Twitter.

Figura 7. Biblioteca Nacional de España: Ha utilizado Instagram para difundir su colección digital, ofrecer visitas virtuales y compartir datos históricos sobre su acervo bibliográfico (Biblioteca Nacional de España, s.f.).



Figura 8. Biblioteca Pública de Medellín: Ha fortalecido su presencia digital mediante la transmisión de eventos en vivo, talleres de escritura creativa y

programas de lectura infantil, consolidando su comunidad de lectores a través de redes sociales (Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín, s.f.).



Nota: Pantallazo cuenta Instagram..

El uso de Instagram en bibliotecas públicas: Estrategias digitales para la difusión cultural

El uso estratégico de Instagram ha permitido que las bibliotecas adapten sus servicios al mundo digital, ofreciendo experiencias interactivas que fomentan la participación de los usuarios. La plataforma ha evolucionado de ser simplemente un canal de comunicación a convertirse en un espacio clave para la democratización del acceso a la lectura y la cultura. Con su creciente popularidad, Instagram ha brindado a las bibliotecas una nueva vía para conectar con sus comunidades, mejorar la visibilidad de sus recursos y ofrecer una experiencia más cercana e interactiva.

En este sentido, las bibliotecas modernas implementan diversas estrategias para adaptarse a las necesidades cambiantes de sus usuarios y aprovechar los avances tecnológicos. Una de las principales tácticas es la creación de espacios de co-creación e innovación, donde se ofrecen talleres y cursos que fomentan la participación activa de los usuarios en actividades tecnológicas y creativas. De igual forma, la gestión eficiente

de salas y actividades mediante sistemas de reserva en línea ha mejorado la accesibilidad y organización de los recursos bibliotecarios.

En Colombia, diversas bibliotecas públicas, como la Biblioteca Nacional de Colombia (@bibliotecanalco) y la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (@rnbpcolombia), han integrado Instagram en sus estrategias de comunicación. La Biblioteca Nacional de Colombia utiliza esta plataforma para compartir información sobre eventos, nuevas adquisiciones y actividades culturales, fortaleciendo así su conexión con la comunidad. Por su parte, la Red Nacional de Bibliotecas Públicas emplea Instagram para articular las 1.563 bibliotecas públicas del país, promoviendo iniciativas y programas de lectura, y acercando el acceso a la información a un público más amplio.

Las tendencias actuales en el sector bibliotecario digital también incluyen la adopción de tecnologías emergentes para ampliar el acceso a la información. La Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA), en su estrategia para el periodo 2024-2029, ha resaltado la importancia de la creación de futuros sostenibles mediante el conocimiento y la información, destacando la relevancia de garantizar un acceso equitativo a los recursos digitales. Además, la implementación de espacios conocidos como "*learning commons*" en bibliotecas académicas y de investigación ha ganado popularidad. Estos espacios combinan recursos tecnológicos con áreas de estudio colaborativo, permitiendo a los usuarios participar en actividades educativas, tutorías y creación de contenido.

En resumen, las bibliotecas a nivel mundial están adoptando estrategias innovadoras que incluyen la creación de espacios participativos, la integración de plataformas digitales como Instagram para fortalecer la comunicación y la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar el acceso a la información. Estas iniciativas buscan satisfacer las demandas de las comunidades contemporáneas y asegurar la relevancia continua de las bibliotecas en la era digital.

La Estrategia 2024-2029 de la IFLA

La Estrategia 2024-2029 de la IFLA ofrece un marco esencial para el desarrollo sostenible de las bibliotecas a nivel global. Este documento destaca la importancia de la colaboración internacional y la formación de comunidades profesionales dinámicas, aspectos que son cruciales para abordar los desafíos actuales en el acceso a la información y la valorización de las bibliotecas en la era digital. En este sentido, la estrategia se convierte en una referencia valiosa para mi investigación, especialmente el Área de Impacto 01, que se enfoca en la conexión y dinamización de las bibliotecas mediante comunidades profesionales globales vibrantes. Este enfoque se relaciona directamente con el objetivo de mi estudio: entender cómo los usuarios interactúan con la biblioteca a través de plataformas digitales y cómo estas interacciones pueden fortalecer la relación entre la institución y su audiencia.

Asimismo, la estrategia de la IFLA enfatiza el reconocimiento de las bibliotecas como socios estratégicos (Área de Impacto 02), lo que refuerza la idea de que la presencia digital de la Biblioteca Pública de Sabaneta en Instagram puede servir como una herramienta eficaz para promover sus actividades, atraer nuevos usuarios y consolidarse como un actor clave en la educación y el acceso a la información. Analizar cómo la comunidad percibe esta presencia digital será fundamental para desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y alineadas con las necesidades de los usuarios.

Por último, el Área de Impacto 03 subraya la importancia de capacitar a las bibliotecas para generar cambios significativos. Este enfoque tiene relevancia directa para mi investigación, pues implica que la Biblioteca Pública de Sabaneta podría potenciar su impacto en redes sociales mediante la implementación de programas de capacitación en marketing digital, gestión de comunidades y comunicación efectiva. Al adoptar enfoques innovadores, la biblioteca podría fortalecer su conexión con los usuarios y ampliar su influencia en la comunidad.

La Estrategia 2024-2029 de la IFLA proporciona un marco integral que puede orientar el análisis de la percepción de los usuarios de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Su enfoque en la colaboración, la visibilidad y la capacitación ofrece un modelo aplicable a nivel local, permitiendo identificar oportunidades para fortalecer el vínculo entre la biblioteca y su comunidad en el entorno digital. Esta referencia enriquecerá mi estudio al ofrecer directrices sobre cómo las bibliotecas pueden adaptarse y evolucionar en un mundo cada vez más interconectado.

5.1.6 Historia de Instagram: orígenes y evolución

Instagram es una de las redes sociales más populares del mundo, con millones de usuarios activos cada mes. Desde su lanzamiento en 2010, ha experimentado una evolución impresionante, pasando de ser una simple aplicación de fotografía a una plataforma de marketing, entretenimiento y conexión global. En este trabajo se aborda la historia de Instagram, desde sus orígenes hasta su consolidación como una de las redes sociales más influyentes.

Instagram fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2010. Originalmente, la aplicación se llamaba Burbn y estaba enfocada en la geolocalización y la publicación de fotos. Sin embargo, los fundadores decidieron simplificarla y centrarse exclusivamente en la función de compartir imágenes, lo que dio origen a Instagram. Desde su lanzamiento, la plataforma se diferenciaba por su enfoque en la fotografía y la edición de imágenes con filtros atractivos. Su diseño intuitivo atrajo rápidamente a millones de usuarios. En su primer día de lanzamiento, Instagram logró 25.000 descargas, un éxito rotundo que marcó el inicio de su crecimiento exponencial.

La adquisición de Instagram por parte de Facebook en abril de 2012, por aproximadamente 1.000 millones de dólares, permitió a la plataforma expandirse aún más y adoptar nuevas funcionalidades, como la posibilidad de subir videos y la creación de *Instagram Stories*. Estas innovaciones ayudaron a Instagram a mantenerse relevante y competir con otras redes sociales.

Desde 2010, Instagram ha evolucionado constantemente, añadiendo nuevas características para mejorar la experiencia de usuario. Desde la integración de filtros, hasta la introducción de IGTV, *Reels*, e incluso funciones de realidad aumentada, Instagram ha transformado su ecosistema para convertirse en una herramienta poderosa para la comunicación visual y la interacción digital.

5.2 Marco investigativo

En este contexto, mi investigación tiene como pregunta principal: ¿Cómo perciben los usuarios la estrategia digital de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública de Sabaneta? Este estudio busca analizar la interacción y el impacto de la presencia digital de la biblioteca en Instagram, enfocándose en la percepción de los usuarios sobre su rol en la promoción de actividades culturales y educativas.

Además, esta investigación toma en cuenta estudios previos que exploran el uso de Instagram en bibliotecas públicas, como el estudio de Divaldo Silva da Costa (2023) sobre el uso de Instagram en bibliotecas públicas en Brasil, y los trabajos de Vallet Sanmanuel (2017) sobre la adopción de redes sociales en bibliotecas en la provincia de Valencia. Estos estudios permiten establecer una comparación con otras bibliotecas que han implementado estrategias digitales en sus esfuerzos por conectar con sus comunidades y difundir su oferta cultural. A través de este análisis, se espera identificar qué factores influyen en la efectividad del uso de Instagram como herramienta bibliotecaria.

Este enfoque ofrece un marco valioso para entender cómo las bibliotecas pueden optimizar sus estrategias digitales y mejorar la interacción con su público objetivo, en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.² Análisis de impacto en la difusión de servicios, eventos y colecciones bibliográficas

El estudio “*Likes*, comentarios, vistas. Un análisis de contenido de las publicaciones de Instagram de las bibliotecas académicas” se enfoca en evaluar el

impacto de las publicaciones de Instagram en la difusión de servicios y eventos bibliotecarios. Mediante un análisis de contenido, se identificaron los tipos de publicaciones que generan mayor interacción por parte de los usuarios. Los resultados indican que las publicaciones que combinan elementos visuales atractivos con información relevante sobre servicios y eventos logran un mayor número de “me gusta” y comentarios, lo que sugiere una mayor efectividad en la comunicación y promoción de las actividades bibliotecarias.

Además, el artículo “Una biblioteca universitaria aumentó su alcance en Instagram en un 1149% en un año” destaca cómo una estrategia bien planificada en Instagram puede amplificar significativamente la difusión de servicios y eventos bibliotecarios. La biblioteca en cuestión implementó una serie de tácticas, como la publicación regular de contenido relevante, la interacción activa con los usuarios y el uso de elementos visuales de alta calidad. Estas acciones resultaron en un aumento exponencial del alcance y la participación de la comunidad universitaria en las actividades y servicios ofrecidos por la biblioteca.

5.2.1 Evaluaciones de la efectividad de Instagram en la promoción de la lectura y la cultura

El artículo “El impacto de las redes sociales en la promoción de lectura y venta de libros en Latinoamérica entre 2010-2020” analiza cómo plataformas como Instagram han influido en los hábitos de lectura y en la industria editorial en la región. La investigación destaca que comunidades como “*bookstagram*” han fomentado el interés por la lectura, especialmente entre los jóvenes, mediante la creación de contenido atractivo y la recomendación de libros. Estas iniciativas no solo han promovido la lectura, sino que también han influido positivamente en las ventas de libros y en la visibilidad de autores emergentes.

Por otro lado, el estudio “*Bookstagram: los libros en la red*” realiza un análisis de la comunidad literaria en Instagram, conocida como “*bookstagram*”, desde una

perspectiva que abarca a los creadores de contenido, el contenido en sí y los públicos. Mediante una metodología que combina entrevistas en profundidad y análisis de contenido, se concluye que esta comunidad ha creado un espacio dinámico para la promoción de la lectura y la cultura literaria. Los “*bookstagrammers*” utilizan estrategias visuales y narrativas para compartir sus experiencias lectoras, influir en las elecciones de lectura de sus seguidores y fomentar discusiones literarias, contribuyendo así al enriquecimiento del panorama cultural y literario en la plataforma.

La incorporación de Instagram en las estrategias de comunicación de las bibliotecas ha demostrado ser una herramienta eficaz para la difusión de servicios, eventos y colecciones bibliográficas. Además, ha jugado un papel significativo en la promoción de la lectura y la cultura, creando comunidades activas y comprometidas que enriquecen el ecosistema literario y cultural en el entorno digital.

5.2.2 Investigaciones Internacionales

Se han desarrollado diversos estudios sobre la relación entre bibliotecas públicas y redes sociales, destacando cómo estas plataformas digitales pueden potenciar la difusión cultural y el acceso a la información. Algunos de los estudios más relevantes incluyen:

- Bibliotecas públicas y redes sociales: Un estudio realizado por Aharony (2012) analiza el impacto de Facebook y Twitter en bibliotecas públicas de Estados Unidos, concluyendo que el uso de redes sociales mejora la interacción con la comunidad y fortalece la percepción del usuario sobre la biblioteca como un espacio dinámico y participativo.
- Difusión cultural a través de plataformas digitales: Deodato (2014) explora cómo las bibliotecas públicas en Europa han adoptado estrategias digitales para promover actividades culturales, encontrando que Instagram permite una mayor participación del público debido a su formato visual y su capacidad de generar *engagement*.

- Estrategias digitales en bibliotecas públicas: Un estudio de López-Borrull y Cobarsí (2018) en España evidencia que las bibliotecas que implementan estrategias en redes sociales logran atraer a un público más joven y diversificar sus usuarios.

5.2.3 Investigaciones Nacionales

En el contexto colombiano, se han llevado a cabo estudios que analizan el uso de redes sociales en bibliotecas públicas y su impacto en la difusión cultural:

- Redes sociales y bibliotecas públicas en Colombia: Rivera (2017) estudia el papel de Facebook e Instagram en la promoción de servicios bibliotecarios en Medellín, concluyendo que estas plataformas permiten una comunicación más efectiva y cercana con los usuarios.
- Percepción del usuario sobre la difusión cultural: Gómez y Ramírez (2019) analizan la manera en que los usuarios perciben la difusión de actividades culturales a través de redes sociales, encontrando que la calidad del contenido visual y la interactividad son factores determinantes en la participación.
- Marketing digital y bibliotecas públicas: Un estudio de Torres (2021) en bibliotecas de Bogotá identifica que el uso de estrategias de marketing digital en redes sociales aumenta el reconocimiento de las bibliotecas como agentes culturales activos.

5.2.4 Investigaciones locales

En Medellín, diversas investigaciones han explorado la relación entre las bibliotecas públicas y el uso de redes sociales. A continuación, se destacan algunos estudios y proyectos relevantes:

Análisis de redes sociales como metodología de investigación: Este estudio, realizado por Edinson Gabriel Brand Monsalve y Henry Gómez, se centra en el análisis de redes sociales como herramienta metodológica para comprender estructuras sociales

en comunidades específicas de Medellín, como el barrio Moravia. Aunque no aborda directamente el uso de redes sociales digitales por parte de las bibliotecas, ofrece una perspectiva sobre cómo las interacciones sociales pueden influir en la gestión y desarrollo de estos espacios culturales.

Estudio de Valor Económico y Social de las Bibliotecas de Medellín: Este proyecto busca cuantificar el impacto económico y social de las bibliotecas públicas en la ciudad. Aunque su enfoque principal no es el uso de redes sociales, el estudio reconoce la importancia de estas plataformas en la promoción de servicios bibliotecarios y en la interacción con la comunidad.

Bibliotecas a la Calle: Activar y defender la palabra: Este colectivo, nacido en 2018, está conformado por bibliotecólogos, estudiantes y usuarios de bibliotecas. Su objetivo es promover el derecho a la información, la cultura y la educación mediante el uso de redes sociales y otras herramientas digitales para fomentar la participación ciudadana y defender los espacios bibliotecarios en Medellín.

Aunque no se encontraron estudios que analicen exclusivamente el impacto de redes sociales digitales en las bibliotecas públicas de Medellín, es evidente que estas plataformas juegan un papel significativo en la promoción de servicios y en la interacción con la comunidad. Las iniciativas mencionadas reflejan esfuerzos por integrar las redes sociales en la gestión y desarrollo de las bibliotecas, adaptándose a las dinámicas contemporáneas de comunicación y participación ciudadana.

6. Enfoque metodológico

Los estudios revisados han utilizado enfoques cualitativos y cuantitativos para analizar la relación entre bibliotecas públicas y redes sociales. Las metodologías predominantes incluyen:

- Encuestas y entrevistas para conocer la percepción de los usuarios sobre la difusión cultural en redes sociales.

- Análisis de contenido digital para examinar la calidad y efectividad del contenido publicado en Instagram.
- Estudios de caso en bibliotecas específicas para evaluar el impacto de estrategias digitales.
- Observación participativa para analizar la interacción en plataformas digitales.

6.1 Problemática

El uso de redes sociales en bibliotecas públicas plantea retos y oportunidades en la difusión cultural. Las investigaciones previas evidencian que si bien Instagram puede potenciar la comunicación y la participación de los usuarios, su efectividad depende de factores como la calidad del contenido, la interactividad y la segmentación del público objetivo. A nivel local, la Biblioteca Pública de Sabaneta enfrenta el desafío de optimizar su estrategia digital para mejorar la percepción y el impacto de sus actividades culturales.

El marco investigativo permite contextualizar el estudio sobre la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Al revisar investigaciones previas en distintos niveles, se identifican patrones comunes y brechas de conocimiento que justifican la relevancia de este estudio. Con base en estos antecedentes, la investigación contribuirá a comprender cómo mejorar la estrategia digital de la biblioteca para fortalecer su papel como agente cultural en la comunidad.

6.2 Marco teórico: teorías y modelos que sustentan la investigación

6.2.1 Conceptualización de la comunicación digital

La comunicación digital es el proceso de intercambio de información mediante el uso de tecnologías digitales, como internet y redes sociales. Ha evolucionado desde la simple transmisión de datos hasta convertirse en un ecosistema interactivo que facilita la participación de los usuarios (Castells, 2012). En el ámbito bibliotecario, la comunicación digital permite la difusión de contenidos culturales, el acceso remoto a recursos y la interacción con la comunidad de usuarios (Fernández, 2020).

Entre las principales características de la comunicación en entornos digitales destacan la interactividad, la inmediatez, la multimedialidad y la personalización del contenido (Jenkins, 2006). A diferencia de la comunicación tradicional en bibliotecas, que se basaba en la difusión unidireccional a través de carteles, folletos o eventos presenciales, la comunicación digital permite una relación bidireccional en la que los usuarios pueden interactuar con la institución y compartir información (Bustos & Coll, 2018).

6.2.2 Redes sociales y su impacto en la difusión cultural

Definición y clasificación de redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que facilitan la interacción entre usuarios y permiten la creación y difusión de contenido en distintos formatos (Kaplan & Haenlein, 2010). Se clasifican en redes de interacción general (Facebook, Twitter), redes visuales (Instagram, Pinterest), redes de video (YouTube, TikTok) y redes profesionales (LinkedIn). En el contexto de la difusión cultural, estas plataformas permiten ampliar el alcance de la información y fomentar la participación de la comunidad (Marfil-Carmona, 2021).

El rol de las redes sociales en la divulgación cultural y bibliotecaria se fundamenta en su capacidad para compartir información de manera rápida y accesible, facilitando la promoción de eventos, la difusión de colecciones y el fortalecimiento del vínculo entre bibliotecas y usuarios (García-Morales et al., 2019). No obstante, su uso también presenta desafíos, como la saturación de información, la necesidad de generar contenido atractivo y la gestión de interacciones con el público (Caldevilla-Domínguez, 2019).

Instagram como plataforma de comunicación institucional

Instagram es una red social basada en la publicación de imágenes, videos y contenido efímero a través de *stories* y *reels*. Su popularidad radica en su formato visual y en su capacidad para generar interacciones rápidas con los usuarios (Sheldon &

Bryant, 2016). En el ámbito bibliotecario, Instagram se ha convertido en una herramienta clave para la difusión de servicios, actividades y eventos culturales (Hernández-Santaolalla & Sánchez-García, 2020).

El uso de Instagram en bibliotecas permite fortalecer la presencia digital de estas instituciones, mejorar la percepción de sus servicios y atraer a nuevas audiencias (Alfonzo et al., 2021). En el caso de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, Instagram puede ser un medio eficaz para conectar con la comunidad, visibilizar su labor cultural y medir la participación del público a través de indicadores de *engagement*.

6.2.3. Modelos teóricos sobre participación y comportamiento del usuario en plataformas digitales

Teoría de la comunicación digital

Esta teoría explica la relación entre emisores, mensajes y receptores en entornos digitales. Se basa en el modelo de comunicación interactiva, donde el usuario no es solo un receptor pasivo, sino que participa activamente en la creación y difusión del contenido (McQuail, 2010). En el contexto de Instagram, este modelo permite analizar cómo los usuarios perciben la información cultural difundida por la biblioteca y cómo interactúan con ella.

Teoría del engagement digital

El *engagement* digital hace referencia al grado de participación e interacción de los usuarios con el contenido publicado en redes sociales (Brodie et al., 2013). Factores como la calidad del contenido, la frecuencia de publicación y la autenticidad de la comunicación influyen en el nivel de *engagement* (Hollebeek et al., 2014). En el caso de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, evaluar el *engagement* en Instagram permitirá comprender cómo la audiencia responde a sus estrategias de difusión cultural y cómo estas pueden optimizarse para generar mayor interacción.

6.3 Marco conceptual

6.3.1 Instagram

Instagram es una red social centrada en la imagen y el video que permite a los usuarios compartir contenido visual, interactuar con otros y descubrir publicaciones a través de diversas herramientas y algoritmos. Lanzada en 2010 y adquirida por Meta (anteriormente Facebook) en 2012, Instagram ha evolucionado constantemente para adaptarse a las necesidades de los creadores de contenido, marcas e instituciones (Arimetrics, s.f.).

