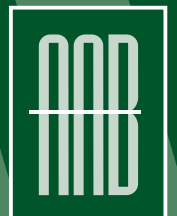


I.S.S.N.: 2253-6108
<http://www.aab.es>

Boletín de la
**ASOCIACIÓN ANDALUZA
DE BIBLIOTECARIOS**

Año 35, nº 119 - ENERO-JUNIO 2020



Boletín de la ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS



Publicación semestral, editada por la
Asociación Andaluza de Bibliotecarios (AAB)
Año 35. Número 119. Enero-Junio 2020

COMISIÓN DE PUBLICACIONES Y CONSEJO EDITORIAL:

A. Tomás Bustamante Rodríguez
(Coordinador)

Ana Real Duro

María Teresa Ortigosa Delgado

María Eloísa Puertollano Cañadas

Yolanda Muñoz Míguez

Mónica García Martínez

Enrique Navas Benito

TRADUCCIONES:

Cristina Fernández Alcaina

Cristina Lara Clares

Alba E. Ruz Gómez

CORRECCIONES Y MAQUETACIÓN:

M^{ra} Carmen Gontán Morales

DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:

Rubén Camacho Fernández

Asociación Andaluza de Bibliotecarios

Calle Ollerías, número 45-47, 3^o D

29012 Málaga

Tel. y fax: 952 21 31 88

Correo-e: aab@aab.es

Web: <http://www.aab.es>

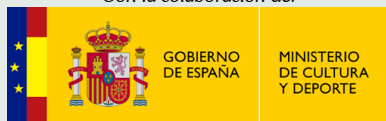
Este boletín está indexado también en:

Dialnet, Latindex, e-revist@s

D.L. MA-265-1997

ISSN 2253-6108

Con la colaboración de:



SUMARIO

Editorial	5
Comunicaciones de las XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía:	
La Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra como marca: análisis de desarrollo MINERIA CASTRO-ESCAMILLA Y NANCY B. MEDELLIN-GARCIA	8
El Grupo de Bibliotecas en Ciencias de la UNAM como marca bibliotecaria de apoyo a la investigación SAÚL ARMENDARIZ SÁNCHEZ Y RICARDO CÉSAR CASTRO ESCAMILLA	34
El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo CARLOS DANIEL GÓMEZ GONZÁLEZ Y PERLA SOSA ZARAGOZA	51
Makerspaces: nuevos espacios en las bibliotecas públicas municipales FRANCISCO JESÚS RUIZ DE HARO	77
El envejecimiento de la población en Cuba: una visión y propuesta desde la Biblioteca Pública KATJUSKA PARÉS RAMÍREZ, YOSLENYS ROQUE HERNÁNDEZ Y REINER FERNÁNDEZ COELLO	89
Biblioteca fácil DOLORES LÓPEZ ASENSI	100
Juntos, MARCAmos camino: #bibliotequesUAB OLGA CANO LLAVERO	117
Hábitos de lectura y consumo de BookTube M. ^a CARMEN NOGUERA FERNÁNDEZ	130
La Planificación Estratégica como una oportunidad de mejora: hacia la conquista de una marca propia AURORA GÓMEZ-PANTOJA Y MARÍA-TERESA MATEOS FERNÁNDEZ	144
Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo! #Huelvalee+ + LAURO ANAYA PENA, LUCÍA BASCÓN ESTEPA Y MARÍA DEL VALLE RIEGO FERNÁNDEZ ...	152
Servicios bibliotecarios con consonancia emocional: Tutoría bibliotecaria CLAUDIA MONSERRATH SÁNCHEZ ROCHA	170
Una biblioteca con vistas FRANCISCO ESCUDERO	180
Servicio de atención al usuario 24 horas, 7 días a la semana, con WhatsApp en una biblioteca universitaria GREGORIO GARCÍA-RECHE Y M. ^a GORETTI MISAS-GENTO	197
Experiencias:	
Veinte pasos para complicarte el trabajo en tu biblioteca DANIEL FERNÁNDEZ RUTKOWSKI	215
Asociación	219
Fesabid	239
II Premio AAB a la Mejor Iniciativa Bibliotecaria 2019:	
Marca: #Bibliotec@:	
Marca Fototeca Dos Hermanas M. CARMEN GÓMEZ VALERA Y ANA ASENCIO RODRÍGUEZ	245
Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo! #Huelvalee+ + LAURO ANAYA PENA, LUCÍA BASCÓN ESTEPA Y MARÍA DEL VALLE RIEGO FERNÁNDEZ ...	256
Marca: #Biblioteca@ ANGÉLICA CABELLO CORDERO	280
Difusión de la Biblioteca de la Diputación de Almería: líneas de actuación ANA GONZÁLEZ SÁNCHEZ	296
Biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín EEZ-CSIC CARMELO RUIZ TORRES Y FELICITAS RAMÍREZ MALO	307
Las mamás y papás nos cuentan. Leer en familia ANUNCIATA VINUESA PONS	322

Normas de publicación

1. ACEPTACIÓN DE TRABAJOS

La Comisión de Publicaciones del BAAB acepta para su publicación:

- Artículos y trabajos de experiencias, desarrollo, investigación, aplicación, etc., sobre biblioteconomía en general y relacionados con Andalucía en particular.
- Recensiones con análisis críticos de publicaciones de nueva aparición.
- Noticias con información actualizada sobre eventos científicos realizados o por realizar, conferencias, instituciones, actividades, etc., sobre todo las que tengan especial relevancia para la Comunidad Autónoma Andaluza.
- Traducciones de normas.

Todos los trabajos deberán ser originales e inéditos. Los autores que envíen trabajos para su publicación en el BAAB se comprometen a no enviarlos a ninguna otra revista o boletín en tanto la Comisión de Publicaciones del BAAB no decida sobre su publicación.

2. NORMAS DE PRESENTACIÓN

Los textos deberán ser remitidos en formato WORD, indicando en los mismos la ubicación de las fotografías, ilustraciones o gráficos, si es que los hubiere, en cuyo caso habría que enviarlos en archivo aparte, formato JPG y a una resolución mínima de 1.181 x 787 píxeles y máxima de 1.772 x 1.181 píxeles.

Se observarán las siguientes normas en el aspecto formal:

- La primera página, “página de título” debe contener los siguientes datos:
 - Título, en capitales; nombre completo del autor, centro de trabajo; dirección postal; teléfono y correo electrónico. En caso de que haya más de un autor se señalará con un asterisco (*) al responsable de la correspondencia. En la publicación se conservará el orden con el que aparezcan los autores en el original.
 - Un resumen o abstract de 50 o 100 palabras debe incluirse al principio del artículo, así como también entre 3 y 10 palabras claves relacionadas con el trabajo.
 - Tanto el título como el resumen y las palabras clave deben ir acompañadas de su traducción al inglés. El autor puede delegar en la Redacción del BAAB revista la traducción al inglés.
- Numeración de divisiones y subdivisiones de acuerdo a la norma UNE 50-132-94 sobre numeración de las divisiones y subdivisiones en documentos escritos.
- La Comisión de Publicaciones del BAAB, podrá hacer correcciones de estilo, puntuación y descripciones bibliográficas.

3. NORMAS DE EDICIÓN

Tablas e ilustraciones: Se numerarán correlativamente, respetando el orden en el que aparecen en el texto, con números arábigos independientes entre sí (p.e. Tabla 1, Figura 1). Si las tablas y figuras no están insertadas en el texto, indique claramente la posición deseada de dicha figura o tabla en el texto. Todas las tablas y figuras deben estar diseñadas para poder ser reducidas.

Citas y Notas: Se numerarán (con números arábigos entre paréntesis) consecutivamente en el orden en que se mencionen por primera vez y se colocarán a pie de página. Las citas sucesivas de una misma referencia recibirán el mismo número. Si la cita es a una parte determinada del documento se indicará los números de página a continuación del numeral.

Referencias bibliográficas: Se redactarán de acuerdo con la norma española UNE 50-104-94. Se respetará el contenido, forma y estructura tal como se muestra en los ejemplos siguientes:

Monografía

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. *Manual de edición y autodefinición*. Madrid: Pirámide, 1994. ISBN 84-368-08040-1.

Artículo de una publicación periódica

LOZANO PALACIOS, A. Un estudio específico sobre tipología y fraseología de resúmenes. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 1991, vol. 7, n. 22, p. 25-35.

Capítulos o contribuciones de una monografía

CORDÓN GARCÍA, J. A.; DELGADO LÓPEZ-CÓZAR, E. "Bibliografía y ciencias de la información". En: *Miscelánea-homenaje a Luis García Ejarque*. Madrid: Fesabid, 1992, p. 187-194.

Comunicaciones a un congreso

VILLÉN RUEDA, I. "Redinet: una alternativa al acceso y difusión de las investigaciones educativas en el ámbito universitario". En: *VIII Jornadas Bibliotecarias de Andalucía* (Jaén 24-26 octubre 1991). Jaén: Asociación Andaluza de Bibliotecarios, Diputación Provincial, Ayuntamiento, 1992.

Recursos electrónicos

VIRGINIA TECH. *Electronic thesis and dissertation initiative* [en línea]. [Consulta: 20 de febrero de 2003]. Disponible en: <http://etd.vt.edu>.

Para resolver dudas acerca de la presentación de los originales, pueden consultarse las siguientes normas:

UNE 50-103-90 Preparación de resúmenes

UNE 50-104-94 Referencias bibliográficas. Contenido, forma y estructura.

ISO 690-2:1997 References bibliographiques. Part 2: Electronic documents or parts thereof

UNE 50-111-89 índice de una publicación.

UNE 50-132-94 Numeración de las divisiones y subdivisiones en documentos escritos

UNE 50-133-94 Presentación de los artículos de publicaciones periódicas

Se permite la reproducción total o parcial del contenido del BAAB siempre que se mencione clara y expresamente el origen del mismo.

Los originales se enviarán a la sede de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios por correo electrónico: aab@aab.es

Editorial

“Cuando salgas de la tormenta, ya no serás la misma persona que había entrado en ella. En eso consiste la tormenta”.

HARUKI MURAKAMI

Amigos, compañeros, colegas, pasamos por momentos de reclutamiento en nuestras casas debido a una pandemia mundial. Hasta hace muy poco si nos lo cuentan no lo hubiéramos creído, pero sí, hoy nos vemos como nos vemos, intentando sacar nuestras bibliotecas hacia fuera, ofreciendo de manera virtual lo mejor de ellas, lo mejor de nuestros trabajos, lo mejor de nosotros mismos.

Hace ya unos años recuerdo escribir una editorial hablando de la crisis y como salir reforzados de ella. Echando la vista atrás, y en estos momentos delante del papel blanco vuelvo a recordar lo que en aquella editorial del año 27, números 103, Enero-Junio 2012 escribía: “Tiempos convulsos son los que nos tocan vivir. Frente a la crisis debemos reaccionar con la creatividad y el buen hacer, debemos buscar el cambio estratégico que nos lleve a afrontar los tiempos con una nueva filosofía de trabajo y gestión, con un cambio de mentalidad y de actitud”.

Como bien dijo Albert Einstein: “En medio de la dificultad se esconde la oportunidad”; esta frase nos sirve como lema ideal para combatir el desánimo tras varios días de confinamiento y desde la AAB os puedo decir que tenemos claro que en el presente tenemos que seguir trabajando para que en el futuro podamos volver a retomar nuestra actividad de una manera clara, con metas muy concretas, y lo mejor, compartirlas contigo.

Para nosotros ha sido triste tener que suspender nuestra Asamblea General anual de manera presencial, nuestro VIII Encuentro Profesional de Bibliotecarios Andaluces con la AAB y nuestros reencuentros con los amigos y colegas, y nuestros grupos de trabajo. Porque si algo nos gusta, es vernos de nuevo, reencontrarnos y celebrar la profesión con lo mejor que sabemos, con nuestro trabajo y nuestro entusiasmo.

Esto nos hará más fuertes, estoy seguro de ello, y nosotros desde la AAB estamos trabajando con más ganas e ilusión si cabe, aunque sea desde nuestras casas, de manera telemática o con reuniones virtuales, porque nuestros proyectos y nuestros trabajos no se han parado, nos hemos adaptado a las nuevas necesidades y formas y seguimos al pie del cañón. Y un ejemplo de ello es este Boletín que entre otras formas nos permite estar cerca de toda la comunidad profesional.

Seguimos muy ilusionados en nuestra nueva cita, que Dios mediante, nos reunirá en las IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas (#4JTB) que se celebrará en Jerez el 5 de noviembre y en Córdoba el 6 de noviembre y que bajo el lema “Bibliotecas sostenibles: objetivos 2030”. Nos permitirá reunirnos para informarnos y formarnos sobre la Agenda 2030 y los 17 ODS y todas las posibilidades que se abrirían a las bibliotecas gracias a ello. Que la agenda sea transversal significa que no están las acciones encasilladas, sino que una acción puede vincularse y potenciar varios ODS. Esto hace que la Biblioteca pueda involucrarse y trabajar a la vez en los 17 ODS, y que las bibliotecas puedan desarrollar acciones relacionados con todos y cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por eso queremos volverte a ver, ahora si cabe con más ganas que nunca, que nos permita compartir conocimiento y experiencias para conocer, desarrollar y transformar nuestras bibliotecas en centros sostenibles. Esto es un trabajo de toda la profesión, y desde las bibliotecas tenemos la obligación de concienciar, difundir, y apoyar a las iniciativas que sepamos que existen en nuestro entorno más cercano, en las localidades donde trabajamos, y ser creativos y crear iniciativas propias y novedosas que podamos compartir y que permitan ayudar en la consecución de los ODS.

“La cometa se eleva más alto en contra del viento, no a su favor”.

WINSTON CHURCHILL



COLABORACIONES

Comunicaciones presentadas en las
XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía

La Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra como marca: análisis de desarrollo

MINERVA CASTRO-ESCAMILLA

BCCT - Instituto de Geofísica de la UNAM

NANCY B. MEDELLÍN-GARCÍA

Biblioteca de la Universidad Anáhuac, Campus Norte

El trabajo presenta el desarrollo de los elementos que se requieren para llevar a cabo una marca de biblioteca de investigación que ofrezca servicios y productos especializados en ciencias de la tierra, el mar y la atmósfera. También examina la congruencia entre la imagen de marca que se le muestra al usuario y la imagen corporativa que ésta tiene dentro del campus universitario en la UNAM. Se describen las pautas que se necesitan para llevar a cabo un posicionamiento de la biblioteca a través de un Portal y de las redes sociales con el fin de ampliar los alcances y hacer una difusión sin importar el lugar geográfico, generando medios de comunicación de forma directa y en tiempo real entre los usuarios y el personal profesional y con ello lograr ofrecer servicios de calidad y contenido confiables.

Palabras clave: Identidad bibliotecaria, Marca Biblioteca, Investigación científica, Biblioteca de investigación, Mercadotecnia.

THE COMBINED LIBRARY OF EARTH SCIENCES AS A BRAND: DEVELOPMENT ANALYSIS

Abstract: This paper presents the development of the elements required to develop a research library brand offering specialized services and products in the fields of earth, marine and atmospheric sciences. The paper also examines the consistency between the public brand image and the corporate image held within the university campus at UNAM. The guidelines to position the library through a Web Portal and social networks are described with a view to wide dissemination and scope, regardless of geographical location. This comprises the generation of means of direct, real-time communication between the users and the professional staff for quality service and reliable content.

Keywords: Library identity, Library Brand, Scientific research, Research library, Marketing.



PRESENTACIÓN

La creación de una marca no es solamente establecer un logotipo y una imagen somera, sino un estudio y análisis de qué factores deben intervenir para establecer una marca. Ahora desde el contexto de que la biblioteca desempeña un papel vital en la comunidad académica y de investigación y cuenta con una serie de elementos con lo que se puede ofrecer marca de calidad bien definida que realmente cubra las necesidades de información, ofrezca datos expeditos y de calidad, que contribuyan en el desarrollo de la investigación científica sobre el área que se requiera. Es por eso que la marca de la biblioteca debe expresar la misión que establece, los valores con lo que cuenta y todos aquellos elementos de alcance institucional. Crear una marca y tenerla muy claro puede ser difícil, muchas de las veces se recurre a contratación de servicios de empresas, agencias de publicidad, para que desarrollen y/o asesoren en la creación de la marca. Sin embargo, los profesionales de la información cuentan con los elementos necesarios para poder desarrollar un proyecto de este alcance, además de que se conoce el trasfondo de la operación y administración de los recursos humanos, de colecciones (contenidos) y hasta los elementos económicos de la Unidad de Información. El desarrollo de estas pautas son sumamente importantes porque con ello ganaremos más usuarios que estarán interesados tanto en nuestros servicios de información así como en los contenidos que se ofrecen y podrán estar a la vanguardia de los datos que se requieren para el desarrollo de sus investigaciones.

LA BIBLIOTECA CONJUNTA DE CIENCIAS DE LA TIERRA (BCCT) DE LA UNAM HISTORIA Y ESTRUCTURA

La Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra (BCCT) representa la red más grande e importante de información y documentación de su especialidad en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) [i], y se encuentra conformada por los recursos documentales, humanos, económicos y materiales de cinco entidades académicas del área de la Investigación Científica, las cuales son los Institutos de Geología, Geofísica y Ciencias del Mar y Limnología, así como los Centros de Ciencias de la Atmósfera y Geociencias (en Juriquilla, Qro.). Cuenta en su contexto con bibliotecas en las Unidades Académicas de Hermosillo, Son., Mazatlán, Sin., El Carmen, Camp., y Puerto Morelos, Q. Roo, y ofrece servicios

i El Sistema Bibliotecario y de Información de la Universidad Nacional Autónoma de México (SIBIUNAM) está constituido por 134 bibliotecas y es coordinado por la Dirección General de Bibliotecas (DGB). Estas bibliotecas corresponden a 102 entidades y dependencias universitarias y se ubican en 18 entidades federativas (se incluye la Ciudad de México). Las bibliotecas se encuentran agrupadas en cinco subsistemas: Investigación en humanidades 20; Investigación Científica 31; Licenciatura y Posgrados 489, Bachilleratos 16 y Extensión y Administración Universitaria 19.

de información a los académicos que hacen uso de los Buques Oceanográficos Universitarios Justo Sierra y Puma.

La BCCT es un concepto que data de 1996, con la primera propuesta de unificación de colecciones presentada a los directores de los Institutos de Geología, Geofísica y Ciencias del Mar y Limnología, así como al del Centro de Ciencias de la Atmósfera, siendo hasta el mes de julio de 1997 que se inicia de manera formal la conformación del proyecto con la contratación de un Coordinador General (con estudios de biblioteconomía) que llevará a cabo la unificación tanto de las colecciones como de los servicios [ii].

El proceso de planeación de la estructura funcional del BCCT, en su primera etapa de distribución de las colecciones y los servicios electrónicos que se podrían ofrecer a medio plazo quedó registrada ante la Coordinación de la Investigación Científica (CIC) de la UNAM [iii] a través de un convenio firmado por los directores de las cuatro primeras entidades académicas que la conformaron [iv]. Ha operado como proyecto cooperativo, uniendo físicamente sus colecciones en Ciudad Universitaria en un solo local y apoyando al mismo tiempo el desarrollo y fortalecimiento de sus Unidades Académicas ubicadas en provincia a lo largo de la República Mexicana, formando parte activa de la BCCT pero trabajan bajo la estructura organizacional de la unidad a la que pertenecen y explotan los servicios electrónicos generados por la Biblioteca Conjunta en CU y los creados exprofeso para los académicos que en ellas laboran [v].

Siete años después, y debido a que en sus inicios fue un Departamento de Geociencias del Instituto de Geología, pasando años más tarde a ser Unidad

- ii Armendáriz Sánchez, Saúl. Proyecto de creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra. México, 1997, 100 hojas. Documento interno.
- iii El Subsistema de la Investigación Científica se compone de 20 institutos y 10 centros, agrupados en tres grandes áreas del conocimiento: Ciencias Químico-Biológicas y de la Salud, Ciencias Físico-Matemáticas y Ciencias de la Tierra e Ingenierías. Forma parte del SIC, también, la Coordinación de la Investigación Científica, con la administración de cinco proyectos del Programa de Investigación Multidisciplinaria de Proyectos Universitarios de Liderazgo Académico (IMPULSA), cinco Programas Universitarios de Ciencia, la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, la Coordinación de Plataformas Oceanográficas (los Buques Oceanográficos) y la Secretaría Ejecutiva de la Reserva Ecológica del Pedregal de San Ángel. Y se rige por un cuerpo colegiado, el Consejo Técnico de la Investigación Científica (CTIC), que constituye una autoridad universitaria. Para impulsar la aplicación de sus políticas y ejecutar sus decisiones, el CTIC se vale de la Coordinación de la Investigación Científica.
- iv Los directores firmantes de este convenio en su momento fueron en orden de aparición: Dr. Antonio Peña Díaz, director del Instituto de Ciencias del Mar y Limnología; Dr. Jaime Urrutia Fucugauchi, director del Instituto de Geofísica; Dr. Dante Morán Zenteno, director del Instituto de Geología; y Dr. Fernando García García, director del Centro de Ciencias de la Atmósfera, el cual fue presentado al Dr. Francisco Bolívar Zapata, Coordinador de la Investigación Científica.
- v Armendáriz Sánchez, Saúl, Domínguez Galicia, Javier. Un proyecto de cooperación bibliotecaria: la creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra, p. 48-60.

Académica y después Centro de Geociencias ubicado en Juriquilla en el estado de Querétaro, se integra de manera formal como otra entidad académica a la BCCT el 20 de junio de 2005, bajo un convenio firmado entre los directores de todas las unidades académicas participantes y el entonces Coordinador de la Investigación Científica, el Dr. René Drucker Colín [vi].

NORMATIVIDAD

Los objetivos de creación y desarrollo de la BCCT, con base en los cambios y ajustes que se han realizado, son:

- Evitar la duplicidad de colecciones y permitir el ahorro de recursos económicos en beneficio de la UNAM.
- Conformar la red de información y documentación universitaria más grande e importante de América Latina especializada en ciencias de la tierra, el mar, la atmósfera y subtemas relacionados.
- Crear y ofrecer servicios bibliotecarios y de información, principalmente electrónicos, a los académicos y estudiantes de posgrado de las cinco dependencias a las que pertenece, además de la comunidad universitaria en general interesada en los temas de su especialidad, para tratar de satisfacer sus necesidades de información de forma eficiente.
- Desarrollar la colección documental especializada más grande y actualizada en ciencias de la tierra, el mar y la atmósfera en la UNAM y si es posible a nivel nacional.
- Ahorrar y mejorar la distribución de recursos materiales, humanos y económicos dentro de una unidad de información universitaria.

LA VISIÓN Y MISIÓN

Se establece la misión y visión para facilitar a los usuarios tanto de los Institutos y Centros por la cual está formada la BCCT, así como a toda la comunidad universitaria sobre los recursos y servicios de información de calidad, con eficiencia, oportunidad y confiabilidad. Además de servir como motivación al personal y ofrecer una identidad de la biblioteca proyectando una imagen positiva, clara, entendible y fácil de seguir para todos los que formamos parte de la misma.

vi Los directores de las entidades académicas que firmaron este nuevo convenio como adenda al convenio principal para la creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra, en orden de aparición son: Dr. José Francisco Valdés Galicia, actual director del Instituto de Geofísica; Dr. Adolfo Gracia Gasca, entonces director del Instituto de Ciencias del Mar y Limnología; Dr. Gustavo Tolson Jones, actual director del Instituto de Geología; Dr. Luca Ferrari Pedraglio, actual director del Centro de Geociencias; y Dr. Carlos Gay García, actual director del Centro de Ciencias de la Atmósfera.

Misión

Somos una biblioteca especializada y de investigación perteneciente a cinco dependencias de la Universidad Nacional Autónoma de México, que apoya con servicios y productos bibliotecarios y de información de calidad a los investigadores, estudiantes de posgrado, universitarios y público en general interesados en el área de su especialidad, para el desempeño de las actividades sustantivas de la UNAM en lo que a las ciencias de la tierra, del mar y de la atmósfera se refiere, y con ello los usuarios cuentan con elementos necesarios que permiten desempeñar su función con compromiso social y contribuir al desarrollo nacional, atendiendo a las demandas que en su ámbito de competencia requieran los diferentes sectores universitarios y del país.

Visión

La BCCT será la principal opción que en materia de recuperación y consulta de información especializada en sus áreas de competencia, tendrán los investigadores, estudiantes y universitarios en general para realizar sus labores cotidianas, así como para la recuperación de documentos primarios que fortalezcan las ciencias de la tierra, del mar y de la atmósfera en la UNAM y en todo el país, debido a que es:

- El primer proyecto en la UNAM bajo una estructura conjunta que ha permitido la optimización de recursos a todos los niveles de cinco dependencias.
- Es la biblioteca especializada en estas áreas más grande e importante en colecciones, servicios y productos de información impresos y electrónicos de América Latina.
- Cuenta con una gama completa de servicios electrónicos que satisfacen en gran medida las necesidades de información de los usuarios a través de doce horas diarias de servicio de lunes a viernes, con personal capacitado para el ofrecimiento de los servicios bibliotecarios básicos y especializados y colecciones de impacto nacional, debido a que también la conforman unidades de información en la parte norte, el centro y el sur del país, que funcionan como bibliotecas regionales.

REGLAMENTO

El reglamento se diseñó con el fin de asegurar el bienestar y la seguridad de los usuarios de la BCCT y garantizar que se lleven a cabo buenas prácticas regidas por estándares y operación del Sistema Bibliotecario de la UNAM, de conformidad con

lo señalado en el artículo 11 bis del Estatuto General de la UNAM [vii], el cual está estructurado en 10 capítulos: Disposiciones generales, Sistema y Consejo Bibliotecario, Comité Asesor del Consejo, Dirección General de Bibliotecas, Las Bibliotecas, Las Comisiones de la Bibliotecas, Usuarios, Personal, Recursos Patrimoniales y Sanciones.

Este Sistema Bibliotecario de la UNAM aplica políticas específicas en las 134 bibliotecas, en donde podrán proporcionar a los usuarios, en los términos de los respectivos reglamentos internos de cada una de sus entidades, servicios bibliotecarios y de información, según su subsistema, nivel y tipo de usuarios.

Con base en lo anterior el Reglamento de la BCCT, está conformado por 8 capítulos que corresponden: disposiciones generales, usuarios, servicios, materiales documentales, sanciones, modificaciones y transitorios. Con los cuales se busca reglamentar toda la operatividad que se realiza en la biblioteca, garantizando a los usuarios calidad, ofrecimiento en tiempo y forma, tanto de la serie de servicios con los que cuenta así como de todo el material documental.

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BCCT

Dentro de los servicios que se ofrecen en la BCCT se cuenta con los tradicionales: préstamo en sala, préstamo externo o a domicilio, préstamo interbibliotecario, servicios académicos especializados, búsqueda y recuperación de documentos (documentación), consulta o referencia, consulta de mapas impresos y digitales así como visitas guiadas y orientación en el manejo de fuentes de información.

Dentro de los Servicios académicos especializados, ofrecidos por los técnicos académicos de la BCCT a los usuarios en Ciudad Universitaria, así como a las Entidades que se encuentran a lo largo de la República Mexicana, emplean herramientas tecnológicas como son el Portal, las redes sociales elaboradas con base en los en los objetivos, misión y visión de la BCCT, colecciones electrónicas y digitales, así como su experiencia en los procesos de recuperación de información de forma local o en otras unidades con las que se tenga o no convenios. Los servicios especializados son:

- Búsqueda y recuperación de información electrónica.
- Recuperación y entrega electrónica de textos completos.
- Análisis documental.

vii Estatuto General de la Universidad Nacional Autónoma de México. Modificado el nombre en la sesión del Consejo Universitario de 23 de octubre de 1962. <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/wo15528.pdf> (Consultado: 7-agos-2019).

- Programas de Desarrollo de Habilidades Informativas.
- Referencia virtual.
- RSS.
- Servicios electrónicos del Portal de la BCCT.
- Estudios métricos de la ciencia.

En cada uno de ellos se busca implementar la garantía plena de la satisfacción de los usuarios, tanto internos que asisten al Campus como de los que consultan de forma remota o se mantiene comunicación en línea en tiempo real y los externos que acuden de otras entidades académicas, instituciones públicas y privadas según sea el caso. Es de gran importancia la satisfacción de los usuarios que continuamente realizan las solicitudes, con el fin de que sigan solicitando el producto y/o servicio ofrecido y no sólo eso, sino que además se tome como modelo de la biblioteca del Sistema Bibliotecario y de Información de la UNAM (SIBI). Como profesionales ponemos mucho énfasis en esta área con el fin de que los usuarios consulten información actualizada en el campo de las ciencias de la tierra, aumenten sus necesidades de información y mantengan las solicitudes del material que requieren para llevar a cabo sus investigaciones.

LOS USUARIOS

Con base en el contexto anterior, la BCCT está conformada por cinco entidades académicas que se especializan en el área de ciencias de la tierra, el mar y la atmósfera, por lo que el tipo de usuario que acude a esta unidad de información tiene intereses muy específicos que van desde entender de manera integral al planeta, determinar el alcance y magnitud de los cambios generados por el ser humano y los elementos naturales, y prevenir, en lo posible, sus efectos.

Según Estadísticas de la ANUIES [viii], la Unión Internacional de Ciencias Geológicas [ix] y el Instituto Americano de Geociencias indican que en 2001 Estados Unidos contaba con un profesional en alguna rama de ciencias de la Tierra por cada 2.700 habitantes; en Argentina con uno por cada 14.700 y en México había uno por cada 50.200 habitantes.

Para 2025 se prevé que se requerirá más de 150.000 geocientíficos para ocupar puestos en las áreas de energías, protección al ambiente y manejo sustentable de la tierra, principalmente. En México frente a los compromisos internacionales de

viii Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior al servicio y fortalecimiento de la educación superior (ANUIES). Anuarios Estadísticos de Educación Superior. Consultado: (29-Julio-2019) <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>

ix International Union of Geological Sciences: Earth Science for the Global Community. (Consultado: (29-Jul-2019) <http://iugs.org/index.php?page=publications>

transición energética, reducción de contaminantes se plantea la necesidad de formar a más de 100.000 expertos de alto nivel en los próximos cuatro años.

LA IMAGEN DE MARCA DE LA BCCT

Partimos de que el *branding* es la marca, la diferencia, y sirve tanto a empresas para captar a sus clientes dentro del contexto bibliotecológico como para las bibliotecas es ofrecer y mejorar la comunicación con sus usuarios, conocer sus necesidades de información, y difundir servicios y recursos para mejorar su visibilidad aplicando diversas técnicas.

Trabajar en la marca de la biblioteca como su propio nombre indica es la imagen que se desea se perciba en el medio en donde trabajamos y se vea reflejada en el posicionamiento o identidad por el cual seremos identificados, ya sea sólo por escuchar el nombre e identificar el logo entre otras características distintivas, que haremos significativas para los usuarios más allá de un esquema de color.

Para iniciar es necesario ponerse en el lugar de nuestros usuarios y arrojar luz sobre los aspectos que requieren o les gustaría, es por eso que debemos buscar lo que conocemos como: *branding* “Lo que diferencia a mi servicio del resto es...”, partiendo de aquí es necesario tener claro el enfoque hacia donde debemos trabajar.

Los bibliotecarios por lo regular trabajamos en una multitud de tareas que involucran la compra y la catalogación de las colecciones, posteriormente ponerlas a disposición de los usuarios, así como en la administración de los servicios. Es necesario tomar conciencia que también el manejo de la marca es tema de nuestra competencia y responsabilidad y lograr el apoyo y desarrollo institucional y posicionar a nuestra biblioteca como una de las mejores en servicios y contenidos.

Para trabajar la marca es necesario convertirnos en referentes para nuestra comunidad y establecer vías claras de comunicación con ellos, con el fin de publicitar nuestros servicios y recursos, de manera que podamos destacar los beneficios y accesibilidad para que puedan llevar a cabo sus investigaciones.

Para resumir en la marca debemos ofrecer el valor agregado de la biblioteca tarea sumamente difícil, especialmente porque hay que tener muy claro el objetivo que se persigue. Y para que el resultado sea realmente bueno, se debe ser lo más natural posible con respecto de las fortalezas y deseos que perseguimos.

Es importante crear la identidad propia de la biblioteca homogeneizando la identificación de los servicios que se ofrecen, tanto en entorno creciente de los dispositivos móviles provocando simultaneidad de acceso mediante varios canales, como en servicios.

En nuestro caso la relación entre la biblioteca y los investigadores ha cambiado en gran medida; la ciencia se trabaja bajo una nueva dinámica en estos últimos, muchos investigadores ya no visitan físicamente la biblioteca por lo que aumenta el esfuerzo por facilitar el acceso a la información digital de forma remota (on line), por lo que los servicios se vuelven más visibles y constantes para los usuarios.

La marca que trabajamos es la promoción y explotación de las TICs y de nuevos modelos de comunicación científica. Las bibliotecas están jugando un papel sumamente importante para formar a los investigadores en el uso de herramientas para mantenerse al día, muestran el funcionamiento de nuevos dispositivos, asesoran en el uso de las redes sociales para la investigación, orientan en cuestiones de propiedad intelectual, ayudan a gestionar una serie de actividades que van desde obtener un artículo hasta buscar en donde publicar.

En muchas entidades dentro del campo de la investigación se ha activado una nueva orientación en la biblioteca encaminándose a la gestión y el desarrollo de los Repositorios Institucionales, los cuales incrementan la visibilidad de las publicaciones de la institución, la puesta en marcha y el mantenimiento de ellos, que por lo regular se acostumbran a estar en manos de la biblioteca como éxito convirtiéndose en una infraestructura básica para la institución.

Esto incrementa la visibilidad y el prestigio de la biblioteca dentro de la institución o entidad a nivel nacional como internacional, por la interoperabilidad que tienen estas herramientas. Además que la biblioteca no sólo contribuya al poblamiento del repositorio, sino que forme a los investigadores en la comprensión de las políticas de las instituciones que financian la investigación y los hacen conscientes de sus obligaciones, del depósito en el acceso abierto a los resultados de la investigación.

Para trabajar la marca con los servicios y los bibliotecarios especializados, debe hacerse en colaboración con los investigadores con el fin de convertirse en asesores de las diversas áreas o departamentos de los servicios de información que se ofrecen en la biblioteca. Esta conexión con ellos realza el valor de los servicios bibliotecarios, logrando obtener retroalimentación para adaptar sus productos y servicios y reducir la brecha que ha provocado la generalización del acceso en línea a la información. Cuando la biblioteca se impregna de esta cultura de servicio, el esfuerzo es reconocido por los investigadores y las comunidades.

Un punto clave para la investigación en esta estrategia de marca es el acceso inmediato a los contenidos de calidad. Estas tienen que innovar para ofrecer mejores servicios con menos recursos, revisando los niveles de uso de las suscripciones, usando servicios de documentación, entre otros servicios muy especializados o explotando las diversas opciones que brinda el acceso abierto.

LOGO: DISEÑO EN EL TIEMPO

La BCCT desde su creación buscó diseñar una imagen que reflejara el servicio que ofrecía a la investigación así como el trabajo conjunto de las Entidades Académicas a las que pertenece, por lo que diseñó su primer logo como uno de sus elementos que utilizarían como la imagen de la biblioteca en ese momento y que además estaría incluido en su primer hoja de servicios en línea (lo que hoy conocemos como el Portal de servicios de la BCCT), con el fin de ofrecer servicios a la vanguardia en el menor tiempo posible. Ese siempre ha sido su lema hasta el día de hoy.



Primer logo de la BCCT 1997



Logo actual de la BCCT 2018

Dentro de la marca este componente debe expresar una imagen actual, que brinde confianza y que refleje la especialización e investigación. Los elementos que se toman para llevar los cambios de imagen son:

- Se incluye el nombre de la biblioteca buscando crear expectativas.
- Que se pueda incluir en plantillas de páginas web, eventos regulares, colores, etc. Se cuenta con varios patrones de colores para ello.
- Que le dé a la biblioteca una identidad, fresca, de investigación.
- Que genere una conexión con esa identidad en la mente de un usuario.
- Que refleje de alguna manera la especialidad de las colecciones de la biblioteca.

Idealmente, que cada vez que un usuario vea el logo identifique los colores, que lo asocien a una identidad con la biblioteca. Es por eso que se emplearon los colores basados en la marca de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), así como aquéllos que más se usan en las ciencias de la tierra. Se buscó remarcar la colaboración, por eso los círculos dentro del mundo. Como se puede observar en referencia al primer logo se buscaron más elementos que personalizaran el logo, que contara con elementos que identificara a la biblioteca dentro del subsistema de la investigación científica y que fuera distinto a todos los existentes en la UNAM.

Asegurándonos además de que los gráficos estuvieran en varios formatos y resoluciones para hacer uso de ellos tanto para materiales impresos como para sitios web. Manteniendo un aspecto coherente a la BCCT y se pueda posicionar como parte integral de la comunidad UNAM proporcionando servicios y de fácil acceso.

LOS MEDIOS EN LOS QUE SE OFERTA

Diseño de los perfiles de investigación mediante el desarrollo de interfaces y comunicación en tiempo real

Para llevar la marca a los servicios y que se diseñen a medida de una comunidad científica de investigación en el área de la ciencias de la tierra, es necesario enfatizar en la importancia de los perfiles de usuarios, de cada uno de ellos. Para planear cualquier servicio en la unidad de información conceptúa el uso de la misma y, asimismo, se definen las necesidades de información mediante las siguientes etapas:

- Selección de las necesidades de información.
- Delimitación con base en las diferentes Entidades Académicas, Laboratorios y Programas.
- Categorías con base en el personal académico, estudiantes de posgrados e investigadores.
- Diseño e implementación de servicios creados a-hoc para los usuarios mediante interfaces y formularios amigables en donde puedan solicitar los servicios y contar con información precargada que les apoya en la asesoría y en la elección del material que solicitan.

El Portal de Servicios de la BCCT

La BCCT fue una de la primeras unidades de información del Sistema Bibliotecario de la UNAM [x] que contó con su sitio web, logrando personalizarlo en el año de 1998 para posicionar y mantener un puente de comunicación con la comunidad universitaria, generando catálogos y bases de datos propias que dieron origen al Proyecto i-Tierra y con ello al desarrollo de la Biblioteca Digital en Ciencias de la Tierra de la UNAM, contando con acceso a tesis, mapas, libros, revistas y otros materiales en formato electrónico con multiacceso y descarga ilimitada, así como el acceso a los catálogos de libros, a ocho bases de datos (ASFA, GEOREF, GEOBASE, BIOS, SCI, GEOMEX, *Aquatic Science* y *Atmospheric Science Abstracts*), contando así con

x El Sistema Bibliotecario de la UNAM se compone de 134 bibliotecas, 71 (54.20%) se localizaron en la Ciudad Universitaria, 36 (27.48%) en el área metropolitana y 24 (18.32%) en los diferentes estados de la República Mexicana como son Baja California (2 bibliotecas), Campeche, Chiapas, Guerrero, Jalisco, Michoacán (3), Morelos (6), Querétaro (2), Quintana Roo, Sinaloa, Sonora, Tlaxcala, Veracruz (2) y Yucatán. Es necesario mencionar que las dos bibliotecas reportadas el año anterior en el extranjero, una en Gatineau, Canadá y la otra en San Antonio Texas, Estados Unidos, en 2013 funcionaron sólo como salas de lectura. Fuente tomada de <http://bibliotecas.unam.mx/index.php/estadisticas/bibliotecas/16demarcode2015>.

su primer intento de servicio de documentación electrónica llamado “solicitud de información electrónica”, estructurado mediante un sencillo formulario direccionado al correo electrónico del coordinador de la biblioteca, lo que lo hacía flexible para su actualización y cambios.

Con el fin de lograr una marca acertada desde el medio web se diseñaron cuatro portales de servicios que apoyan a la comunidad interesada en ciencias de la tierra de la UNAM, por el hecho de que se ofrece servicio de documentación electrónica a más de 50 bibliotecas en América Latina.

En su segunda versión (2002) incluían más servicios como el acceso a catálogos de las diferentes bibliotecas que conforman la BCCT, títulos de revistas en línea tanto por suscripción como por Open Access; en la tercera versión fue abierta al público (2006) se contó con “Encuestas de servicios”, “Manuales de consulta” y uso de “Bases de datos”, “Búsqueda de citas a trabajos publicados y estudios bibliométricos” y creando la “Referencia virtual” e incorporando el servicio de documentación digital a toda las bibliotecas especializadas de la República Mexicana. Es importante señalar que en esta versión se registró su dominio institucional <http://bcct.unam.mx> de manera oficial ante la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, ahora Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC) [xi], de la UNAM.

Para la cuarta versión se incorporan más de 60 servicios electrónicos y digitales que van desde el acceso a catálogos referenciales hasta la recuperación inmediata de documentos electrónicos (Ver anexo 1). Y finalmente en la quinta versión de este portal partimos de lo que implica la arquitectura de la información, por lo que este sitio web se diseñó bajo la estructura de organización lógica de contenidos poniendo a disposición de los usuarios finales una gran cantidad de información.

Con base en la reestructuración y mejoramiento del Portal de la BCCT y lograr una marca acertada para uso de nuestra comunidad se consideraron tres puntos claves:

- Arquitectura de la información del portal.
- Accesibilidad, usabilidad y diseño universal, con miras a una buena visibilidad nacional e internacional.
- Posicionamiento web del Portal, tanto en los grandes indizadores como en los descubridores.

Además se consideran los espacios más apropiados, la presentación de servicios buscando diseñar un sitio interactivo y convertirlo en un puente de comunicación

xi Se dedica a la parte del desarrollo tecnológico y digital de la UNAM sobre todo en la prestación de los servicios. <http://www.tic.unam.mx/>

entre el personal bibliotecario y los usuarios bajo un entorno de información compartida, la cual será aprovechada al máximo. En el sitio web combinamos sistemas de organización y etiquetado, como el de navegación dentro de su interior con la finalidad de ubicar rápidamente los contenidos con el menor esfuerzo por parte del usuario, estableciendo además relaciones o enlaces para facilitar dicha navegación. Todo ello para la creación de la marca bibliotecaria de la BCCT.

La estructura del portal

Se realizó mediante una organización jerárquica de 9 categorías de información con el objetivo de que el usuario en un sólo vistazo encuentre una vía de navegación de todos los servicios que se ofrecen en la Biblioteca Digital de Ciencias de la Tierra (BDCT). Se trata evitar tener submenús en lo posible, por lo que se optó el ofrecer los servicios en una estructura de forma de etiquetado (Ver anexo 2 y 3). A continuación se expone la estructura de Biblioteca Digital de la BCCT de la UNAM:

1. *Catálogos.* acceso simultáneo a 22 catálogos: 10 de libros, 8 de revistas, 1 de mapas y de 3 de generación local (bases de datos especializadas). Pertenecen a las bibliotecas que conforman la BCCT que se encuentran en Ciudad Universitaria (Ciudad de México) como en los Estados de la República Mexicana Sonora, Sinaloa, Campeche, Quintana Roo y el Golfo de México y Océano Pacífico (los dos Buques).
2. *Bases de datos.* Se ponen a disposición tres apartados divididos en bases de datos internacionales, regionales y las generadas en la UNAM, así como las desarrolladas por el personal académico de la propia biblioteca.
3. *Mapas.* Por ser una biblioteca especializada cuenta con material cartográfico de diferentes tipos: mapas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Informática (INEGI), cartas geológicas y de minerales de diversas escalas, atlas, cartas batimétricas, la producción cartográfica de la UNAM, etc., por lo que se incluye en el proyecto los catálogos MAPAMEX y el de mapas de la BCCT.
4. *Documentación.* Servicio que ha incrementado el envío de documentos a usuarios físicos y en línea buscando ofrecerlo con más rapidez.
5. *Usuarios.* En esta sección nos dimos a la tarea de revisar y compilar todos los trámites administrativos que necesita el usuario de Posgrado y que van desde su registro en la biblioteca, las renovaciones en línea de los libros en préstamo, la recuperación de contraseña de préstamo, hasta los sitios web que requiere para llevar a cabo su registro de trabajo recepcional, todo en solo apartado.

6. *Servicios*. Por ser una biblioteca que pertenece al Subsistema de la Investigación Científica regularmente los investigadores requieren de información puntual, por lo que se dividió esta categoría en tres partes:
 - a) MANUALES con el fin de apoyar con información sobre su producción científica, factor de impacto de las revistas donde publican, etc., o que requieren del uso y manejo de las administradores de conocimiento como el Web of Science y Scopus, además de las interfaces de las diferentes editoriales de libros y revistas electrónicas que se tienen por compra y suscripción como Springer, Elsevier, IEEE, Wiley, AGU, AMS, entre otras.
 - b) LA ALERTA BIBLIOGRÁFICA mantiene al día a la comunidad con información de las nuevas adquisiciones del sistema bibliotecario de la UNAM.
 - c) REFERENCIA VIRTUAL apoya a personas que estén interesadas en información sobre ciencias de la tierra, el mar y la atmósfera, no importando su nivel académico ofrece información referencial y en algunos casos textos completos.
7. *La BCCT*. Información exclusiva de la biblioteca que consiste en la misión, visión, directorio, reglamentación y normas del préstamo interbibliotecario.
8. *Entidades*. En donde se encuentran los links de cada una de las dependencias académicas a las que pertenece la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra con el fin de contar con una comunicación directa.
9. *Contacto*. Establecer comunicación directa con los usuarios internos y externos en tiempo real. Para tomar nota de la solicitud al instante sin importar la ubicación geográfica.

Etiquetado

Se utilizan enlaces contextuales los cuales se diferencian mediante ligas activas con diferente formato al texto (de color azul), externas e independientes (enlazan a otros lugares diferentes) fuera del sitio con base en el servicio o la información que se quiere dar a conocer. Consideramos también utilizar lenguaje especializado en ciencias de la tierra con el fin de que se familiaricen los usuarios con las ligas, la organización de la información y la propia interface (Ver anexo 4).

Navegación

Se utilizó el sistema de navegación global que brinda la posibilidad de navegación tanto a lo profundo como a lo largo del sitio –navegación vertical y horizontal– según el nivel dentro del sitio. Por lo que en la parte superior existe una barra

gráfica que permite el acceso a las principales secciones, cada sección en su interior se complementa la navegación de etiquetado, además de enlazar los contenidos con otras barras laterales relativas a éstas. En las páginas de segundo nivel, se incluye una liga con la página inicial ya sea ubicada dentro de la barras de laterales o en la superior. En cuanto a la navegación local permite articular los contenidos de los diferentes servicios y puede saltar a los distintos niveles del Portal por medio del sidebar. La navegación contextual sólo se aplica en la Sección de la “BCCT” por el tiempo de contenido e información que se presenta, por lo regular ahí se encuentra más texto que se liga entre sí. Y dentro de los sistemas complementarios tenemos el mapa de sitio que se ha incluido en el segundo nivel del portal así como en la página principal y el *sitemaps* en XML hospedado en el servidor (Ver anexo 5).

Accesibilidad

Con el fin de cubrir la accesibilidad en el portal de la BCCT, con base en las necesidades de información de los usuarios, considerando servicios de calidad con fácil acceso a los diversos campus universitarios que se encuentran en todo el territorio nacional y a nivel internacional. Tomando en cuenta las siguientes características:

- Se presentan una interface simple e intuitiva, en algunos casos ya familiares para el usuario final.
- Aprovechando la cantidad de herramientas tecnológicas que existen se estableció que el sitio debe consultarse tanto en dispositivos de tecnología anterior como en versiones nuevas: PCs, tabletas, *smartphone*, *smartTV*, pantallas pequeñas o de alta definición, logrando con ello una accesibilidad en todos los dispositivos móviles que existen en el mercado.
- Mediante cualquier dispositivos pueden consultarse sin problema los catálogos bibliográficos, realizar solicitudes de información, llevar a cabo renovaciones de préstamo de libros en línea, etc.
- Se comprobó que es compatible en navegadores, como IE, Mozilla, Safari y Chome, al igual que en dispositivos Android, OS de Mac y Windows mobile (Ver anexo 6).
- El sitio está validado con los estándares web W3C.

Usabilidad

En cuanto a este punto se tomó como elemento primario lo que implica la base de la arquitectura de la información en sus diferentes sistemas, además de incluir servicios estructurados buscando principalmente que los usuarios de nuestra comunidad reconozcan servicios de impacto y calidad y aumente el consumo y el uso los contenidos ofertados. Garantizando la calidad de información de un modo fácil en cuanto a su localización.

Con base en algunas estrategias que aplicaremos en el siguiente punto tenemos considerado ganar nuevos visitantes a partir de los resultados de las consultas en los buscadores que realicen los usuarios. Posicionando en mayor medida la marca bibliotecaria de la BCCT.

Es importante mencionar que se han colocado servicios de estadísticas para monitorear el tráfico, el comportamiento, la información geográfica, uso de navegadores, tipos de dispositivos etc., en la nueva versión por lo que el trabajo será continuo para verificar los movimientos e ir mejorando y actualizando constantemente este nuevo portal.

EL PROYECTO DE REDES SOCIALES DE LA BCCT

Una vez que se ha trabajado en el portal la biblioteca y para continuar con la marca biblioteca de los servicios, se decide estar presente donde las mayoría de los usuarios interactúan como son las redes sociales, las cuales se han constituido como una forma de trabajo tanto profesional como personal.

Se implementó una cuenta en Facebook la red social para la interacción y Twitter red informativa para la visibilidad y el posicionamiento con la finalidad de extender el alcance de los servicios de información que se proporcionan en la biblioteca, incursionando en estas plataformas para ampliar la comunicación con los usuarios y ofrecer asesoramiento de los servicios y productos de información con valor agregado así como desarrollar contenidos multimedia a través de los siguientes objetivos:

- Mejorar la comunicación y fomentar el intercambio y aprendizaje colaborativo entre el personal académico y los usuarios de la BCCT.
- Construir una imagen virtual de la biblioteca que obtenga mayor visibilidad.
- Atender las solicitudes de productos y servicios de información especializada en tiempo real.
- Contribuir en la divulgación de eventos académicos desarrollados por las entidades que conforman la BCCT.
- Incrementar el impacto social y académico de la producción científica generada por estas entidades.