Entre sus características clave se destacan las “*Stories*”, que permiten compartir contenido efímero de 24 horas; “*Reels*”, una función para la creación de videos cortos con efectos y música; y los “*hashtags*”, que facilitan la categorización y el descubrimiento de contenido relevante dentro de la plataforma (Instagram, s.f.).

Las instituciones culturales y bibliotecas han adoptado Instagram como una herramienta clave para la difusión de sus servicios, eventos y colecciones. A través de estrategias visuales y narrativas, han logrado fortalecer la conexión con sus audiencias y fomentar la participación ciudadana en actividades culturales (Gencat, s.f.).

6.3.2 Comunicación digital

La comunicación digital se refiere al intercambio de información a través de medios tecnológicos y plataformas en línea. Ha evolucionado significativamente desde los primeros correos electrónicos y foros hasta la actual era de las redes sociales y la inteligencia artificial. Esta transformación ha permitido una comunicación más rápida, accesible e interactiva en diversos ámbitos, incluyendo el académico, empresarial y cultural (Universidad Europea, s.f.).

En los entornos digitales, la comunicación se caracteriza por su inmediatez, bidireccionalidad y capacidad de segmentación de audiencias. A diferencia de la

comunicación tradicional en bibliotecas, que dependía de medios impresos y eventos presenciales, la digitalización ha facilitado la difusión de contenidos y servicios a través de sitios web, redes sociales y plataformas de mensajería instantánea (SNHU, s.f.).

6.3.3 Difusión cultural

La difusión cultural es el conjunto de estrategias y acciones destinadas a promover el acceso, conocimiento y apreciación de la cultura en diversas comunidades. Su objetivo principal es garantizar la democratización del conocimiento y fomentar la participación en actividades culturales, artísticas y patrimoniales (Rock Content, 2019).

Las bibliotecas y otras instituciones culturales han implementado estrategias innovadoras para ampliar su impacto. Entre ellas se encuentran las exposiciones temáticas y talleres educativos, que acercan al público a diversas expresiones artísticas y patrimoniales a través de experiencias interactivas. Asimismo, la digitalización de archivos y colecciones ha permitido que documentos históricos, libros y obras de arte sean accesibles a nivel global, facilitando la preservación y difusión del conocimiento.

Con el auge de las tecnologías digitales, la difusión cultural ha trascendido los espacios físicos, utilizando redes sociales y campañas digitales para compartir contenido educativo, entrevistas con artistas y recorridos virtuales. Además, las plataformas de transmisión en vivo han abierto nuevas oportunidades para la difusión de conferencias, presentaciones artísticas y conversatorios, permitiendo la participación de audiencias remotas.

Otra estrategia clave ha sido la colaboración con creadores de contenido y divulgadores culturales, quienes a través de formatos innovadores logran conectar con nuevas audiencias y hacer más accesible el conocimiento cultural. Finalmente, los eventos híbridos, que combinan experiencias presenciales con su transmisión digital, han ampliado el alcance de la oferta cultural, garantizando que más personas puedan disfrutar de actividades sin importar su ubicación.

Gracias a estas iniciativas, la difusión cultural se ha convertido en un puente entre el patrimonio y la sociedad, fomentando una mayor interacción y participación en la vida cultural.

6.3.4 *Engagement* (interacción de usuarios en redes sociales)

El *engagement* en entornos digitales se define como el grado de compromiso e interacción que los usuarios tienen con un contenido o marca en redes sociales. Este concepto es fundamental para medir el impacto de una estrategia digital y determinar la efectividad de las publicaciones en términos de alcance e influencia (El País, 2025).

Los factores que influyen en el *engagement* incluyen la calidad del contenido, la frecuencia de publicación, la autenticidad del mensaje y la capacidad de generar emociones en la audiencia. Algunos de los principales indicadores de *engagement* son los “me gusta”, comentarios, comparticiones y la cantidad de tiempo que los usuarios pasan interactuando con una publicación (El País, 2025).

6.3.5 Estrategia digital

Una estrategia digital en redes sociales es un plan estructurado que define cómo una organización utilizará estas plataformas para alcanzar sus objetivos de comunicación y posicionamiento. En el caso de las bibliotecas, una estrategia digital efectiva debe considerar la identificación del público objetivo, la creación de contenido de valor y el uso de herramientas analíticas para medir el impacto de sus acciones (Universidad Europea, s.f.).

Entre los elementos clave de una estrategia digital en bibliotecas se encuentran la diversificación de formatos (imágenes, videos, infografías), la interacción con la audiencia y la evaluación constante de métricas como el alcance, la tasa de conversión y el crecimiento de la comunidad. Las bibliotecas que implementan estrategias digitales bien estructuradas pueden ampliar su impacto, fortalecer su presencia en el entorno

digital y atraer nuevas audiencias interesadas en sus servicios y actividades (Universidad Europea, s.f.).

6.3.6 Bibliotecas en el entorno digital

La digitalización ha transformado radicalmente el rol de las bibliotecas, permitiéndoles ofrecer servicios más allá de los espacios físicos y adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios. En este contexto, las redes sociales han emergido como herramientas esenciales para la promoción de colecciones, eventos y programas de formación (Gencat, s.f.).

Las bibliotecas han implementado diversas estrategias digitales, como clubes de lectura virtuales, transmisiones en vivo de presentaciones de libros y generación de contenido educativo en formato multimedia. Estas iniciativas no solo han permitido una mayor difusión de la información, sino que también han fortalecido el sentido de comunidad y participación entre los usuarios (El País, 2024).

Los casos de éxito en bibliotecas digitales muestran la importancia de la planificación estratégica y el uso adecuado de las herramientas tecnológicas para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de estos espacios en el entorno digital. A través de una combinación de innovación, interacción y accesibilidad, las bibliotecas continúan desempeñando un papel crucial en la promoción de la lectura y el conocimiento en la era digital (IGeca, 2025).

6.4 Marco legal

El marco legal relacionado con las bibliotecas y el acceso a la información en Colombia está regulado por diversas normativas que garantizan su organización, funcionamiento y acceso a los ciudadanos. En primer lugar, la Ley 1379 de 2010 establece el Régimen General de Bibliotecas en Colombia, regulando la organización y desarrollo de las bibliotecas públicas (Congreso de Colombia, 2010). Además, el acceso a contenido digital en estos espacios debe cumplir con la Ley 23 de 1982, que protege

los derechos de autor y regula el uso de obras en entornos digitales (Congreso de Colombia, 1982). Complementando esta legislación, el Decreto 460 de 2017 reglamenta la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y sus funciones dentro del país (Ministerio de Cultura, 2017).

En cuanto a la regulación sobre redes sociales y comunicación digital, la Ley 1341 de 2009 define los principios para el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en Colombia y su impacto en la sociedad de la información (Congreso de Colombia, 2009). A esto se suma la Ley 1581 de 2012, la cual establece el marco de protección de datos personales en plataformas digitales, asegurando la privacidad de los usuarios (Congreso de Colombia, 2012). Más recientemente, la Ley 1978 de 2019 moderniza el sector TIC en Colombia y define lineamientos específicos sobre la comunicación digital en entidades públicas (Congreso de Colombia, 2019).

A nivel internacional, también existen normativas que impactan la gestión de bibliotecas y su interacción digital. Un ejemplo clave es el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea, el cual aplica a instituciones que manejan datos de usuarios internacionales en redes sociales, garantizando el manejo adecuado de la información personal (Parlamento Europeo, 2016). Asimismo, la UNESCO promueve el derecho de acceso a la información pública, estableciendo principios esenciales para garantizar el acceso libre a información cultural y educativa en bibliotecas y otras entidades (UNESCO, 2017).

En el ámbito de la regulación sobre el uso de redes sociales en instituciones públicas, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) ha desarrollado directrices que orientan a las entidades gubernamentales en la gestión de sus plataformas digitales, asegurando el adecuado manejo de la comunicación institucional (MinTIC, 2020). Además, existen políticas específicas sobre comunicación digital para bibliotecas públicas en Colombia, las cuales determinan cómo deben interactuar con su audiencia en el entorno digital (Biblioteca Nacional de Colombia, 2021). Dentro de las propias plataformas, Instagram también establece normas sobre el

manejo de cuentas institucionales, regulando aspectos como publicidad y privacidad de usuarios (Instagram, 2023).

Finalmente, la propiedad intelectual y los derechos de autor en contenidos digitales son fundamentales en la gestión de bibliotecas en redes sociales. En este sentido, la Ley 23 de 1982 y la Ley 1915 de 2018 regulan la publicación de imágenes, textos y videos en plataformas digitales, asegurando el respeto a los derechos de autor (Congreso de Colombia, 1982; 2018). Para facilitar la difusión de contenido cultural en Instagram y otras redes sociales, también se promueve el uso de licencias Creative Commons, que permiten compartir información de manera legal y abierta, respetando la autoría de los creadores (Creative Commons, 202

6.5 Marco praxiológico

El marco praxiológico permite reflexionar críticamente sobre la aplicación de estrategias digitales en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya a través de Instagram. En este sentido, se busca comprender la percepción de los usuarios sobre el uso de esta plataforma y evaluar su impacto en la visibilidad y participación en las actividades culturales de la biblioteca.

6.5.1 Interpretación de la percepción de los usuarios sobre la estrategia digital

La percepción de los usuarios es un factor clave en la efectividad de una estrategia digital en redes sociales. Según autores como Kotler y Keller (2021), la interacción en plataformas digitales se basa en la experiencia del usuario, la relevancia del contenido y la facilidad de acceso a la información. En el contexto de la biblioteca, se debe analizar si los contenidos compartidos en Instagram generan interés, si la audiencia percibe una utilidad real en la información publicada y si la plataforma permite una conexión efectiva entre la biblioteca y su comunidad.

Estudios previos han demostrado que la percepción de los usuarios sobre una estrategia digital está influenciada por factores como la frecuencia de publicación, el tipo de contenido (visual, educativo, promocional) y el nivel de interacción que fomenta la institución (Alonso & Fernández, 2020). A partir de estos criterios, se pueden identificar áreas de oportunidad en la gestión de Instagram como canal de difusión cultural.

6.5.2 Propuestas de mejora para fortalecer la difusión cultural en Instagram

A partir de la evaluación de la estrategia digital de la biblioteca, es posible identificar ajustes y optimizaciones que permitan mejorar su alcance e impacto. Algunas estrategias recomendadas incluyen:

Optimización del contenido visual: Se sugiere priorizar el uso de formatos dinámicos como *Reels* e historias interactivas, que han demostrado un mayor *engagement* en bibliotecas digitales (Gómez & Ramírez, 2019).

Interacción activa con la comunidad: Responder comentarios, realizar encuestas y fomentar la participación en dinámicas como clubes de lectura en vivo pueden mejorar la percepción de cercanía y accesibilidad de la biblioteca.

Uso estratégico de hashtags y colaboraciones: Implementar hashtags específicos sobre literatura y cultura, así como colaborar con otras instituciones o creadores de contenido afines, puede ampliar el alcance de la biblioteca en Instagram.

Análisis de métricas y ajuste de estrategia: El monitoreo de indicadores como el alcance, la tasa de interacción y la conversión de seguidores en participantes activos permitirá tomar decisiones basadas en datos concretos (Rodríguez & Pérez, 2021).

6.5.3 Impacto de la estrategia digital en la visibilidad y participación

El impacto de una estrategia de difusión cultural en redes sociales no solo se mide en términos de seguidores, sino en la capacidad de la biblioteca para atraer público y generar participación en sus actividades. De acuerdo con investigaciones sobre

comunicación digital en instituciones culturales (Martínez & López, 2018), el uso adecuado de redes sociales puede fortalecer la relación con la comunidad y aumentar la asistencia a eventos culturales presenciales y virtuales.

En el caso de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, es fundamental evaluar cómo el uso de Instagram ha contribuido al crecimiento de su audiencia y si ha generado un mayor interés en los servicios y eventos culturales que ofrece. La percepción de los usuarios será clave para determinar si la estrategia digital ha logrado su objetivo de posicionar a la biblioteca como un referente de difusión cultural en el entorno digital.

En conclusión, la implementación de estrategias digitales en Instagram debe ir acompañada de un análisis continuo y una adaptación a las necesidades y expectativas de los usuarios. La biblioteca, como institución cultural, tiene el reto de consolidar su presencia digital y fortalecer su impacto en

Tabla 1. Variables de la investigación.

Variable	Tipo	Definición	Indicadores
Uso de instagram en la difusión cultural	Independiente	Se refiere a como la biblioteca pública Municipal de sabaneta emplea instagram para compartir información y promover actividades culturales.	<u>-Frecuencia de publicaciones.</u> <u>-Tipo de contenido compartido.</u> <u>-Interacción en likes, comentarios, compartidos.</u> <u>-Estrategias de difusión utilizadas.</u>
Percepción del usuario sobre la difusión cultural en instagram	Dependiente	Se refiere a la manera en que los usuarios interpretan, valoran y reaccionan ante la información cultural creada y publicada en instagram por la biblioteca pública de sabaneta.	<u>-Nivel de interés en el contenido por parte del usuario.</u> <u>-Grado de comprensión del mensaje.</u> <u>-Opinión sobre la utilidad del contenido.</u> <u>-Nivel de participación e interacción.</u>

Nota: Elaboración propia

Tabla 2. Teorías relevantes que sustentan la investigación.

Teoría	Autor o Autores	Año	País	Tema	Explicación
Teoría de la comunicación digital.	Manuel Castells	2001	España	Transformación de la comunicación en la era digital.	Explicación del cambio de las tecnologías digitales y la forma en la que se produce, distribuye y consume la información generando nuevas dinámicas en la comunicación.
Teoría de la recepción y percepción del usuario	Stuart Hall	1980	Reino Unido	Interpretación de los mensajes según el contexto del receptor.	Los mensajes no tienen un único significado, los receptores interpretan los mensajes de acuerdo a sus experiencias, conocimientos y contexto sociocultural.
Teoría del engagement en redes sociales	Kietzmann Et Al.	2011	Canadá	Factores que influyen en la participación e interacción en redes sociales	Estudia los elementos claves para generar compromiso y participación del usuario en plataformas digitales, destacando la importancia del contenido, la comunidad y la conexión emocional.
Teoría de la difusión de innovaciones	Everett Rogers	1962	EE.UU	Proceso de adopción de nuevas tecnologías o prácticas en la sociedad	Se describe como una innovación se difunde a través de diferentes grupos de usuarios, desde los innovadores hasta los rezagados, influenciada por factores como la percepción de la utilidad y la comunicación entre usuarios.

Teoría	Autor o	Año	País	Tema	Explicación
Teoría del marketing digital y cultural	Kolter y Armstrong	2020	EE.UU	Estrategias para la promoción de bienes y servicios en entornos digitales.	Explica cómo se pueden aplicar principios de marketing para mejorar la visibilidad, posicionamiento y la interacción en entornos digitales, aprovechando herramientas como redes sociales y contenido multimedia.

Nota: Elaboración propia

La comunicación digital ha transformado la manera en que las instituciones culturales comparten información y se conectan con su público (Castells, 2001). Las redes sociales han permitido que la difusión cultural deje de ser un modelo unidireccional y jerárquico —de arriba hacia abajo— para convertirse en un espacio de interacción, donde el usuario, en este caso en plataformas como Instagram, no solo recibe información, sino que también comenta, comparte y reinterpreta los contenidos. Como afirma Castells (2001), “la era de la información ha modificado la lógica de la comunicación, descentralizando los canales de distribución y generando un modelo interactivo donde los usuarios participan activamente en la creación de contenidos” (p. 45).

Mi interés por investigar la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya nace no solo desde mi rol como estudiante de Comunicación Social y Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sino también desde mi identidad como lectora apasionada. Soy usuaria activa de la Red de Bibliotecas Públicas de Medellín, visito frecuentemente la Biblioteca Pública de Sabaneta para solicitar libros en préstamo, sigo su cuenta en Instagram y estoy atenta a su agenda cultural.

Desde esa doble perspectiva —académica y personal—, he vivido de cerca la transición de la teoría a la práctica. Inspirada por la teoría de Castells, tuve la oportunidad de participar como usuaria en la creación de contenido cultural: recomendé el libro **Memoria por correspondencia** de la autora colombiana Emma Reyes en un reel publicado por la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Este contenido surgió a partir de una experiencia genuina: tomé el libro en préstamo, me conmovió profundamente, y sentí el deseo de compartirlo con otros lectores. Esta acción demuestra que Instagram puede ser un canal para abrir conversaciones auténticas entre las bibliotecas y su comunidad lectora.

Mi experiencia evidencia cómo las bibliotecas están adaptándose a las dinámicas digitales actuales, utilizando plataformas como Instagram no solo para informar, sino para conectar emocional y culturalmente con su audiencia.

En esta línea, Piscitelli (2005) resalta el papel de las redes sociales en la construcción de significados compartidos. Según el autor, “las instituciones culturales deben repensar sus estrategias comunicativas en un entorno donde la audiencia ya no es solo receptora, sino también generadora de significado” (p. 78). Esto implica que las bibliotecas deben crear contenidos atractivos, coherentes con los intereses de su público objetivo. En mi caso, no solo formo parte de ese público como lectora, sino también como creadora de contenido literario. Al realizar la recomendación del mes para la biblioteca, me vinculo con su comunidad digital y, al mismo tiempo, me beneficio como consumidora de otros contenidos generados por lectores que, como yo, interactúan activamente con la institución a través de Instagram.

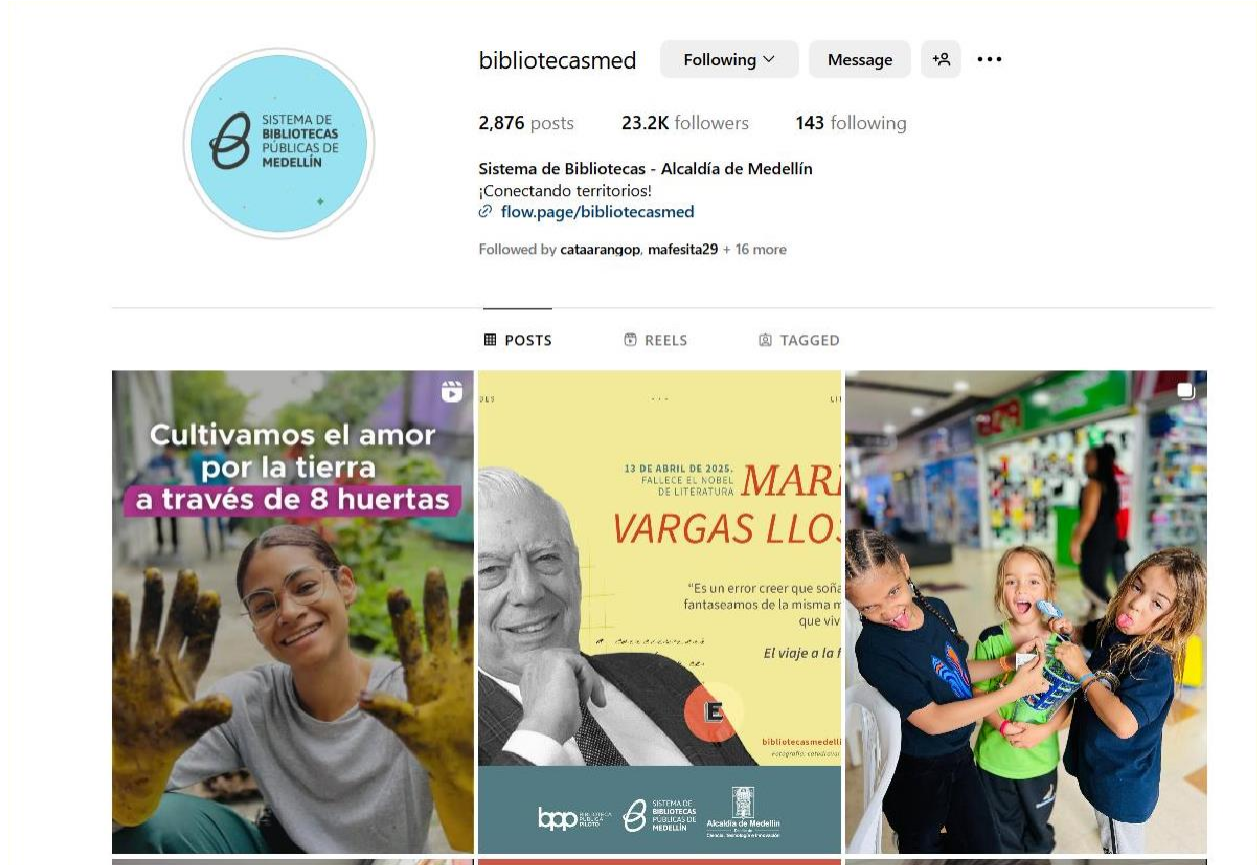
Figura 9. Reel publicado en Instagram



Nota: Fuente @bibliotecadesabaneta (2023, 8 de marzo).

En Medellín varias bibliotecas públicas utilizan Instagram para promocionar eventos culturales y libros, destacándose por su alto número de seguidores y un notable *engagement* con la comunidad. A continuación, se presentan algunas de las más destacadas:

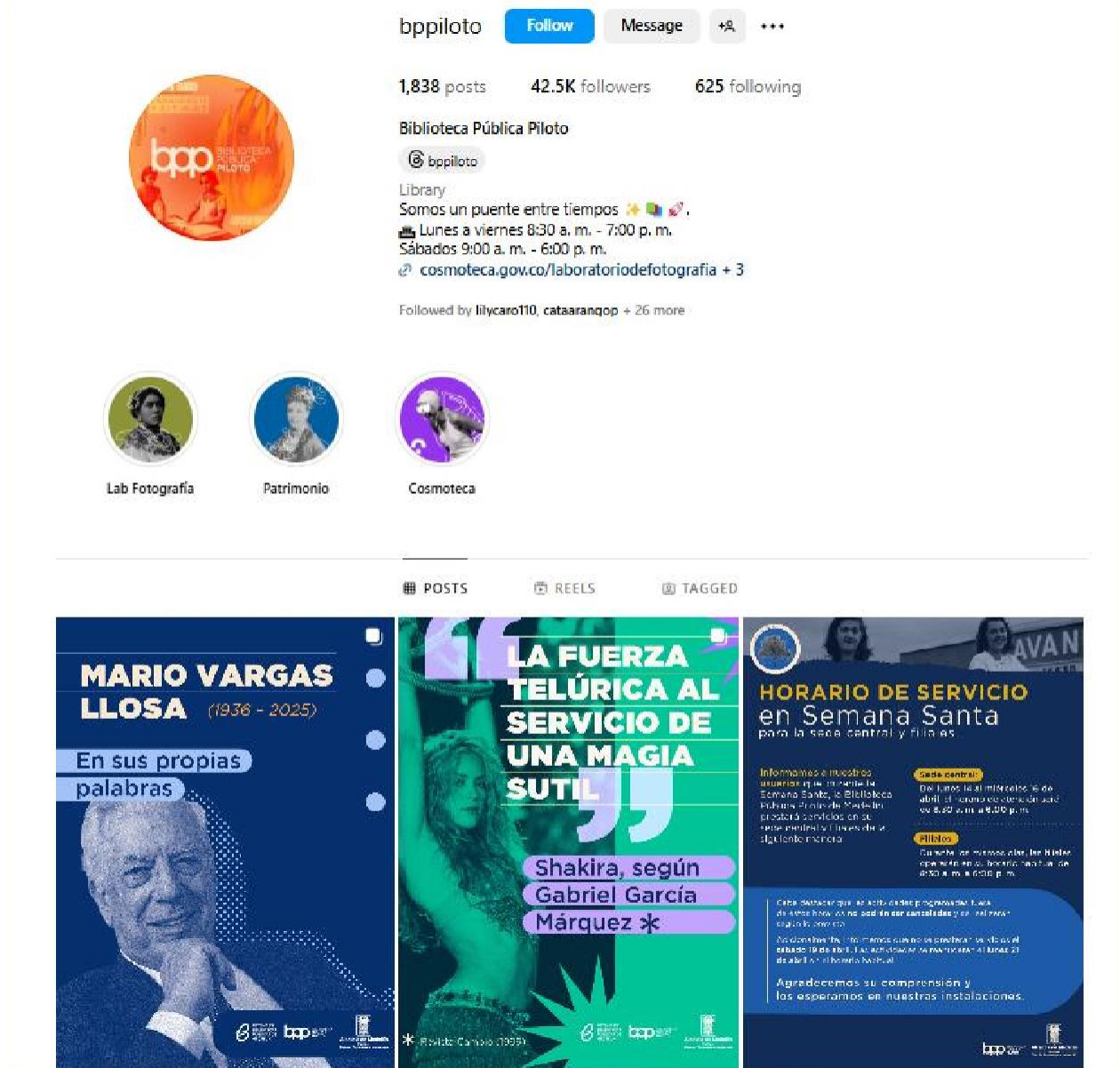
Figura 10. Sistema de Bibliotecas - Alcaldía de Medellín (@bibliotecasmed)



Nota: Publicación en Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/bibliotecasmed/>

Con más de 23.000 seguidores, esta cuenta oficial del Sistema de Bibliotecas de la Alcaldía de Medellín se dedica a conectar territorios y promover la cultura lectora. Publican regularmente sobre eventos, actividades y servicios disponibles en las 30 bibliotecas que conforman el sistema.

Figura 11. Biblioteca Pública Piloto (@bppiloto) Publicación en Instagram.

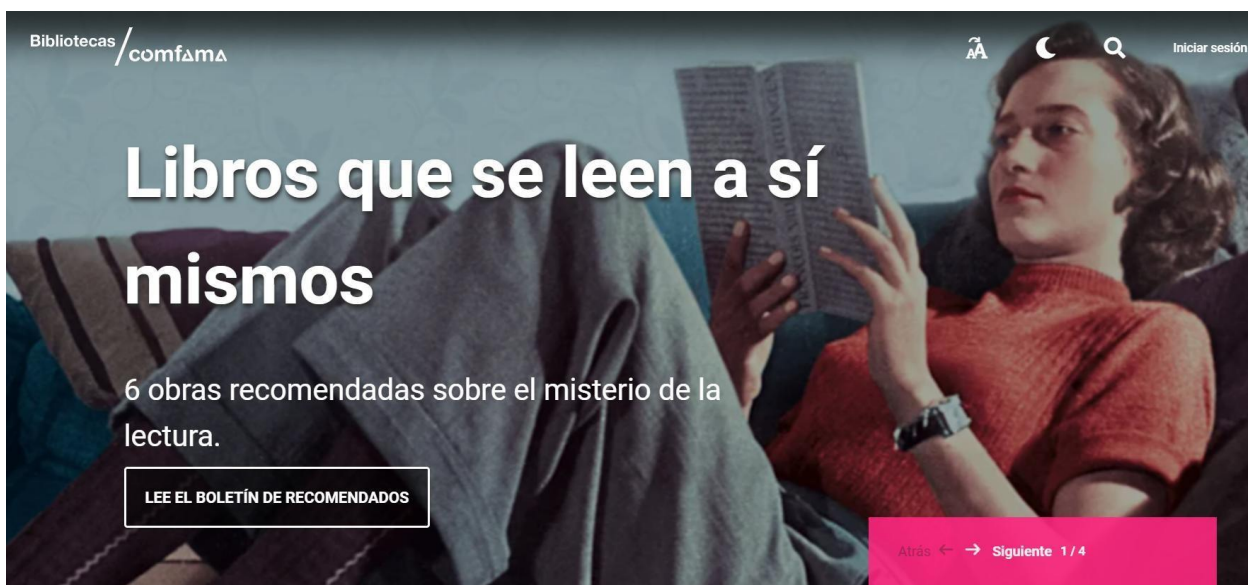


Nota: Recuperado de <https://www.instagram.com/bibliotecapiloto/>

Esta emblemática biblioteca de Medellín utiliza su cuenta de Instagram para compartir información sobre sus horarios, eventos culturales y actividades especiales.

Se presentan como un puente entre tiempos, destacando su papel en la preservación de la memoria y la promoción de la cultura.

Figura 12. Comfama (@comfama)



Nota: Recuperado de <https://www.comfama.com/bibliotecas/>

6.5.4 El Uso de Instagram en la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya

A pesar de su relevancia cultural en la región, el Sistema de Bibliotecas Comfama no cuenta con una cuenta oficial en Instagram dedicada exclusivamente a la difusión de sus actividades y servicios bibliotecarios. Aunque posee una página web detallada con información sobre sus servicios y programación, la presencia digital de estas bibliotecas en redes sociales es indirecta, gestionada a través de la cuenta de Instagram @comfamacultura, donde se promueven actividades relacionadas con la lectura, los libros y la oferta cultural de las bibliotecas en los diferentes municipios donde Comfama tiene presencia. Este modelo de comunicación, aunque útil, limita las posibilidades de interacción directa con la comunidad y de generar una comunidad participativa en torno a las bibliotecas.

Contar con una cuenta específica para el Sistema de Bibliotecas Comfama en Instagram podría permitir una conexión más cercana con la comunidad lectora, facilitando la creación de contenidos segmentados que reflejen los intereses de los distintos públicos a los que sirven. Este enfoque potenciaría la percepción de los espacios bibliotecarios como escenarios activos de construcción cultural, además de generar una interacción más dinámica y directa con los usuarios, incentivando su participación en las distintas actividades y proyectos bibliotecarios.

Un ejemplo de este tipo de interacción exitosa se observa en la Biblioteca Pública de Sabaneta, que ha logrado no solo consolidar una base considerable de seguidores, sino también fomentar un alto nivel de interacción con su audiencia, promoviendo activamente la cultura y la lectura en la comunidad de Medellín. Este tipo de interacción digital se convierte en un punto clave en la actualidad, dado que las plataformas sociales permiten a las bibliotecas incrementar la visibilidad de sus actividades y, a su vez, fortalecer el vínculo con sus usuarios.

Desde una perspectiva teórica, la Teoría de la Recepción de Stuart Hall (1980) resulta útil para comprender cómo los usuarios interpretan el contenido publicado en Instagram. Hall sostiene que los mensajes no son interpretados de manera uniforme por todos los receptores, sino que su recepción depende de los contextos sociales y culturales de los mismos. En este sentido, los usuarios pueden interpretar los mensajes de forma “dominante” (aceptando el mensaje tal como se presenta), de forma “negociada” (ajustando el mensaje a sus propios marcos de referencia), o de forma “opositora” (rechazando o cuestionando el contenido). En el caso de la Biblioteca de Sabaneta, mi experiencia personal como usuaria activa tanto del espacio físico como digital de la biblioteca ha sido mayoritariamente de lectura “dominante”. Sin embargo, es probable que otros usuarios, especialmente aquellos menos involucrados físicamente con la biblioteca, interpreten el contenido de manera parcial o incluso crítica, si no están familiarizados con los temas tratados o no se sienten identificados con el contenido ofrecido.

Este fenómeno invita a reflexionar sobre la necesidad de la biblioteca de replantear su estrategia de contenido, no solo para los usuarios ya convencidos, sino también para atraer y conectar con aquellos que aún no forman parte activa del ecosistema bibliotecario. Según McQuail (2000), las audiencias no son pasivas; más bien, interpretan, filtran y reconstruyen los significados de acuerdo con sus experiencias y creencias previas. Esto sugiere que la biblioteca debe diseñar contenidos que no solo se conecten emocionalmente con su público actual, sino que también atraigan a nuevos usuarios, invitándolos a explorar y participar activamente en sus espacios digitales.

Dentro de este contexto, las estrategias de engagement (Kietzmann et al., 2011) juegan un papel fundamental. El engagement implica la interacción continua entre los usuarios y la institución, un proceso que favorece la creación de relaciones más cercanas y una mayor implicación de la comunidad. Kietzmann et al. (2011) destacan seis elementos esenciales para fomentar el engagement: identidad, presencia, relaciones, reputación, conversaciones y grupos. En este sentido, la Biblioteca de Sabaneta podría considerar estos elementos para optimizar la conexión con su comunidad en Instagram, lo que implicaría el diseño de un contenido más atractivo y participativo que fomente el sentido de pertenencia y la interacción constante.

Además, la Teoría de la Difusión de Innovaciones de Rogers (1962) resulta relevante en este análisis, ya que permite comprender cómo las innovaciones (como el uso de plataformas sociales) se adoptan de diversas maneras en la sociedad. Según Rogers, los usuarios se dividen en diferentes grupos según su disposición a adoptar innovaciones: innovadores, primeros adoptantes, mayoría temprana, mayoría tardía y rezagados. Esta clasificación puede ayudar a la biblioteca a diseñar estrategias que integren tanto a los usuarios más receptivos a las plataformas digitales como a aquellos más rezagados, adaptando el contenido a sus diferentes necesidades y comportamientos.

En resumen, la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya cuenta con un potencial significativo para fortalecer su presencia en Instagram y, de este modo,

mejorar la difusión de la cultura en la comunidad. No obstante, las recomendaciones y estrategias específicas para optimizar su uso de la plataforma se desarrollarán al final del estudio, una vez se haya realizado la investigación a través de diferentes objetivos generales y específicos. Mediante el análisis de datos recolectados con herramientas e instrumentos de investigación adecuados, como encuestas y entrevistas, se buscará triangular la información y presentar estrategias fundamentadas para mejorar la percepción de los usuarios sobre la cuenta de Instagram de la biblioteca.

Finalmente, este estudio pretende ofrecer una base teórica y empírica para mejorar la comunicación digital de las bibliotecas públicas, especialmente en lo que respecta a su presencia en redes sociales como Instagram, promoviendo la cultura de manera accesible y atractiva para una audiencia cada vez más digital.

CAPÍTULO III

7. Diseño metodológico

En el presente capítulo se detalla el diseño metodológico adoptado para analizar la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya. Se aborda el tipo de investigación, la metodología cualitativa empleada, el enfoque centrado en un estudio de caso, las técnicas de recolección de datos utilizadas, y los instrumentos aplicados. Este diseño tiene como objetivo proporcionar una comprensión profunda y contextualizada de cómo Instagram influye en la difusión cultural de la biblioteca y cómo es percibido por sus usuarios.

La recolección de datos se organiza en tres objetivos generales, cada uno asociado a un instrumento específico para garantizar un análisis detallado:

7.1 Desarrollo de Objetivos

7.1.1 Objetivo 1: Análisis de contenidos de Instagram

Este objetivo consiste en realizar un análisis de los contenidos publicados por la Biblioteca Pública de Sabaneta en su cuenta de Instagram entre septiembre y diciembre de 2024. Utilizando una matriz de Excel, se examinarán las publicaciones para identificar patrones, tipos de contenido y su relación con la difusión cultural. Este análisis se realizará en cuatro fases mensuales, con la observación de las siguientes categorías:

- Periodo
- Fecha de publicación
- Tipo de publicación(imagen, video, historia, etc.)
- *Likes*, comentarios y compartidos
- Hashtags
- Copy y lenguaje utilizado

- Diseño de la publicación
- Difusión cultural
- Observación

Cada mes se asignará un color específico para facilitar el seguimiento:

- Septiembre: Color lila
- Octubre: Color naranja
- Noviembre: Color azul
- Diciembre: Color verde

Este análisis será realizado entre el 2 de septiembre de 2024 y el 13 de diciembre de 2024. El objetivo es identificar qué tipos de publicaciones generan mayor interacción y cómo estas contribuyen a la difusión de la cultura.

7.1.2 Objetivo 2: Encuestas a usuarios de Instagram

El segundo objetivo busca recoger la percepción de los usuarios de la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Para ello, se aplicará una encuesta mediante Google Forms a más de 15 usuarios que sigan la cuenta de Instagram de la biblioteca. Las preguntas estarán centradas en la percepción sobre el tipo de contenido publicado, su interés en las actividades culturales promovidas y el nivel de interacción que los usuarios mantienen con la cuenta.

7.1.3 Objetivo 3: Entrevistas con expertos

El tercer objetivo consiste en realizar entrevistas virtuales a tres expertos en redes sociales y bibliotecas públicas. Estas entrevistas se llevarán a cabo por medio de la plataforma Microsoft *Teams* y serán grabadas, transcritas y publicadas en YouTube. Las preguntas serán semiestructuradas y se enfocarán en recomendaciones sobre el manejo ideal de la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta, así como en buenas prácticas de otras bibliotecas. Las preguntas incluyen temas como la imagen de

la biblioteca en redes sociales, el tipo de contenido adecuado, la frecuencia de publicación y las estrategias para generar *engagement*.

7.1.4 Preguntas guía para las entrevistas:

1. Visión general:

- Desde tu experiencia, ¿cuál crees que debería ser el rol de una biblioteca pública en redes sociales como Instagram?
- ¿Qué tipo de imagen debería proyectar una biblioteca en esta plataforma?

2. Contenido y comunicación:

- ¿Qué tipo de contenido consideras más adecuado para una biblioteca pública en Instagram?
- ¿Qué tono de comunicación crees que debería manejar?

3. Formatos y frecuencia:

- ¿Qué formatos recomiendas usar con más frecuencia?
- ¿Qué frecuencia de publicación te parece adecuada para una biblioteca pública?

4. Público objetivo:

- ¿Qué estrategias podrían ayudar a atraer más público joven o diverso al perfil de la biblioteca?
- ¿Crees que se puede segmentar contenido para distintos públicos dentro del mismo perfil?

5. *Engagement* y comunidad:

- ¿Qué acciones podrían generar más interacción con los seguidores?
- ¿Qué tipo de llamados a la acción funcionan mejor en este contexto?

6. Referentes y buenas prácticas:

- ¿Conoces ejemplos de bibliotecas (en Colombia u otros países) que usen bien Instagram?
- ¿Qué elementos destacarías de esas experiencias?

7. Recomendaciones finales:

- Si pudieras dar 3 recomendaciones claves para mejorar el Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta, ¿cuáles serían?

Tabla 3. Resumen de los Objetivos y Técnicas de Recolección de Datos

Objetivo	Instrumento	Datos Recolectados
Objetivo 1: Análisis de los contenidos de Instagram	Matriz de Excel	Análisis mensual de publicaciones con categorías como tipo de publicación, interacción (likes, comentarios), hashtags, copy, diseño, y su relación con la difusión cultural.
Objetivo 2: Encuestas a usuarios de Instagram	Encuestas en Google Forms	Opiniones de usuarios sobre el contenido y su interacción con la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Se buscará obtener respuestas de más de 15 usuarios activos.
Objetivo 3: Entrevistas con expertos	Entrevistas semiestructuradas virtuales (Teams)	Recomendaciones de expertos en redes sociales y bibliotecas públicas sobre el manejo de Instagram para la difusión cultural. Se llevarán a cabo 3 entrevistas grabadas, transcritas y publicadas.

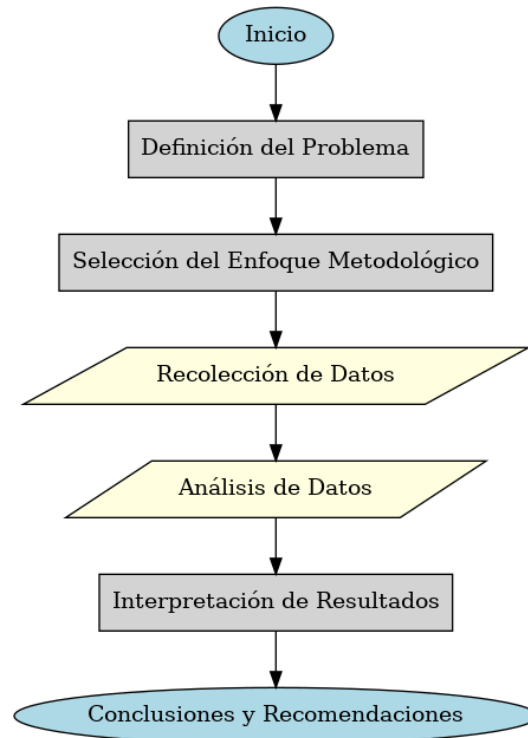
Nota: Elaboración propia

Tabla 4. Detalles de la Matriz de Excel para el Análisis de Contenidos

Mes	Categorías a Observar	Colores asignados
Septiembre	Fecha de publicación, tipo de publicación, interacción (likes, comentarios, compartidos), hashtags, copy, lenguaje, diseño, difusión cultural, observación.	Lila
Octubre	Fecha de publicación, tipo de publicación, interacción (likes, comentarios, compartidos), hashtags, copy, lenguaje, diseño, difusión cultural, observación.	Naranja
Noviembre	Fecha de publicación, tipo de publicación, interacción (likes, comentarios, compartidos), hashtags, copy, lenguaje, diseño, difusión cultural, observación.	Azul
Diciembre	Fecha de publicación, tipo de publicación, interacción (likes, comentarios, compartidos), hashtags, copy, lenguaje, diseño, difusión cultural, observación.	Verde

Nota: Elaboración propia

Figura 13. Esquema :Proceso de investigación



7.2 Tipo de investigación

Este estudio se clasifica como una investigación analítica, ya que se centra en el análisis detallado de la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya. La investigación analítica tiene como objetivo examinar la relación entre diversas variables, permitiendo identificar patrones y tendencias que puedan contribuir a mejorar las estrategias digitales de la biblioteca en esta plataforma.

Las investigaciones analíticas buscan descomponer fenómenos complejos en sus elementos esenciales, con el fin de interpretar su funcionamiento y proponer posibles mejoras. En este caso, se analizará cómo la biblioteca utiliza Instagram para la difusión cultural, observando no solo el contenido publicado, sino también cómo los usuarios

interactúan con él y cómo estas interacciones afectan la percepción de la biblioteca y su rol cultural dentro de la comunidad.

Este enfoque analítico permite una comprensión integral de los fenómenos sociales y digitales que afectan la relación entre la biblioteca y su audiencia, proporcionando una base sólida para generar recomendaciones estratégicas de mejora.

7.3 Tipo de metodología

La investigación sigue una metodología cualitativa, adecuada para obtener una comprensión profunda y contextualizada de la percepción de los usuarios sobre el uso de Instagram en la difusión cultural. La metodología cualitativa se caracteriza por el estudio de experiencias, significados y narrativas, en lugar de centrarse en datos cuantitativos. En este estudio, se emplea para analizar la interacción y percepción de los usuarios, así como las opiniones de expertos sobre la efectividad de las estrategias de comunicación de la biblioteca en esta red social.