Los contenidos de las publicaciones

Hay que tener bien definido qué contenido se publicará en cada de las redes, importante ir midiendo los resultados de las publicaciones según los horarios. Esto será la clave de cuál es el momento más idóneo para publicar. Además de que el contenido sea coherente. Los elementos que nosotros consideramos son:

- Imagen institucional: instalaciones y áreas de la biblioteca, datos de contacto (e-mail, teléfono, vínculo con otras redes, ubicación), horarios de atención y antecedentes históricos de la BCCT.
- Servicios de información: bibliotecarios, especializados y electrónicos que ofrece la biblioteca.
- Difusión de cursos y talleres que ofrece la BCCT.
- Formación de usuarios: avisos oportunos sobre trámites que se deben realizar y cambios en horarios de atención o periodos vacacionales.
- Difusión sobre los productos de información que ofrece, apoya o genera la biblioteca: Repositorios, Proyectos (BHL), Tesis antiguas, Bases de datos de la BCCT y de los recursos de información que ofrece la UNAM dirigido a los usuarios de la biblioteca: Bases de datos, Revistas Open Access, Software
- Comunicación de eventos académicos y noticias de las entidades de investigación que conforman a la BCCT: conferencias, cursos, talleres, transmisiones en vivo y comunicados.
- Producción científica indizada de las entidades académicas que conforman la BCCT, se publica preferentemente en Twitter.

ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES EN FACEBOOK

- Encabezados introductorios.
- Texto del mensaje no mayor de 50 caracteres.
- Utilización de imágenes, videos, y en su caso links cortos que dirijan al recurso.
- Utilización de Hashtags acordes con el tema de la publicación y que tengan un impacto considerable. Para esta decisión se toma en cuenta rastreadores como “Hashtagify”, “Hashtags.org”, “TweetReach” “tweetbinder”, entre otros.

ESTRUCTURA DE LAS PUBLICACIONES EN TWITTER

Para Twitter se prefiere publicar la producción científica indizada en las bases de datos internacionales WoS y Scopus de las entidades académicas a las que pertenece la BCCT debido a que Altmetrics y Dimensions rastrean la atención de Twitter en tiempo real a diferencia de Facebook. Para la producción científica se utiliza la siguiente estructura:

- Título del artículo.
- DOI cómo un link de enlace al recurso.
- Vía @Perfil de la revista, solo en caso de tenerlo.
- Hashtags tomados de palabras clave o clasificación temática del artículo y Hashtags pertinentes tomados de las fuentes mencionadas anteriormente.

POSICIONAMIENTO WEB DEL PORTAL DE LA BCCT

Con base en lo anterior solo resta brindar una buena posición del portal así como la difusión de las redes sociales con las que se cuentan. Para lo cual aplicamos diversas técnicas logrando que los buscadores nos indiquen cada uno de los sitios y subsitios de los que se compone el portal en categorías privilegiadas dentro de los primeros resultados en el momento que se elaboren las búsquedas. A continuación se presentan cómo se aplicará cada técnica:

- a) Generar un *Sitemaps* XML para lograr un buen posicionamiento en los motores de búsqueda en el cual se incluyen todos los *links* o enlaces que conforma el Portal, se estructuraron con lenguaje XML elaborados con la herramienta <http://www.xml-sitemaps.com/> el archivo creado del sitemaps se encuentra en el servidor acompañado de todo el sitio web.
- b) Contar con las etiquetas *Meta Tags* que se incluyen en el *HEAD* de cada página (Ver anexo 7): Title; “Keywords”; “Description”; “Language”; “Distribution”; “Author”; “Reply- To”; “Revisit-after”; “Robots”; “Resource-type”; “Content-type”; “Date”; “Rights”.
- c) Agregar el servicio de *Google Analytics* en el sitio mediante los siguientes pasos:
 - I Registrar el Código de seguimiento en *Google analytics* en el dominio raíz.
 - II Descargar el archivo HTML de verificación.
google7fd2472558b13dab.html.
 - III Subir al archivo al servidor raíz de bcct.unam.mx.
 - IV Verificar y confirmar el archivo correctamente a través de la página.
<http://bcct.unam.mx/google7fd2472558b13dab.html>.
- d) *GoSquared*. La aplicación monitoreará el tráfico mediante la cantidad de visitantes por país, dirección IP, sistema operativo y navegador además entrega la información diaria de la actividad sobre lo que está pasando en el portal.
- e) Configuración del archivo robots.txt también está hospedado en el URL <http://bcct.unam.mx/robots.txt>.
- f) Se trabaja en un documento metodológicamente detallado sobre la historia y la vida actual de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra con el personal académico de la Unidad de información, mismo documento que será hospedado en Wikipedia.
- g) El sitio se medirá “quién me enlaza” y la “popularidad en la web”, tomando nota de los resultados que arroje para después comparar los movimientos, acceso, tráfico que, etc., que se haya generado.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Para llevar a cabo la marca y calcular el éxito o el fracaso de todas estas actividades que se han plasmado en el desarrollo de este documento tendremos que saber medir su impacto, aunque no exista mucha información acerca de cómo hay que valorar el éxito de los esfuerzos promocionales. Tenemos que saber trazar y cuantificar también los esfuerzos en las redes sociales. ¿Cómo evaluar las conversaciones que están teniendo lugar en la red sobre la biblioteca? Hay que seguir la pista de todo lo que estamos invirtiendo tiempo, esfuerzo y recursos.

Hasta ahora bien solo podemos medir el impacto de nuestro sitio web mediante los software de análisis web (estudio del posicionamiento web, *Search engine optimisation* SEO) páginas vistas y usuarios que han accedido a cada uno de ellos así como la optimización de redes sociales, SMO por sus siglas en inglés de social media *optimisation* ambas herramientas (SEO y SMO). Sin embargo, es vital para las bibliotecas que se comience a medir la visibilidad de otra forma. Pero no solo nos debemos quedar ahí sino en una retroalimentación, y aumentar la credibilidad y reputación que nuestra biblioteca a través de lo que los usuarios en línea comentan dentro de las redes sociales, en las conversación que tiene con ellos en tiempo real por el chat de la biblioteca así como en Facebook.

Debemos darnos a la tarea de estar monitoreando el comportamiento de las estrategias que aplicamos con base en la experiencia y conocimiento que tenemos de la biblioteca en la cual ejercemos e interactuamos con nuestros usuarios.

Por otro lado en cuanto a la accesibilidad, usabilidad y diseño universal se ha estado monitoreando y corroborando que el portal sea accesible y legible en diversos dispositivos móviles así como en diferentes sistemas operativos y navegadores. Además de aplicar algunas pruebas con usuarios que se eligen de forma aleatoria y hasta el momento no tiene problemas de funcionamiento.

En cuanto al posicionamiento Web del Portal ya está arrojando resultados debido a las tareas de trabajar en la dirección raíz <http://bcct.unam.mx> además se llevó a cabo la inclusión y verificación del códigos tanto de *Google Analytics*, el *GoSqured* y el registro en los diferentes buscadores por el momento.

Finalmente podemos señalar que el posicionamiento de la marca de la BCCT ante un mundo tan amplio de unidades de información como es el Sistema Bibliotecario de la UNAM y la competencia que existe además con las bibliotecas de las 36 universidades pública de México (más de 240 bibliotecas universitarias), representa un esfuerzo clave para crecer como biblioteca especializada y posicionarse no solo en la Universidad Nacional Autónoma de México, sino entre la comunidad científica de México y América Latina.

BIBLIOGRAFÍA

- ALAWADHI, Suha and AL-DAIHANI, Sultan M. *Marketing academic library information services using social media*. Library Management 2019, vol. 40, n° 3/4, p. 228-239.
- ANGLADA, Lluís M. *Muchos cambios y algunas certezas para las bibliotecas de investigación, especializadas y centros de documentación*. El profesional de la información (EPI) 2019, vol. 28, n° 1.
- ARAÚJO, Júlio. *El uso de las redes sociales para el desarrollo de la enseñanza de ELE: el investigador y el profesor*. Un diálogo entre estos dos sujetos a través de la entrevista con Daniel Cassany y Dayane Cordeiro. Trabalhos em Lingüística Aplicada 2018, vol. 57, n° 2, p. 1274.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl. *La Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra de la UNAM: a diez años de su inicio*. Biblioteca Universitaria 2009, vol. 11, n° 2, p. 10.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl. *Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra: fortalecerá la investigación en diversas áreas*. Gaceta UNAM 2000, p. 9-10.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl. *Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra: su nueva estructura y servicios*. Geonoticias 1999, vol. 6, p. 6.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl. *Proyecto de creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra*. Documento interno 1997, p. 100.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl and CASTRO ESCAMILLA, Minerva. *Los sitios web de las bibliotecas del Subsistema de la Investigación Científica de la UNAM: una comparación*. Biblioteca Universitaria 2007, vol. 10, p. 42-62.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl and CASTRO ESCAMILLA, Minerva. *Los servicios de documentación y el impacto de las revistas en línea: el caso de las Ciencias de la Tierra*. Memorias de las XIII Reunión de Bibliotecarios de la Península 2007.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl and DOMÍNGUEZ GALICIA, Javier. *Un proyecto de cooperación bibliotecaria: la creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra en la UNAM*. Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía 1999, vol. 29, p. 48-60.
- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, Saúl, DOMÍNGUEZ GALICIA, Javier and CASIANO, L. *Hacia la biblioteca digital en ciencias de la tierra en la UNAM: un proyecto en desarrollo*. Foro Internacional sobre Biblioteca Digital 2000.
- BEESE, Nils. *Marketing the Library using Social Media Platforms: The Experience of the University Library Bochum, Germany*. International Information & Library Review 2019, vol. 51, n° 1, p. 36-41.

- CARBALLAR FALCÓN, JA. *Social media: Marketing personal y profesional*. México: Alfaomega, 2013. ISBN 978-607-707-552-3.
- Convenio que firman los directores de los Institutos de Ciencias del Mar y Limnología, Geofísica y Geología y del Centro de Ciencias de la Atmósfera para la creación de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra. Documento interno. 1998.
- COORDINACIÓN DE LA BIBLIOTECA CONJUNTA DE CIENCIAS DE LA TIERRA. *Portal de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra*. <http://bcct.UNAM.mx/> ed. revised by 30 Julio de 2019.
- CORDÓN GARCÍA, JA, ALONSO ARÉVALO, J and GÓMEZ DÍAZ, R. *Las nuevas fuentes de información: información y búsqueda documental en el contexto de la Web 2.0* (2a. ed.). Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide, 2012. ISBN 9788436826579.
- FERNÁNDEZ, Jorge and LABARTA, Fernando. *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*. Córdoba, España: Almuzara 2009.
- GÓEZ, Ángela María Benítez, RESTREPO, Luz Alexandra Montoya and RESTREPO, Iván Alonso Montoya. *Estrategia de marketing basada en nuevas tendencias para bibliotecas universitarias*. Contexto 2017, vol. 6, p. 23-42.
- GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. *Bibliotecas y marketing en red*. BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació 2009, vol. 23, nº desemb.
- GUPTA, DK. *Marketing library and information services international perspectives*. München: K. G. Saur, 2006. ISBN 3598117531.
- HERNÁNDEZ SALAZAR, Patricia. *Perfil del usuario de información*. 2018.
- JOO, Soohyung, CHOI, Namjoo and BAEK, Tae Hyun. *Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries*. Online Information Review 2018, vol. 42, nº 6, p. 940-955.
- MARQUINA ARENAS, J. *Plan social media y community manager*. Anonymous revised by Anonymous. Barcelona: Editorial UOC, 2013. ISBN 9788490298923.
- MCADAM, D. *e-learning for management and marketing in libraries = e-formation pour le marketing et le management des bibliothèques*. Munchen, Germany: K.G. Saur, 2005. ISBN 3598440154.
- Mobile computing and wireless networks: concepts, methodologies, tools, and applications*. revised by Anonymous Hershey, Pennsylvania: Information Science Reference, 2016. Includes bibliographical references at the end of each chapters and index. ISBN 1-4666-8752-5.

POGLIANI, Cristina M., OKULIK, Nora and JUBERT, Alicia H. *Nuevos escenarios para la educación y el aprendizaje*. Ometeca 2011, vol. 16, p. 152.

POLGER, MA. *Library Marketing Basics*. Anonymous Rowman & Littlefield, 2019.

SCHMITT, B and SIMONSON, A. *Marketing y estética la gestión estratégica de la marca la identidad y la imagen*. Bilbao: Deusto, 1998. ISBN 8423416011.

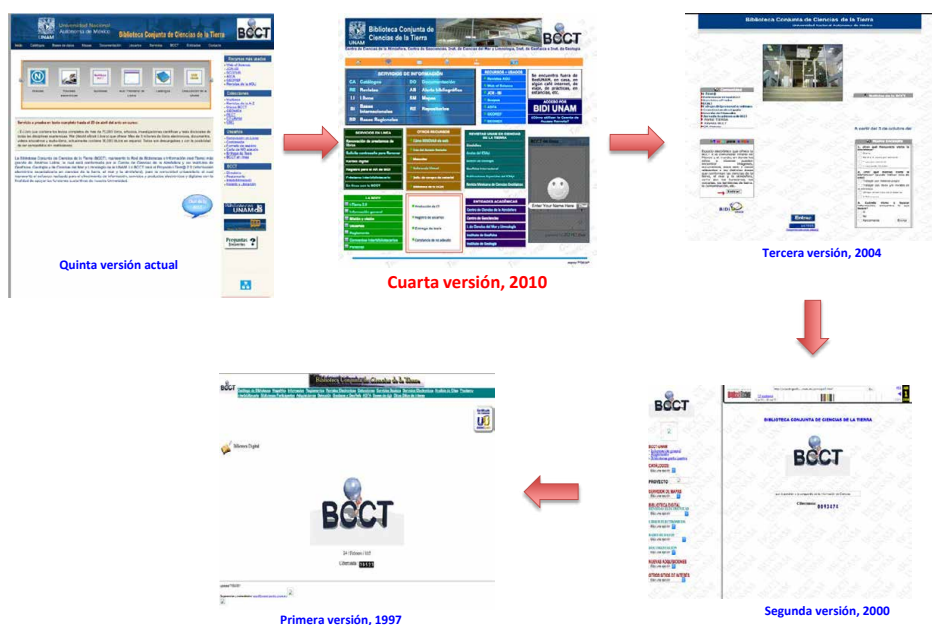
TRIPATHI, Manorama and KUMAR, Sunil. *Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape*. The International Information & Library Review 2010, vol. 42, n° 3, p. 195-207.

URRUTIA FUCUGAUCHI, J. *Biblioteca Conjunta en Ciencias de la Tierra. Segundo Informe 1998-1999*. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Geofísica, 1999.

ANEXOS

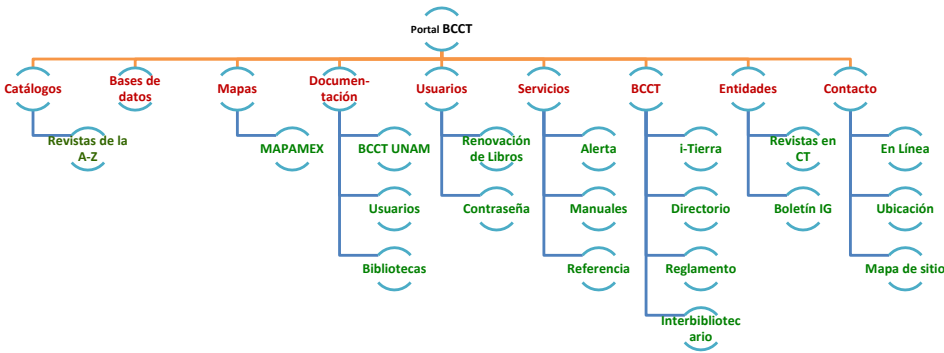
Anexo 1

Versiones del Portal de la BCCT



Anexo 2

Estructura del nuevo Portal 1



Anexo 3

Estructura del nuevo Portal 2

Categorías →

Cuerpo →

Consulte el acervo que se encuentra en la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra así como de toda la Universidad Nacional Autónoma de México.

Catálogos de Libros de la BCCT

- Multibases de la BCCT
- Centro de Ciencias de la Atmósfera
- ICMyL Ciudad Universitaria
- ICMyL Estación Base del Pacífico
- ICMyL Estación el Carmen
- ICMyL Estación Golfo de México
- ICMyL Unidad Académica Mazatlán
- ICMyL Unidad Académica Puerto Morelos
- Instituto de Geofísica
- Instituto de Geología
- Estación Regional Noroeste en Sonora
- Tesis de BCCT

Catálogos de Revistas de la BCCT

- Centro de Ciencias de la Atmósfera
- ICMyL Ciudad Universitaria
- ICMyL Estación el Carmen
- ICMyL Unidad Académica Mazatlán
- ICMyL Unidad Académica Puerto Morelos
- Instituto de Geofísica
- Instituto de Geología
- Estación Regional Noroeste en Sonora

Catálogos Colectivos de la UNAM

- Descubridor de la UNAM
- LIBRUMAM
- SERLUMAM
- TEBLUMAM
- Fondo Antiguo

Recursos electrónicos de la UNAM

- Revistas electrónicas UNAM
- Recursos Libros
- Herramientas - Open Access

Recursos electrónicos de Ciencias de la Tierra

- Science Direct - Elsevier
 - Libros
 - Revistas
- Springer
 - Libros
 - Revistas
- Wiley-Blackwell
 - Libros
 - Revistas
- Cambridge University Press
 - Libros
 - Revistas
- MyLibrary
 - Libros
- SIAM
 - Libros
 - Revistas
- World Scientific
 - Libros
 - Revistas
- Oxford University Press
 - Libros
 - Revistas
- EBSCO
 - America Mathematical Society
 - Libros
 - Astronomical Society of the Pacific
 - Libros
 - Publicaciones de la AGU
 - Libros
 - Revistas
- eLibrary
 - Taylor and Francis
 - Libros
 - Revistas
 - Revistas de la A-Z
 - Publicaciones electrónicas (PECT)

Revistas de las Instituciones de la BCCT

- Anales del ICMyL
- Publicaciones especiales ICMyL
- Boletín de Geología
- Geofísica Internacional
- R. Inst. de Geof. Am.
- Rev. Mex. de Geol. Gen.

Recursos más usados

- Web of Science
- JCR-18
- SCOPUS
- ASFA
- GEORIE
- Revistas de la AGU

Colecciones

- Multibases
- Revistas de la A-Z
- Multibases BCCT
- GEOMEX
- PECT
- CTUMAM
- GAC

Anexo 4

Etiquetado

Ligas activas con diferente formato de texto (color azul) enlazados entre sí y de forma independiente a otros sitios.

The screenshot displays the website of the Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra (BCCT) at the Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). The header includes the UNAM logo and the BCCT logo. The navigation bar contains links: Inicio, Catálogos, Bases de datos, Mapas, Documentación, Usuarios, Servicios, BCCT, Entidades, and Contacto.

The main content area features a description of the BCCT as a network of libraries and information (red-Tierra) and a list of services incorporated, including catalogs, maps, electronic journals, and databases. A red bracket on the left side of the page highlights several active links in blue text, such as "Catálogos bibliográficos en línea (OPAC's)", "Mapas en Internet", "Revistas electrónicas", "Libros electrónicos", "Bases de datos Internacionales, Regionales y Locales", and "Documentación".

Below the main content, there are three sections for databases:

- Bases de datos Internacionales:**
 - ASFA
 - GEODATA y GEOREF
 - JCR-ISI
 - Scoop
 - Web of Science
 - Revistas de la AGU
- Bases de datos de la BCCT:**
 - GEOMEX
 - CT-UNAM
 - PECT
 - Tesis
 - Folleto
 - Sismogramas (próximamente)
 - Fondo Antiguo (próximamente)
- Bases de datos Regionales:**
 - BIDI Recursos libres
 - CLASE
 - PERIODICA
 - REDALYC
 - SCIELO
 - Bases de datos UNAM

On the right side, there is a sidebar with a "Colecciones" section listing various resources like Multibase, Revistas de la A-Z, Mapas BCCT, GEOMEX, PECT, CT-UNAM, and GBC. Below that is a "BCCT" section with links to the Directorio, Reglamento, Interbibliotecario, and Horario y ubicación.

Anexo 5

Navegación

Horizontal



Barra lateral
(Sidebar)

Anexo 6

Visualización en navegadores



Anexo 7

Meta Tags

```

1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3   <head>
4     <meta http-equiv="Content-type" content="text/html; charset=utf-8" />
5     <meta name="DC.Description" content="Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra de la UNAM (BCCT), unidad
6     especializada de informaciaoacute;n y servicios de mayor impacto en Hispanoamseacute;rica." />
7     <meta name="DC.Keywords" content="Ciencias, Tierra, Mar, Limnologiae; a, Atmosphere; a, Geologiae; a,
8     Geociencias, Geofisicac; a, Geograficac; a, Biblioteca, UNAM, Sismos, Edafologiae; a, Peces, Especial, Clima, Volcanes" />
9     <meta name="DC.Author" content="Minerva Castro Escamilla" />
10    <meta name="DC.Reply-To" content="minerva@bcct.unam.mx" />
11    <meta name="DC.Language" content="Es" />
12    <meta name="DC.Distribution" content="Global" />
13    <meta name="Resource-type" content="Homepage" />
14    <meta name="Revisit-after" content="60 days" />
15    <meta name="DC.Date" content="2015-03-01" />
16    <meta name="DC.Rights" content="Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra, UNAM" />
17    <meta name="Robots" content="index" />

```

"Title" "Keywords" "Description" "Language" "Distribution" "Author" "Reply-To"
 "Revisit-after" "Robots" "Resource-type" "Content-type" "Date" "Rights"

El Grupo de Bibliotecas en Ciencias de la UNAM como marca bibliotecaria de apoyo a la investigación

SAÚL ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ

Coordinador de la Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra – UNAM

RICARDO CÉSAR CASTRO ESCAMILLA

Biblioteca del Centro de Ciencias de la Atmósfera – UNAM

El trabajo ofrece la experiencia del Grupo de Bibliotecas en Ciencias (GBC)¹ para su creación y estructura con base en la documentación administrativa generada que le permite una presencia universitaria, así como nacional, entre las diversas bibliotecas de las Instituciones de Educación Superior en México, bajo el establecimiento de una marca bibliotecaria que le permite tener la visibilidad necesaria para que los usuarios especializados acudan a satisfacer sus necesidades de información con los distintos servicios y productos de información que de manera individual o conjunta ofrecen los integrantes del GBC.

Así mismo, se presentan los elementos tomados en cuenta, las experiencias en el desarrollo de una marca bibliotecaria que le permite al grupo ser reconocido y contar con una visibilidad académica entre las bibliotecas y bibliotecarios de apoyo a la investigación a nivel nacional e internacional.

Palabras clave: Cooperación bibliotecaria; Grupo de Bibliotecas en Ciencias; Adquisición cooperativa; Libro electrónico; Servicios para la investigación; Marca bibliotecaria; UNAM.

THE UNAM'S GROUP OF SCIENCE LIBRARIES AS A LIBRARY BRAND FOR RESEARCH SUPPORT

Abstract: This paper describes the creation and structuring of the Group of Science Libraries (GBC)¹ based on the administrative records generated. This



allows University as well as national coverage among the various libraries of Higher Education Institutions in Mexico. This is accomplished by the establishment of a library brand allowing for greater visibility, so specialized users can meet their information needs with the various services and products offered, individually or jointly, by the GBC members.

Additionally, this paper presents the elements taken into account, and the experience in the development of a library brand that would allow the group to gain greater recognition and academic visibility among libraries and research support librarians, at both a national and an international level.

Keywords: Library cooperation; Group of Science Libraries; Cooperative acquisition; eBook; Research services; Library brand; UNAM.

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

La cooperación bibliotecaria no es un tema nuevo, debido a que desde la época colonial se daba entre las bibliotecas conventuales en México con el intercambio de obras eclesiásticas y de corrientes religiosas, como lo muestra el Fondo Franciscano de los siglos XV-XVIII ubicado en la Biblioteca Nacional de Antropología del INAH; pasando por la época colonial entre dueños de bibliotecas particulares, seguidos por el movimiento postrevolucionario con la creación de las bibliotecas públicas; las redes de bibliotecas en los 80's y principios de los 90's, hasta llegar al siglo XXI en que, gracias a las tecnologías y su incursión en los servicios bibliotecarios, el acceso a grandes volúmenes de datos es constante y por lo tanto se requiere de trabajo en equipo para su adquisición y circulación. Frases como el de "una biblioteca no puede adquirir todo lo publicado", acuñada en los 80's, y por ello "existe el préstamo interbibliotecario para apoyar a los usuarios", siguen vigente, por lo tanto el trabajo cooperativo es fundamental para las actividades bibliotecarias diarias que se realizan.