La elección de la metodología cualitativa es idónea porque permite explorar de manera integral los discursos y valoraciones de los participantes, proporcionando una visión detallada sobre el impacto de Instagram en la difusión cultural. Además, la flexibilidad del enfoque cualitativo facilita la adaptación de las técnicas de recolección de datos conforme surjan nuevos hallazgos, asegurando que el proceso investigativo sea dinámico y ajustado a los resultados obtenidos.

7.4 Enfoque

El enfoque de la investigación es cualitativo, específicamente fenomenológico, con un estudio de caso centrado en la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya. Este enfoque permite un análisis detallado y contextualizado de una situación específica, brindando una visión profunda de las dinámicas y desafíos propios de la biblioteca en el uso de Instagram para la difusión cultural.

La elección de este enfoque es pertinente porque se enfoca en una institución particular, su audiencia y las estrategias digitales empleadas. Así, se posibilita la generación de hallazgos aplicables directamente a la gestión cultural y comunicativa de la biblioteca. Además, el estudio de caso permite la triangulación de datos al combinar diferentes técnicas de recolección, tales como observación, entrevistas y análisis de contenido, lo que garantiza una visión completa y válida del fenómeno estudiado.

Este enfoque fenomenológico es clave, ya que busca explorar y comprender las percepciones y experiencias de los usuarios sobre el contenido de Instagram de la biblioteca. Profundiza en cómo los usuarios experimentan las interacciones con los contenidos culturales de la biblioteca y cómo estas experiencias pueden influir en su comportamiento y actitudes hacia la lectura. Al centrarse en las experiencias subjetivas y emociones de los participantes, este enfoque es adecuado para estudiar un fenómeno dinámico como las redes sociales y su uso en la difusión cultural.

7.4.1 Técnicas

Para la recolección de datos, se emplearon las siguientes técnicas:

Encuesta estructurada: Utilizada para obtener datos cuantificables sobre las preferencias y percepciones de los usuarios respecto al contenido de Instagram de la biblioteca. Esta técnica permitirá identificar patrones comunes en el comportamiento de los jóvenes usuarios.

Entrevistas semiestructuradas: Empleadas para profundizar en las experiencias personales de los participantes y comprender mejor sus sentimientos, percepciones y opiniones sobre los contenidos publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca.

Análisis de contenido de publicaciones en Instagram: Aplicado para examinar las características y los temas de los contenidos publicados por la Biblioteca Pública de

Sabaneta en su cuenta de Instagram. El objetivo es identificar qué tipo de publicaciones generan más interacción y cómo se alinean con las expectativas de los usuarios.

Observación no participante: Esta técnica se utiliza para analizar el tipo de contenido publicado en Instagram, la frecuencia de interacción de los usuarios y los patrones de *engagement* con las publicaciones culturales. Se diseñó una matriz de Excel que categoriza el contenido, con el objetivo de identificar tendencias y correlaciones entre los tipos de publicaciones y su impacto en los usuarios. La observación se realiza de manera no interventiva, lo que permite captar datos genuinos y espontáneos sobre cómo los usuarios interactúan con el contenido de la biblioteca.

Entrevistas semiestructuradas: Se emplean entrevistas semiestructuradas para obtener información detallada de expertos en bibliotecología, marketing digital y percepción de usuarios en redes sociales. Estas entrevistas buscan conocer sus opiniones sobre el impacto de Instagram en la difusión cultural y proporcionar recomendaciones sobre el manejo de la cuenta de Instagram de la biblioteca. La flexibilidad de las entrevistas semiestructuradas permite profundizar en los temas que surjan durante la conversación y explorar nuevas perspectivas.

Análisis de contenido: Esta técnica se aplica para examinar los comentarios, reacciones y participaciones en las publicaciones de Instagram de la biblioteca. El análisis de contenido tiene como propósito identificar temáticas recurrentes, patrones de interacción y la efectividad de las publicaciones en términos de difusión cultural. Esta técnica permite obtener datos sobre la recepción del contenido y entender mejor cómo los usuarios perciben y se relacionan con las actividades culturales promovidas por la biblioteca.

7.4.2 Instrumentos a aplicar

Los instrumentos utilizados para la recopilación de datos incluyen:

Encuesta estructurada: Para obtener una visión general de las percepciones y el uso del contenido de Instagram por parte de los usuarios. Se utilizarán formularios digitales a través de Google Forms.

Guion de entrevista semiestructurada: Para guiar las entrevistas, asegurando que se cubran los temas clave, pero permitiendo flexibilidad para explorar otros aspectos importantes que surjan durante la conversación.

Plantillas de análisis de contenido: Para organizar los datos obtenidos de la observación de publicaciones en Instagram. Estas plantillas facilitarán la categorización y el análisis de los contenidos publicados, como imágenes, videos y textos.

7.4.3 Criterios de selección

Los criterios de selección para los participantes en la investigación son los siguientes:

- Criterio de inclusión: Cualquier persona que siga la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta y que esté dispuesta a responder la encuesta.
- Criterio de exclusión: Personas que no sigan la cuenta de Instagram de la biblioteca o que no deseen completar la encuesta.
- Criterio de participación activa: Participantes que tengan experiencia previa en el uso de Instagram y estén familiarizados con el tipo de contenido cultural que publica la biblioteca.

El muestreo será no probabilístico, específicamente un muestreo por conveniencia. Se seleccionarán los participantes que cumplan con los criterios establecidos y estén dispuestos a colaborar en la investigación. Este tipo de muestreo optimiza los recursos y permite acceder de manera eficiente a los usuarios activos en la cuenta de Instagram de la biblioteca.

Con estos enfoques y criterios de selección, se garantiza que los datos obtenidos serán pertinentes y válidos para responder a la pregunta de investigación sobre la percepción de los jóvenes frente al uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública de Sabaneta.

Observación como técnica de investigación cualitativa

La observación es una técnica fundamental en la investigación cualitativa que permite al investigador captar directamente las dinámicas y prácticas sociales en sus contextos naturales. A diferencia de otras técnicas que se basan en relatos o narraciones de los participantes, la observación facilita el acceso directo a las prácticas tal como ocurren en la realidad.

En este estudio, se emplea la observación no participante, lo que implica que el investigador se mantiene al margen de las actividades observadas, evitando influir en su desarrollo. Esta modalidad resulta especialmente útil para analizar cómo la biblioteca utiliza Instagram para la difusión cultural y cómo los usuarios interactúan con dicho contenido, permitiendo identificar patrones de comportamiento y preferencias sin intervenir en la dinámica natural de la interacción.

La aplicación de la observación en la investigación cualitativa no se limita a la acción de mirar, sino que abarca una comprensión integral del fenómeno estudiado. Además de las percepciones visuales, se incorporan otros sentidos, como la audición y la interpretación del lenguaje no verbal, lo que proporciona una visión más rica y completa de las interacciones observadas.

Entrevista como técnica de investigación cualitativa

La entrevista semiestructurada es otra técnica esencial en la investigación cualitativa, ya que permite obtener información detallada y profunda sobre las percepciones, experiencias y opiniones de los participantes. En este estudio, las entrevistas se realizan a expertos en redes sociales y bibliotecas públicas, buscando

obtener recomendaciones sobre el uso de Instagram para la difusión cultural y el engagement de los usuarios.

Las entrevistas semiestructuradas son útiles porque combinan preguntas abiertas y cerradas, lo que ofrece flexibilidad para explorar temas emergentes durante la conversación. Esta técnica permite obtener datos ricos y matizados, ya que los entrevistados pueden expresarse con libertad sobre los temas de interés, mientras que el investigador puede profundizar en aspectos específicos según las respuestas obtenidas.

La aplicación de entrevistas en la investigación cualitativa requiere habilidades de comunicación efectiva por parte del investigador, así como la capacidad de generar un ambiente de confianza que favorezca la apertura de los participantes y la obtención de información valiosa.

Capítulo IV

8. Resultados del Objetivo 1

El primer objetivo de esta investigación consistió en identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya, así como su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura. Para ello, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de las estrategias de comunicación digital aplicadas en Instagram, basándose en referencias teóricas de expertos en marketing y redes sociales.

8.1 Estrategias de Comunicación en Instagram

8.1.1 Estrategia de Contenidos Visuales

La comunicación visual es un pilar fundamental en Instagram. Gary Vaynerchuk (2013), en su libro *Jab, Jab, Jab, Right Hook*, enfatiza la importancia de compartir contenido visualmente atractivo y auténtico, adaptado a la plataforma y a su audiencia. Mari Smith (2019) señala que las imágenes y los videos son clave en la interacción con los usuarios, destacando la necesidad de crear historias visuales auténticas y emocionalmente atractivas para captar la atención.

8.1.2 Estrategia de Storytelling (Narración)

La narración de historias es una herramienta poderosa para conectar con la audiencia. Seth Godin (2018), en *This Is Marketing*, subraya que las marcas deben desarrollar narrativas genuinas que resuenen con su público. Jonah Berger (2013), en *Contagious*, profundiza en los elementos que hacen que una historia se vuelva viral, destacando la importancia de la emoción y la facilidad de compartir el contenido en plataformas digitales.

8.1.3 Estrategia de Interacción y Engagement

La interacción con los usuarios es clave para construir una comunidad en Instagram. Neil Patel (2016), en *Hustle*, resalta la importancia de generar contenido que motive la participación del público, como encuestas y preguntas. Jay Baer (2013), en *Youtility*, sostiene que el marketing debe ser útil para generar engagement, respondiendo a las necesidades y dudas de los usuarios mediante contenido interactivo.

8.1.4 Estrategia de *Influencers* y Colaboraciones

Las colaboraciones estratégicas con influencers pueden ampliar el alcance de una cuenta. Vaynerchuk (2013) destaca en *Jab, Jab, Jab, Right Hook* que las relaciones a largo plazo con influencers generan contenido auténtico y relevante. Rand Fishkin (2018), en *Lost and Founder*, también aborda la importancia de las colaboraciones para aumentar la visibilidad y fortalecer la presencia digital.

8.1.5 Estrategia de *Hashtags*

El uso adecuado de hashtags mejora la visibilidad de las publicaciones. Patel (2016) enfatiza en *Hustle* cómo la optimización de hashtags permite alcanzar una audiencia más amplia. Vaynerchuk (2013) refuerza esta idea, señalando que los hashtags efectivos son aquellos alineados con la audiencia objetivo y el propósito de la publicación.

8.1.6 Estrategia de Publicidad Pagada

La inversión en publicidad digital permite alcanzar nuevos públicos. Fishkin (2018) y Smith (2019) analizan cómo la segmentación adecuada y la creación de anuncios visualmente atractivos pueden maximizar el impacto de la publicidad en Instagram.

8.1.7 Estrategia de Personalización y Experiencia del Usuario

Simon Sinek (2009), en *Start with Why*, resalta la importancia de que las marcas comuniquen su propósito para conectar con su audiencia. Brian Solis (2015), en *X: The Experience When Business Meets Design*, complementa esta visión al señalar que la personalización del contenido en Instagram mejora la experiencia del usuario y fortalece la lealtad de la audiencia.

8.1.8 Estrategia de Consistencia y Frecuencia

La consistencia en la publicación de contenido es esencial para mantener la relevancia en Instagram. Godin (2018) destaca la importancia de construir una marca fuerte mediante la coherencia visual y temática. Vaynerchuk (2013) también resalta la necesidad de una frecuencia adecuada en las publicaciones para mantener el interés del público.

8.2 Tipos de Contenido en Instagram

8.2.1 Publicaciones de Imágenes

Las imágenes son fundamentales en Instagram, ya que transmiten mensajes de manera rápida y clara. Vaynerchuk (2013) y Godin (2018) destacan cómo la creatividad en las imágenes puede captar la atención del público y generar interacción.

8.2.2 Videos

Los videos permiten mayor profundidad en el contenido. Smith (2019) señala que aumentan el engagement al proporcionar detalles y emociones. Baer (2013) también destaca que los videos pueden ofrecer contenido de valor de manera más efectiva.

8.2.3 Reels

Los Reels son videos cortos ideales para atraer nuevos usuarios. Berger (2013) explica que el contenido breve y entretenido tiene mayor potencial de viralización,

mientras que Vaynerchuk (2013) enfatiza la necesidad de captar la atención rápidamente con este formato.

8.2.4 Historias (Stories)

Las historias efímeras generan cercanía con la audiencia. Fishkin (2018) y Handley (2014), en *Everybody Writes*, destacan la importancia de los contenidos breves y cotidianos para mantener la conexión con los seguidores.

8.2.5 Carruseles

Este formato permite contar historias más completas. Patel (2016) explica que los carruseles aumentan el tiempo de interacción, mientras que Solis (2015) señala que ofrecen una experiencia inmersiva para la audiencia.

8.2.6 IGTV (Instagram TV)

IGTV permite compartir contenido más extenso. Vaynerchuk (2013) y Fishkin (2018) resaltan cómo los videos largos pueden profundizar en temas y fortalecer la relación con la audiencia.

8.3 Triangulación de la Información: Estrategias y Tipos de Contenido en Instagram Aplicado a la Biblioteca Pública de Sabaneta

8.3.1. Introducción a la Triangulación Metodológica

La triangulación metodológica es una estrategia de investigación utilizada para validar y enriquecer los hallazgos mediante la combinación de múltiples fuentes de información (Denzin, 1978). Esta metodología permite reducir sesgos, fortalecer la credibilidad de los datos y obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado (Patton, 1999). Según Flick (2018), la triangulación puede realizarse a nivel de datos, teoría, investigadores o metodologías, siendo útil para garantizar la rigurosidad de los estudios cualitativos.

8.3.2. Teoría: Estrategias y Tipos de Contenido en Instagram

Este primer eje está compuesto por la revisión de literatura sobre estrategias de marketing digital aplicadas a Instagram. Se exploran conceptos como el marketing de contenidos, la segmentación del público, los formatos más efectivos (carruseles, reels, historias, publicaciones en feed), la interacción con la comunidad y las tendencias en la plataforma. Este marco teórico proporciona los fundamentos para evaluar la estrategia digital de la Biblioteca Pública de Sabaneta.

8.3.3. Análisis: Tipos de Contenido en el Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta

En esta fase se examinan las publicaciones realizadas por la Biblioteca Pública de Sabaneta en Instagram. Se identifican los formatos de contenido utilizados, la frecuencia de publicación, el nivel de interacción del público y las estrategias implementadas para la difusión de información cultural y literaria. Este análisis permite determinar si existe una alineación entre las prácticas actuales y las estrategias recomendadas por la teoría.

8.3.4. Práctica y Realidad: Aplicación de Estrategias en la Biblioteca Pública de Sabaneta

El tercer punto del triángulo corresponde a la comparación entre lo que la teoría recomienda y lo que realmente se está implementando en el Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Se identifican qué estrategias y tipos de contenido de la teoría son utilizados en la práctica y cuáles no están presentes. También se evalúa la eficacia de las estrategias aplicadas y las oportunidades de mejora para fortalecer la presencia digital de la biblioteca.

8.3.5. Relación entre los Ejes

La triangulación permite visualizar la relación entre los tres ejes de estudio. La comparación entre la teoría y el análisis del contenido actual ayuda a identificar brechas y oportunidades. A su vez, la práctica revela si las estrategias teóricas pueden implementarse en un contexto específico como el de una biblioteca pública y si generan los resultados esperados en términos de interacción y alcance en Instagram.

8.3.6. Resultados Esperados de la Triangulación

Según Patton (1999), la triangulación metodológica debería proporcionar:

- Mayor validez en los resultados.
- Identificación de patrones y discrepancias en los datos.
- Un análisis más profundo y confiable del objeto de estudio.
- Recomendaciones aplicables para la mejora de las estrategias de comunicación digital.

Este modelo de triangulación facilita una comprensión más integral del uso de Instagram como herramienta de comunicación para la Biblioteca Pública de Sabaneta. Permite evaluar la coherencia entre la teoría y la práctica, evidenciando qué estrategias pueden optimizarse para mejorar la gestión de contenidos digitales en la institución.

9. Capítulo 3: Diseño metodológico y Capítulo 4: Resultados del Objetivo 1 - Relación y Análisis Integrado

En este estudio, los capítulos 3 y 4 se interrelacionan de manera estrecha para construir una comprensión completa de la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya. A través de un diseño metodológico basado en la recolección de datos cualitativos, se busca no solo comprender cómo se utiliza Instagram para la difusión cultural, sino también cómo esta plataforma interactúa con su audiencia.

9.1. Capítulo 3: Diseño metodológico

El objetivo principal del Capítulo 3 es detallar el enfoque metodológico que se adopta para abordar el análisis de la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta. Se estructura el trabajo en tres objetivos generales, cada uno con su correspondiente técnica de recolección de datos: análisis de contenido, encuestas a usuarios y entrevistas a expertos. Estos objetivos buscan proporcionar una visión integral sobre las interacciones de los usuarios con el contenido cultural publicado y las prácticas que podrían mejorar la gestión de la cuenta.

Objetivo 1: Análisis de los contenidos de Instagram: Este objetivo implica una observación minuciosa de las publicaciones realizadas por la biblioteca entre septiembre y diciembre de 2024, con la finalidad de identificar qué tipo de contenido genera mayor interacción y cómo se vincula con los objetivos de difusión cultural. La matriz de Excel, utilizada como herramienta central, permite clasificar las publicaciones por categorías y analizar la frecuencia de interacción, el uso de hashtags, el copy y el diseño, entre otros factores.

Objetivo 2: Encuestas a usuarios: Mediante una encuesta digital a los seguidores de la cuenta de Instagram de la biblioteca, se busca obtener las percepciones de los

usuarios acerca del contenido publicado y su interés en las actividades culturales promovidas por la biblioteca.

Objetivo 3: Entrevistas con expertos: Se llevará a cabo un conjunto de entrevistas semiestructuradas a expertos en el manejo de redes sociales y en bibliotecología para conocer sus opiniones sobre las mejores prácticas para utilizar Instagram en la difusión cultural.

Este diseño metodológico ofrece una estructura robusta para entender las dinámicas de interacción y las estrategias de contenido de la biblioteca, permitiendo la triangulación de datos entre los contenidos observados, las percepciones de los usuarios y las recomendaciones de los expertos.

9.2 Capítulo 4: Resultados del Objetivo 1

El Capítulo 4 se enfoca en los resultados derivados del primer objetivo de investigación: el análisis de los contenidos publicados por la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya en su cuenta de Instagram. Este análisis, realizado utilizando la matriz de Excel mencionada anteriormente, permite identificar patrones, tipos de contenido y sus relaciones con la difusión cultural.

Estrategias de Comunicación en Instagram: El análisis de las publicaciones revela que la biblioteca ha implementado diversas estrategias de comunicación digital. Entre las más destacadas se encuentran la estrategia de contenidos visuales, tal como lo sugiere Vaynerchuk (2013), y la estrategia de storytelling (narración de historias), que permite conectar de manera emocional con los usuarios. Las publicaciones visuales y narrativas son claves para atraer y mantener la atención del público, lo que refuerza la interacción con la cuenta.

Estrategias de Interacción y Engagement: A través de la observación de los patrones de interacción, se observa que la biblioteca ha fomentado la participación de los usuarios mediante el uso de encuestas, preguntas y llamadas a la acción en las

publicaciones. Según Baer (2013) y Patel (2016), este tipo de contenido interactivo es esencial para generar engagement, fortaleciendo la comunidad digital de la biblioteca.

Uso de Hashtags: Otro hallazgo clave es la importancia de los hashtags en la ampliación del alcance de las publicaciones. La estrategia de hashtags, conforme a las recomendaciones de Patel (2016), permite a la biblioteca llegar a audiencias fuera de su red directa de seguidores y mejorar la visibilidad de sus publicaciones.

El análisis de los contenidos muestra que la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya ha utilizado de manera eficaz estrategias visuales y de narración para generar interacción, lo que resalta la relevancia del contenido cultural en la construcción de una comunidad digital activa y participativa.

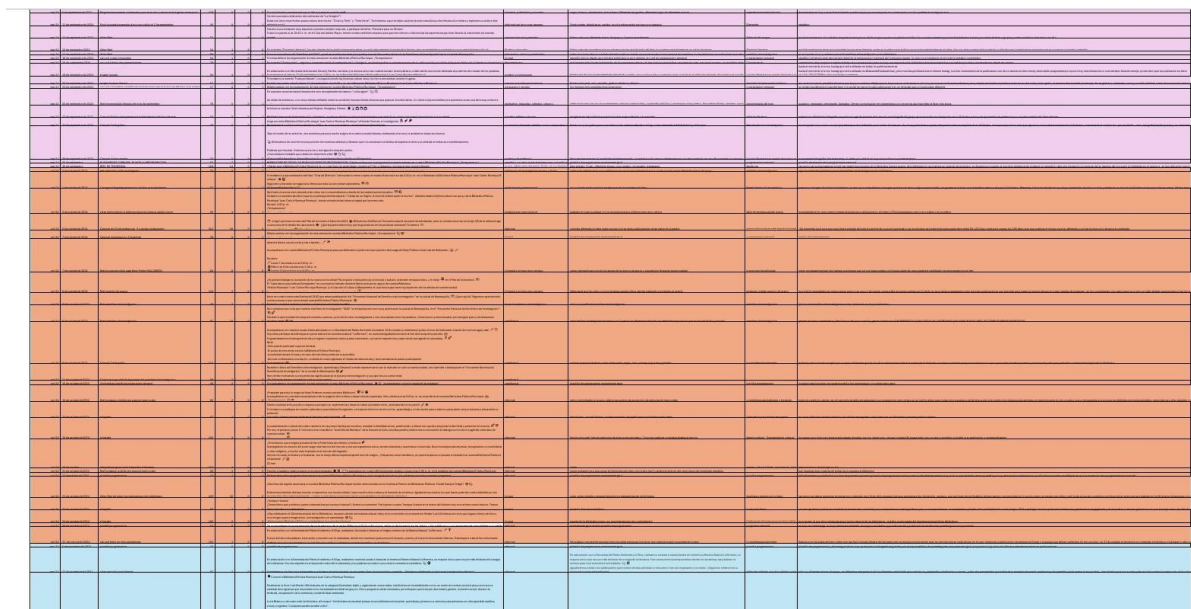
Integración de los Capítulos

Resultados objetivos.

Resultados del objetivo 1 :

[Matriz de analisis de contenido de la cuenta de instagram de la biblioteca publica de sabaneta](#)

Figura 14. Matriz de Excel análisis de contenidos del Instagram de la biblioteca pública de sabaneta



10. Análisis de las Publicaciones de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta

10.1 Septiembre 2024

Objetivo 1: Identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca, evaluando su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura.

- 1. Estrategias de Comunicación El análisis de las publicaciones de septiembre revela varias estrategias de comunicación que van desde el uso de imágenes y carruseles hasta videos y reels. A lo largo del mes, se observa un cambio de tono y estilo, lo cual sugiere una falta de coherencia en la identidad visual y de voz de la biblioteca en Instagram. Algunos posts utilizan un lenguaje formal, mientras que otros optan por un

tono más cercano e informal, lo que puede generar confusión sobre la personalidad de la cuenta.

- 2. Tipos de Contenido Publicado Las publicaciones se distribuyen en varias categorías:

Efemérides y Conmemoraciones Literarias: La biblioteca dedica varias publicaciones a eventos conmemorativos, como el centenario de La Vorágine de José Eustasio Rivera. Sin embargo, la estética de estas publicaciones (carruseles informativos y post en formato de texto denso) no es atractiva ni fácil de consumir para los usuarios. A menudo, la información está saturada y los colores de fondo o las tipografías no se alinean con un estilo visual consistente.

Programación Semanal: Se repiten publicaciones con carruseles o imágenes informativas sobre la programación de la semana en la biblioteca. La falta de variación en el diseño y la repetición de plantillas hace que estas publicaciones sean monótonas y, en algunos casos, poco efectivas para atraer la atención de los usuarios.

Eventos Especiales: La promoción de eventos como el Trueque Literario y las Lunadas Literarias se realiza a través de publicaciones atractivas pero, en muchos casos, las imágenes o videos publicados no cuentan con la calidad suficiente ni el diseño adecuado para captar la atención de la audiencia. Además, se nota una desconexión entre el copy y las imágenes, como en el caso de la Lunada Literaria, donde la foto de la portada no refleja la esencia del evento.

Reels y Videos: Este tipo de contenido parece ser el más efectivo en términos de interacción (likes y comentarios). El Reel Recomendado Literario del Mes de Septiembre sobre La Vorágine genera conversación entre los usuarios y se destaca por su edición fluida y atractiva, lo que sugiere que los reels pueden ser una herramienta clave en la promoción de la lectura. No obstante, la calidad de algunos videos es variable, como el Reel de la Travesía Literaria, que carece de contexto suficiente y genera confusión.

Interacción con la Comunidad: A pesar de la presencia constante en las publicaciones, se observa una escasa interacción con los usuarios en los comentarios. En varias publicaciones, se hacen preguntas o se reciben comentarios, pero la cuenta de Instagram de la biblioteca no responde, lo que disminuye el nivel de engagement y la percepción de cercanía con la comunidad.

- 3. Relación con la Difusión Cultural y la Promoción de la Lectura La difusión cultural se ve reflejada en las publicaciones dedicadas a conmemorar eventos literarios y a promover actividades culturales como talleres y charlas, pero la ejecución de estas acciones deja que desear. Las imágenes y los copios no siempre están alineados con los objetivos culturales de la biblioteca, y la falta de una estética coherente impide que el mensaje sea claro y atractivo.

La promoción de la lectura también se aborda en varias publicaciones relacionadas con el préstamo de libros, la recomendación de lecturas y las actividades literarias, pero estas publicaciones no siempre están diseñadas de manera efectiva para generar interés en el público objetivo. El contenido podría beneficiarse de un enfoque más organizado, con un estilo visual definido y un uso más eficaz de los llamados a la acción (CTA).

- 4. Observaciones Generales

Diseño Visual: Las publicaciones presentan una falta de consistencia en términos de colores, tipografías y estilos visuales. Algunas publicaciones utilizan plantillas de diseño predefinidas, pero otras cambian de estilo y colores sin una línea visual definida, lo que puede confundir a los usuarios.

Interacción con los Usuarios: La biblioteca no responde a los comentarios de los usuarios, lo que disminuye la percepción de que existe una conexión real con la comunidad.

Contenido Repetitivo: Aunque se publican muchos contenidos durante el mes, los mismos tipos de publicaciones (como la programación semanal) se repiten de forma idéntica, lo que puede hacer que la audiencia pierda interés.

Oportunidades para Mejorar: Las publicaciones relacionadas con la programación de la biblioteca podrían ser más atractivas y visualmente consistentes. Los videos, aunque interesantes, podrían incluir más contexto y explicación. Además, una mayor interacción con los usuarios generaría un mejor engagement.

Conclusión: La cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta tiene un enfoque adecuado para la difusión cultural y la promoción de la lectura, pero necesita mejorar en términos de diseño, coherencia visual y engagement con los usuarios. La falta de respuesta a los comentarios y la repetición de algunos contenidos pueden restar efectividad a la estrategia de comunicación. La implementación de una identidad visual coherente y el uso más estratégico de los reels y publicaciones interactivas podría mejorar significativamente la percepción de la biblioteca en la comunidad y fomentar una mayor participación en sus actividades.

10.2 Octubre 2024

Objetivo 1: Identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca, evaluando su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura.

1. Estrategias de Comunicación

El análisis de las publicaciones de octubre muestra una mejora en la coherencia visual y un intento de integrar más elementos multimedia, como videos y publicaciones interactivas. Sin embargo, aún se percibe cierta irregularidad en el uso del tono y el estilo de los posts. En algunas publicaciones se nota un enfoque más cercano y amigable, mientras que en otras se sigue utilizando un tono más formal. Este contraste en la voz

de la cuenta puede generar confusión entre los seguidores sobre el enfoque comunicativo de la biblioteca.

En cuanto a las estrategias de promoción, la biblioteca ha comenzado a emplear más preguntas abiertas en los copios, invitando a la interacción con la comunidad, pero aún no se responde consistentemente a los comentarios, lo que limita el engagement y la relación con los usuarios.

2. Tipos de Contenido Publicado

Las publicaciones de octubre se distribuyen en diversas categorías:

Efemérides y Conmemoraciones Literarias: La biblioteca sigue utilizando el formato de carrusel para conmemorar eventos y personajes literarios. Un ejemplo claro es la publicación sobre el aniversario de la publicación de Cien años de soledad, que, si bien es relevante, no se presenta de manera tan atractiva visualmente como se esperaría para un evento de tal magnitud. La sobrecarga de texto en los carruseles puede resultar poco atractiva para los usuarios.

Programación Semanal: La publicación sobre la programación de actividades sigue siendo recurrente, pero se han introducido cambios en el formato visual, lo que ayuda a darle mayor dinamismo. Sin embargo, algunas publicaciones siguen siendo similares en estilo, lo que puede hacer que se perciban como repetitivas. No se nota gran variabilidad en los diseños, lo que limita la creatividad y la innovación en la presentación de la programación.

Eventos Especiales: Las publicaciones para promocionar eventos como Charlas Literarias y Cuentos y Café están mejor presentadas en términos visuales. La calidad de las imágenes ha mejorado, pero la conexión entre el copy y la imagen aún es inconsistente en algunos casos. Por ejemplo, la promoción de la charla literaria incluye una imagen que no representa con precisión el tema de la charla, lo que podría generar desconcierto.

Reels y Videos: Los reels continúan siendo el tipo de contenido con mayor interacción. El reel de recomendaciones literarias para Halloween tiene un buen desempeño y logra captar la atención de la audiencia, generando comentarios y likes. No obstante, algunos de los videos siguen careciendo de un contexto claro, como el reel sobre los Clubes de Lectura, que podría ser más explicativo y visualmente atractivo.

Interacción con la Comunidad: Aunque las publicaciones incluyen más preguntas para fomentar la participación, la respuesta a los comentarios sigue siendo limitada. El bajo nivel de interacción de la biblioteca con los usuarios impide una relación más cercana y comprometida con la comunidad. Esto afecta negativamente la percepción de la cuenta y reduce las posibilidades de fomentar una comunidad activa.

3. Relación con la Difusión Cultural y la Promoción de la Lectura

El contenido de octubre continúa reflejando los objetivos de difusión cultural, especialmente a través de publicaciones relacionadas con eventos y conmemoraciones literarias. Sin embargo, la falta de consistencia en el diseño y la conexión entre los copys y las imágenes puede dificultar la transmisión efectiva del mensaje cultural.

Por otro lado, la promoción de la lectura sigue siendo el foco principal en varias publicaciones, pero aún hay oportunidad de mejorar la forma en que se presentan las recomendaciones de libros. Las publicaciones sobre los préstamos de libros y las recomendaciones literarias no siempre logran destacar visualmente, lo que limita su efectividad en captar el interés del público.

4. Observaciones Generales

Diseño Visual: Aunque se ha observado un esfuerzo por mejorar la estética visual de las publicaciones, la falta de una identidad visual definida sigue siendo un problema. Las imágenes y los colores utilizados en las publicaciones varían mucho, lo que puede generar una sensación de inconsistencia. La biblioteca debería considerar establecer una línea gráfica más clara para todas sus publicaciones.

Interacción con los Usuarios: La falta de interacción en los comentarios sigue siendo un área crítica. Responder a los comentarios y preguntas de los usuarios debería ser una prioridad para mejorar el engagement y la conexión con la comunidad. Esto también contribuiría a una mayor visibilidad de las publicaciones.

Contenido Repetitivo: Aunque el número de publicaciones ha aumentado, algunas categorías (como la programación semanal) siguen siendo repetitivas. Se recomienda innovar en el formato y estilo de las publicaciones para evitar la monotonía.

5. Oportunidades para Mejorar

Aumentar la interactividad: Responder a los comentarios y preguntas de los seguidores podría mejorar significativamente el engagement y la relación con la comunidad. Además, fomentar más contenido interactivo, como encuestas o concursos, podría aumentar la participación.

Mejorar la estética visual: Unificar los estilos visuales, colores y tipografías ayudaría a fortalecer la identidad de la cuenta y hacerla más atractiva para los usuarios. Las publicaciones deben ser más coherentes para que el mensaje de la biblioteca se perciba de manera clara y profesional.

Diversificar el contenido: Variar los tipos de publicaciones y formatos (como infografías, videos tutoriales o entrevistas) podría ayudar a mantener el interés de la comunidad. También se recomienda que las publicaciones sobre eventos especiales tengan imágenes y copios más alineados con la temática.

Conclusión:

La cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta sigue desempeñando un papel importante en la difusión cultural y la promoción de la lectura, pero aún existen áreas de mejora. Se necesitan esfuerzos adicionales para establecer una identidad visual coherente, mejorar la interacción con los usuarios y diversificar el

contenido para aumentar el engagement. El uso de reels y publicaciones interactivas es un punto positivo, pero la falta de respuesta a los comentarios limita su efectividad. Con un enfoque más estratégico y una mayor atención a los detalles visuales y comunicativos, la biblioteca podría aumentar significativamente su impacto en la comunidad.

10.3 Noviembre 2024

Objetivo 1: Identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca, evaluando su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura.

Estrategias de Comunicación

El análisis de las publicaciones de noviembre muestra un esfuerzo por mejorar la coherencia en el tono y estilo de las publicaciones, con un uso más consistente de un tono amigable y cercano. A pesar de esto, sigue siendo evidente que la interacción con la comunidad es limitada. Las preguntas abiertas en los copios son más frecuentes, pero las respuestas a los comentarios siguen siendo escasas, lo que impide que la biblioteca logre una conexión más profunda con los seguidores.

En cuanto a la estrategia visual, la calidad de las imágenes ha mejorado, aunque la identidad visual aún no está completamente definida. El uso de imágenes llamativas y coloridas sigue siendo irregular, lo que afecta la percepción general de la cuenta. Sin embargo, hay un claro esfuerzo por hacer las publicaciones más atractivas y accesibles.

Tipos de Contenido Publicado

Las publicaciones de noviembre están distribuidas en las siguientes categorías:

Efemérides y Conmemoraciones Literarias:

Las publicaciones sobre efemérides literarias continúan siendo una parte central del contenido, aunque la calidad visual sigue siendo desigual. Por ejemplo, la

conmemoración del Día de la Novela Gráfica tiene una buena calidad de imagen, pero la información se presenta de manera demasiado densa, lo que podría restar interés.

Programación Semanal:

Este tipo de contenido sigue siendo recurrente, pero se ha mejorado ligeramente el formato visual. Sin embargo, la estructura sigue siendo algo rígida, lo que podría percibirse como repetitivo. La introducción de un calendario de actividades ha sido una mejora, aunque se sigue notando la falta de variedad en los diseños.

Eventos Especiales:

Las publicaciones relacionadas con eventos especiales, como charlas o presentaciones literarias, siguen siendo uno de los puntos fuertes, aunque la relación entre la imagen y el copy no siempre es la más adecuada. La calidad de las fotos ha mejorado, pero en ocasiones la imagen no refleja el tono o el tema del evento, lo que podría generar confusión.

Reels y Videos:

El uso de reels ha aumentado considerablemente, y se nota un mayor esfuerzo en su producción. El reel sobre "Libros para regalar en Navidad" ha tenido una excelente recepción, con una alta tasa de interacción. No obstante, algunos reels siguen careciendo de un contexto claro o de información adicional que pueda enriquecer la experiencia del usuario.

Interacción con la Comunidad:

Aunque la biblioteca sigue utilizando preguntas en los copys para fomentar la participación, la interacción con los seguidores sigue siendo limitada. La falta de respuestas a los comentarios genera un sentimiento de desconexión con la audiencia, lo que afecta el engagement general de la cuenta.

Relación con la Difusión Cultural y la Promoción de la Lectura

El contenido de noviembre sigue enfocándose principalmente en la promoción de la lectura y la difusión cultural, aunque de manera algo superficial en algunas publicaciones. Las recomendaciones de libros, aunque frecuentes, no siempre logran captar la atención de los usuarios debido a la falta de un diseño atractivo y de un mensaje claro. Además, las publicaciones sobre eventos literarios y actividades en la biblioteca siguen siendo relevantes, pero se podrían presentar de una forma más llamativa.

Observaciones Generales

Diseño Visual:

A pesar de los esfuerzos, aún hay una falta de cohesión en los elementos visuales. Las publicaciones no siempre mantienen un estilo uniforme en cuanto a colores, tipografías y composición, lo que afecta la identidad de la cuenta. Establecer una paleta de colores y un diseño gráfico consistente podría mejorar considerablemente la presencia visual de la cuenta.

Interacción con los Usuarios:

La falta de interacción directa con los usuarios sigue siendo una debilidad importante. Aunque la biblioteca está utilizando más preguntas abiertas, no se está aprovechando el potencial de responder a los comentarios o preguntas de los seguidores, lo que limita la conexión con la comunidad.

Contenido Repetitivo:

Algunas categorías de publicaciones, como la programación semanal, siguen siendo repetitivas, lo que puede generar desinterés entre los seguidores. Aumentar la variedad de formatos y tipos de contenido podría ayudar a mantener el interés de la audiencia.

Oportunidades para Mejorar

Aumentar la Interactividad:

Fomentar la interacción directa con los usuarios es clave para mejorar el engagement. Responder a los comentarios y crear más contenido interactivo, como encuestas, cuestionarios o concursos, podría incrementar la participación.

Mejorar la Estética Visual:

El diseño de las publicaciones debe ser más consistente y profesional. Unificar las imágenes, colores y tipografías ayudaría a reforzar la identidad visual de la biblioteca y a hacer las publicaciones más atractivas.

Diversificar el Contenido:

Variedad en los tipos de publicaciones (por ejemplo, entrevistas con autores, recomendaciones de libros en video, etc.) podría evitar la repetición y aumentar el interés. También se podría innovar en la forma de presentar los eventos especiales, con imágenes y copios más alineados con el tema de cada actividad.

Conclusión:

En noviembre, la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta ha mostrado avances en términos de calidad visual y consistencia en la comunicación, pero todavía existen áreas de mejora significativas. La falta de interacción con la comunidad, la repetitividad en algunos tipos de publicaciones y la inconsistencia en el diseño visual son puntos que deben ser abordados para aumentar el impacto de la cuenta en la difusión cultural y la promoción de la lectura. Con una estrategia más centrada en la interacción, la coherencia visual y la diversificación del contenido, la biblioteca podría lograr un mayor engagement y fortalecer su presencia digital.

10.4 Diciembre 2024

Objetivo 1: Identificar las estrategias de comunicación y los tipos de contenido publicados en la cuenta de Instagram de la biblioteca, evaluando su relación con la difusión cultural y la promoción de la lectura.

Estrategias de Comunicación

En diciembre, la Biblioteca Pública de Sabaneta sigue intentando mejorar la coherencia en su comunicación, pero aún presenta algunos desafíos. Aunque se observa un intento por hacer las publicaciones más personales y accesibles, la interacción con la comunidad continúa siendo limitada. Las publicaciones incluyen más preguntas abiertas, pero las respuestas a los comentarios siguen siendo mínimas, lo que reduce la efectividad de la conexión con la audiencia.

Tono y Estilo:

El tono se mantiene amistoso y accesible, sin embargo, no es consistente en todas las publicaciones. El esfuerzo por personalizar los mensajes es visible, pero el estilo aún varía considerablemente según el tipo de publicación, lo que podría dificultar la construcción de una identidad más sólida.

Interacción con la Comunidad:

La interacción sigue siendo un área de mejora. A pesar de usar preguntas en los copes para fomentar la participación, la biblioteca no responde activamente a los comentarios ni interactúa con los seguidores. Esto refleja una desconexión con la comunidad, lo que podría limitar la creación de una comunidad digital más comprometida.

Tipos de Contenido Publicado

Las publicaciones de diciembre se agrupan en varias categorías clave:

1. Efemérides y Conmemoraciones Literarias:

Las publicaciones relacionadas con efemérides continúan siendo una parte importante del contenido, aunque a menudo la presentación visual sigue siendo desordenada o poco atractiva. Por ejemplo, la conmemoración de los aniversarios de autores importantes tuvo un alcance moderado, pero la presentación visual no logró captar la atención de los usuarios debido a la falta de claridad en la imagen y el texto.

2. Programación Semanal:

La programación de actividades sigue siendo frecuente, pero algunos posts presentan una estructura algo rígida y repetitiva. Aunque se ha incluido más información sobre eventos semanales, el diseño visual sigue siendo monótono, lo que podría llevar al desinterés. Sería recomendable añadir más variedad en los formatos, como usar imágenes o videos para hacer el contenido más dinámico.

3. Eventos Especiales:

Las publicaciones sobre eventos como charlas y presentaciones literarias siguen siendo populares, pero no siempre cuentan con un diseño gráfico que refuerce el tema del evento. Por ejemplo, en el caso de un evento sobre literatura infantil, la imagen publicada no reflejó adecuadamente el enfoque del evento, lo que podría generar confusión.

4. Reels y Videos:

El uso de reels sigue creciendo, y algunos han tenido una buena recepción, especialmente aquellos relacionados con temáticas festivas, como las recomendaciones de libros para regalar en Navidad. Sin embargo, algunos reels carecen de contexto o información relevante que podría enriquecer la experiencia de los usuarios y generar más engagement.

Relación con la Difusión Cultural y la Promoción de la Lectura

El contenido de diciembre sigue centrado en la promoción de la lectura y la difusión cultural, pero la manera en que se presenta a veces no consigue captar la atención de los usuarios. Las publicaciones sobre recomendaciones de libros, a pesar de ser frecuentes, no siempre logran generar interés debido a la falta de un diseño atractivo y a la escasez de un mensaje claro y persuasivo.