Desde la llegada de Internet en las bibliotecas a principios de los 90's se pensaba que todo podría ser consultado de manera abierta por los usuarios, pero las políticas de venta de las empresas cambiaron enfocándose a generar más y distintos servicios, así como productos de información cuyos costos aumentaron haciéndolo como en el pasado, que las bibliotecas pudieran adquirir grandes colecciones electrónicas para apoyar las necesidades de información de sus comunidades, pero generaron nuevo conocimiento que ninguna biblioteca por especializada que fuera podría adquirir la totalidad de los materiales para satisfacer las necesidades de información de los usuarios.

Bajo estos elementos y tomando en cuenta las características estructurales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y requerimientos de los investigadores del área científica, se constituye en el mes de marzo de 2012 el Grupo de

Bibliotecas en Ciencias (GBC) que busca integrar a la mayor cantidad de bibliotecas de la UNAM para poder realizar en una primera etapa la adquisición de material electrónico que permitiera evitar la duplicidad de obras y al mismo tiempo estuviera disponible para todos los universitarios en general de forma simultánea las 24 horas los 365 días al año [i], diversificando con ello las posibilidades de consulta para toda su comunidad. De igual manera, en una segunda etapa, la generación y compartición de servicios especializados de información y finalmente la compartición de un proyecto de éxito entre las diversas bibliotecas de investigación de México.

En ese sentido es justificable la difusión de un proyecto de esta envergadura por ofrecer una gama amplia de ventajas que permiten un desarrollo sostenible de colecciones y servicios electrónicos para una comunidad tan amplia tanto de las líneas de investigación como de docencia.

APORTACIÓN O NOVEDAD A PRESENTAR

La presentación ofrece un panorama general de la conformación del Grupo de Bibliotecas en Ciencias de la UNAM cuyo contenido muestra la participación cooperativa de 24 unidades de información para la adquisición de libro electrónico, la creación de servicios especializados y la colaboración con otras redes de bibliotecas. Así como el trabajo que el GBC ha realizado para convertirse en una marca bibliotecaria que permita el desarrollo de propuestas semejantes en las diversas universidades públicas del país.

En su contenido se aprecian los resultados que el GBC ha logrado en siete años como la adquisición de más de 45.000 títulos de libros electrónicos comprados a perpetuidad con acceso a multiusuario y la organización del Primer Congreso Nacional Información para la Investigación, celebrado este 2019. En ese orden de ideas la novedad brindada, es la estructura y la forma de trabajo bajo un beneficio común y de apoyo a la investigación científica, con una política cooperativa de acuerdo mutuo, que deriva de un beneficio no solo institucional sino nacional ya que lo adquirido puede ser consultado en todas las Instituciones de Educación Superior (IES) de México por medio del Consorcio de Recursos de Información de Ciencia y Tecnología (CONRICYT) [ii].

i La Dirección General de Bibliotecas anuncia en el 2012, que la Administración Central ha destinado la cantidad de 5 millones de pesos aproximadamente para la adquisición de libros electrónicos para las bibliotecas de la UNAM. Por este motivo algunos coordinadores de bibliotecas del área científica y de facultades deciden reunirse para seleccionar de manera conjunta, colecciones de libros electrónicos.

ii En septiembre de 2010 se firma en convenio por la Secretaría de Educación Pública (SEP), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM); la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Politécnico Nacional (IPN), el Centro de Investigación y Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (CINVESTAV), la Universidad

OBJETIVOS DEL TRABAJO

- Mostrar un ejemplo actual de la cooperación entre bibliotecas de apoyo a la investigación que permita mantener una línea de trabajo a largo plazo.
- Presentar las experiencias para la conformación de una red de bibliotecas especializadas.
- Brindar un panorama de los pasos a seguir para establecer un grupo de trabajo de bibliotecas bajo una dinámica cooperativa.
- Ofrecer los elementos a considerar para la negociación de forma grupal para la adquisición de libro electrónico.
- Exponer los elementos que el GBC realizó para establecerse como una marca bibliotecaria en el área de la investigación científica.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Por ser la presentación de una experiencia de éxito dentro de las redes de bibliotecas de México, la metodología empleada es descriptiva-analítica, cuyos resultados muestran el quehacer de los jefes y coordinadores de bibliotecas para apoyar un proyecto de este tipo y facilitar el acceso a la información especializada a los investigadores de la UNAM. Mostrando así la estructura, documentos internos, planeación del proyecto, su puesta en marcha bajo un registro académico y una marca universitaria.

Para ello se presentan los objetivos, metas, visión, misión, estructura y ventajas de contar con un grupo de trabajo en beneficio de la investigación, no solo de la UNAM sino de muchas otras instituciones que se apoyan por medio de convenios de trabajo establecidos y sobre todo de los servicios de documentación electrónica. Por otra parte, el ofrecimiento de los datos principales del trabajo en equipo se realiza a través de gráficas y una línea de tiempo que muestran las acciones y decisiones tomadas para el eficiente funcionamiento de la propuesta.

PRINCIPALES IDEAS, PUNTOS O ASPECTOS TRATADOS

Se hace un análisis histórico de las distintas redes de biblioteca que surgieron en México a partir de la década de los 80, como son: Red de documentación en educación para América Latina (Reduc) (1983), Red Nacional de Bibliotecas Públicas (RENABIP) (1984), Red de Bibliotecas de Universidades Públicas Estatales (REBIMEX) (1987), Red de Bibliotecas del Subsistema de Humanidades y Ciencias Sociales (UNAM) (1996), Red Nacional de Colaboración en Información y Documentación en

de Guadalajara (UdeG) y la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI), para Constituir formalmente el Consorcio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica (CONRICYT).

Salud (RENCIS) (1995), Red de Bibliotecas y Archivos del Centro Histórico (RBACH) (2014), Red de Bibliotecas del Poder Judicial de la Federación, Red de Bibliotecas del INAH (2015), el Grupo AMIGOS: Red de Instituciones Mexicanas para la Cooperación Bibliotecaria (1990), Red Mexicana de Bibliotecas Agropecuarias (REMBA), Red de Bibliotecas Región Sur ANUIES, Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO, Red Internacional de Bibliotecas de Museos (REMBIM), Red de Bibliotecas Públicas de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal), Red Académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales (REACCIUN) (1998), Red de Bibliotecas en Ciencias Sociales SEP-CONACYT (1998), Red Nacional de Bibliotecas de Educación Superior e Investigación (RENABIES) (1992), Red de Bibliotecas de Occidente (REBOOC) (1997), Red de Sistemas de Bibliotecas de las Universidades del Noroeste (RETBIN) (1996), etc.

Así mismo se presenta la aportación que el Grupo de Bibliotecas en Ciencias está haciendo a la UNAM en apoyo al desarrollo de la investigación en México, con sus tres principales líneas de trabajo: adquisición, servicios y apoyo a otras redes de manera cooperativa. Estableciendo así una marca bibliotecaria que le permite ser reconocido como un conjunto de bibliotecas que brindan orientación a otras unidades de información para el establecimiento de redes internas de cooperación.

COOPERACIÓN BIBLIOTECARIA EN LA UNAM

La UNAM cuenta con su propio Sistema Bibliotecario el cual es el más grande del país con 134 bibliotecas divididas en tres principales subsistemas: Investigación, Facultades y Escuelas y Entidades administrativas y de servicios [iii], es por ello que es muy importante trabajar en equipo para que los recursos con que se cuentan cubran verdaderamente las necesidades de información de su comunidad.

Para ello, dentro del Sistema, independientes al GBC, han surgido proyectos cooperativos importantes para la adquisición de recursos y el ofrecimiento de servicios cooperativos. Ejemplo de ellos tenemos a:

- iii El Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional Autónoma de México está íntimamente ligado al origen y evolución de la Dirección General de Bibliotecas (DGB), a la creación del marco jurídico para su operación, y a las iniciativas de dicha dirección en torno a la organización de las unidades de información. A partir de 1990, con la aprobación del Reglamento General del Sistema Bibliotecario por parte del Honorable Consejo Universitario y su adición al Estatuto General de la Universidad, el sistema quedó formalmente conformado y desde 1991 se estableció como política que un acervo para convertirse en biblioteca debe tener mínimamente las siguientes características: a) contar con 1,000 volúmenes de materiales documentales, y/o suscripción a publicaciones periódicas; b) contar por lo menos con una persona contratada o asignada para atender y realizar las actividades propias de una biblioteca; c) proporcionar los servicios de préstamo interno y externo; d) tener sus materiales procesados técnicamente; e) contar con un catálogo; f) disponer de un local ex profeso para las colecciones, y g) tener un presupuesto específico para la compra de recursos de información.

- Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra (BCCT) [iv] (1997), que unió a 11 bibliotecas para cubrir el territorio nacional con información especializada en ciencias de la tierra, el mar y la atmósfera.
- Grupo BIOS [v], el cual se crea para apoyar las líneas de la salud, la biología y parte de la ecología. Se encuentra conformado con nueve bibliotecas de Institutos de investigación y Facultades.
- La REDECO [vi], especializado en ciencias económicas y su número de participantes es de seis, con la participación de facultades donde se imparten materias relacionadas a la economía e institutos de investigación.
- El Grupo de Bibliotecas de Ciencias Sociales y Humanidades, de reciente creación y que toma como base al GBC para su estructura y líneas de colaboración.

EL GRUPO DE BIBLIOTECAS EN CIENCIAS DE LA UNAM (GBC)

Conformado en marzo de 2012 con la participación inicial de 14 bibliotecas de los institutos y centros de investigación del área científica, se ha convertido en el grupo referente en la UNAM como un caso de éxito por el trabajo desarrollado y al mismo tiempo por la labor llevada a cabo para conformar su marca bibliotecaria a nivel nacional.

Una vez establecido como GBC en mayo de 2014 buscó la integración de otras bibliotecas al proyecto y se incorporaron algunas facultades, invitando al Grupo BIOS y REDECO a participar, pero declinaron integrarse por considerarse de otras líneas distintas de la investigación.

Para marzo de 2013 el GBC ya contaba con la participación de 24 bibliotecas del área de investigación, tanto en Ciudad Universitaria en la Ciudad de México como de los campus en provincia en estados del país como Baja California, Michoacán, Sinaloa, Quintana Roo, Campeche, Morelos, Estado de México y León. Para ello los miembros que lo conforman tienen la convicción de que pueden mejorar, en calidad y cantidad, el Subsistema Bibliotecario en el que trabajan y así apoyar el desarrollo de la ciencia, la innovación y la tecnología en el país. Asimismo, piensan que pueden aportar ideas

iv La Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra está integrada por cinco entidades académicas del área de la Investigación Científica, las cuales son los Institutos de Geología, Geofísica y Ciencias del Mar y Limnología, así como los Centros de Ciencias de la Atmósfera y Geociencias (en Juriquilla, Qro.). Cuenta en su contexto con bibliotecas en las Unidades Académicas de Hermosillo, Son., Mazatlán, Sin., El Carmen, Camp., y Puerto Morelos, Q. Roo, y ofrece además servicios de información a los académicos que hacen uso de los buques universitarios Justo Sierra y Puma.

v El Grupo Bios está conformado por los Institutos de Biología, Biotecnología, Fisiología Celular, Investigaciones Biomédicas y el Centro de Ciencias Genómicas, así como de las facultades de Medicina y de Estudios Superiores de Cuautitlán, del Campus Juriquilla y entidades académico-administrativas como la Coordinación de Estudios de Posgrado.

vi La REDECO se integra por el Instituto de Investigaciones Económicas, y las Facultades de Economía (División de Estudios Profesionales), de Estudios Superiores Acatlán y la de Estudios Superiores Aragón.

para innovar el Sistema Bibliotecario Universitario (SBU) a través de la ejecución de buenas prácticas y sobre todo del cuidado de los recursos de carácter público.

El GBC se rige bajo los siguientes principios:

- *Bien público.* Se concibe que las bibliotecas en ciencias como instituciones documentales, representan un bien público puesto que forman parte del patrimonio bibliográfico y documental de una universidad pública que se sostiene principalmente con fondos emanados del erario de la nación.
- *Acceso a la información.* Se procura garantizar a las diversas comunidades de usuarios el pleno acceso a la información científica que se genera alrededor del mundo, esforzándose por ofrecer acceso libre y equitativo a los acervos que desarrolla, organiza y difunde.
- *Servicio de información.* Se basa en el bienestar social, cultural, económico y académico que genera el servicio de información.
- *Responsabilidad social.* En tanto que las bibliotecas en general y las bibliotecas científicas en particular son instituciones de carácter social, el personal bibliotecario que conforma el Grupo practica su trabajo con responsabilidad en relación con la sociedad a la que sirve y pertenece.
- *Transparencia.* En virtud que la UNAM forma parte de la Administración Pública descentralizada, el Grupo trabaja con la transparencia necesaria para quedar abierto al escrutinio del público.
- *Diversidad Cultural.* Los miembros responden positivamente a la diversidad cultural para crear nuevas formas de desarrollo y organización de colecciones bibliográficas y administración de servicios bibliotecarios.
- *Cooperación.* Consiste en realizar proyectos de trabajo con la finalidad de alcanzar objetivos compartidos a través de actividades y procesos orientados mediante tareas basadas en la ayuda mutua [vii].

Sus primeras acciones

Debido a que el GBC se genera a partir de la necesidad de ahorrar recursos económicos, evitar la duplicidad de adquisición de material y trabajar en equipo para el desarrollo de la ciencia en la UNAM, sus primeras acciones se encaminan a conformar y fortalecer una colección de libros y revistas electrónicas que sean de verdadera utilidad a los investigadores y académicos de las entidades que lo conforman y sobre todo de utilidad para los universitarios en general.

En ese sentido se decide adquirir colecciones temáticas completas de proveedores como Springer, Contemporary Mathematics (American Mathematical Society), AIP

vii Grupo de Bibliotecas en Ciencias. Inicio. (2019). Recuperado el 10 de Junio de 2019 en <http://bcct.unam.mx/gbc/index.html>

Conference Series; Science of Synthesis, Astronomical Society of the Pacific (ASP) y Society of Industrial and Applied Mathematics (SIAM), American Geophysics Union, entre otras, de los años 2012 en adelante para luego iniciar un proceso de compra de material retrospectivo que no contara con formato impreso para evitar duplicidad y con ello fortalecer el préstamo interbibliotecario entre los integrantes del Grupo. Por tal motivo se llevaron a cabo las siguientes tareas:

- Crear su sitio web para que la transparencia de sus trabajos pudiera ser consultada por toda la comunidad universitaria y el público en general (<http://bcct.unam.mx/gbc>).
- Realizar la compra de cerca de 2.000 títulos de libros electrónicos de manera cooperativa y con la participación libre de las bibliotecas que se quisieran integrar bajo una aportación voluntaria de recursos financieros y con la posibilidad de solicitar libros de costo mayor a su aportación.

Para lograr lo anterior y sentirse participantes libres, los integrantes del GBC acordaron no firmar un documento de compromiso pero sí establecer una serie de normas de participación, para lo cual determinan primero establecer su:

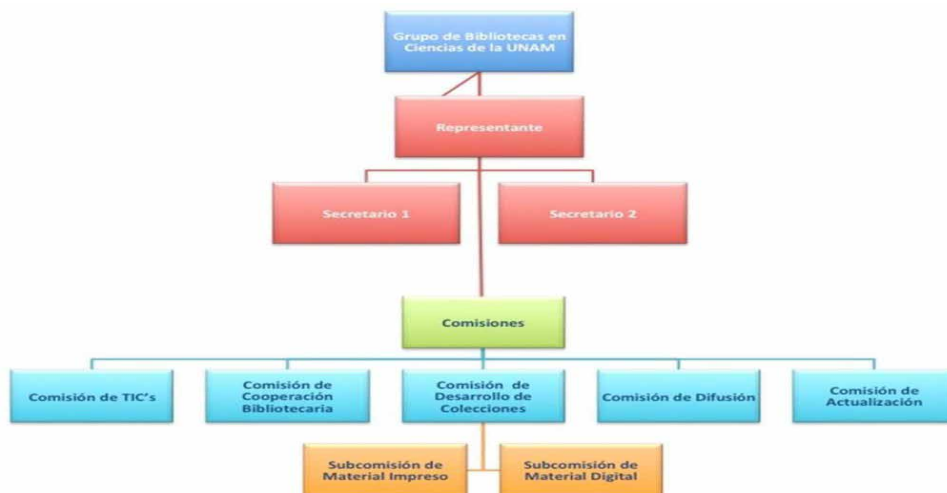
- *Misión*: Colaborar e incidir asertivamente en el Sistema Bibliotecario y de Información de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- *Visión*: Ser un grupo que apoye las funciones sustantivas de la UNAM, que sea considerado para la toma de decisiones dentro de su SBI y que permita el intercambio de conocimientos y experiencias con otros grupos afines a los sistemas de información a nivel nacional e internacional.
- *Alcance*: Propiciar de forma constante el trabajo en grupo entre las bibliotecas en ciencias de la UNAM, para colaborar e incidir en su Sistema Bibliotecario y de Información.

Así mismo de manera conjunta y en reuniones ex profeso desarrollaron sus:

- *Objetivo general*: Potenciar la colaboración entre las bibliotecas de ciencias de la UNAM que permita identificar áreas de oportunidad y de cooperación con su Sistema Bibliotecario y de Información, para optimizar recursos, procesos y servicios que impacten positivamente a la comunidad universitaria.
- *Objetivos particulares*:
 - Desarrollar de manera conjunta y eficiente colecciones impresas y digitales de calidad en la UNAM.
 - Optimizar la administración, gestión y evaluación de los servicios bibliotecarios y de información.
 - Sugerir y desarrollar herramientas de monitoreo cotidiano de los accesos a los recursos documentales digitales y automatizados.
 - Difundir las actividades del grupo en eventos nacionales e internacionales con el propósito de vincular esfuerzos con organismos afines.

- Promover la alfabetización informacional al interior de las bibliotecas participantes.
- Fomentar la educación continua del personal académico del GBC [viii].

Estableciendo además, en el año de 2013, su estructura orgánica de la siguiente manera y que a la fecha sigue vigente [ix]:



1. Organigrama Vigente

Participantes

El GBC llegó a contar con 27 integrantes de las 134 bibliotecas de la UNAM. En este momento se cuenta con 22 participantes, esto debido a que algunas bibliotecas por sus intereses propios o porque ya no contaron con los recursos para participar decidieron retirarse. Así mismo se integrarán a final de mes de septiembre de 2019 dos nuevos integrantes que buscan aportar recursos y al mismo tiempo participar en un proyecto cooperativo como lo es el GBC.

En ese sentido se estableció que los participantes son las personas que representen a las bibliotecas que conforma el Grupo en las reuniones. Dichos responsables,

viii Grupo de Bibliotecas en Ciencias. Misión, Visión, Alcance y Objetivos. (2019). Recuperado el 10 de Junio de 2019 en <http://bcct.unam.mx/gbc/gbcunam/mision/index.html>

ix Grupo de Bibliotecas en Ciencias. Estructura organizacional. (2019). Recuperado el 10 de Junio de 2019 en <http://bcct.unam.mx/gbc/gbcunam/estructura/index.html>

coordinadores o jefes de biblioteca, son aquellos que pueden emitir voz y voto en las decisiones y acuerdos que se tomen en las reuniones ordinarias, así como en las reuniones extraordinarias de trabajo. Es importante considerar que cada biblioteca sólo podrá emitir un voto, pero su voz es escuchada en todo momento. Además previniendo el futuro se estableció que la disolución del GBC se llevará a cabo por diversas causas, como: por normatividad de la UNAM, por falta de quórum o participación en las reuniones y/o por votación unánime de los integrantes.

Las reuniones son ordinarias y extraordinarias que se encuentran normalizadas por:

- Habrá rotación de sedes en aquellas entidades académicas que tengan las condiciones necesarias. Bajo los siguientes lineamientos:
 - Las reuniones ordinarias serán cada dos meses, con una duración máxima de dos horas.
 - Las reuniones extraordinarias serán cuando se requiera.
 - Responsabilidades de la sede anfitriona:
 - Organizar y financiar el receso.
 - Enviar los datos de la convocatoria al secretario.
- Las instalaciones del lugar deberán ser:
 - Espacios adecuados al número de personas que asistan a la reunión.
 - Soporte técnico (conexión a internet y videoconferencia, y personal técnico).
 - Material de apoyo (pizarrón, computadoras y papelería).

Al final de cada reunión se debe definir la fecha y horario de la siguiente reunión, para con ello tener una programación de los puntos a analizar. La duración de cada reunión será de dos horas como mínimo [x].

LA APORTACIÓN Y LOGROS DEL GBC A LA COMUNIDAD BIBLIOTECARIA DE MÉXICO

Por ser un grupo conformado con integrantes profesionales de distintas disciplinas, cuya mayoría del área de bibliotecología, ha aportado a todas las personas que se han acercado a él, elementos como:

- Experiencia en el desarrollo y participación de proyectos cooperativos. Logrando influir en tres propuestas en igual número de estados de la República Mexicana.
- Auxilio en la conformación de Grupos de Bibliotecas. Aportando la experiencia que se tiene y al mismo tiempo asesorando a los interesados con cursos de cómo negociar con los proveedores.

x Grupo de Bibliotecas en Ciencias. Reuniones. (2019). Recuperado el 10 de Junio de 2019 en <http://bcct.unam.mx/gbc/reuniones/index.html>

- Conocimiento en el desarrollo de colecciones.
- Trabajo en equipo y cómo aplicarlo.
- Cursos de capacitación y talleres especializados como Metadatos, Repositorios, Bibliometría, Búsqueda de citas y uso de herramientas para la búsqueda y recuperación de información.

Dentro de los logros más sobresalientes del GBC durante sus 7 años de desarrollo, tenemos que:

- Integrar una quinta parte de todas las bibliotecas de la UNAM en un proyecto de este tipo.
- Adquirir poco más de 45.000 títulos de libros electrónicos de apoyo a todos los universitarios.
- Ahorrar una importante cantidad de recursos económicos por las adquisiciones cooperativas.
- Generar servicios y productos compartidos de información para la comunidad académica universitaria.
- Mantenerse unidos por más de 7 años participando de forma constante.
- Proponer, planear y poner en marcha el Primer Congreso Nacional Información para la investigación (CONAI 2019) [xi].
- Trabajar cooperativamente con los proveedores de servicios y productos de información para conseguir descuentos y costos más económicos de los libros electrónicos.
- Participar con el Sistema Bibliotecario y de Información de la UNAM para transmitir sus experiencias.
- Establecer una marca bibliotecaria que permita ser reconocido como un Grupo novedoso y de colaboración con diversas instituciones de México.

EL FUTURO DEL GBC

Debido a la situación política-económica en que se encuentra en estos momentos el país y tratando de que el GBC cubra realmente los objetivos para lo que fue creado, así como mantenerse como marca bibliotecaria reconocida, su futuro está enfocado a:

- Continuar con el desarrollo de colecciones electrónicas (revistas y libros) de apoyo a la investigación evitando la duplicidad de obras y el ahorro de recursos públicos.

xi Congreso Nacional Información para la Investigación (CONAI), está dirigido a las autoridades de las bibliotecas (coordinadores, jefes de departamento, tomadores de decisiones, etc.) y personal académicos y técnico de las mismas que realizan actividades de apoyo directo al desarrollo científico nacional y que quieran compartir sus conocimientos y experiencias para establecer redes de trabajo y generar propuestas conjuntas de utilidad a la ciencia y tecnología de México para el desarrollo de sus actividades diarias.

- Darle continuidad al CONAII, que para su edición 2020 se llevará a cabo del 27 al 29 de mayo bajo las líneas de métricas, ciencia abierta y redes sociales.
- Generar un proyecto nacional de cooperación entre bibliotecas de investigación, el cual se inició este mayo de 2019 y se espera presentar en el CONAII2020.
- Servir de herramienta para aquellas bibliotecas que deseen conformar un Grupo o Red de trabajo, aportando por nuestra parte la experiencia de manera permanente y apoyando en el desarrollo de la documentación correspondiente para su registro en su institución.
- Seguir promoviendo la marca bibliotecaria del GBC para que cuente con un reconocimiento real entre los diferentes grupos bibliotecarios de México.

EL GBC COMO MARCA BIBLIOTECARIA

La marca bibliotecaria es un tema reciente en México como tal, pero ya se ha estado desarrollando desde hace varios años atrás bajo un posicionamiento de las bibliotecas en el medio académico para ganar usuarios y al mismo tiempo para que sean reconocidas por la calidad de sus servicios y colecciones que maneja. La mercadotecnia de servicios de información es un fenómeno de presencia importante en las bibliotecas durante finales de los años 90's y la primera década del siglo XXI, permitiendo con ello que las unidades de información conocieran sus fortalezas y debilidades.

En el caso de la cooperación bibliotecaria para la creación de redes, grupos o consorcios de información no se había manejado en ningún momento una marca que les permitiera tener presencia en el medio de acción, pero es quizá porque las redes florecieron en las décadas de los 80 y 90, surgiendo pocos años posteriores. Además no existía la tecnología como la conocemos actualmente donde su apoyo permite una presencia más directa e inmediata entre los usuarios.