Observaciones Generales

Diseño Visual:

Aunque ha habido mejoras en la calidad de las imágenes, el diseño sigue siendo inconsistente. Algunas publicaciones son visualmente atractivas, pero otras carecen de coherencia en cuanto a colores y tipografías, lo que afecta la percepción de la cuenta. Para fortalecer la identidad visual, es fundamental mantener un estilo uniforme y profesional.

Interacción con los Usuarios:

La falta de interacción directa con los seguidores sigue siendo una debilidad. La biblioteca utiliza preguntas para incentivar la participación, pero no aprovecha el potencial de responder y establecer una conversación con la audiencia. Esto reduce las oportunidades de fortalecer la comunidad y aumentar el engagement.

Contenido Repetitivo:

Algunos contenidos, especialmente la programación semanal, siguen siendo repetitivos, lo que podría generar un sentimiento de monotonía entre los seguidores. Incorporar más variedad en los formatos, como videos, entrevistas o publicaciones interactivas, ayudaría a mantener el interés de la audiencia.

Oportunidades para Mejorar

Aumentar la Interactividad:

Es crucial fomentar una mayor interacción con los usuarios respondiendo a los comentarios y creando más contenido interactivo como encuestas, concursos y cuestionarios. Esto fortalecería el engagement y ayudaría a crear una comunidad más activa.

Mejorar la Estética Visual:

La estética de las publicaciones debe ser más consistente. El uso de una paleta de colores y una tipografía uniforme en todas las publicaciones ayudaría a crear una identidad visual más fuerte y reconocible, lo que mejoraría la percepción de la cuenta.

Diversificar el Contenido:

Es necesario diversificar los tipos de contenido para evitar la repetición. La inclusión de entrevistas con autores, recomendaciones de libros en video o publicaciones más creativas sobre los eventos podría aumentar el interés de la audiencia y hacer que la cuenta se perciba como más dinámica y atractiva.

Conclusión

En diciembre, la cuenta de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta ha avanzado en términos de calidad visual y en la implementación de reels, pero aún enfrenta retos en áreas clave como la interacción con la comunidad y la coherencia en el diseño visual. La falta de respuesta a los comentarios, la repetitividad en algunas publicaciones y la inconsistencia en los elementos visuales son puntos críticos que deben ser abordados. Con una estrategia centrada en la interacción, la mejora estética y la diversificación del contenido, la biblioteca podría aumentar el engagement y fortalecer su presencia digital, logrando un mayor impacto en la difusión cultural y la promoción de la lectura.

10.5 Análisis Comparativo de las Publicaciones de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta (Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre de 2024)

A continuación se comparan los hallazgos y conclusiones de los análisis de cada mes, destacando las publicaciones más efectivas y las áreas de oportunidad en cuanto a la creación de contenido. Se busca identificar similitudes, diferencias, y cómo estos hallazgos serán triangulados con los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas.

10.5.1 Hallazgos y Conclusiones por Mes

Septiembre 2024

Estrategias de Comunicación: A pesar de la mejora en la calidad visual, el tono de las publicaciones en septiembre fue inconsistente, con poca conexión emocional. La interacción con los seguidores era limitada.

Tipos de Contenido: Las publicaciones de septiembre fueron principalmente informativas, centradas en programación de actividades y efemérides literarias. La calidad visual era aceptable pero no destacaba.

Relación con la Difusión Cultural: La biblioteca logró transmitir mensajes relacionados con la lectura, pero los formatos eran muy rígidos y no conseguían atraer visualmente a la audiencia.

Oportunidades de Mejora: Mejorar la consistencia visual y aumentar la interacción directa con los usuarios.

Octubre 2024

Estrategias de Comunicación: En octubre se mantuvo un tono amigable, pero la interacción aún fue limitada. La biblioteca empezó a experimentar con contenido visual más atractivo, aunque sin lograr una cohesión estética.

Tipos de Contenido: Las publicaciones seguían centradas en efemérides, pero también se incrementó el contenido sobre eventos especiales. Sin embargo, la relación entre el copy y la imagen no siempre fue clara.

Relación con la Difusión Cultural: Aunque las efemérides continuaron siendo un punto fuerte, la biblioteca no aprovechó completamente su potencial para captar la atención de los seguidores.

Oportunidades de Mejora: Responder a los comentarios de los usuarios y mejorar el diseño gráfico para aumentar la coherencia y profesionalismo.

Noviembre 2024

Estrategias de Comunicación: Se observó una mejora en la consistencia del tono y estilo. A pesar de ello, la interacción sigue siendo débil, y la respuesta a los comentarios no fue suficiente.

Tipos de Contenido: Se mantuvo el enfoque en efemérides, programación semanal y eventos, aunque estos últimos presentaban problemas con la coherencia entre la imagen y el copy.

Relación con la Difusión Cultural: La promoción de la lectura y la difusión cultural se mantuvo, pero algunas publicaciones carecían de atractivo visual y mensaje claro.

Oportunidades de Mejora: Mejorar la interacción con los usuarios y diversificar los formatos de contenido para evitar la repetitividad.

Diciembre 2024

Estrategias de Comunicación: En diciembre, la biblioteca trató de personalizar las publicaciones y hacerlas más amigables. No obstante, la interacción con los seguidores seguía siendo limitada, lo que reducía la conexión.

Tipos de Contenido: El contenido de diciembre incluyó recomendaciones de libros para regalar en Navidad, lo cual tuvo una buena recepción. Sin embargo, la calidad visual seguía siendo irregular.

Relación con la Difusión Cultural: A pesar de algunos esfuerzos, la difusión cultural no se aprovechó al máximo, ya que el contenido no siempre fue visualmente atractivo ni conciso.

Oportunidades de Mejora: Mejorar la consistencia estética, aumentar la interacción directa con la audiencia y diversificar el contenido.

Comparación de Resultados por Mes:

Mejoras Visibles:

En diciembre y noviembre, se incrementó la calidad visual de las publicaciones. Aunque seguía siendo inconsistente, los esfuerzos por crear contenido más atractivo fueron evidentes, especialmente en los reels.

En octubre, la biblioteca ya mostraba esfuerzos por incluir eventos especiales, pero sin una conexión clara entre las imágenes y los textos. En septiembre, las publicaciones fueron las menos destacadas visualmente.

Interacción con la Comunidad:

A lo largo de los cuatro meses, la interacción con los seguidores se mantuvo como una debilidad constante. A pesar de la presencia de preguntas abiertas y la posibilidad de fomentar comentarios, la biblioteca no logró generar suficiente participación activa de la comunidad.

En todos los meses, la falta de respuestas a los comentarios fue un patrón que limitó la creación de un vínculo más cercano con la audiencia.

Diversidad y Variedad de Contenido:

En diciembre, se comenzaron a hacer publicaciones más dinámicas con recomendaciones de libros para regalar, lo cual fue bien recibido. Sin embargo, los meses de septiembre a noviembre presentaron contenidos más informativos y repetitivos, especialmente en la programación semanal.

La biblioteca podría haber diversificado más el contenido al incluir entrevistas con autores, recomendaciones de libros en video o más contenido interactivo.

Coherencia Visual:

La coherencia visual fue un desafío constante. Si bien hubo esfuerzos de mejora en la calidad de las imágenes, como en noviembre y diciembre, la paleta de colores y tipografía seguían siendo variables, lo que afectó la identidad visual de la cuenta. Los meses de septiembre y octubre tuvieron publicaciones más inconsistentes en cuanto al diseño.

Similitudes y Oportunidades de Mejora:

Similitudes: En todos los meses se mantuvo un enfoque en efemérides, programación de actividades y eventos especiales. Sin embargo, el diseño visual inconsistente y la interacción limitada fueron problemas comunes.

Oportunidades de Mejora:

Aumentar la interactividad: Responder a los comentarios y preguntas de los seguidores es clave para fortalecer la comunidad y aumentar el engagement.

Cohesión visual: Es esencial establecer una identidad visual coherente y profesional para aumentar la presencia de la biblioteca en Instagram.

Diversificar el contenido: Más variedad en los formatos (como entrevistas, encuestas, videos cortos, entre otros) ayudaría a mantener el interés de la audiencia y evitar la repetitividad.

Aprovechar mejor las efemérides y eventos especiales: Aunque se publicaron estas fechas, no siempre se aprovechó su potencial visual ni narrativo. Crear publicaciones más atractivas y alineadas con el mensaje de cada evento podría mejorar la conexión con los usuarios.

11. Triangulación con el Segundo y Tercer Objetivo

Los hallazgos y conclusiones de este análisis serán triangulados con los resultados del segundo objetivo (encuestas a los usuarios de Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta) y el tercer objetivo (entrevistas a expertos en redes sociales y bibliotecas). Esto permitirá obtener una visión más clara sobre cómo los usuarios perciben las publicaciones en Instagram de la biblioteca y qué tan efectivas son las estrategias de comunicación para fomentar la difusión cultural y la promoción de la lectura.

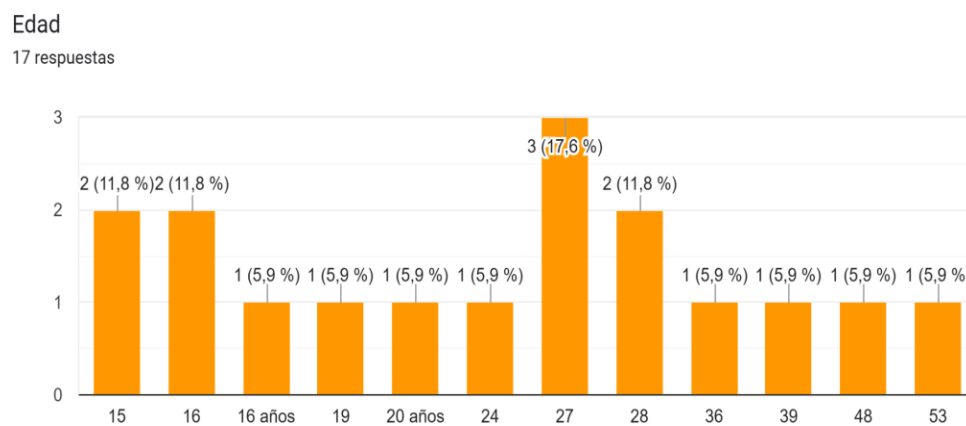
Encuestas: Los usuarios podrán proporcionar información sobre su percepción de la interacción, el diseño y el contenido. Esto ayudará a confirmar si las debilidades señaladas en cuanto a la falta de interacción y la coherencia visual realmente afectan la percepción de la cuenta.

Entrevistas: Los expertos podrán ofrecer recomendaciones sobre mejores prácticas en redes sociales para bibliotecas, lo que podría orientar a la Biblioteca Pública de Sabaneta en cuanto a las oportunidades de mejorar la estrategia digital.

Este enfoque integral permitirá hacer ajustes informados y estratégicos para mejorar la presencia de la biblioteca en Instagram y maximizar su impacto en la difusión cultural y la promoción de la lectura.

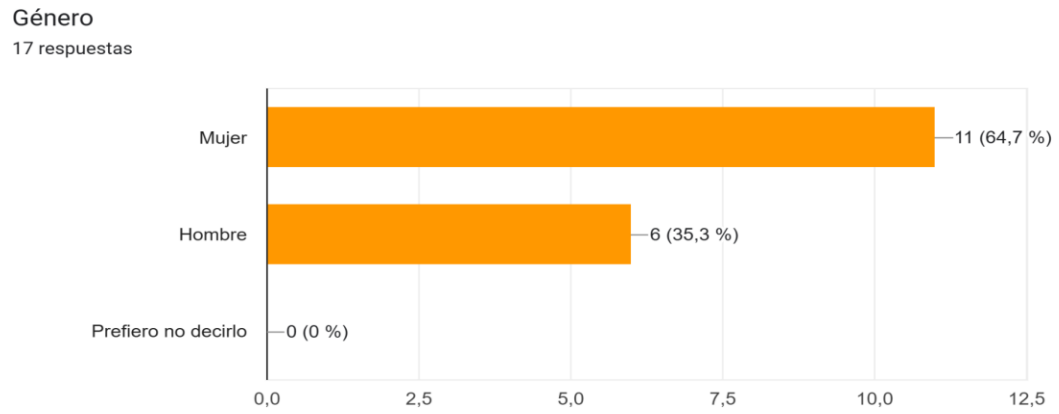
11.1 Resultados objetivo 2 Encuestas a usuarios de instagram

Figura 15



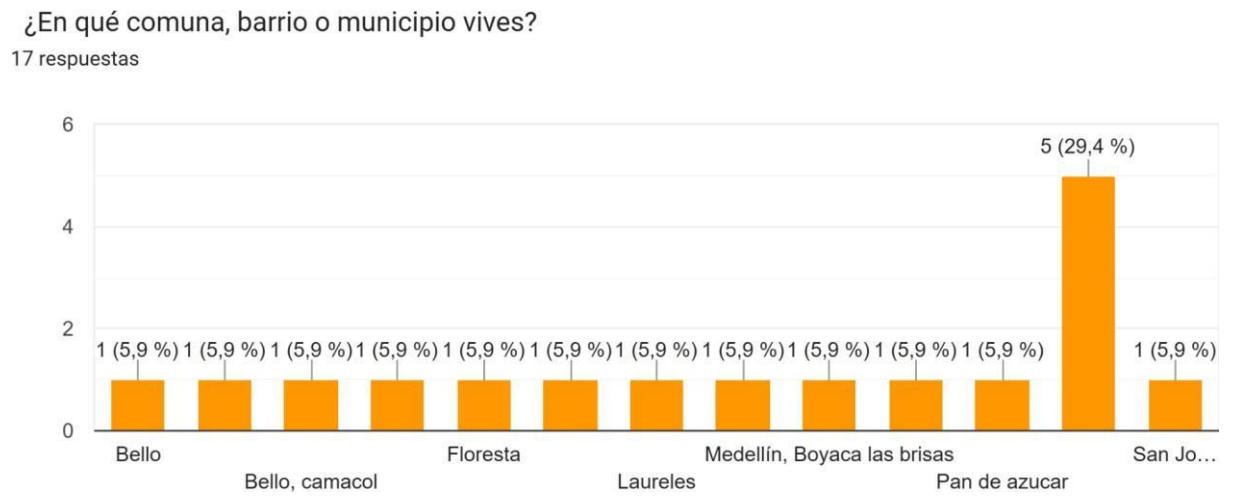
Nota: Elaboración propia

Figura 16



Nota: Elaboración propia

Figura 17

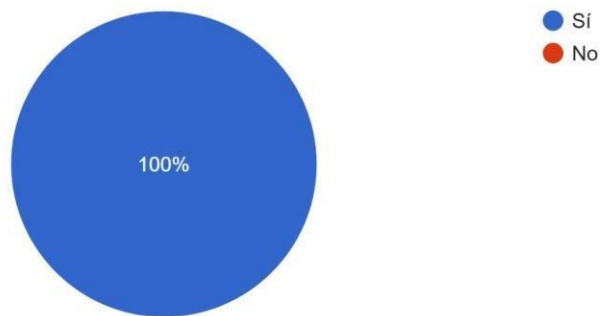


Nota: Elaboración propia

Figura 18

USO DE REDES SOCIALES ¿Tienes cuenta en Instagram?

17 respuestas

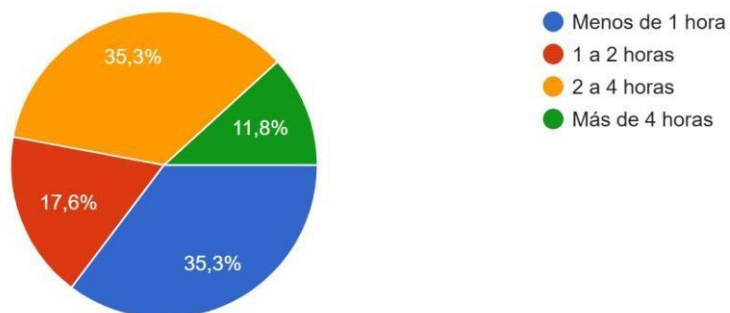


Nota: Elaboración propia

Figura 19

Si respondiste que sí, ¿cuánto tiempo al día pasas en Instagram?

17 respuestas

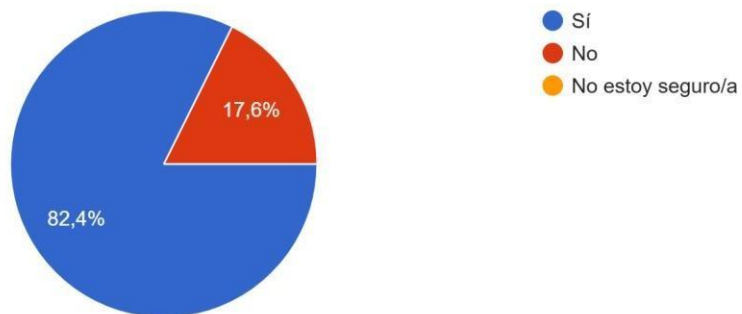


Nota: Elaboración propia

Figura 20

¿Sigues la cuenta de la Biblioteca Pública de Sabaneta?

17 respuestas

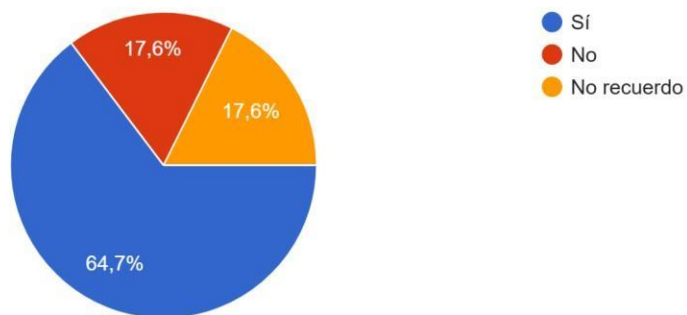


Nota: Elaboración propia

Figura 21

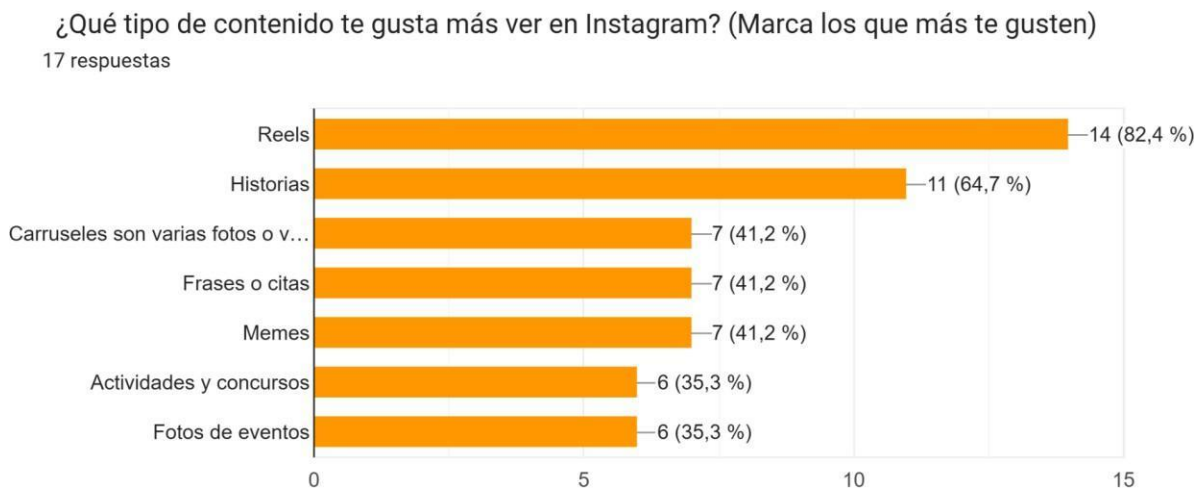
PERCEPCIÓN DEL CONTENIDO ¿Has visto alguna publicación de la Biblioteca Pública de Sabaneta en Instagram recientemente?

17 respuestas



Nota: Elaboración propia

Figura 22



Nota: Elaboración propia

¿Qué tipo de contenido crees que debería publicar más la Biblioteca Pública de Sabaneta? 17 respuestas

Tal vez algunas reseñas de libros que atraigan la atención de los lectores

Reels e historias no publican tantas historias como me gustaría ver

Memes y fotos y videos más culturales de Sabaneta

Historias que muestren las actividades realizadas en los talleres ofrecidos en la biblioteca.

Más interactivo

Contenido más sobre que hacen allá, tipos de libros diferentes, datos curiosos

Eventos

Historias

Talleres, cursos, y espacios tecnológicos y relacionados con la IA

Recomendación de libros

Los libros interesantes que se pueden encontrar

Mayor publicidad sobre los eventos organizados por la biblioteca

Top de libros recomendados por expertos

De su cotidianidad y beneficios de participar

Contenido acerca de los semilleros de investigación, sus historias, logros y consejos que dar

Más contenido entre meme pero formal. Que haya un balance que sea entretenido para cualquier público

Citas de libros, fragmentos y reels acerca de obras literarias

¿Te parece atractivo el contenido que publica la Biblioteca? ¿Por qué?

17 respuestas

Me parece que el contenido de la cuenta es muy atractivo porque comparte información valiosa, como recomendaciones de libros, actividades culturales, talleres y eventos que fomentan la lectura y el pensamiento crítico. Además, el contenido visual es bien diseñado y logra captar la atención.

si pero siento que puede ser más cercano, cotidiano, del día a día que haya un creador de contenido que siempre este creativamente activando la conversación por ese medio

Sii, atractivo porque conecta la importancia de leer con los usuarios

No, debido a que le falta hacer énfasis en las actividades que los jóvenes realizan en la biblioteca.

Si, porque es entretenido

Si pero creería que podría ser más moderno y llamativo

No mucho

No lo conozco bien

Si, promueve y fomenta espacios de lectura y entretenimientos a traves de esta, mantiene informado a la comunidad sobre celebraciones y dias especiales de cultura

Si, la comunidad está informada de los eventos programados en la biblioteca

Sip, es entretenido

Si, es claro, juvenil y cercano

Muy poco. No suelo visitar bibliotecas

Si, son videos bien editados y

llamativos

El contenido académico y cultural siempre será de gran interés

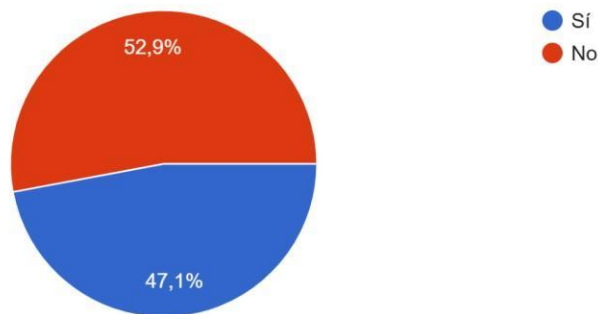
Si, es interesante por la oferta que manejan de talleres

Si, es creativo, organizado y coherente.

Figura 23

¿Has participado en alguna actividad o evento de la Biblioteca que viste en Instagram?

17 respuestas



¿Qué mejorarías del Instagram de la Biblioteca Pública de

Sabaneta? 17 respuestas

- Sería interesante ver más recomendaciones de libros organizadas por temas, reseñas breves hechas por los mismos usuarios
- que haya una cara visible mostrando todo lo que se hace en la biblioteca
- Todo súper bien, se ve muy bonito a simple vista.
- El contenido potencial para atraer jóvenes a la biblioteca.
- Por el momento nada
- Tabla de contenido
- hacer mas eventos que unan la comunidad
- No aplicó
- que publiquen mas historia y generen mas visibilidad o publicidad de esta cuenta ya que considero que muchas personas no la conocen. Podrias hacer colaboraciones o figuras publicas o publico objetivo que le guste, se identifique y promueva la cultura de lectura
- Deberían publicar las apreciaciones de las personas que asisten a los eventos

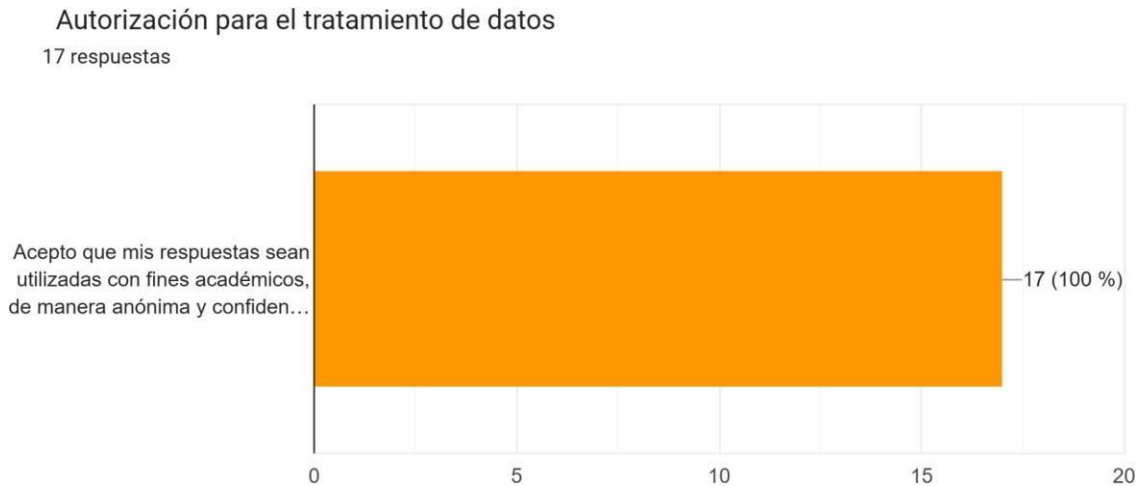
- La constancia al subir las publicaciones
- Que las campañas publicitarias de los eventos fueran más visibles
- Agregar estados recurrentes con las actividades de la semana o del día. Para que las personas que siguen el perfil, estén actualizadas sobre las actividades y puedan planearse.
- Más vídeos
- La edición de sus últimos videos
- Podrían publicar cosas de manera más seguida
- Nada

Qué tal el evento ? escribe tu experiencia17 respuestas

- N/A
- Actualmente no he participado en ningún evento
- fui a un evento el viernes de trueque de libros pero no vi muchos asistentes
- Súper bien
- Un vídeo que hablaba de la representación que iba a hacer del SIAD (Semillero de Investigación, Aprendizaje y Desarrollo) y la biblioteca en el Encuentro Nacional de Semilleros de Investigación 2024.
- Una experiencia única
- .
- no he visto ninguno
- No aplicó
- N
- No he participado en eventos
- Son muy buenos
- No he tenido la oportunidad de asistir a ningún evento de la biblioteca
- Divertido y enriquecedor
- Muy buena

- Excelente, hacen eventos maravillosos como por ejemplo las lunadas literarias

Figura 24



que publiquen mas historia y generen mas visibilidad o publicidad de esta cuenta ya que considero que muchas personas no la conocen. Podrias hacer colaboraciones o figuras publicas o publico objetivo que le guste, se identitifque y promueva la cultura de lectura

Deberían publicar las apreciaciones de las personas que asisten a los eventos

La constancia al subir las publicaciones

Que las campañas publicitarias de los eventos fueran más visibles

Agregar estados recurrentes con las actividades de la semana o del día. Para que las personas que siguen el perfil, estén actualizadas sobre las actividades y puedan planearse.

Más vídeos

La edición de sus últimos videos

Podrían publicar cosas de manera más seguida

Nada

11.1.1 Hallazgos y conclusiones objetivo 2

Análisis de resultados de la encuesta: Percepción del contenido en Instagram de la Biblioteca Pública de Sabaneta

Perfil de los encuestados

Total de respuestas: 18 personas

Edad promedio: 22,8 años

Género:

Mujeres: 13

Hombres: 5

Lugar de residencia más frecuente: Sabaneta, seguido de Bello.

Uso de Instagram

100% tiene cuenta en Instagram.

Tiempo de uso diario:

Menos de 1 hora: 7 personas

1 a 2 horas: 3 personas

2 a 4 horas: 5 personas

Más de 4 horas: 2 personas

Seguimiento a la cuenta de la Biblioteca

Sigue la cuenta: 14 personas (77.7%)

No la siguen: 4 personas (22.3%)

¿Han visto contenido reciente de la biblioteca?

Sí: 13 personas

No o no recuerdan: 5 personas

Contenido favorito en Instagram

(Múltiples respuestas por persona)

Reels: 15 menciones

Historias: 11 menciones

Carruseles: 6 menciones

Frases o citas: 6 menciones

Memes: 6 menciones

Fotos de eventos: 6 menciones

Actividades y concursos: 6 menciones

Sugerencias sobre qué contenido publicar más

Historias del día a día y actividades

Rostros visibles: creadores de contenido que humanicen la cuenta

Talleres, semilleros, eventos culturales

Recomendaciones de libros y memes literarios

Contenido más juvenil, visualmente llamativo y

constante Percepción del contenido

La mayoría lo encuentra interesante, juvenil y atractivo

Algunas personas sugieren que el contenido puede ser más moderno, cercano y visualmente constante

Participación en eventos de la biblioteca vistos en Instagram

Sí han participado: 10 personas (55%)

No han participado: 8 personas (45%)

Sugerencias de mejora

Mayor frecuencia en publicaciones

Más visibilidad de eventos

Uso de historias destacadas y programaciones semanales

Colaboraciones con figuras públicas o promotores de lectura

Comentarios sobre eventos

Eventos como el trueque de libros o las lunadas literarias fueron bien valorados.

Algunas personas mencionaron que no han asistido, pero les gustaría hacerlo si se entera a tiempo.

11.2 HALLAZGOS

11.2.1. Uso frecuente de Instagram entre los encuestados

Todos los participantes afirmaron tener una cuenta en Instagram. La mayoría (12 de 18) lo utiliza menos de 2 horas al día, lo que indica un uso moderado. Sin embargo, hay un grupo que pasa de 2 a 4 horas diarias, lo cual representa una oportunidad para captar su atención a través de contenido relevante.

11.2.2. Alta tasa de seguimiento a la cuenta de la biblioteca

El 77% de los encuestados sigue la cuenta de Instagram de la biblioteca, lo que refleja un interés y conocimiento previo sobre la institución en redes sociales. Sin embargo, 4 personas admitieron no seguirla, lo que también sugiere que aún hay margen para crecer en visibilidad y alcance.

11.2.3. Contenido más popular entre los usuarios

Los formatos más valorados por los encuestados fueron los Reels y las Historias, seguidos por los memes, carruseles, actividades o concursos y frases o citas. Esto evidencia que el formato dinámico y visual es el más efectivo para captar el interés del público joven.

11.2.4. Percepción general positiva, pero con oportunidades de mejora

Aunque la mayoría considera el contenido como atractivo, informativo y útil, también se identificaron sugerencias como:

Aumentar la frecuencia de publicación.

Mostrar más la cotidianidad de la biblioteca.

Tener una “cara visible” o creador de contenido activo.

Publicar más contenido juvenil, memes y eventos culturales.

Hacer colaboraciones para ampliar el alcance.

11.2.5. Participación en eventos vista desde Instagram

La mayoría ha participado en al menos una actividad que descubrió por Instagram. Sin embargo, varias personas mencionaron no haber asistido o no haber visto promociones claras, lo cual indica una oportunidad para fortalecer la estrategia de promoción de eventos en redes sociales.

11.2.6. Diversidad de edades y territorios

Los encuestados provienen de diversos barrios de Sabaneta, Medellín, Bello, Itagüí y otras zonas, con un rango de edad amplio (15 a 53 años), lo que demuestra el potencial de Instagram como una herramienta transversal para públicos intergeneracionales.

11.3 CONCLUSIONES

Instagram es un canal efectivo para la difusión cultural de la Biblioteca Pública de Sabaneta, ya que sus publicaciones llegan a un público diverso y generan interacción, especialmente cuando se utilizan formatos visuales y dinámicos como reels e historias.

La percepción del contenido es mayormente positiva, pero los usuarios demandan una estrategia más cercana, constante y moderna. Se requiere más autenticidad, participación de jóvenes y generación de comunidad en torno a la lectura y la cultura.

El contenido actual debe adaptarse a los intereses y hábitos de consumo digital, priorizando temas como: historias de usuarios, memes culturales, talleres, libros recomendados, frases llamativas, eventos juveniles y contenidos relacionados con tecnología e innovación.

La biblioteca debe fortalecer su identidad digital, visibilizando más su programación diaria, creando campañas con rostros visibles y aprovechando colaboraciones estratégicas con figuras públicas o comunidades lectoras afines.

Es fundamental generar campañas de fidelización y aumentar el engagement, especialmente con el público joven. Esto puede lograrse mediante concursos, retos literarios, interacción en historias y uso de un lenguaje cercano y emocional.

Triangulación de la información entre el análisis de contenidos y la percepción de los usuarios. Objetivo 1 y 2.

En el marco del trabajo de grado titulado “Percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya”, se llevó a cabo un análisis triangular entre los datos obtenidos en la matriz de contenidos de Instagram de la biblioteca (Objetivo 1), las respuestas de los 18 encuestados y los postulados teóricos que sustentan la investigación.

Durante el periodo comprendido entre septiembre y diciembre de 2024, se identificaron un total de 49 publicaciones en Instagram, entre ellas imágenes, reels, carruseles, historias destacadas y promociones de eventos. Se clasificaron según tipo de contenido, formato, temática, interacciones, uso de hashtags y frecuencia semanal. El análisis permitió establecer que la mayoría de las publicaciones fueron informativas o promocionales, con una baja frecuencia de publicación (1 a 2 veces por semana) y un uso limitado de recursos audiovisuales como reels y videos con narrativas cercanas o creativas.

Este hallazgo se complementa con los datos obtenidos en la encuesta a los usuarios. El 83% de los encuestados manifestó que sigue la cuenta de Instagram de la biblioteca, y aunque perciben el contenido como útil y atractivo, reclaman una mayor variedad, cercanía, dinamismo y participación juvenil. Los formatos favoritos de los usuarios son los reels, historias y memes, mientras que el contenido más comúnmente publicado durante los cuatro meses analizados fue el de carácter informativo estático, lo que indica una desconexión entre las preferencias del público y la estrategia editorial de la cuenta.

Según Hall (1980) y su teoría de la recepción, el sentido de los mensajes comunicacionales no es fijo, sino que se resignifica a través de la interpretación del receptor. En este caso, aunque la biblioteca codifica sus publicaciones con una intención institucional informativa, los usuarios jóvenes las decodifican con expectativas de entretenimiento, interacción y vínculo emocional. Esto también se evidencia en la teoría del Engagement de Kietzmann et al. (2011), la cual plantea que las redes sociales deben promover relaciones bidireccionales basadas en el contenido atractivo y en la participación activa, algo que se ve limitado cuando la comunicación es unidireccional y con baja frecuencia.

Asimismo, desde la perspectiva de la difusión de innovaciones de Rogers (2003), la biblioteca se posiciona como una entidad cultural innovadora al tener presencia digital, pero aún no ha logrado consolidar un proceso efectivo de adopción y fidelización del

público joven en Instagram. El consumo participativo, como lo plantea Jenkins (2006), requiere que las audiencias no solo reciban el contenido, sino que interactúen, creen y compartan. En contraste, el análisis de los comentarios, likes y visualizaciones muestra niveles bajos de participación activa.

Por su parte, el enfoque de marketing cultural digital propuesto por Kotler y Fernández (2006) destaca la necesidad de generar estrategias comunicativas que conecten emocionalmente con el público objetivo, integrando storytelling, identidad gráfica coherente y segmentación adecuada. Elementos que, si bien están parcialmente presentes en el perfil de la biblioteca, aún requieren fortalecimiento para generar mayor impacto cultural a través de Instagram.

En conclusión, la triangulación evidencia que existe una brecha entre la oferta de contenidos que publica la biblioteca y las expectativas y hábitos de consumo digital de sus usuarios jóvenes. A pesar de que la biblioteca tiene una presencia activa en Instagram, su estrategia comunicacional necesita transformarse desde una lógica institucional hacia una narrativa cultural participativa, capaz de conectar con las emociones, intereses y lenguajes del público al que desea impactar. Esta alineación no solo fortalecería el vínculo con su comunidad lectora, sino que consolidaría su papel como agente dinamizador de la cultura en entornos digitales.

12. Resultados objetivo 3 Entrevista a expertos

Realizar entrevistas virtuales a expertos en redes sociales, comunicación y bibliotecas para conocer su percepción sobre el uso de Instagram como herramienta de difusión cultural.

Análisis individual de las entrevistas

Anexo E – Daniel Calao (Experto en redes sociales)

Daniel Calao es estratega digital y experto en redes sociales. En la entrevista, enfatizó el valor de Instagram como una red poderosa para generar comunidad y visibilidad cultural, especialmente si se adapta al lenguaje de las audiencias jóvenes. Señaló que la clave para el crecimiento orgánico es el contenido auténtico, breve, emocional y visualmente atractivo.

Entre sus ideas clave, destacan:

Algoritmo y *engagement*: Instagram favorece el contenido que genera interacción rápida (reels, historias, encuestas).

Contar historias visuales: Recomendó usar storytelling audiovisual como estrategia para conectar emocionalmente.

Errores comunes: Criticó el uso excesivo de diseños sobrecargados, la falta de interacción con los usuarios y la publicación sin una planificación previa.

Sugerencias: Apostar por los reels, humanizar el contenido (mostrar personas, no solo libros o flyers), y mantener un ritmo constante de publicaciones.

Anexo F – Paula Cardona (Experta en comunicación cultural)

Paula Cardona, comunicadora social con experiencia en gestión cultural, resaltó la importancia de Instagram como canal de diálogo y construcción de comunidad. Enfatizó que no basta con publicar contenido informativo; es necesario emocionar, invitar a participar y generar un vínculo con la audiencia.

Puntos destacados de su intervención:

Instagram como comunidad: Más que un escaparate, debe usarse como un espacio para escuchar a los usuarios.

El valor de lo emocional: Las publicaciones que apelan a la memoria, las emociones o la identidad local tienden a generar más impacto.

Rol del lenguaje: Recomendó un tono cercano, narrativo y coherente con la identidad institucional.

Desafíos comunicativos: Advirtió sobre el riesgo de subutilizar Instagram como un simple tablón de anuncios, desconectado del diálogo social.

Anexo G – Daniel Alexander Bentancur (Bibliotecólogo y director de biblioteca universitaria)

Desde su rol como bibliotecólogo, Daniel Bentancur defendió el uso de Instagram como una herramienta de transformación de la imagen tradicional de las bibliotecas. Subrayó que esta red permite mostrar que las bibliotecas son espacios activos, vivos, cercanos a la comunidad.

Ideas clave de su entrevista:

Instagram para romper estereotipos: Ayuda a visibilizar actividades culturales, usuarios reales, y bibliotecarios comprometidos.

Contenido con rostro humano: Recomendó mostrar a los propios bibliotecarios recomendando libros o guiando actividades.

Obstáculos estructurales: Señaló la falta de tiempo y personal capacitado como un reto común en las bibliotecas públicas.

Recomendación central: Definir una identidad digital clara y coherente, con publicaciones constantes y cercanas.

Hallazgos conjuntos

Coincidencia sobre la importancia estratégica de Instagram

Los tres entrevistados coincidieron en que Instagram es una plataforma fundamental para la difusión cultural, en tanto permite construir comunidad, generar cercanía y visibilizar la vida cotidiana de las bibliotecas.

Valor del contenido auténtico y humano

Todos resaltaron la importancia de mostrar personas reales: usuarios, bibliotecarios, experiencias cotidianas. El contenido que más conecta es el que humaniza la institución y genera una conversación genuina.

Necesidad de narrativa y emocionalidad

Tanto Paula como Daniel Calao insistieron en que el contenido debe tener una narrativa: contar historias, no solo informar. Las emociones son clave para el engagement y para transformar seguidores en participantes.

Falta de recursos y planificación como barrera común

Daniel Bentancur y Paula Cardona mencionaron la ausencia de personal capacitado o dedicado exclusivamente a redes sociales como un obstáculo común en las bibliotecas públicas. Esto afecta la calidad y la frecuencia del contenido publicado.

Rol educativo y cultural de las redes

Aunque desde perspectivas diferentes, los tres entrevistados coincidieron en que Instagram también puede cumplir un rol formativo, fomentando la lectura, el pensamiento crítico y la participación ciudadana.

Conclusiones

Instagram puede ser una herramienta poderosa de transformación cultural, siempre que se use con estrategia, coherencia y creatividad. No se trata solo de informar, sino de conectar, emocionar y representar a las comunidades lectoras.

La convergencia de puntos de vista desde la comunicación, las redes sociales y la bibliotecología permite entender que la difusión cultural en redes no es un esfuerzo aislado, sino una práctica interdisciplinar que requiere colaboración entre comunicadores, diseñadores, bibliotecarios y estrategias digitales.

Los retos estructurales persisten, especialmente en las bibliotecas públicas con recursos limitados. Esto refuerza la necesidad de formación, planeación estratégica y apoyo institucional para fortalecer las prácticas digitales.

El contenido más efectivo será aquel que combine creatividad, cercanía y participación, invitando a los usuarios no solo a consumir información, sino a ser parte activa de la vida cultural de la biblioteca.

Hallazgos y Conclusiones Generales

Triangulación de resultados del Objetivo 1, Objetivo 2 y Objetivo 3

Esta investigación tuvo como propósito analizar la percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya de Sabaneta, a través de un enfoque mixto que articuló tres fuentes principales de información:

- Objetivo 1: Análisis del contenido publicado en Instagram por la biblioteca durante cuatro meses.
- Objetivo 2: Encuestas aplicadas a 18 usuarios de la cuenta de Instagram.
- Objetivo 3: Entrevistas a expertos en redes sociales, comunicación y bibliotecas.

Hallazgos integrados:

1. La biblioteca tiene una presencia digital activa, pero poco estratégica

En los cuatro meses analizados, la cuenta de Instagram (@bibliotecadesabaneta) publicó con frecuencia, usando principalmente imágenes fijas, carruseles y flyers informativos.