Si partimos de que el *branding* es la marca que nos hace único, una diferencia de calidad y contenido, que sirve tanto a empresas para captar a sus clientes dentro del contexto bibliotecológico como para las bibliotecas para ofrecer y mejorar la comunicación con sus usuarios, conocer sus necesidades de información, difundir servicios y recursos para mejorar su visibilidad aplicando diversas técnicas, haciendo a los organismos que las aplican más visibles y con ello reconocer el trabajo que realizan de manera constante.

A diferencia de una marca de biblioteca la marca para un Grupo de Bibliotecas es más complejo y lleva más tiempo para su posicionamiento en el medio y entre otros grupos semejantes o entre otras bibliotecas. El desarrollar una marca de un conjunto de bibliotecas para una comunidad tan variada de usuarios se convierte en todo un reto y sobre todo posicionarla en el mercado para que los interesados hagan uso de sus servicios y productos de información que generen. Por ello para trabajar la marca

es necesario convertirnos en referentes para nuestra comunidad estableciendo vías claras de comunicación con ellos, con el fin de publicitar nuestros servicios y recursos de manera que podamos destacar los beneficios y accesibilidad para que nuestros consumidores cubran de alguna manera las necesidades de información para lo que fue establecido el grupo.

Para ello es importante crear la identidad propia del grupo, red o consorcio, homogenizando la identificación de los servicios que se ofrecen tanto en entorno creciente de los dispositivos móviles provocando simultaneidad de acceso mediante varios canales así como en servicios. Labor complicada en muchas instituciones por las cuestiones políticas, sindicales, económicas y de estructura interna, no importando que las bibliotecas sean de la misma institución, ya que por la autonomía cada quien rige su propia biblioteca, de acuerdo a sus necesidades.

Tomando en cuenta todo lo anterior y para establecer la marca del GBC en un ambiente bibliotecario nacional se desarrollaron los siguientes pasos que nos permitieron ser el primer Grupo de Bibliotecas en México con una imagen e identidad propia que lo convierte en un centro de referencia:

1. Establecimiento de la estructura funcional y jerárquica para su funcionamiento trabajada en común acuerdo cuando se inicia la propuesta de desarrollo.
2. Planeación y puesta en marcha de la documentación administrativa de GBC de acuerdo al establecimiento de la forma de trabajo, participantes y propuestas de trabajo a corto, mediano y largo plazo.
3. Desarrollo de la documentación administrativa y legal que permita su funcionamiento como los reglamentos, políticas y cuestiones de formación interna.
4. Diseño del portal del GBC, de sus servicios y productos a ofrecer a la comunidad de usuarios y bibliotecaria que permita su visibilidad y al mismo tiempo su reconocimiento.
5. Planeación de su imagen y logo del GBC para contar con una marca ya definida, para lo que se hizo uso de los colores oficiales de la UNAM en combinación de una imagen única que le permitiera ser identificado de inmediato por los investigadores, siendo el siguiente:



2. Logo 2019 GBC

6. Una vez definida la imagen y todo lo anterior se trabajó para que el GBC fuese reconocido, para ello se establecieron distintos mecanismos como:

- Redes sociales, creando y abriendo sus sitios en Twitter, Facebook y YouTube, mostrando así todas las acciones que el GBC hace en conjunto o que alguno de sus miembros realiza de forma individual, mostrando con ello el trabajo que se desempeña en beneficio de la investigación científica.
- Publicación de las acciones en el sitio web del GBC y en la Gaceta UNAM para su difusión y reconocimiento.
- Por primera vez en este 2019 se llevó a cabo su primer Congreso Nacional de Información para la Investigación (CONAI) con los subtemas sobre cooperación, servicios y repositorios posicionando la marca bibliotecaria del GBC entre las bibliotecas especializadas para la investigación de México.

La marca bibliotecaria del GBC no ha sido fácil posicionarla debido a que por ser un grupo heterogéneo, agrupa bibliotecas de centros e institutos de investigación, facultades y escuelas de la UNAM, tanto de la Ciudad de México como de las unidades académicas en provincia que cuentan con una variedad enorme de usuarios distintos, pero el trabajo constante en grupo y la toma de decisiones que se hace es de manera consensuada, lo cual durante estos años ha permitido su crecimiento, debido a que el camino que se sigue para promover su marca está enfocado a satisfacer de manera eficiente las necesidades de información de toda la comunidad a la que sirve.

CONCLUSIONES

El trabajo en equipo de manera personal o institucional ha demostrado que los resultados son ampliamente benéficos para la comunidad a la que se sirve. En ese sentido, el trabajo colaborativo entre bibliotecas siempre ha buscado dos principales líneas: adquirir colecciones de manera conjunta y ampliar los servicios de información de la comunidad a la que atiende.

De estos elementos parte el Grupo de Bibliotecas en Ciencias, que aparte de tomar como base los dos puntos anteriores, ha buscado el ahorro permanente de recursos por sus compras en conjunto y evitado así la duplicidad de colecciones dentro de las Bibliotecas de Ciencias de la UNAM, fortaleciendo las colecciones de libros, revistas electrónicas y bases de datos abiertas a toda la comunidad universitaria, promoviendo así una participación activa en el Sistema Bibliotecario Universitario.

Los resultados obtenidos por el GBC brindan una herramienta para que otras bibliotecas que deseen seguir sus pasos cuenten con bases para su inicio y desarrollo, siendo la idea permanente del GBC, compartir experiencias y apoyarnos con otros

grupos que darán una salida a la escasez de recursos y a la satisfacción de las necesidades de información de los usuarios.

El posicionamiento y visibilidad que se busca están encuadrados en una marca bibliotecaria única y de fácil identificación, para lo que se trabajó en definir aspectos relevantes de difusión e identificación personal como el desarrollo del portal de servicios, la creación de su logo y su difusión permanente por medio de las redes sociales, que gracias a la tecnología los logros obtenidos son porque la difusión y presencia social llega más rápido a los usuarios que queremos cautivar.

Podemos concluir señalando que en México el uso de marcas bibliotecarias es reciente aunque se ha trabajado mucho en mercadotecnia y difusión de las bibliotecas con el objetivo de darlas a conocer, pero el GBC busca posicionarse y captar más usuarios que hagan uso de sus recursos de información para que el costo-beneficio de su creación sea más amplio con base en el aumento de usuarios atendidos.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, Gerardo Luis Dorantes. *La práctica de producir y difundir contenidos académicos en, por y para la red entre los académicos de la Universidad Nacional Autónoma de México*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales 2019, vol. 64, n° 236, p. 355-382.
- ALAWADHI, Suha and AL-DAIHANI, Sultan M. *Marketing academic library information services using social media*. Library Management 2019, vol. 40, n° 3/4, p. 228-239.
- ALONSO ARÉVALO, Juan, GÓMEZ DÍAZ, Raquel, CORDÓN GARCÍA, José Antonio. *E-books en bibliotecas: gestión, tratamiento y aplicaciones*. Buenos Aires: Alfagrama, 2015. ISBN 9789871305803.
- DAVIES, T. *The evolution of an e-book demand-driven acquisition programme at Swinburne University of Technology*. Insights: the UKSG Journal 2017, vol. 30, n° 2, p. 36-43.
- DEMPSEY, L. and MALPAS, C. *Academic library futures in a diversified university system*. Higher Education in the Era of the Fourth Industrial Revolution. Springer, 2018. p. 65-89.
- DE-VICENTE-GARCÍA, R. and FERNÁNDEZ-MIEDES, L. *Ebook lending services for public libraries. The eBiblio madrid experience*. Profesional de la Información 2018, vol. 27, n° 3, p. 698-706.

- DÍAZ, Marta Magadán and GARCÍA, Jesús Israel Rivas. *Adaptación de la industria del libro en España al cambio tecnológico: pasado, presente y futuro de la digitalización*. Información, Cultura y Sociedad 2019, n° 40, p. 31-52.
- DINER, E. V. *Methodological approach to defining the concept of an eBook*. Scientific and Technical Information Processing 2017, vol. 44, n° 1, p. 15-20.
- FERNÁNDEZ, Jorge and LABARTA, Fernando. *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*. Córdoba, España: Almuzara 2009.
- GÓEZ, Ángela María Benítez, RESTREPO, Luz Alexandra Montoya and RESTREPO, Iván Alonso Montoya. *Estrategia de marketing basada en nuevas tendencias para bibliotecas universitarias*. Contexto 2017, vol. 6, p. 23-42.
- JIANG, Z, FITZGERALD, SR and WALKER, KW. *Modeling time-to-trigger in library demand-driven acquisitions via survival analysis*. Anonymous Anonymous Vol. 41. ISBN 0740- 8188.
- JOHNSON, P. *Fundamentals of collection development and management*. ALA Editions, 2018. ISBN 9780838916414.
- JUÁREZ SANTAMARÍA, Beatriz, ROSAS POBLANO, Sandra G. and PLATA-GARCÍA, Elizabeth. *El libro electrónico en la UNAM: opinión de los usuarios*. Revista Digital Universitaria 2016, vol. 17.
- MACEVICIUTE, E. *et al. The acquisition of e-books in the libraries of the swedish higher education institutions*. Anales de Documentacion, 2015, vol. 18, n° 1.
- MILLER, E. D., RODRIGUEZ, A. and SMITH, S. *Assessing information interaction to improve library ebook collections and services*. Journal of Electronic Resources Librarianship 2019, vol. 31, n° 2, p. 66-78.
- NESTA, Frederick. *Consortia from past to future*. Library Management 2019, vol. 40, n° 1/2, p. 12-22.
- PACHECO, Fernando. *Sistema bibliotecario ecuatoriano: Análisis de la situación actual*. Cumbres 2018, vol. 4, n° 2, p. 41-53.
- PEÑAFLORES, J. D. C. and GARCIA, J. *Embracing ebooks: Acquisition and collection development landscape in Philippine academic libraries*. Journal of Educational Media and Library Sciences 2017, vol. 54, n° 2, p. 221-232.
- ROGERS, K., YOUNG, B. and WATSON, A. *An ebook program by any other name: A comparison of Ebrary PDA and YBP DDA Ebook purchasing at the University of Mississippi Libraries*. Journal of Electronic Resources Librarianship 2017, vol. 29, n° 2, p. 84-92.

- ROSAS POBLANO, Sandra G., PLATA GARCÍA, Elizabeth and JUÁREZ SANTAMARÍA, Beatriz. *Estudio de opinión sobre la compra y uso de libros electrónicos en la Universidad Nacional Autónoma de México: el caso del Grupo de Bibliotecas en Ciencias*. Ibersid 2015, vol. 9.
- SANG, Y. *The politics of ebooks*. *International Journal of Media and Cultural Politics* 2017, vol. 13, nº 3, p. 211-228.
- SERRA, L. G. and SEGUNDO, J. E. S. *Business models, libraries and ebooks*. *Informacao e Sociedade* 2017, vol. 27, nº 3, p. 131-143.
- SINGH, S. and PANDITA, R. *Returns on library investment: A study of the leading Engineering and Technology Institutes in India*. *Library Philosophy and Practice* 2019, vol. 2019.

El uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias de México: un estudio comparativo

CARLOS DANIEL GÓMEZ GONZÁLEZ

Biblioteca, Instituto de Ciencias del Mar y Limnología, UNAM

PERLA SOSA ZARAGOZA

Biblioteca, Instituto de Geofísica, UNAM.

El trabajo ofrece un panorama sobre el uso de redes sociales en las bibliotecas universitarias en México, se expone el análisis de tendencias en las publicaciones que realizan a nivel nacional, así de cómo aplican la utilización de las plataformas, qué tipo de difusión ofrecen y qué promocionan. De igual manera se observa qué tanto se aprovecha las posibilidades que brindan estas plataformas como medio de comunicación masiva a bajo costo. La metodología consistió en la revisión de publicaciones de 50 sitios de las bibliotecas universitarias en Twitter y 50 sitios en Facebook en el periodo de enero de 2017 a los primeros días del mes de agosto de 2019.

Palabras clave: Redes sociales; Bibliotecas universitarias; Twitter; Facebook; México.

THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN UNIVERSITY LIBRARIES IN MEXICO: A COMPARATIVE STUDY

Abstract: This paper overviews the use of social networks in university libraries in Mexico. It presents the analysis of posting trends at a national level, as well as an analysis of the use of various platforms, the dissemination they offer, and what they promote. Additionally, the paper evaluates the extent to which the possibilities offered by these platforms are exploited as low cost means of mass communication. The method is based on the analysis of posts from 50 university library sites on Twitter and 50 sites on Facebook from January 2017 to the beginning of August 2019.

Keywords: Social networks; University libraries; Twitter; Facebook; Mexico.



INTERNET Y REDES SOCIALES EN MÉXICO

Las TIC's desempeñan un papel elemental en la sociedad, al impulsar el desarrollo económico, el crecimiento del PIB, la adquisición de habilidades para el empleo, el aumento de la productividad y la reestructuración organizativa, la reducción de la pobreza y la mayor participación democrática de los ciudadanos.

El progreso de los avances tecnológicos aumenta cada día y es necesario estar a la vanguardia para cumplir los objetivos previstos en todo tipo de organización. Las TIC's forman parte de la cultura que nos rodea, en casi todas nuestras actividades están presentes y debemos convivir con ellas, ya que amplían nuestras capacidades físicas y mentales y aumentan las posibilidades de desarrollo social.

La revolución de las nuevas tecnologías ha generado diferentes accesos a la información y al conocimiento utilizando distintas herramientas y recursos como, por ejemplo, plataformas virtuales, softwares educativos, repositorios, revistas digitales, entre otros, que son afines a aquella información que se localiza digitalmente y a la que el sujeto tiene acceso a través del ciberespacio.

Para las bibliotecas universitarias resulta de gran importancia el uso de las tecnologías de la información que incluyen disciplinas tecnológicas y procesamiento de la información, sus aplicaciones e interacción hombre-máquina y los aspectos económicos-sociales asociados, es decir, la convergencia de la información, las telecomunicaciones y la informática.

ASPECTOS HISTÓRICOS DE INTERNET Y TIC'S

Como antecedente de este trabajo podemos citar la llegada del internet a México que se remonta a finales de los 80's, cuando la Universidad Nacional Autónoma de México inició un ambicioso proyecto en materia de telecomunicaciones con la instalación de una red satelital conformada por siete estaciones terrenas para la transmisión de voz y datos y la ampliación y mejoramiento de los sistemas de telefonía en el campus de Ciudad Universitaria [i] en la Ciudad de México.

En 1992, a la Red Universitaria de Teleinformática y Telecomunicaciones (Rutic), se le otorgó el presupuesto para que todas las universidades públicas del país contaran con un enlace satelital, un enrutador y un equipo que funcionara de servidor de nombres de dominio y de correo. Fue en 1993 cuando el Consejo Nacional e Ciencia y Tecnología (CONACYT) a través del Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación (Infotec) creó la Red Tecnológica

i GAYOSSO, B. *Cómo se conectó México a Internet*. Revista Digital Universitaria, 2003, n.4 p. 3.

Nacional, la cual se hizo cargo del gasto de todos los enlaces de las redes de Internet. De esa manera se volvió a estructurar una de Red Nacional Tecnológica con los nodos ya existentes de las universidades [ii].

En el año 2001 se realizó una “encuesta origen” [iii] sobre el uso de las TICS y conectividad de internet a 5.056 viviendas distribuidas en el país, los datos arrojaron que solo el 11,7% contaban con alguna computadora en casa y solo el 1% tenía acceso a internet.

TENDENCIAS ACTUALES SOBRE INTERNAUTAS MEXICANOS, EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES

Hoy en día, a través del creciente avance tecnológico en las TIC's y la Web 2.0; niños, adolescentes, jóvenes, personas de la tercera edad, sin distinción de raza, género, religión, posición política, estatus u otros aspectos, forman parte de una larga lista de usuarios que navegan en internet y se encuentran a toda hora en las famosas “Redes sociales”.

Hasta abril del presente año, la Asociación Mexicana de Internet [iv] reportó 82.7 millones de personas como internautas activos de los cuales el 92% prefieren conectarse a través de su *smartphone* dejando en segundo y tercer lugar de preferencia en dispositivos de conexión a las *laptops* y ordenadores de escritorio. El 67% de los internautas, perciben que se encuentran conectados en internet las 24 hrs. y las principales barreras de acceso a internet, continúan siendo la velocidad de navegación y los altos costos.

Dentro de los 5 principales hábitos de internet destacan en orden de preferencia; el acceso a redes sociales como la principal actividad en línea, consecuentemente la mensajería instantánea o chat, el envío y recepción de correos electrónicos, la búsqueda de información y la utilización de mapas, como vemos la información básica que se puede trabajar en un teléfono inteligente.

En cuanto a la preferencia de uso de redes sociales destaca Facebook como la principal en México, de ahí Whatsapp, YouTube, Instagram y Twitter a pesar de que va perdiendo usuarios (-10%) en comparación con los resultados del 2018.

ii RODRÍGUEZ, É. *Historia del Internet en México*, 2016.

iii INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI). 2004. *Encuesta sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares, 2001, 2002 y 2004*, ENDUTIH. INEGI, 33 [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825000705>

iv ASOCIACIÓN DE INTERNET Mx. *15 Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2019*, Asociación de Internet Mx, [en línea]. [Consulta: julio 2019].

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES) EN MÉXICO EN EL MARCO DE LA VISIBILIDAD WEB Y LAS REDES SOCIALES

La educación es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de un país, según el expresidente de México Benito Pablo Juárez García “La educación es fundamental para la felicidad social; es el principio en el que descansan la libertad y el engrandecimiento de los pueblos”. En México la educación se remonta a la época precolombina, donde se formaban jóvenes en diferentes áreas, ciencias, artes, u oficios en lugares, llamados “Calmecac” para los niños y jóvenes descendientes de la alta nobleza y los “Telpochcallis” para la población en general; en ambas instancias se utilizaban como herramientas de estudio y aprendizaje los “amoxtlis” (libro) que se guarecían en los “amoxcalli” (biblioteca) resguardados por los Tlacuilos (bibliotecarios o escribano-pintor) o sacerdotes [v].

Posterior a la conquista de México se crean diversos colegios y escuelas con el objetivo de proporcionar formación a la creciente población joven del país, es así como en el año de 1551 se establece la Real Pontificia Universidad de México con cuatro facultades: Teología, Cánones, Leyes y Medicina marcando el inicio de la educación superior en México, la Real Pontificia Universidad de México atraviesa un camino sinuoso de diversos cambios políticos y sociales pasando por clausuras y aperturas por diversos gobiernos, así como la creación de diversas escuelas y colegios dispersos en diferentes partes del país. Años más tarde el licenciado Justo Sierra Méndez en 1881 presenta ante la Cámara de Diputados el proyecto para la creación de la Universidad Nacional pero no es hasta las festividades del Centenario de la Independencia de México en el año de 1910 que se promulga por decreto presidencial la Universidad Nacional de México, y es hasta 1929 que se le otorga su autonomía a través de una nueva Ley Orgánica [vi].

Por medio de este breve esbozo podemos tener una idea muy sucinta de los inicios de la Educación Superior en México (ESM), pero es importante tomar en cuenta datos actuales de la población en México; Contamos con una extensión territorial de 5.233.761 km²; según datos del último Censo de Población y Vivienda 2015, la población consta de 119.938.473 personas, de las cuales el 48,6 % son hombres y un 51,4 % corresponde a las mujeres [vii].

v ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, S. *Los códices y la Biblioteca Prehispánica y su influencia en las bibliotecas conventuales en México*. Biblioteca Universitaria, 2009, vol.12, n 2, p.83-103.

vi BELLÓN, G. *La Universidad de México: Un recorrido histórico de la época colonial al presente*. Perfiles Educativos, 2001, n. 23, p. 102-107.

vii (INEGI), Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2015. *Censo de población 2015*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. México: INEGI, Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>

Según la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, (ANUIES), México cuenta con un aproximado de 4.967 Entidades de Educación Superior públicas y privadas entre las que se encuentran Universidades, Institutos, Centros de Educación, Colegios, Academias, Tecnológicos, etcétera, que ofertan educación a nivel Licenciatura, Maestría y Posgrado [viii].

	Estado	Total de IES
1	México	410
2	Puebla	381
3	Ciudad de México	363
4	Veracruz	309
5	Chiapas	263

*Tabla 1. Los cinco estados con más I.E.S. en México.
Datos tomados de la ANUIES*

Las IES alrededor de todo el país presentan un total de 4.210.250 de alumnos matriculados dentro de sus aulas; de los cuales 2.092.136 son hombres y 2.118.114 son mujeres, mostrando así un comportamiento equitativo de hombres y mujeres inscritos.

Se reporta que el total de las IES que ofrecen servicios educativos de manera pública es de 2.060 instituciones en todo el país. Así también, existen 2.885 instituciones que ofertan educación superior de manera particular o privada.

	Universidades públicas		Universidades privadas	
	Estado	I.E.S.	Estado	I.E.S.
1	Edo. México	166	Puebla	262
2	Colima	146	Ciudad de México	252
3	Veracruz	124	México	244
4	Puebla	119	Veracruz	185
5	Chiapas	107	Chiapas	156

Tabla 2. Los cinco estados de la República mexicana que cuentan con más I E S: Datos tomados de ANUIES

viii (ANUIES), Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. *Anuario Estadístico de la Educación Superior 2017-2018*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>

PANORAMA ACTUAL DE LA VISIBILIDAD WEB Y REDES SOCIALES DE LAS UNIVERSIDADES MEXICANAS EN RANKINGS INTERNACIONALES

Por razones de competitividad, el seguimiento del posicionamiento de las Instituciones de Educación Superior en los *rankings* internacionales se ha convertido en una práctica diaria. Éstos establecen comparaciones de acuerdo con criterios de calidad o excelencia teniendo en cuenta los atributos relacionados con los requisitos de internacionalización.

Actualmente, el posicionamiento de las universidades se determina tomando en cuenta la calidad de la educación, la investigación y otros aspectos de la actividad académica. Los *rankings* se han multiplicado en los últimos años y ofrecen un orden jerárquico de las universidades basado en una metodología de evaluación de consenso. Algunos se centraron en la investigación, otros en la calidad académica y otros más en la visibilidad y el impacto en la web.

La visibilidad web, definida [ix] cómo como un conjunto de actividades y elementos que posibilitan y facilitan la localización de un sitio web en Internet, es el objetivo que debe alcanzar cualquier organización que quiera tener éxito en el ciberespacio. Consiste en destacar los contenidos, productos y servicios ofertados en Internet, de manera que los usuarios los reconozcan, adquieran y accedan ellos [x].

De acuerdo con los fines de este trabajo, se decidió tomar como primera fuente de información los datos que ofrece el *ranking* “Webometrics” realizado desde el año 2004 por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), España, el cual nos muestra comparaciones entre IES a través de cuatro indicadores; presencia, impacto, excelencia y apertura en la web. Para la publicación de enero del año 2019, tenemos que 12.005 universidades de todo el mundo fueron clasificadas, la Universidad Nacional Autónoma de México, la más importante de nuestro país, tiene el lugar 141 y es el segundo lugar a nivel Latinoamérica [xi].

Otra fuente consultada fue uniRank de Australia, que abarca 13.600 universidades y colegios reconocidos oficialmente en 200 países [xii], dentro de todos

- ix GARCÍA GÓMEZ, F. “Posicionamiento y visibilidad web de las bibliotecas públicas españolas: situación actual y estrategias de desarrollo,” *III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. Murcia: Ministerio de Cultura. Subdirección General de Información y Publicaciones, 2006, p. 417-29.
- x BOHÓRQUEZ, I. E. *¿Qué es la visibilidad web y por qué es importante en las bibliotecas?*, BiblioSeo. [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <http://www.biblioseo.com/2010/04/que-es-la-visibilidad-web-y-por-que-es.html>
- xi (CSIC), Consejo Superior de Investigaciones Científicas. *Ranking web de universidades webometrics*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <http://www.webometrics.info/en>
- xii UNIRANK TM. Unirank University Ranking, Australia. [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <https://www.4icu.org/>

sus indicadores publica “Social Media University rankings” que muestra a las universidades más populares en las redes sociales que utilizan más ampliamente Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y YouTube. Para efectos del trabajo presentado sólo nos enfocaremos a las dos primeras plataformas (Facebook y Twitter), por la cantidad de información que generan y la disponibilidad de datos en la Web.

La popularidad de las IES mexicanas en redes sociales según este ranking muestra resultados muy parecidos al de webometrics. En Facebook, tienen presencia 535 universidades mexicanas de las cuales la UNAM encabeza el ranking nacional, a nivel mundial ocupa el tercer lugar [xiii]. Ahora bien, en Twitter son visibles 394 IES y la UNAM encabeza el primer lugar de popularidad a nivel internacional [xiv].

EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA CIENCIA EN MÉXICO

Como se ha visto, la información está cambiando de manera vertiginosa y las bibliotecas deben responder de manera eficaz a estos cambios para adaptarse a las necesidades de la sociedad a la que sirven y ofrecer los recursos y servicios que los usuarios necesitan.

Las TIC han fortalecido y favorecido la capacidad de proporcionar servicios bibliotecarios en términos de calidad y capacidad para llegar a más personas. La Web es un medio cada vez más participativo, donde la gente ya no sólo quiere consultar, sino que además quiere opinar, comunicarse y crear. Se trata por tanto de una conversación global, donde el usuario ya no quiere ser sólo un consumidor pasivo; cualquiera tiene algo que decir y también desea tener a alguien que lo escuche.

Por otro lado, las entidades necesitan ampliar la base social de usuarios y mejorar su reputación e identidad digital. Son razones por las que la presencia de las bibliotecas universitarias en las redes sociales es cada vez más apreciable.

Las redes sociales en nuestros días son una herramienta dinámica de comunicación común entre la sociedad joven de México, según los datos ya mencionados los dispositivos de comunicación móvil con acceso a Internet son los preferidos para consultarlas, según diversas encuestas Facebook y Twitter son las preferidas

xiii Ob. cit.

xiv Idem.

aunque no las únicas ya que les permiten contactar con personas en cualquier parte del mundo ya sea por motivos sociales, de esparcimiento, escolares o bien laborales en tiempo real en un ambiente amigable, de fácil acceso empático con su entorno social.

Las redes sociales bien pueden basar su éxito, dada las características o elementos que tienen como la identidad virtual, vinculación y conectividad, interacción, personalización, lenguaje multimedia, la viralidad entre otros que hace de las redes sociales un medio de comunicación atractivo y de gran uso, pero ¿Cómo aprovechar estas características en beneficio de las bibliotecas universitarias?

Dado su uso constante en la comunicación diaria de la comunidad universitaria y científica, las bibliotecas bien pueden hacer uso de esa área de oportunidad e integrarse a esta herramienta dejando a un lado las ideas de suplantación y desplazamiento que hasta hace unos años nos hacían pensar, es mejor unirse al enemigo.

La idea de utilizarlas beneficia diversos aspectos de la biblioteca, ofrecen la posibilidad de potencializar la identidad de la biblioteca en un ambiente virtual, vincular y conectar nuestra comunidad y extender los alcances de nuestros servicios, estableciendo interacción y personalización en la atención de los usuarios en tiempo real, hacer uso de recursos multimedia innovadores, de calidad, con fuentes confiables.

Todo ello puede ser aplicable dentro de los elementos básicos de la biblioteca que van desde la identidad misma con sus datos generales como ubicación, horarios, misión, visión, direcciones y correos de contacto, hasta la creación o bien la difusión de servicios personalizados y especializados para comunidades internas y externas nacionales e internacionales.

Es importante aprovechar al máximo los elementos que las redes sociales nos ofrecen como son los recursos, multimedia ya que se pueden integrar tutoriales sobre recursos electrónicos, creación y recordatorios sobre eventos académicos, difusión de colecciones especializadas, videoconferencias, publicación y divulgación de carteles etcétera, es decir establecer buenas prácticas de trabajo según la naturaleza de cada unidad de información y las necesidades o bien los perfiles de su comunidad de usuarios.

No debemos dejar pasar por alto que así como las redes sociales pueden ser un excelente medio de comunicación, pueden llegar a ser rutinarias y monótonas si no se tiene claro un plan, por ello es necesario establecer un método de trabajo a corto, mediano y largo plazo que determine los objetivos, los contenidos a integrar y sus características, el tiempo en el que se publicarán los contenidos, el perfil del personal asignado a dichas actividades conscientes del manejo responsable de la información y de la administración de la página o perfil y por último, y no menos importante

la evaluación, que puede basarse en los cuatro objetivos estratégicos “(visibilidad, fidelización, influencia, retorno de la inversión y reputación) y los tácticos (alcance, frecuencia de la actividad, fidelización, influencia, participación, interacción, compromiso y conversión)” que Gonzales nos recomienda [xv].

La utilización de estas plataformas en las bibliotecas universitarias tiene miras a explotar una vasta gama de posibilidades, sin embargo, cada red social dependerá del contexto de cada biblioteca, de sus usuarios y de sus necesidades [xvi].

TENDENCIAS EN REDES SOCIALES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CIENCIA

Las redes sociales son, el aspecto más conocido de la Web 2.0, y una buena prueba de ello probablemente lo constituye, no solamente el número de afiliados con los que cuentan, sino el simple hecho de que son el único elemento que ha pasado a formar parte del universo de los medios de comunicación masiva.

Dentro de las opciones que las bibliotecas universitarias pueden explotar en la utilización de redes sociales se habló sobre la “difusión de información de interés para los usuarios”, esta actividad debe estar ligada a los criterios que se deben establecer sobre contenidos de publicación como la calidad, veracidad, pertinencia de la información [xvii]. Bajo esta perspectiva, si las IES como parte fundamental para su desarrollo académico y de investigación, requieren que sus bibliotecas apoyen sus programas de estudio y atiendan las necesidades de información de su comunidad, entonces la información de interés que se difunda a través de redes sociales, también tendrá que ver con las actividades de divulgación de la ciencia que se lleven a cabo por la misma comunidad universitaria.

Es decir, las bibliotecas universitarias pueden generar servicios de promoción sobre las actividades académicas y de divulgación que se lleven a cabo en su comunidad como conferencias, talleres o cursos, exposiciones, ferias, entre otras.

En México existen mínimos estudios sobre el análisis del uso de redes sociales por bibliotecas universitarias. Sin embargo, Ciprés [xviii] en el 2017 analizó 10 bibliotecas

xv GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, N. *Bibliotecas, medios y métricas de la web social*. Anales de Documentación, 2016, n. 19(1), p. 1-13.

xvi ARROYO VÁZQUEZ, N. “Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales ¿Una cuestión de visibilidad?,” *IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. Coruña: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Información y Publicaciones, 2008, p. 255-59.

xvii ALONSO ARÉVALO, J; CORDÓN GARCÍA, A; GÓMEZ DÍAZ, R and GARCÍA-DELGADO GIMÉNEZ, B. *Uso y aplicación de herramientas 2.0 en los servicios, producción, organización y difusión de la información en la biblioteca universitaria*. Investigación bibliotecológica, 2014, n. 28, p. 51-74.

xviii CIPRÉS ORTEGA, J. D. *Redes sociales en la aplicación, promoción y difusión de los servicios bibliotecarios en las bibliotecas universitarias públicas y privadas de la ciudad de México*, México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.

mexicanas de IES tanto públicas como privadas y sus sitios en redes sociales. Destaca que los contenidos del 16% de las publicaciones realizadas en las plataformas Twitter y Facebook son sobre información de interés general para el público.

Es innegable el alcance de la información que se difunde en las redes sociales, ahora podemos enterarnos de forma instantánea de casi cualquier cosa que sucede en cualquier lugar del planeta (catástrofes naturales, deportes, recomendaciones sobre lugares, eventos, etc.). La ciencia también encuentra una nueva forma de acercarse a la sociedad y de conseguir que sus contenidos lleguen más lejos. Para las bibliotecas universitarias del país, es importante tener presencia digital en estas plataformas, no sólo para anunciar servicios, eventos o dar a conocer sus nuevas adquisiciones y comunicados, sino también con la intención de hacer difusión y divulgación del conocimiento científico generado por las IES.

Además de fungir como medios de comunicación masiva las Redes Sociales tienen mecanismos que permiten ser interoperados por otros sistemas que miden el impacto social de la ciencia que se difunde, es decir, se puede apreciar quien consulta los contenidos académicos y científicos que se promocionan, lo cual puede ser medido y visualizado a través de las famosas métricas alternativas [xix]. Tal es el caso de Twitter en cual podemos apreciar que si se publica un tweet sobre algún documento académico que cuente con un DOI, es rastreado automáticamente por Altmetric.

Además de medir el impacto social, Altmetric nos marca una pauta sobre los medios digitales donde se difunde la ciencia, sus mecanismos rastrean las menciones que se hacen sobre la producción científica del mundo en fuentes que se vinculan regularmente con contenido académico (blogs, sitios de noticias o periódicos, y las redes sociales Twitter y Facebook [xx]).

EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS MEXICANAS

A través del panorama sobre redes sociales y bibliotecas universitarias en México, se presenta a continuación un análisis de tendencias de las publicaciones que realizan las bibliotecas de IES mexicanas en sus redes para revisar a nivel nacional, cómo las aplican, la utilización de las plataformas, qué tipo de difusión ofrecen y qué promocionan, así cómo observar qué tanto se aprovechan las posibilidades que brindan estas plataformas.

xix ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, S.; CASTRO ESCAMILLA, M; GÓMEZ GONZÁLEZ C. and CASTRO, R. "El impacto académico y social de la ciencia impresa por citaciones y almetrics (redes sociales y otras herramientas)", *Manual BCCT*. México: Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra, UNAM, 2018, 13.

xx ALTMETRIC. *Sources of Attention*, Digital Science, [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <https://www.altmetric.com/about-our-data/our-sources/>
ASOCIACIÓN DE INTERNET MX. *15 Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet En México 2019*, Asociación de Internet Mx, [en línea]. [Consulta: julio 2019].

Para esto se tomaron en cuenta los rankings “Webometrics” sobre las universidades mexicanas con mayor visibilidad web y los “Unirank” sobre universidades mexicanas con mayor número de seguidores en Facebook y Twitter. La finalidad de tomar estas fuentes como punto referencial fue tener un panorama acertado sobre las IES que puedan contar con planes de desarrollo en difusión, medios digitales como las redes sociales. Se realizó una muestra comparativa entre los rankings y se seleccionaron 30 IES para realizar la búsqueda de los sitios de redes sociales de sus bibliotecas

Se desarrollaron estrategias de búsqueda en las plataformas de Twitter y Facebook utilizando palabras raíces como “Biblioteca”, “Bibliotecas”, “Documentación”, “Información”, “Siglas de las IES” y “Nombres genéricos de las IES”. Dentro de las plataformas se eligieron 50 sitios de bibliotecas universitarias en Twitter y 50 sitios en Facebook. Cada sitio fue revisado hasta 3 años atrás de publicaciones, es decir se analizaron las publicaciones realizadas en el periodo enero del 2017 hasta la primera semana de agosto de 2019 de cada sitio.

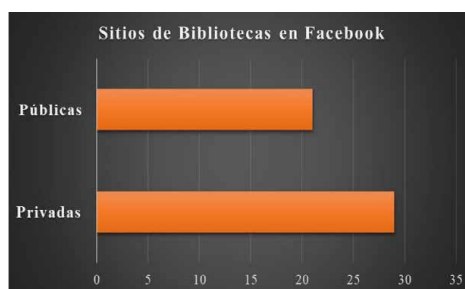
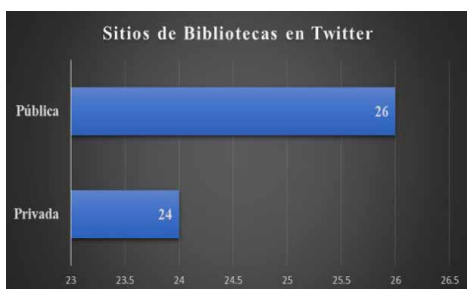
Los resultados de este análisis se vaciaron en un cuadro que sirvió de instrumento de evaluación tomando en cuenta los siguientes rubros:

1. Datos Generales de la Biblioteca.
 - Nombre de la Institución a la que pertenece.
 - Tipo de institución: pública o privada.
 - Nombre de la biblioteca.
 - Plataforma de red social.
 - Nombre del acceso.
2. Elementos de Identidad Institucional: La calificación de este rubro es SI/NO.
 - Categoría: Si es definida como biblioteca, centro de documentación u otros.
 - Nombre: Si el sitio menciona el nombre de la biblioteca.
 - Si dentro de la descripción del sitio muestra la “Misión”.
 - Descripción: Si dentro del sitio se describe como tal.
 - Si dentro de la descripción del sitio muestra los “Objetivos” a alcanzar con el sitio.
 - Teléfono de contacto.
 - Dirección postal.
 - Correo electrónico de contacto.
 - Si hace referencia a su “Sitio Web Institucional”.
 - Si hace referencia con “Sitios en redes sociales diferentes”.
3. Visibilidad y alcance.
 - Número de seguidores.
 - Frecuencia de publicación: Habitual (diario), Ocasional (semanal), Esporádico (mensual) o No publica (1 año de no publicar).

4. Difusión y Marketing: La calificación de este rubro es SI/NO.
 - Servicios bibliotecarios: Si promociona préstamo, adquisiciones, consulta.
 - Servicios Especializados: Si promociona bibliografías, diseminación de información, consulta especializada.
 - Servicios Electrónicos: Documentación en línea, referencia virtual.
 - Colecciones impresas.
 - Recursos electrónicos.
 - Formación de usuarios.
 - Tutoriales.
 - Herramientas open access.
 - Identidad Institucional: Instalaciones, equipo, etc.
 - Actividades socio-culturales e información de interés.
5. Formatos de publicación: La calificación de este rubro es SI/NO.
 - Vídeo.
 - Imagen.
 - Texto.
6. Interacción con usuarios: La calificación de este rubro es SI/NO.
 - Permite chat o mensaje directo.
 - Permite comentar.
 - Permite compartir.
 - Permite calificar.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Según el rubro de datos generales, en Twitter existen más sitios de bibliotecas universitarias públicas que privadas, por el contrario de Facebook que las privadas muestran mayor tendencia a utilizar ésta plataforma.



Para dar fidelidad si los sitios de redes sociales de bibliotecas universitarias están siendo prioritarios en mostrar su identidad institucional de manera formal y visible, el siguiente rubro nos muestra resultados cómo:

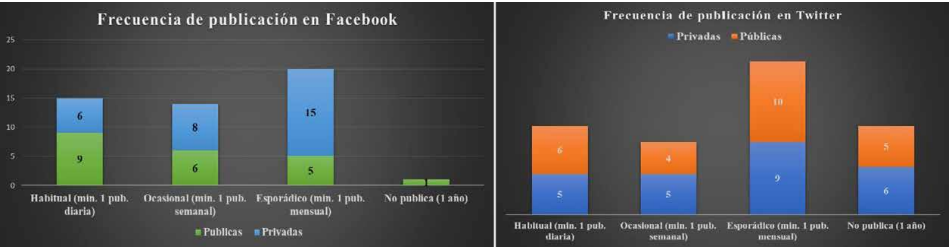
Las famosas “fan pages” de Facebook están diseñadas con formularios que contienen los elementos necesarios para mostrar datos básicos de contacto de cualquier organización, a diferencia de Twitter que no cuenta con este tipo de herramientas, sin embargo, se observa que algunas bibliotecas pierden de vista la posibilidad de dar a conocer al público la misión de ser, los objetivos que persiguen y vincular sus redes sociales con otras más. Estos datos para cualquier organización son una carta de presentación para el público y muestran seriedad o profesionalismo.



Ahora bien, a pesar de que Twitter no está diseñada para ofrecer tanta información de contacto, dentro de las publicaciones que realizaron en el periodo de revisión, tampoco se apreció que se tomaran en cuenta estos elementos para difundirlos. Los campos que Twitter si contempla como un formulario para la descripción de sitio son: Nombre, descripción, dirección, página web y vínculo con otras redes.

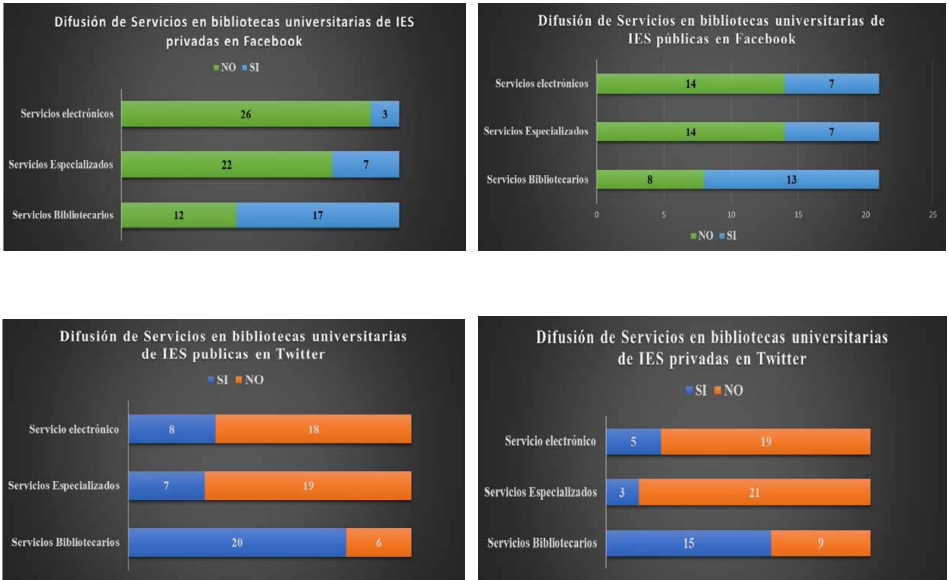


Para tener un panorama del alcance de las publicaciones que se tienen en los sitios de redes sociales, es necesario tomar en cuenta la frecuencia en la que se publica y la visibilidad de sus publicaciones. Las podemos medir de acuerdo al número de seguidores que cada sitio tiene, este último elemento se verá reflejado en el anexo 1 y 2.

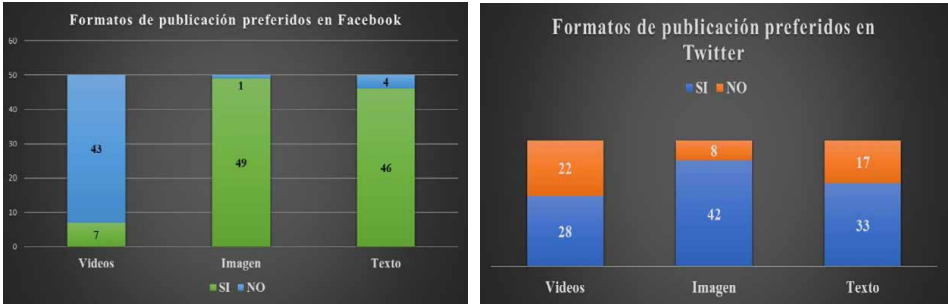


Las gráficas muestran que las bibliotecas generalmente publican en su mayoría de manera mensual, sin embargo, en Twitter se observa que los sitios tienden a ser olvidados.

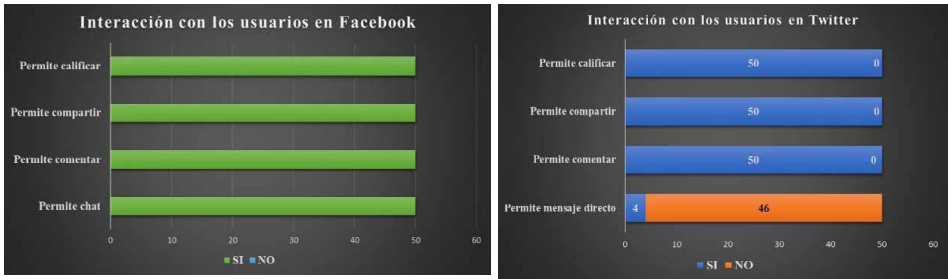
A continuación, se muestran los tipos de servicios que las bibliotecas promocionan en sus redes sociales. Tanto para Facebook y Twitter lo que más se difunden son servicios bibliotecarios, esto se puede deber a la complejidad de otorgar servicios especializados y electrónicos en dónde se debe tener un trato personal con el usuario.



Los formatos de publicación también deben ser considerados cuando se planea gestionar redes sociales debido a que son considerados en la distribución de las publicaciones en las plataformas, no es lo mismo publicar contenidos multimedia (imágenes o videos) que publicar solo texto. A pesar de ello podemos ver que a pesar de esta situación, aun se considera publicar en textos planos, lo cual nos dice que estas publicaciones no tienen el alcance suficiente.



La interacción con los usuarios es muy importante porque ayuda a comunicarse de forma personal con usuarios potenciales y es muy bien visto otorgar atención personalizada, sin embargo, en Twitter se observa que se prefiere deshabilitar esta opción de recibir mensajes directos, esto se puede deber a la falta de personal bibliotecario que maneja las redes sociales, ya que se trata de manejar estas plataformas en todo momento.



El permitir que los seguidores puedan comentar, compartir y calificar con un “me gusta” permite la interacción con los contenidos que se publican y aumenta el alcance de lo que se busca promocionar, según las gráficas, estas opciones no están restringidas en ninguna de las dos plataformas.

Anexo 1

Sobre las bibliotecas universitarias con sitios en Facebook

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	BIBLIOTECAS BUAP	69.895
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Biblioteca Histórica José María Lafragua	5.262
El Colegio de México	Biblioteca Daniel Cosío Villegas	13.926
Instituto Politécnico Nacional	Biblioteca Nacional de Ciencia y Tecnología	15.126
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente A.C.	Biblioteca ITESO	1.923
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tec Santa Fe	839
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca TEC SLP	870
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tec en Guadalajara	2.204
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tec en Colima	413
Tecnológico de Monterrey	BiblioTec Morelia	872
Tecnológico de Monterrey	Bibliotecas del Tecnológico de Monterrey en Puebla	3.183
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca del Tec Monterrey Campus Sinaloa	598
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca del Tecnológico de Monterrey Campus Saltillo	455
Tecnológico de Monterrey	Biblio Teca en Irapuato	649
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tec Campus Hgo	318
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tec en Guadalajara	2.204
Tecnológico de Monterrey	Biblioltesm Ciudad de Mexico	1.886
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca del Tecnológico de Monterrey en Veracruz	699
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Campus Monterrey	3.336

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Universidad Anáhuac México Sur	Biblioteca de la Universidad Anáhuac México Campus Sur	839
Universidad Anáhuac México Sur	Universidad Anáhuac México Campus Norte	75.654
Universidad Autónoma de Nayarit	Bibliotecas UAN	1.212
Universidad Autónoma de Aguascalientes	Biblioteca Universidad Autónoma de Aguascalientes	3.605
Universidad Autónoma de Guadalajara	Biblioteca Digital UAG	51
Universidad Autónoma de Nuevo León	Biblioteca Universitaria Raúl Rangel Frías UANL	13.113
Universidad Autónoma de Querétaro	Dirección General de Bibliotecas UAQ	3.266
Universidad Autónoma de Sinaloa	Dirección General de Bibliotecas UAS	86
Universidad Autónoma del Estado de México	Biblioteca Cerrillo Uaemex	4.462
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	Biblioteca Central UAEM	6179
Universidad Autónoma Metropolitana	Biblioteca UAM-Xochimilco	11.061
Universidad Autónoma Metropolitana	Biblioteca UAM-A, COSEI	4.417
Universidad Autónoma Metropolitana	Biblioteca UAMI	3.215
Universidad Autónoma Metropolitana	Biblioteca Digital UAM	2.451
Universidad Autónoma Metropolitana	Biblioteca Dr. Miguel León-Portilla	2.395
Universidad de Guadalajara	Biblioteca UDGVirtual	5.444
Universidad de Guadalajara	Biblioteca Digital	1.441

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Universidad de las Américas Puebla	Bibliotecas UDLAP	3.457
Universidad de Londres A.C.	Biblioteca UDL	1.830
Universidad del Valle de Atemajac A.C.	Biblioteca UNIVA León	360
Universidad del Valle de Atemajac A.C.	Biblioteca UNIVA La Piedad	545
Universidad del Valle de México	Biblioteca Linces Campus Cumbres	295
Universidad del Valle de México	Biblioteca Digital UVM Slp (preparatoria)	503
Universidad Iberoamericana	Biblioteca Francisco Xavier Clavigero	3.764
Universidad Iberoamericana	Biblioteca Ibero León	2.252
Universidad Iberoamericana	Biblioteca Ibero Torreón	92
Universidad La Salle	Biblioteca De La Salle	3,481
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra	726
Universidad Pedagógica Nacional, México	Biblioteca Gregorio Torres Quintero	7.819
Universidad TecMilenio	Biblioteca TECmilenio	8
Universidad Tecnológica de México	Biblioteca UNITEC	23

Anexo 2

Sobre las bibliotecas universitarias con sitios en Twitter

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Academia de San Carlos. Facultad Artes y Diseño	117
Universidad Anáhuac México Norte	Biblioteca Anahuac	815
Universidad de Guadalajara	Biblioteca Antonio Alatorre Chavez	488

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Centro de Investigación y Docencia Económicas	Biblioteca CIDE	1.180
Universidad del Claustro de Sor Juana	Biblioteca Claustro de Sor Juana	400
El Colegio de México	Biblioteca Colmex	6.096
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra	93
Universidad de Guadalajara	Biblioteca CULAGOS	144
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca de la Facultad de Medicina	332
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca del Campus Sinaloa Tecnológico de Monterrey	355
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca del Centro de Ciencias Genómicas	424
Universidad de Guadalajara	Biblioteca del Centro Universitario de Ciencias de la Salud	741
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca del Tecnológico de Monterrey campus San Luis Potosí	571
Universidad de Guadalajara	Biblioteca Digital	4.230
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Digital	1,23
Universidad de Guadalajara	Biblioteca Digital. Universidad de Guadalajara. México	4.229
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente A.C.	Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla, S.J.	1.037
Tecnológico de Monterrey	biblioTECa en Guadalajara	1.449
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca FES-ZAR3-UNAM	21
Universidad Iberoamericana A.C.	Biblioteca Francisco Xavier Clavigero	2.058

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca IIMAS	41
Universidad Iberoamericana A.C.	Biblioteca Interactiva Padre Pedro Arrupe, S. J.	64
Universidad La Salle	Biblioteca La Salle Cacún	44
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Nacional de México	6.281
Universidad Pedagógica Nacional, Mexico	Biblioteca Pedagógica Nacional.	296
El Colegio de San Luis, A.C	Biblioteca Rafael Montejano y Aguiñaga de El Colegio de San Luis, A.C	27
Instituto Tecnológico Autónomo de México	Biblioteca Raúl Baillères Jr.	3.548
Universidad Nacional Autónoma de México	Biblioteca Samuel Ramos	143
Tecnológico de Monterrey	Biblioteca Tecnológico de Monterrey Campus Chihuahua	537
Universidad Autónoma del Estado de México	Biblioteca UAEM	739
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	Biblioteca UAEM	737
Universidad Autónoma de Guerrero	Biblioteca UAGRO	207
Universidad de la Salle Bajío A.C.	Biblioteca Unisalle	661
Universidad Tecnológica de México	biblioteca unitec	4
Universidad Autónoma de Nuevo León	Biblioteca Universitaria Raúl Rangel Frías.	3.194
Benemerita Universidad Autonoma de Puebla	Bibliotecas BUAP	8.350
Universidad Nacional Autónoma de México	Bibliotecas Facultad Ingeniería	90

Institución de Educación Superior	Biblioteca	Seguidores
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	Bibliotecas UPAEP	16
Universidad de Guadalajara	BibliotecaUDGVirtual	2.366
Universidad Nacional Autónoma de México	Centro de Documentación de la Facultad de Artes y Diseño	166
Universidad Nacional Autónoma de México	Centro de Documentación e Información Mtro. Jesús Silva Herzog	1.098
Instituto Politécnico Nacional	Coordinación de Bibliotecas ESCA Santo Tomás	9
Instituto Politécnico Nacional	Dirección de bibliotecas del Instituto Politécnico Nacional	4.171
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	Dirección General de Bibliotecas	1.283
Universidad Nacional Autónoma de México	Psicología UNAM BIB (Biblioteca Dra. Graciela Rodríguez Ortega)	2.164
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	Sistema de Bibliotecas UJAT	89
Universidad de Guadalajara	Unidad de Servicios Bibliotecarios de la Red de Bibliotecas de la Universidad de Guadalajara	604
Biblioteca Central de la Universidad Veracruzana	USBI Xalapa	7.086
Universidad del Valle de México A.C.	UVM Biblioteca.	0
Universidad del Valle de México A.C.	UVM Biblioteca.	0

CONCLUSIONES

Las bibliotecas universitarias mexicanas que utilizan Facebook y Twitter para promocionar sus bibliotecas y servicios, si no cuentan con planes de desarrollo de contenidos en sus publicaciones que sean acordes a los objetivos de las instituciones que las respaldan, pierden cierto sentido de responsabilidad institucional y a corto plazo visibilidad o alcance en el público deseado.