Sin embargo, se evidencia poca variedad de formatos, bajo uso de reels o historias interactivas, y escasa narrativa visual.

Este hallazgo coincide con lo expresado por los expertos entrevistados, quienes sugieren que una biblioteca activa digitalmente no necesariamente está conectando con su comunidad si no hay un propósito claro detrás del contenido.

2. Los usuarios valoran la información, pero desean más interacción y cercanía

De los 18 encuestados, el 72% afirmó seguir a la biblioteca en Instagram para estar informados sobre eventos y actividades.

Sin embargo, muchos señalaron que les gustaría ver contenido más dinámico y participativo: videos, recomendaciones de libros, trivia, transmisiones en vivo, entre otros.

Este deseo de mayor conexión emocional y participación concuerda con las recomendaciones de los expertos, especialmente en relación con el uso de storytelling y la humanización del contenido.

3. La identidad digital de la biblioteca no está claramente definida

Aunque hay un esfuerzo por comunicar actividades culturales, no se percibe una línea narrativa coherente ni una identidad visual uniforme.

Los usuarios no logran identificar un tono distintivo ni una propuesta de valor clara en el contenido digital.

Según los expertos, esto puede ser un síntoma de una falta de estrategia comunicativa y planificación de contenidos, lo cual también se refleja en la matriz de análisis del contenido.

4. El contenido más efectivo es el que incluye rostros humanos y experiencias reales

En el análisis de contenido, las publicaciones con fotos de personas (usuarios, artistas, funcionarios) obtuvieron más interacciones que las publicaciones únicamente gráficas o textuales.

Los encuestados también manifestaron interés por ver más “detrás de cámaras” y actividades reales de los usuarios de la biblioteca.

Esta observación se refuerza con lo planteado por los expertos, quienes coinciden en que el contenido humano y auténtico es el que más *engagement* genera.

5. Hay una desconexión entre la oferta digital y las expectativas de la comunidad

Aunque la biblioteca publica información relevante, no siempre se adapta al lenguaje, los horarios o las preferencias de consumo digital de su audiencia joven.

Los usuarios manifestaron que no siempre se enteran a tiempo de las actividades, o no entienden bien el mensaje del post.

Esto evidencia la necesidad de segmentar la audiencia, adaptar el mensaje y diversificar los formatos.

6. La biblioteca enfrenta limitaciones estructurales para mejorar su presencia digital

Según el bibliotecólogo entrevistado, muchas bibliotecas públicas, incluida la de Sabaneta, no cuentan con personal capacitado ni tiempo suficiente para diseñar y ejecutar estrategias digitales efectivas.

Esta falta de recursos y formación se identifica como una de las causas principales de la baja interacción y alcance de las publicaciones.

Conclusiones finales

Conclusiones

Objetivo 1: Realizar un análisis de los contenidos publicados por la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya en Instagram, desde septiembre de 2024 hasta la fecha de la investigación.

En este objetivo, se logró analizar una muestra representativa de las publicaciones realizadas por la biblioteca en su cuenta de Instagram. A través de este análisis, se identificó una tendencia en la que se priorizan contenidos informativos sobre eventos y actividades locales, aunque con un énfasis limitado en el fomento de la lectura y la cultura literaria. Se observó que, aunque la biblioteca utiliza Instagram para llegar a su comunidad, el contenido no siempre refleja una estrategia clara orientada a la promoción de la lectura o a la creación de una comunidad activa de lectores. Esto sugiere que existe un potencial sin explotar en el uso de la red social para conectar más efectivamente con los usuarios en torno al hábito de la lectura.

Objetivo 2: Realizar encuestas a los usuarios de Instagram de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya para conocer su percepción sobre el contenido cultural y de difusión literaria publicado en dicha cuenta.

Las encuestas realizadas revelaron que los seguidores de la cuenta de Instagram de la biblioteca tienen una percepción positiva de los contenidos publicados, pero expresaron una necesidad de mayor diversidad en los temas tratados. La mayoría de los usuarios valoraron las publicaciones que destacan nuevos libros, actividades de lectura y recomendaciones literarias. Sin embargo, muchos sugirieron que la biblioteca podría incorporar más recursos visuales como reseñas de libros o fragmentos literarios que fomenten la interacción y el descubrimiento de nuevos autores. Esto refuerza la idea de

que el contenido digital de la biblioteca tiene un gran potencial para ser más atractivo y generar mayor participación de los usuarios.

Objetivo 3: Realizar entrevistas virtuales a expertos en redes sociales, especialmente Instagram, y bibliotecólogos para obtener perspectivas sobre cómo se puede mejorar el uso de Instagram como herramienta de difusión cultural en bibliotecas públicas.

Las entrevistas con los expertos proporcionaron valiosas recomendaciones sobre el uso estratégico de Instagram en las bibliotecas públicas. Se sugirió la implementación de contenido interactivo, como encuestas, recomendaciones personalizadas y colaboraciones con *influencers* literarios. También se destacó la importancia de la consistencia y la planificación de las publicaciones para mantener el interés de la audiencia. Los expertos coincidieron en que Instagram tiene un gran potencial para difundir la cultura y promover la lectura, siempre y cuando se utilicen herramientas digitales adecuadas para generar un impacto positivo y mantener el compromiso de la comunidad.

Reflexión final

Como comunicadora social y periodista, creadora de contenido en Instagram, me siento profundamente feliz de haber aportado con esta investigación al estudio sobre el uso de Instagram para la difusión cultural en las bibliotecas. Considero que este trabajo contribuye de manera significativa a fortalecer las bibliotecas como refugios de cultura y conocimiento, a través de la exploración de nuevas formas de conectar con el público. En este sentido, esta investigación ofrece herramientas valiosas que pueden ser replicadas por otras bibliotecas públicas en Colombia, ayudando a consolidar Instagram como una herramienta eficaz para acercar la lectura a más personas. Así, de acuerdo con lo que mencionaba Jorge Luis Borges, “Siempre imaginé que el Paraíso sería algún tipo de biblioteca”. Este trabajo se presenta como un paso más para asegurar que esos paraísos literarios sigan siendo relevantes y accesibles para las generaciones futuras.

Instagram tiene un alto potencial como canal de difusión cultural, pero requiere planificación estratégica, creatividad y recursos humanos capacitados.

La Biblioteca Pública de Sabaneta muestra un esfuerzo por mantenerse activa en redes, pero su presencia digital aún es incipiente y necesita fortalecerse a través de una narrativa clara, formatos más dinámicos y contenido que invite a la participación.

Existe una brecha entre lo que la biblioteca publica y lo que su comunidad espera recibir. Reducir esta brecha implica conocer mejor a la audiencia, utilizar un lenguaje cercano y actualizar los formatos según las tendencias digitales.

La humanización del contenido, el uso del video corto, el *storytelling* y la interacción activa con los usuarios son claves para aumentar el *engagement* y consolidar una comunidad digital.

Las bibliotecas públicas requieren apoyo institucional, formación en competencias digitales y herramientas de gestión de contenido para poder cumplir eficazmente su rol cultural en el entorno digital.

La convergencia entre los datos cuantitativos (matriz y encuestas) y cualitativos (entrevistas) refuerza la necesidad urgente de una transformación digital que no solo se base en presencia, sino en propósito, interacción y participación comunitaria.

Este trabajo de grado titulado “Percepción del uso de Instagram en la difusión cultural de la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya” se propuso analizar de forma crítica y estratégica el papel que desempeñan las redes sociales, particularmente Instagram, como herramienta de comunicación y difusión cultural en el ámbito bibliotecario. Desde un enfoque mixto, se integraron diversas metodologías e instrumentos de recolección de información como el análisis de contenido de las publicaciones de la cuenta @bibliotecadesabaneta, la aplicación de encuestas a jóvenes entre los 10 y 18 años que usan la red social, y la realización de entrevistas

semiestructuradas con expertos en bibliotecas y redes sociales. Esta triangulación permitió construir una mirada más amplia y profunda del fenómeno objeto de estudio.

A lo largo de la investigación, se evidenció que Instagram no solo es una red social de entretenimiento, sino también un espacio de interacción, participación y construcción simbólica de lo público y lo cultural. En el caso de la Biblioteca Pública de Sabaneta, se identificó que si bien existe una presencia digital constante, aún hay oportunidades de mejora en cuanto a la diversificación de los formatos, el lenguaje visual, la segmentación de contenidos y la participación activa de los usuarios, especialmente del público joven. Las categorías analizadas —tipo de publicación, frecuencia, interacción, estética visual, temas, lenguaje, presencia de comunidad, entre otras— permitieron establecer patrones, fortalezas y retos de la estrategia actual.

El trabajo se fundamentó teóricamente en aportes clave como la Teoría de la Recepción de Stuart Hall, que permite entender cómo los públicos interpretan y resignifican los contenidos culturales desde sus contextos y experiencias; la Teoría del Engagement en redes sociales (Kietzmann), que analiza las dinámicas de conexión y participación en plataformas digitales; la Teoría de la Difusión de Innovaciones de Everett Rogers, que explica cómo las bibliotecas pueden adoptar el uso estratégico de redes como Instagram para acercarse a nuevos públicos; y el concepto de Marketing cultural digital, propuesto por autores como Kotler y Fernández, que plantea cómo las instituciones culturales pueden conectar emocional y creativamente con sus audiencias.

Uno de los principales aportes de esta investigación es haber articulado una mirada comunicacional, cultural y juvenil al uso de Instagram en bibliotecas públicas, reconociendo que las redes no reemplazan los espacios físicos ni las colecciones bibliográficas, pero sí potencian su alcance, actualizan sus lenguajes y permiten generar comunidad con nuevas generaciones de lectores. A partir de los hallazgos, se propone que la biblioteca fortalezca el uso de formatos audiovisuales como reels, carruseles narrativos y publicaciones colaborativas; que diversifique sus mensajes hacia contenidos

más interactivos y segmentados por edades; y que invite a los propios jóvenes a co-crear publicaciones, reconociéndolos como prosumidores activos.

Además, los resultados de esta investigación son replicables y escalables en otras bibliotecas públicas del país o de América Latina, que enfrenten retos similares de vinculación juvenil y posicionamiento digital. La metodología desarrollada —que incluye análisis de contenido, encuestas a usuarios reales y entrevistas a expertos— puede adaptarse fácilmente a otras instituciones para diagnosticar su uso de redes, escuchar a sus audiencias y proponer estrategias más participativas. También puede ser utilizada como insumo por equipos de comunicación, gestores culturales y bibliotecólogos que deseen profesionalizar su trabajo digital con base en evidencia y en teorías de la comunicación contemporánea.

Finalmente, este trabajo demuestra que Instagram, cuando es utilizado estratégicamente, no solo sirve para informar eventos o compartir imágenes, sino que puede convertirse en una herramienta poderosa de democratización cultural, fomento lector, ciudadanía digital y apropiación del espacio público. Las bibliotecas del siglo XXI están llamadas a ser no solo centros de préstamo de libros, sino también nodos activos de contenido, narrativas y vínculos humanos. Este estudio espera aportar a esa transformación, desde lo local, hacia un horizonte más inclusivo, innovador y culturalmente vibrante.

Conclusión

A lo largo de esta investigación, he logrado explorar y analizar la influencia de Instagram como herramienta de difusión cultural en la Biblioteca Pública Municipal Juan Carlos Montoya Montoya de Sabaneta. Este estudio ha puesto de manifiesto la importancia que tienen las redes sociales, en particular Instagram, para promover la lectura y acercar a la comunidad con los recursos culturales que ofrecen las bibliotecas. A través de los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas y el análisis de

contenidos, he podido identificar tanto los logros como los desafíos que enfrenta la biblioteca en cuanto a su estrategia digital.

Como comunicadora social y periodista, creadora de contenido de libros en Instagram bajo el nombre de @uncafeconisa, me siento profundamente feliz de aportar mi granito de arena a este estudio y a la reflexión sobre cómo ser un puente entre las personas, los libros y las bibliotecas. Gran parte de mi pasión radica en hacer posible que los libros lleguen a más personas y que las bibliotecas sean refugios de conocimiento y cultura. Considero que esta investigación contribuye de manera significativa a que, en Colombia, se lea más en las bibliotecas, que estos espacios continúen siendo un pilar de nuestra sociedad, y que no dejemos morir esos paraísos que Jorge Luis Borges tan acertadamente mencionó: “Siempre imaginé que el Paraíso sería algún tipo de biblioteca.”

Este trabajo no solo tiene relevancia en el contexto de Sabaneta, sino que sus hallazgos pueden ser replicados en otras bibliotecas públicas del país. Las estrategias identificadas, las buenas prácticas y las recomendaciones elaboradas a lo largo de la investigación ofrecen un marco de referencia útil para otras instituciones culturales que buscan conectar con su audiencia a través de plataformas digitales. Además, este tipo de estudios permite fortalecer la función social de las bibliotecas y su capacidad para seguir siendo actores clave en la construcción de una sociedad más lectora y consciente.

Finalmente, quiero expresar que la investigación realizada no solo ha sido un ejercicio académico, sino también un compromiso personal con el futuro de las bibliotecas en Colombia. Este trabajo busca inspirar tanto a otros comunicadores como a las bibliotecas a explorar nuevas formas de conectar con las comunidades a través de la tecnología y las redes sociales. Solo así podremos asegurar que las bibliotecas sigan siendo el refugio cultural que tanto necesitamos y que la lectura siga siendo una puerta abierta hacia el conocimiento, la imaginación y el crecimiento personal.

Referencias

- @bibliotecadesabaneta. (2023, marzo 8). Nuestra usuaria María Isabel @uncafeconisa, nos recomienda Memorias por correspondencia de la autora Emma Reyes [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CpLKWJwJ9f6/?igsh=bHAzcDlybmZoNzMx>
- Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: An exploratory analysis. *Aslib Proceedings*, 64(4), 358–372. <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- Alcaldía de Sabaneta. (2022). Palabras Vivas: Plan municipal de bibliotecas, lectura, escritura y oralidad: Acuerdo 09 del 26 de septiembre de 2022. <https://cultura.sabaneta.gov.co/files/biblioteca/institucionales/palabras-vivas-2022.pdf>
- Biblioteca de Sabaneta. (2025, febrero 4). Oferta de Promoción LEO 2025 [Reel]. Instagram. <https://www.instagram.com/bibliotecadesabaneta/reel/DFqDhpVxFPU>
- Biblioteca Pública Piloto [@bibliotecapiloto]. (s. f.). Publicación en Instagram. Instagram. <https://www.instagram.com/bibliotecapiloto/>
- Borges, J. L. (1978). *Siete noches*. Emecé Editores.
- Castrillón, M. (2020). El manifiesto poético-político por la investigación de/en la biblioteca pública.
- Comfama. (s. f.). Sistema de Bibliotecas. <https://www.comfama.com/bibliotecas/>
- Cultura Sabaneta. (2022). Plan Municipal de Bibliotecas, Lectura, Escritura y Oralidad “Sabaneta Palabras Vivas”. Alcaldía de Sabaneta. <https://cultura.sabaneta.gov.co/biblioteca/institucionales/plan-municipal-de-bibliotecas-lectura-escritura-y-oralidad-sabaneta-palabras-vivas>

Cultura Sabaneta. (2023). Sabaneta se prepara para la cuarta edición de la Fiesta de las Letras y las Palabras. Alcaldía de Sabaneta.

<https://cultura.sabaneta.gov.co/noticias/sabaneta-se-prepara-para-la-cuarta-edicion-de-la-fiesta-de-las-letras-y-las-palabras>

Deodato, J. (2014). The patron as producer: Libraries, web 2.0, and participatory culture. *Journal of Documentation*, 70(5), 734–758. <https://doi.org/10.1108/JD-10-2013-0128>

Duque, N. (2020). Funciones y roles de la biblioteca en el contexto social.

Forbes Staff. (2020, octubre 5). Instagram: A 10 años del origen de una de las redes sociales más utilizadas. Forbes México. <https://forbes.com.mx/forbes-life/tecnologia-instagram-red-social-10-anos/>

García-Marín, D., & Rivera, M. (2019). Noticias digitales sobre bibliotecas públicas en España: Análisis de interacciones en Facebook. *Revista Profesional de la Información*, 28(4), 52–78.

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/81854/62924/286603>

Gómez, A., & Sarmiento, C. (2022). Representación social de las bibliotecas públicas en Bogotá: Un análisis cualitativo. *Códices*, 18(2), 45–61.

<https://cnb.gov.co/ojs/index.php/codices/article/download/111/69/136>

Gómez, C. D., & Sosa, P. (2019). El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 119, 51–75.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7673439.pdf>

- Gómez, M., & Ramírez, P. (2019). Percepción de los usuarios sobre la difusión cultural en redes sociales: El caso de las bibliotecas públicas colombianas. *Información, Cultura y Sociedad*, (40), 45–62. <https://doi.org/10.34096/ics.i40.6245>
- Jaramillo, O., & Moncada Patiño, J. D. (2007). La biblioteca pública y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC): una relación necesaria. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 30(1), 27–44. <https://www.redalyc.org/pdf/1790/179014344007.pdf>
- López-Borrull, A., & Cobarsí, J. (2018). Uso de las redes sociales en las bibliotecas públicas españolas: Análisis de la actividad en Facebook. *El Profesional de la Información*, 27(2), 341–348. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.16>
- Minuto30. (2024). Biblioteca de Sabaneta, entre las mejores de Colombia en diversidad. <https://www.minuto30.com/biblioteca-de-sabaneta-mejores-colombia-diversidad/1641801>
- Montoya, S. (2020). El uso de Instagram en bibliotecas públicas del Valle de Aburrá: Un análisis de su efectividad. *Revista Digital Universitaria*, 21(1), 1–15. <https://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2020.21.1.2>
- Murray, C., & Buchanan, S. (2020). Engaging Users through Social Media in Public Libraries. Arxiv. <https://arxiv.org/abs/2003.04204>
- Pérez, A., & Rojas, L. (2022). Percepción de los usuarios sobre la digitalización en la Biblioteca Pública de Sabaneta. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 45(1), 113–128. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v45n1a08>
- Rivera, L. (2017). Redes sociales y bibliotecas públicas en Colombia: Un estudio de caso en Medellín. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 40(3), 287–298. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a07>

Sabaneta.edu.co. (s. f.). Biblioteca Municipal Juan Carlos Montoya Montoya.

<https://sabaneta.edu.co/biblioteca-municipal>

Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín [@bibliotecasmed]. (s. f.). Publicación en Instagram. Instagram. <https://www.instagram.com/bibliotecasmed/>

Torres, J. (2021). Estrategias de marketing digital en bibliotecas públicas de Bogotá y su impacto en la comunidad. *Bibliotecas: Revista de la Escuela de Bibliotecología*, 43(2), 15–29. <https://doi.org/10.15359/rb.43-2.1>

Uribe Marín, Y. A. (2017). Uso de la red social Facebook en los Parque Biblioteca de Medellín [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia].

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/8848>

Vallet Sanmanuel, G. (2017). Las redes sociales en las bibliotecas públicas de la Provincia de Valencia. *Métodos de Información*, 8(15), 139–168.

<http://dx.doi.org/10.5557/IIMEI8-N15-139167>

Waalaxy. (2024, junio 22). ¿Quién creó Instagram? Historia de

Instagram. <https://blog.waalaxy.com/es/quien-creo-instagram/>

Anexos

Anexo A. Matriz de Análisis de Contenido en Excel

En este archivo de Excel se encuentran los datos de la matriz de análisis realizada para el estudio.

[Matriz de Excel](#)

Anexo B. Matriz de Respuestas de Encuesta (Google Forms)

El siguiente enlace lleva a la hoja de cálculo con las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a los seguidores:

[Hoja de Cálculo de Respuestas \(Google Forms\)](#)

Anexo C. Encuesta Semiestructurada a Seguidores

El siguiente enlace contiene el formulario de la encuesta semiestructurada utilizada para obtener las percepciones de los seguidores:

[Encuesta Semiestructurada \(Google Forms\)](#)

Anexo D. Preguntas a Expertos

A continuación, se incluye el documento con las preguntas realizadas a los expertos durante las entrevistas:

[Preguntas a Expertos \(Google Docs\)](#)

Anexo E. Entrevista con Experto en Redes Sociales - Daniel Calao

Video de la Entrevista (YouTube): [Ver video](#)

Transcripción de la Entrevista (Google Docs): [Ver transcripción](#)

Anexo F. Entrevista con Experta en Comunicación - Paula Cardona

Video de la Entrevista (YouTube): [Ver video](#)

Transcripción de la Entrevista (Google Docs): [Ver transcripción](#)

Anexo G. Entrevista con experto en bibliotecas

Nombre: Daniel Alexander Bentancur

Cargo: Director de la Biblioteca de la Universidad EIA – Bibliotecólogo

Entrevista en YouTube: <https://youtu.be/zNbpFaS-YLc>

Transcripción de la entrevista:

<https://docs.google.com/document/d/187V9HrvQCIfX-LuOAUcJHuvEycDc0zpxWjHoboOOr1Y/edit?usp=sharing>