Es importante que los formatos de publicación deban incluir elementos multimedia adecuados al contenido para que el mensaje que quieran transmitir alcance un impacto de atención importante, además de que se aprovechan los mecanismos de difusión de las plataformas, incluir solo texto no siempre es positivo.

La planificación para la creación y gestión de sitios en redes sociales en las bibliotecas universitarias deben tomar en cuenta los aspectos de identidad institucional que, como se vio en los datos se está desaprovechando, esto puede impactar de manera negativa el prestigio de la biblioteca y no tener el alcance necesario al público en general.

Tener en cuenta servicios de promoción de la ciencia que generan las instituciones de educación superior promueve el impacto social y genera inclusión en la sociedad sobre el trabajo académico. Con el potencial de las redes sociales, la ciencia encuentra una nueva forma de acercarse a la sociedad y de conseguir que sus contenidos lleguen más lejos.

Se recomienda plantear la gestión con criterios claros y establecer estrategias. Si el objetivo es comunicar y promover para conseguir resultados, hace falta marcarse claramente qué objetivos persigues, a qué público te diriges, en qué redes sociales vas a participar, cuál va a ser el estilo de tus mensajes, cómo vas a medir tus acciones, etc. Todo esto ayuda a saber hacia dónde enfocar la gestión diaria y será útil para percatarte de si el esfuerzo vale la pena o, por lo contrario, se está perdiendo el tiempo.

Se requiere que el personal bibliotecario que gestione estas plataformas trabaje en equipo con sus colegas, ya que las redes también son muy demandantes y se podrían atender de forma eficiente, además el intercambio de ideas y la creatividad colectiva ayuda a generar nuevos contenidos para las publicaciones lo que le da vida a la imagen de las bibliotecas.

Finalmente es importante resaltar que la gran mayoría de las bibliotecas analizadas para el estudio no cuentan con una Marca Bibliotecaria o Marca de Biblioteca que les permita contar con una mayor visibilidad en el mundo académico.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos de revista

ALONSO ARÉVALO, J; CORDÓN GARCÍA, A; GÓMEZ DÍAZ, R and GARCÍA- DELGADO GIMÉNEZ, B. *Uso y aplicación de herramientas 2.0 en los servicios, producción, organización y difusión de la información en la biblioteca universitaria*. Investigación bibliotecológica, 2014, n. 28, p. 51-74.

ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, S. *Los códices y la Biblioteca Prehispánica y su influencia en las bibliotecas conventuales en México*. Biblioteca Universitaria, 2009, vol.12, n 2, p.83-103.

- BELLÓN, G. *La Universidad de México: un recorrido histórico de la época colonial al presente*. Perfiles educativos, 2001, n. 23, p. 102-107.
- FLÓREZ-ROMERO, M; AGUILAR-BARRETO, A; HERNÁNDEZ-PEÑA, Y; SALAZAR-TORRES, J; PINILLOS-VILLAMIZAR, J. and PÉREZ-FUENTES, C. *Sociedad del conocimiento, las tic y su influencia en la educación*. Revista Espacios, 2017, n. 38 p. 35.
- GARCÍA GIMÉNEZ, D. *Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas*. Textos universitarios de biblioteconomía i documentación, 2010 n. 24.
- GAYOSSO, B. *Cómo se conectó México a Internet*. Revista Digital Universitaria, 2003, n.4 p. 3.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, N. *Bibliotecas, medios y métricas de la web social*. Anales de Documentación, 2016, n. 19(1), p. 1-13.
- MARGAIX-ARNAL, D. *Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes*. El Profesional de la Información, 2008, n. 17(6), p. 589-601.
- MARTENS, E. *Twitter for Scientists*. ACS Chemical Biology, 2010, n. 5(2), p. 149-49.
- MARTÍNEZ DOMÍNGUEZ, M. *Acceso y uso de tecnologías de la información y comunicación en México: factores determinantes*. PAAKAT: revista de tecnología y sociedad, 2018, n. 8 p. 14.
- THELWALL, M; HAUSTEIN, S; LARIVIÈRE, V and SUGIMOTO, C. *Do Altmetrics work? Twitter and ten other social web services*. PLOS ONE, 2013, n. 8(5), e64841.

Recursos electrónicos

- (ANUIES), Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. *Anuario Estadístico de la Educación Superior 2017-2018*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- (CSIC), Consejo Superior de Investigaciones Científicas. *Ranking web de universidades webometrics*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <http://www.webometrics.info/en>
- (INEGI), Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2015. *Censo de población 2015*, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. México: INEGI, Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI). 2004. *Encuesta sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares, 2001, 2002 Y 2004*, ENDUTIH. INEGI, 33 [en línea].

- [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825000705>
- ALTMETRIC. *Sources of Attention, Digital Science*, [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <https://www.altmetric.com/about-our-data/our-sources/>
- ASOCIACIÓN DE INTERNET MX. *15 Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2019*, Asociación de Internet Mx, [en línea]. [Consulta: julio 2019]. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/15-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2019-version-publica/lang.es-es/?Itemid=>
- ECURED. *Las tic en las bibliotecas*, EcuRed, 23-28. [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: https://www.ecured.cu/Las_TIC_en_las_Bibliotecas
- RODRÍGUEZ, É. “Historia de Internet en México,” Zacatecas, México: Ciencia MX, [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <http://www.cienciamx.com/index.php/ciencia/humanidades/7839-historia-de-internet-en-mexico-reportaje>
- UNIRANK TM. *Unirank University Ranking*, Australia. [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <https://www.4icu.org/>
- BOHÓRQUEZ, I. E. *¿Qué es la visibilidad web y por qué es importante en las bibliotecas?*, BiblioSeo. [en línea]. [Consulta: agosto 2019]. Disponible en: <http://www.biblioseo.com/2010/04/que-es-la-visibilidad-web-y-por-que-es.html>

Reportes, conferencias, capítulos de libro y tesis

- ARMENDÁRIZ SÁNCHEZ, S.; CASTRO ESCAMILLA, M; GÓMEZ GONZÁLEZ, C. and CASTRO, R. “El impacto académico y social de la ciencia impresa por citaciones y almetrics (redes sociales y otras herramientas)”, *Manual BCCT*. México: Biblioteca Conjunta de Ciencias de la Tierra, UNAM, 2018, 13.
- ARROYO VÁZQUEZ, N. “Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales ¿una cuestión de visibilidad?”, *IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. Coruña: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Información y Publicaciones, 2008, p. 255-59.
- CIPRÉS ORTEGA, J. D. “Redes sociales en la aplicación, promoción y difusión de los servicios bibliotecarios en las bibliotecas universitarias públicas y privadas de la ciudad de México”, México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.
- GARCÍA GÓMEZ, F. “Posicionamiento y visibilidad web de las bibliotecas públicas españolas: situación actual y estrategias de desarrollo,” *III Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. Murcia: Ministerio de Cultura. Subdirección General de Información y Publicaciones, 2006, p. 417-29.

GUERRERO-ARDILA, Ivonne Yuliza and Daniel Fernando LÓPEZ- JIMÉNEZ. “Tecnologías de la información y comunicación en la sociedad”, Colombia: Universidad de la Sabana, 2013.

Taylor y Francis. “Use of Social Media by Library: Current Practices and Future Opportunities”, En: T. y. F. Group, Social Media in the Library. 2014.

TORRES-SAMUEL, M; VÁSQUEZ, CL; VILORIA, A; VARELA, N; HERNÁNDEZ- FERNÁNDEZ, L. and PORTILLO-MEDINA, R. “Analysis of Patterns in the University World Rankings Webometrics, Shanghai, Qs and Sir-Scimago: Case Latin America”, Y. Tan, Y. Shi and Q. Tang, Data Mining and Big Data. DMBD 2018. Shanghai, China: Springer International Publishing, 2018, p.188-99.



Digitalización enriquecida

Software de gestión digital
para Archivos, Bibliotecas,
Museos, Exposiciones temporales,
Centros de Documentación

Con
metadatos
ajustados a
la normativa
internacional

Aplicaciones LOD
con Reconciliación
Semántica

Aplicaciones con Recolector
y Repositorio OAI-PMH

*Objetos digitales recolectables por
Hispana, Europeana, OAister*

No hace falta viajar a la luna para dar a los datos la mayor visibilidad

Un concepto de digitalización y unas aplicaciones que hacen más eficiente el trabajo de las instituciones de memoria

Makerspaces: nuevos espacios en las bibliotecas públicas municipales

FRANCISCO JESÚS RUIZ DE HARO
Biblioteca Pública Municipal de Vera

Irrupción de innovadores espacios makers colaborativos y de encuentro con el conocimiento y con el aprendizaje de hacer en los nuevos edificios de las bibliotecas municipales del siglo veintiuno. Se analiza en un principio lo que es un Makerspace y en qué entorno se define o se perfila como nuevo servicio dentro de una biblioteca, estudiando la finalidad y a quién van dirigidos estos espacios maker. Se establece una metodología para llevar a cabo su funcionamiento y las áreas en las que se encuentra dividido e integrados en su conjunto, especificando y enumerando al mismo tiempo los materiales y recursos necesarios de cada una. Finalmente, se estudia el método de implantación y gestión de un espacio maker en la futura biblioteca del municipio de Vera, examinando nuevas expectativas de uso para la población.

Palabras clave: Makerspace, bibliotecas municipales, innovación, creación, tecnología.

MAKERSPACES: NEW SPACES IN THE LOCAL PUBLIC LIBRARIES

Abstract: This paper deals with the emergence of innovative collaborative Makerspaces, insofar as meeting points with knowledge and practical learning in the new buildings of the twenty-first century local libraries. The paper first discusses, the concept of Makerspace and the environment in which it is defined or outlined as a new service within a library, together with its purpose and the intended public. A methodology is then established to implement it and the areas into which it is divided, integrated as a whole, specifying and enumerating simultaneously the necessary materials and resources of each. Finally, the paper examines implementation and management method of a maker space in the future library of the town of Vera, and the new expectations of the people's use.

Keywords: Makerspace, local libraries, innovation, creation, technology.



¿A QUIÉN VAN DIRIGIDOS ESTOS NUEVOS ESPACIOS?

Son considerados espacios abiertos a ser utilizados por diferentes agentes sociales, entre ellos la propia ciudadanía, profesores del ámbito educativo de la población a la que sirve en sus distintos niveles educativos, estudiantes de la misma población o cercana, personal técnico de áreas multi-disciplinares o de empresas del municipio o colindantes, todo tipo de asociaciones municipales, así como todo tipo de personas que ofrezcan e intercambien sus propios conocimientos técnicos útiles para la vida cotidiana de los demás ciudadanos.

En definitiva, son nuevos espacios abiertos y flexibles que ofrece la biblioteca y que están a disposición de toda la población del municipio, sin discriminación alguna y sin tener que poseer por ello el carnet de biblioteca; y a todos aquellos que les pueda surgir interés por aprender una serie de habilidades o conocimientos de diferente índole, que les sean útiles para desenvolverse en su vida cotidiana y con las que puedan enfrentarse a las dificultades de la misma.

Además, esta iniciativa se enmarca dentro del III Plan Estratégico del Consejo de Cooperación Bibliotecaria (2019-2023) que depende del Ministerio de Cultura y es una de las medidas incluidas en su Línea 1 de Actuación, referida y dirigida en definitiva a usuarios, audiencias y públicos, que tiene como objetivo general: fomentar la participación y la ciudadanía crítica. Con tal motivo, incluso el propio Ministerio de Cultura y Deporte, a través de la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, ha lanzado en este año 2019 el proyecto “Laboratorios Bibliotecarios: espacios para la creación y experimentación colectiva”, que pone a disposición de los profesionales bibliotecarios el reflexionar, debatir y compartir recursos en torno a la participación ciudadana en entornos bibliotecarios. Este proyecto incluye: un espacio de intercambio de experiencias, un foro de discusión llamado LAB-BIB y un Taller de prototipado orientado a la producción de proyectos, que puedan implementarse en bibliotecas dirigido a todo tipo de edades.

¿CÓMO SE LLEVAN A CABO ESTE TIPO DE ESPACIOS EN LAS BIBLIOTECAS DE MUNICIPIOS?

En primer lugar, planificar un espacio *Maker* en la biblioteca, conlleva primeramente un análisis exhaustivo de la realidad del municipio para ver el sentido que van a tener estos espacios para la población a la que se dirige la biblioteca municipal y el contexto en el que se va a inscribir.

Posteriormente diseñar un espacio activo que esté orientado para “crear”, requiere de la disponibilidad del mobiliario y elementos que permitan la flexibilidad del espacio. Así como establecer una mentalidad basada en “cultura creadora”, que desarrolle en los usuarios una actitud de propósitos a conseguir. Y de esta forma es

necesario también involucrar, al mismo tiempo, a todas las partes interesadas en el proyecto del nuevo espacio, tanto a dirigentes políticos como a ciudadanos del municipio, preguntándoles qué esperan de la nueva iniciativa.

Después de este primer análisis, es obligatorio elegir las herramientas, materiales y tecnologías de aprendizaje adecuadas, las cuales van a permitir la transmisión útil del conocimiento, haciendo acopio o intercambiando aquellos proyectos o procesos de creación/aprendizaje disponibles y que se desarrollan por una parte en otras bibliotecas del país (para cuya consulta se puede hacer libremente, por medio de la inscripción a Listas de Distribución o redes como la Red Iris, que propone la Subdirección de Coordinación Bibliotecaria del Mº de Cultura, y que al mismo tiempo, resulta ser el principal Foro para el intercambio de proyectos o procesos de aprendizaje, surgido con motivo de las Asambleas Anuales del Consejo de Cooperación Bibliotecaria, en las que se debate acerca de los nuevos espacios o laboratorios bibliotecarios) y por otra en aquellos otros surgidos como consecuencia de la demanda de los propios ciudadanos que serán los que decidan hacer una lista de materiales de lo que se necesite en ese momento pertinente.

Y eso sí, una de las claves de éxito, es empezar “poco a poco”, eligiendo pocas cosas pero bien, sin comprar de golpe todo tipo de herramientas o recursos, como pudieran ser impresoras y escáner 3D, fresadoras, cortadoras láser, microprocesadores o como una máquina de soldar u otro tipo, que supone un gasto inútil y que pudieran ser comprados mas tarde, partiendo de las necesidades de los usuarios y no de la nuestra.

Ayudados por la Guía didáctica del movimiento *La Aventura de Aprender* que lleva como título “Cómo hacer un espacio *maker*”, y consultado además a Julian Marquina en su post web “*Makerspaces* en bibliotecas: el fenómeno *Bibliomakers*”, existen unas claves a la hora de diseñar y llevar a cabo un espacio *Maker* en la biblioteca que son de gran interés y que nos pueden servir de gran ayuda.

Resumiendo, entre ellas estan:

- Formar al personal de la biblioteca, e inculcar una nueva visión.
- Buscar entusiastas que apoyen dicha iniciativa, con sus ideas y sus conocimientos, entre los ciudadanos del municipio, a los que llamamos colaboradores.
- Diseñar el espacio en función de las necesidades detectadas entre la comunidad del municipio.
- Difundir el nuevo espacio, promocionándolo por todos los medios sociales.
- Insonorizar el espacio dedicado.
- Planificar las actividades, o proyectos estereotipados que se vayan a llevar a cabo o bien, las que surjan de forma espontánea.
- Y celebrar tanto la apertura como los éxitos, con el fin de dar visibilidad a la utilidad de los nuevos espacios creados en la biblioteca municipal.

POSIBLES ÁREAS DE UN MAKERSPACE

Un espacio *Maker* está constituido por áreas funcionales que comprenden técnicas o ramas del conocimiento, junto a su mobiliario, equipamiento y materiales necesarios, relacionados con los posibles trabajos o proyectos que se vayan a realizar en ella.

Por lo general, dependiendo de las necesidades de los propios ciudadanos, y de un estudio de los recursos económicos, humanos y materiales en la población donde se vaya a incorporar dentro de la biblioteca municipal, un *Makerspace* debería contar de forma normalizada o *standar*, con las siguientes áreas posibles:

1. Área de Fabricación Digital

Esta área permitirá la construcción de modelos y piezas, a partir de archivos diseñados en ordenadores, para lo cual requiere de: una máquina de Corte Láser, Impresoras y Escáner 3D, Bordadora y Tableta digitalizadora, un *Plotter* de papel y vinilo, etc.

2. Área de Manufactura Convencional

Desde aquí se llevará a cabo la construcción, desarmado y reparación mediante herramientas convencionales, manuales o eléctricas, tales como: Desarmadores, juegos de puntas, pinzas, tornillos, abrazaderas, seguetas y todo tipo de materiales de la marca *Dremel*, así como grapadora, pulidora, caladora, lijadora...

3. Área de Electrónica

En esta otra área se realizara la programación y automatización del prototipado, pruebas y manufactura de circuitos eléctricos y electrónicos, así como la soldadura de estaño para los mismos, pudiendo trabajar con plataformas de desarrollo electrónico como el famoso Arduino 101, o de cómputo como RaspberryPi, etc. Para lo cual se requiere de un equipamiento compuesto entre otros por: estaciones de soldadura y sus soportes, extractores de humo, fuentes de alimentación, osciloscopio, generador de señales, etc.

4. Área de Textiles y Crafting

Este espacio permitirá la manufactura de proyectos en papel, tela y materiales convencionales, así como la confección de piezas textiles y de dispositivos electrónicos en la ropa que llamamos *wearables*. Equipada con: Máquinas de coser y bordadora digital, todo tipo de materiales de costura (cutters, tijeras, alfileres, maniquís), así como cortador de círculos, aplicador de pegamento, engrapadora, descose dores, transportadores, etc.

5. Área de Audiovisuales y Pintura

Consistirá en la proyección y reproducción de audio, así como la realización de fotografía, grabación y producción de vídeo y audio. Para ello, es necesario un

equipamiento constituido por: Tripié, cámaras fotográficas y vídeo, grabadoras de audio, pantallas verdes, proyectores, televisores, receptores de audio, etc. Y junto a él un espacio para la creación artística pictórica y para trabajos de recubrimiento y limpieza de materiales, con cabina de pintura, pistola de pintura y *sandblast*.

Además de todas estas áreas standards, debería contar con otras que son fundamentales para su funcionamiento y desarrollo integral de actividades creadoras, tales como:

6. *Cowork*

Constituye la zona más usada y de trabajo del propio espacio maker, donde se realizan trabajos de corte, martillado, pegado, desbaste, etc, equipada de mesas altas de uso rudo y bancos de taller, entre otros. Sin contar con los ordenadores que pueda tener la propia biblioteca para las labores de oficina, investigación o diseño de estos trabajos previos.

7. *Wetworks*

Esta otra área está destinada para trabajo y desecho de sustancias líquidas tales como: agua, cloruros, pinturas o solventes.

Finalmente, todas estas áreas deberían estar complementadas con estas otras a las que llamamos Auxiliares y que son indispensables para un espacio *Maker*, consistentes en:

8. *Área de Almacenamiento*

Área que permitirá la organización de los materiales de cada una de las áreas standards mencionadas anteriormente y que consistirá en gavetas organizadoras de componentes, racks, cajas, gabinetes con puerta, casilleros o paneles ranurados.

9. *Área de Seguridad, limpieza e higiene*

Constituida con todo lo necesario para mantener la integridad física de los usuarios durante su estancia y uso de las herramientas y equipos de cada área.

Dentro del mismo espacio maker, debería destinarse una pequeña 10- *Área de Expresión o Aula*, destinada a impartir cursos, talleres, estudio grupales de 4 o más personas, donde éstas puedan realizar por medio de pizarrones, paredes de corcho, álbumes fotográficos colectivos, etc, sus propios dibujos, esquemas o escribir mensajes que les ayuden a estudiar, explicar o impartir a otros sus proyectos y conocimientos sobre distintas áreas del *Makerspace*.

Y junto a ésta, ubicar y organizar una pequeña colección del fondo bibliotecario, basada en libros de temática maker, manuales de taller u hojas de instrucciones o datos, que complementen los saberes de los “ahacedores”=usuarios de un espacio *Maker*.

¿QUÉ MATERIALES BÁSICOS SERÍAN LOS NECESARIOS PARA EMPEZAR A MONTAR UN MAKERSPACE?

Por lo general y dependiendo del contexto y necesidades en el que se inserten estos espacios en la biblioteca de un municipio, habrá que tener en cuenta los siguientes:

- *Ordenadores*: que nos servirán para realizar nuestros diseños en 2D y 3D, y además compartir estos diseños o acceder a soluciones ya creadas en Internet.
- *Máquinas de fabricación digital*: nos permitirán convertir los diseños realizados por ordenador en piezas físicas.
- *Kit de piezas, de madera o tipo Lego*: que permiten generar prototipos y generar distintas formas rápidamente.
- *Kit de electrónica*: incluye placas de prototipado como el microprocesador Arduino.
- *Material de papelería*: material fungible.
- *Elementos de Ordenación y almacenamiento*.

ESPACIO MAKER O LABORATORIO BIBLIOTECARIO EN LA BIBLIOTECA MUNICIPAL DE VERA

En el caso, de un futuro espacio *Maker* en el proyecto de creación de la futura Biblioteca Pública Municipal de Vera, se contempla y se añade en un principio, además de albergar estos materiales, dirigir la atención en talleres de creación de documentos o libros encuadernados, ya sean por medios manuales o digitales, para lo cual requeriremos de las siguiente herramientas, las cuales serían incluso de utilidad para el propio personal del Ayuntamiento:

- *Una zona para escribir y pensar en conjunto*: con pizarras tradicionales o digitales, donde tomar notas, compartir ideas y bocetar soluciones de forma rápida, e impartir enseñanzas.
- *Una digitalizadora*, que reproduciría cualquier documento de nuestro interés dándole otros usos de difusión.
- *Una plastificadora*, que daría realce y dureza a nuestros carteles, viñetas y demás información que queramos resaltar de un documentos que estemos creando.
- *Una guillotina*: con la cual emparejar y enmarcar los folios de nuestros documentos.
- *Una encuadernadora*: con todos sus materiales para encuadernar y anillar un documento imprimido, así como con sus portadas, etc.

Todas estas herramientas o materiales o más, serán las necesarias y útiles, dependiendo en la medida de lo posible del proyecto o proceso de aprendizaje que

demanden los ciudadanos de Vera, el cual, se vaya a llevar a cabo en cada momento pertinente y dependerá de la necesidad de aprendizaje puntual, enmarcado todo ello, (como hemos apuntado en el apartado 4º de posibles áreas de un *Makerspace*), en el Área de Fabricación Digital y de Manufactura Convencional.

EXPECTATIVAS DEL PROYECTO “ESPACIO MAKER EN LA BIBLIOTECA MUNICIPAL DE VERA”

Espero y sería un logro, que con todo lo expuesto, la Biblioteca Pública Municipal de Vera, pueda llegar a tener un nuevo rumbo y cree una nueva expectación en sus ciudadanos, basada en un “hacer nuevo”, al mismo tiempo que encontrar un espacio donde aprender de forma autodidacta y compartida aquellas habilidades que les resulten útiles para cubrir aquellas necesidades que les puedan surgir en su vida cotidiana, y por tanto, donde crear y recrear sus propios conocimientos, compartirlos y enseñarlos a los demás, desarrollando de esta forma un ambiente colaborativo y dinámico de experimentación colectiva.

Por otra parte, que vean en la biblioteca un nuevo medio de aprendizaje y de uso, diferente al tradicional que el de “almacén de libros”, donde el objetivo primordial sea hacer un catálogo de saberes, habilidades y conocimientos de los mismos ciudadanos, instituciones u otros agentes sociales de la ciudad, con los cuales entre todos, poder “aprender a hacer”, que les incite de esta forma a visitarla con mayor asiduidad, viéndose recompensados con los conocimientos adquiridos por otros y sabiendo al mismo tiempo, que en la biblioteca pasan cosas, sobre todo a la hora de obtener información y que, sin embargo, de otra forma no les sería tan fácil de alcanzar, si no fuese gracias a los medios y recursos públicos.

En definitiva es renovar la imagen de la biblioteca y que sea más *atractiva* y *utilizada* por la población, y que el presupuesto invertido en ella, dé sus frutos; por tanto, sea una biblioteca activa y puesta al día, en las inquietudes y necesidades reales de los vecinos de la ciudad de Vera, y por tanto adaptándonos a ellos, ya que no es lo mismo “ser atendidos que ser entendidos”.

Todo ello, con el objetivo de aprovechar la construcción futura de un nuevo edificio para la Biblioteca Municipal de Vera en su estructura arquitectónica, y evitar así más tarde, tener que adaptarla una vez ya esté construida, a estos nuevos servicios que se implantarán en el futuro de una forma u otra en casi todas las bibliotecas municipales del país.

En primer lugar y para hacer realidad nuestras expectativas y darles forma, empezaríamos por elaborar un *catálogo de saberes* de todos los ciudadanos que estuvieran decididos e interesados en colaborar en un inventario de habilidades propias con el fin después de enseñarlas a aquellos otros que requieran de la misma,

clasificando éstas por profesiones o temáticas de forma sistemática y alfabética, a las que se añadiría el nombre y los datos personales del autor o habilidoso para su identificación y localización posterior, una vez que fueran requeridos para mostrar y enseñar su habilidad y conocimientos a otros ciudadanos de Vera. El inventario o catálogo se realizaría en base a unas plantillas fotocopiadas que se repartirían entre el alumnado y profesores, asociaciones, usuarios de la biblioteca y en general entre toda la población de la ciudad, en los cuales, los interesados rellenarían y aportarían sus datos personales, así como la temática de aquellas habilidades y conocimientos que posean y quieran mostrar a los demás, además de su disponibilidad para ofrecer sus conocimientos y contenidos.

Seguidamente, adquiriríamos paralelamente, los *materiales y equipamiento* necesario acorde al tipo de proyecto a ejecutar. De esta forma se invertiría un presupuesto mínimo para su comienzo, teniendo en cuenta solo aquellos proyectos programados de antemano o prototipados por la propia biblioteca, o que fueran permanentes como sería “la creación de un libro o documentos propios de interés” (apuntado anteriormente). A los que se sumarían otros de intercambio con otras instituciones bibliotecarias que se hayan realizado y sean a su vez, de interés traerlos a nuestra biblioteca para desarrollarlos.

Posteriormente sería necesario *ubicar* todo este espacio *Maker*, de “creación del conocimiento” (aprendiendo mejor haciendo), el cual estaría o debería estar situado, dentro de las posibilidades que hubiese, en la Sala de ordenadores, Reprografía y de Estudio grupal o de aprendizaje en grupo, con el fin de tener al alcance las herramientas necesarias para llevarlo a cabo y en una zona de semi-ruido de la misma, en consonancia y de una forma insonorizada, del resto de Salas de la biblioteca.

Previamente y como punto de *partida inicial* de cualquier proyecto *Maker* en la Nueva Biblioteca Municipal de Vera, deberíamos llevar a cabo un estudio “a groso modo”, y a diferentes niveles de los recursos *económicos, humanos y materiales* disponibles y necesarios para su realización.

Dentro de los *Recursos Económicos* cabe estudiar los presupuestos, las subvenciones que ofrecen las diferentes administraciones y aquellos posibles patrocinadores (empresas tecnológicas privadas de la comarca) o fundaciones, y en ocasiones se estudiaría además que los usuarios pagasen el gasto de consumibles en el desarrollo de sus propios proyectos.

En el caso de los *Recursos Humanos* tendremos en cuenta el propio personal del Ayuntamiento (bibliotecario), voluntarios y colaboradores que se ofrezcan de forma desinteresada, y la contratación externa, siendo importante la figura de un responsable-dinamizador.

Para los *Recursos Materiales*, finalmente, se deberían incluir el mismo espacio destinado al *Markerespace* en la nueva biblioteca, el equipamiento técnico y todo

tipo de maquinaria disponible en cualquier departamento del Ayuntamiento que puedan ceder o prestar temporalmente o simplemente adquirir, y por supuesto el propio material fungible.

A todo ello, se sumaría una *encuesta a los usuarios* de la biblioteca sobre sus necesidades de aprendizaje, espacio de trabajo y herramientas; ya sean tecnológicas (software de código abierto gratuito y recursos *online* disponibles) como tradicionales, lo que nos da pie a llevar a cabo Talleres y Actividades que podemos desarrollar en base a la demanda y previsión de uso que los propios usuarios y las cuales podrían ser de su utilidad e interés, lo que nos daría una visión más amplia de sus inquietudes formativas y de aprendizaje reales.

Finalmente, una vez recopilada toda esta información, junto al catálogo de las habilidades de cada usuario, podemos determinar qué áreas de trabajo son las más atractivas y cuáles vamos a desarrollar en una primera fase, invirtiendo en todos estos recursos “poco a poco” de forma moderada y eficiente, adecuándose en cada momento a su uso real y demandado por los ciudadanos.

CONCLUSIONES

Podemos concluir diciendo, que los espacios *maker* son sin duda, una oportunidad que se les brinda a los usuarios para crear y hacer realidad sus conocimientos y de poder desarrollar más allá sus proyectos y procesos de aprendizaje de una forma gratuita y colaborativa, con una financiación de forma eficiente y una disponibilidad de medios y recursos públicos, lo cual redundan en el beneficio del propio usuario de la biblioteca. De esta forma está enfocado desde una nueva perspectiva invertida a la tradicional, es decir, partiendo de las inquietudes de los usuarios a la Administración y no desde la Administración a los usuarios como venimos viendo siempre.

En definitiva no es fácil llevar a cabo un espacio *Maker*, pero sí requiere de un nuevo espacio, una nueva mentalidad en la población tanto administradores como administrados y de un nuevo hacer para caminar juntos, que nos lleven a transformar la imagen tradicional de la biblioteca, desde un espacio donde no solo se da información si no que esa información la puedes transformar para crear otra nueva y transmitirla a los demás. Imagen que hará que los usuarios se planteen volver a nuestras instalaciones del saber humano, incrementando en número sus visitas y peticiones de información y conocimiento con el que poder aprenderlo haciendo.

Finalmente podríamos estar escribiendo páginas y páginas, pero todo se resume en: hacer, compartir, regalar, aprender, equipar, jugar, participar, apoyar y cambiar información y conocimientos en beneficio de todos, según muy bien apunta y argumenta el Manifiesto *Maker*, universal en todos los *Makerspace* que podamos desarrollar.

ANEXOS

“Manifiesto Maker”

1. Haz

Hacer es fundamental para lo que significa ser humano. Debemos hacer, crear y expresarnos para sentirnos plenos. Hay algo único sobre hacer cosas físicas. Estas cosas son como pequeños pedazos de nosotros y parecen encarnar porciones de nuestra alma.

2. Comparte

Compartir con los demás lo que has hecho y lo que sabes sobre la fabricación, es el método por el cual se logra la sensación de plenitud de un maker. No puedes hacer y no compartir.

3. Regala

Existen pocas cosas más desinteresadas y satisfactorias que regalar algo que hayas hecho. El acto de hacer, coloca un pequeño pedazo de ti en el objeto. Regalar éste a alguien más, es como darle a alguien una pequeña parte de ti mismo. Este tipo de cosas son a menudo los detalles más preciados que poseemos.

4. Aprende

Tienes que aprender a hacer. Siempre debes tratar de aprender más sobre tu creación. Puedes convertirte en un maestro constructor o maestro artesano, pero seguirás aprendiendo, querrás aprender y te exigirás aprender nuevas técnicas, materiales y procesos. Construir un camino de aprendizaje para toda la vida asegura una rica y gratificante vida *maker* y, sobre todo, le permite a uno compartir.

5. Equípate

Debes tener acceso a las herramientas adecuadas para el proyecto en cuestión. Invierte en las herramientas que necesitas para desarrollar la creación que quieres hacer. Las herramientas de creación nunca han sido más baratas, más fáciles de usar, o más potentes.

6. Juega

Sé juguetón con lo que estás haciendo, y estarás sorprendido, emocionado y orgulloso de lo que descubras.

7. Participa

Únete al Movimiento *Maker* y contacta a aquéllos que te rodean y que están descubriendo la alegría del hacer. Organiza seminarios, fiestas, eventos, días *maker*, ferias, exposiciones, clases y cenas con, y para, los otros *makers* en tu comunidad.

8. Apoya

Este es un movimiento, y requiere apoyo emocional, intelectual, financiero, político e institucional. La mejor esperanza para mejorar el mundo somos nosotros, y somos responsables de hacer un futuro mejor.

9. Cambia

Abraza el cambio que se producirá naturalmente a medida que avanzas a través de tu aventura *maker*. Puesto que hacer es fundamental para lo que significa ser humano, te convertirás en una versión más completa de ti mientras haces.

WEB-BIBLIOGRAFÍA

BALAGUE, F. “7 cosas que deberías saber sobre los *Makerspace* en educación”. [en línea]. Disponible en: <http://www.akoranga.org/educacion/2015/05/7-cosas-que-deberias-saber-sobre-los-makerspace-en-educacion/> [Consultado, 06/05/2019].

GARCÍA SÁEZ, C. “Como hacer un espacio maker”. [en línea]. Disponible en: http://laaventuradeaprender.intef.es/documents/10184/64751/Guia-LADA_Como-hacer-un-espacio-maker.pdf [Consultado en línea 08/04/2019].

HACEDORES. APRENDE HACIENDO. “Haciendo un makerspace”. [en línea]. Disponible en: <http://haciendounmakerspace.com/> Versión 1.0 - Agosto 3, 2018. [Consultado en línea 15/04/2019].

GONZALEZ, B. “Laboratorios Bibliotecarios: espacios para la creación y experimentación colectiva” [en línea]. Disponible en: <https://www.anabad.org/laboratorios-bibliotecarios-espacios-para-la-creacion-y-experimentacion-colectiva/>. 27 de Febrero 2019. [Consultado en línea 01/04/2019].

MARQUINA, J. “*Makerspaces* en bibliotecas: el fenómeno bibliomakers”. [en línea]. Disponible en: <https://www.julianmarquina.es/makerspaces-en-bibliotecas-el-fenomeno-bibliomakers/> [Consultado en línea 11/04/2019].

MELGUIZO IGLESIAS, C. “*Makerspaces* en bibliotecas municipales”. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, n.º.116, Julio-Diciembre 2018. p. 21-33. [en línea]. Disponible en: <https://www.aab.es/app/download/31115469/Bibliotecas-Boletín-116+-+021-033.pdf> [Consultado en línea 25/03/2019].

El envejecimiento de la población en Cuba: una visión y propuesta desde la Biblioteca Pública

LIC. KATIUSCA PARÉS RAMÍREZ

Biblioteca Pública Municipal Máximo Gómez

YOSLENYS ROQUE HERNÁNDEZ

Centro de Gobierno Electrónico

Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), Cuba

REINIER FERNÁNDEZ COELLO

Centro de Gobierno Electrónico

Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), Cuba

El trabajo se centra en analizar el envejecimiento acelerado de la población cubana desde la perspectiva informacional y cómo contribuir desde el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de la Organización de Naciones Unidas para el 2030 a que este grupo etario no se sienta excluido de un proceso tan importante como la informatización de la sociedad, proceso de rápido movimiento en el que la familia y las organizaciones son responsables de educarlos en ello.

Se propone un servicio para las bibliotecas públicas a partir de que su función social es la atención a la comunidad donde se encuentra ubicada; este servicio contribuirá al bienestar social y al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros abuelos.

Palabras Clave: Agenda 2030, Envejecimiento poblacional en Cuba, Tecnologías de información y la comunicación, Biblioteca pública.

POPULATION AGEING IN CUBA: A VIEW AND PROPOSAL BY THE PUBLIC LIBRARY

Abstract: This paper analyzes the rapid aging of the Cuban population from an informational perspective. In accordance with the United Nations' 2030 Agenda for Sustainable Development Goals, this work contributes to preventing this age group's



feeling of exclusion from such an important process as society's digitalization, a fast-moving process in which both family and organizations are responsible for their education.

A service for public libraries is proposed, as their social function is to meet their community's needs. This service will contribute to the social well-being as well as to the improvement in the quality of life of our elderly.

Keywords: Agenda 2030, Population aging in Cuba, Information and Communication Technologies, Public library.

INTRODUCCIÓN

“Los países con una población envejeciente necesitan respuestas con políticas públicas que apoyen a su población mayor con el fin de eliminar los factores que obstaculizan su plena participación en la sociedad al tiempo de proteger sus derechos y su dignidad [i].”

La prolongación de la esperanza de vida ha sido un anhelo de la humanidad. En este sentido, el envejecimiento puede ser considerado un logro que mucho ha aportado el desarrollo científico técnico alcanzado. La definición de envejecimiento, desde el punto de vista demográfico, está relacionada no solo con el aumento en la proporción de personas de edad avanzada con relación al resto de la población, sino, de igual modo, con la inversión de la pirámide de edades, pues implica también la disminución de la proporción de niños y jóvenes entre 0 y 14 años (Jerez, 2018).

En el año 2030 se estima que habrá más personas mayores de 60 años que los niños menores de 10 años. En 2050, habrá 2 mil millones de personas mayores en el planeta, la mayoría de las cuales serán mujeres. Las cifras actuales muestran que existen 84 hombres por cada 100 mujeres mayores de 60 años (Prospects, 2018). Algunos de los indicadores que harán posible que se cumplan con estos datos estimados, son las mejoras en la calidad de vida y la lucha constante por una longevidad satisfactoria, que asegura bienestar económico, seguridad, protección y felicidad en el adulto mayor. Sin embargo, la longevidad está produciendo retos sin precedentes a los responsables de la elaboración de políticas, en general, y a los ciudadanos, en particular, pues se deberán mantener los niveles de seguridad social y económica, así como también la oferta de servicios de salud a un segmento de la población que por su avanzada edad se encuentra en desventaja para afrontar las exigencias sociales de la contemporaneidad.

i A life of Dignity for all: accelerating progress towards the Millennium Development Goals and advancing the United Nations development agenda beyond 2015: United Nations, New York, 2013.

Cuba tiene el índice de envejecimiento más alto de América Latina: 19,8%. En todas las provincias, los niveles de fecundidad y mortalidad son tan bajos como en los países altamente desarrollados, de ahí que la isla se ubique en la llamada etapa postransicional. El flujo migratorio negativo y el escaso desarrollo económico le confieren singularidad al caso cubano y demuestra que se puede completar la transición demográfica en tales condiciones (Jerez, 2018).

El envejecimiento de la población, entendido por el aumento de la proporción de la población de 60 años y más con respecto al total, constituye un proceso irreversible e indicativo de avance social. Según la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI), se estima que entre el año 2011 y el 2025 la población de Cuba habrá disminuido en valores absolutos en algo más de 203.111 personas, casi el 26 % de su población tendrá 60 años y más, con un elevado crecimiento absoluto de la de 80 años y más. Para el 2030 las personas de 60 años y más serán 3,3 millones (ONEI, 2006). El impacto se verá directamente en las estructuras de la familia cubana, en los recursos laborales, y por tanto en los resultados productivos y en el desarrollo socioeconómico del país.

En el ámbito cubano, algunos autores como Mabel Creagh Peña, Damary García Onesy Rolando Valdés Cruz de la Universidad de Ciencias Médicas de La Habana, han realizado estudios para reflexionar sobre la repercusión que en la ciencia, la técnica y la sociedad tiene el envejecimiento poblacional para el mundo y Cuba. Además, la ONEI ha presentado en una publicación *El envejecimiento de la población. Cuba y sus territorios* de 2016, las cifras e indicadores que son resultado de este proceso. También la autora Marlene L. Milanés Ramos, en un artículo publicado en la revista TINO el 14 de marzo de 2012, que se titula “La influencia de las TIC [ii] en la vida del adulto mayor” destaca el uso de las tecnologías para beneficiar la salud de éste y cómo influyen en el entorno familiar, la psiquis, su estado físico y sus relaciones personales.

Disímiles son las fuentes donde se reflexiona acerca del envejecimiento poblacional, pero pocos han sido los estudios orientados hacia cómo la población de edades más avanzadas accederá a la información desde las bibliotecas en un entorno tecnológico que se moderniza constantemente. Las desigualdades a lo largo del ciclo de vida en cuanto a ingresos, educación, empleo, salud, discapacidad y género se incrementan con la edad y este factor debe ser reconocido. La discriminación por razones de edad continúa siendo una práctica generalizada en todas las regiones del mundo. Se hace necesaria la creación de iniciativas desde diferentes tipos de instituciones sociales y educativas, tanto públicas, como privadas, aspecto fundamental en este segmento poblacional en vista de los conflictos surgidos a partir de la brecha

ii Tecnologías de la información y las comunicaciones.

digital existente. Es por ello que el objetivo del presente trabajo está encaminado a proponer cómo la biblioteca pública puede realizar la alfabetización informacional al grupo etario Tercera edad.

DESARROLLO

El acceso público a la información ayuda a la creación de sociedades del conocimiento y agrupa a la infraestructura, las TIC, los medios masivos y las habilidades informativas que las personas necesitan para usar eficazmente la información, además de la preservación que garantice el acceso continuo a las futuras generaciones. En esta definición, el tipo de información que debe proporcionar se va más allá de la información que hacen disponible los gobiernos o la que se exige claramente en la legislación en materia de Derecho a la Información, debe considerarse el derecho público de acceso a la información y los datos, al igual que es esencial el respeto al derecho a la privacidad individual.

Teniendo en cuenta la declaración del Secretario General de la Organización de Naciones Unidas (ONU) y las siguientes sugerencias planteadas en su informe a los Estados miembros:

- Reconocer la edad como uno de los temas transversales que deben ser tomados en cuenta en todos los objetivos y metas.
- No dejar atrás a nadie combatiendo la desigualdad y la exclusión, y eliminando los obstáculos que comprometen la plena participación de las personas en la sociedad independientemente de su edad, condición de discapacidad o género.
- Promover el desarrollo inclusivo, el trabajo digno, la protección social y garantizar el acceso a todos los servicios básicos.
- Promover una mejor rendición de cuentas de los compromisos estatales asumidos a través de una “revolución de datos desglosados” para medir y monitorear los progresos en términos de edad, el género y discapacidad para identificar las brechas dentro y entre los grupos poblacionales.

Queda evidente la relación y la importancia de garantizar en la Tercera edad la vinculación social desde actividades que posibiliten el desarrollo de sus habilidades y su inclusión en la sociedad.

Recordando además, la declaración del informe del Equipo de Trabajo del Sistema de Naciones Unidas sobre las dinámicas de población, el marco de desarrollo de la Agenda Post-2015 debe considerar el progresivo y rápido envejecimiento global, a través de la promoción de un envejecimiento saludable y digno, proporcionando entornos favorables para las personas mayores, a fin de integrarlas en el proceso de desarrollo como un activo y no una carga. Queda reiterada como una preocupación

la falta de un discurso coherente, fuerte y positivo sobre el envejecimiento de la población mundial.

Agenda 2030: es una agenda civilizatoria que pone a las personas en el centro, se ocupa del planeta y de lograr la prosperidad compartida. Propone crecer para igualar e igualar para crecer, de calidad más allá de mínimos de bienestar (Bárcena, La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: perspectivas latinoamericanas y caribeñas, 2015).

La Agenda 2030 de la ONU incluye:

- Declaración: Visión del mundo en 2030.
- Objetivos del Desarrollo Sostenible (17 objetivos, 169 metas): Lo que el mundo necesita lograr para 2030, desde la erradicación de la pobreza hasta educación de calidad, ciudades sostenibles, paz y justicia.
- Medios de implementación: Quién cubrirá los gastos y cuánto costará.
- Seguimiento y revisión – tomando en consideración indicadores globales (a finalizarse y consensuarse en marzo de 2016): “La manera de saber qué países están encaminados a cumplir los Objetivos” (Bárcena, La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: perspectivas latinoamericanas y caribeñas, 2015).

ENFOQUES Y PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA AGENDA 2030

Enfoque basado en derechos humanos. Aporta una visión en la que los Estados asumen obligaciones y deberes de respetar, proteger y establecer bases para hacer realidad el ejercicio de los derechos humanos a través de regulación y políticas, donde el rol de lo público como espacio de construcción del bien común constituye un elemento central, frente a lógicas de privatización de la vida social. Su propósito es analizar las desigualdades que generan los problemas de desarrollo, corregir prácticas que discriminan y resolver el reparto injusto de poder que obstaculiza el progreso en materia de desarrollo, desde procesos que empoderan a las personas. Los derechos se constituyen así en el espacio desde el que construir un modelo social capaz de resolver colectivamente los riesgos individuales y los déficits sociales y ambientales que enfrentamos como país (Bárcena & Prado, Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe, 2016).

Enfoque de equidad: no dejar a nadie atrás. La Agenda 2030 incorpora como un elemento central el compromiso de no dejar a nadie al margen de un progreso en armonía con la naturaleza, implica trascender los promedios nacionales y abordar las categorías de exclusión –género, etnia, raza, nacionalidad, edad, discapacidad– que afectan a las personas, para lo cual resulta preciso disponer de información estadística desglosada, capaz de visibilizar la situación de los grupos en peor situación y de los afectados por la discriminación, aplicando enfoques basados en los derechos humanos a la labor de compilación de datos y análisis estadístico. Al mismo

tiempo incluye la promoción activa de medidas políticas que garanticen la igualdad de oportunidades, el ejercicio de derechos y el acceso a servicios y bienes. Por último, supone promover la participación efectiva de todas las personas y colectivos en la toma de decisiones y en la aplicación de políticas, en todos los niveles de gobierno, garantizando su bienestar, su voz y su participación (Bárcena & Prado, Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe, 2016).

De los 17 objetivos que contempla la agenda, están relacionados con el tema, 4:

- *Objetivo 3.* Salud y bienestar: garantizar una vida sana y promover el bienestar para todas las edades.
- *Objetivo 4.* Educación de calidad: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- *Objetivo 11.* Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- *Objetivo 16.* Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

Serán analizados específicamente los objetivos 11 y 16, dado que el 3 y 4 están contenidos y reflejados en los mismos.

El objetivo 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos en la Agenda se centra en la *promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles*. Una de sus metas es la 16.10: Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales (Bárcena & Prado, Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe, 2016).

La mitad de la población mundial carece de acceso a la información en línea, el acceso público a la misma permite a las personas tomar decisiones que puedan mejorar sus vidas. Las comunidades que tienen acceso a información puntual y pertinente para todos se posicionan mejor para erradicar la pobreza y la desigualdad, mejorar la agricultura, proporcionar educación de calidad y apoyar a las personas en materia de salud, cultura, investigación e innovación (Fariñas Acosta, 2013).

Las bibliotecas avalan el acceso a la información, una meta transversal que apoya a todos los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Alrededor del mundo, 320.000 bibliotecas públicas y más de un millón de bibliotecas parlamentarias, nacionales, universitarias, académicas, escolares, de investigación y especializadas, se encargan de garantizar que la información y las habilidades para usarla estén al alcance de

todos, convirtiéndolas en instituciones importantes para todos en la era digital. Las bibliotecas proporcionan infraestructuras tecnológicas que ayudan a las personas a desarrollar habilidades para usar eficazmente la información y preservarla con el fin de asegurar el acceso continuo a las futuras generaciones.

Los servicios bibliotecarios contribuyen a mejorar los resultados de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Promover la alfabetización universal, incluyendo la alfabetización informativa y de medios, al igual que las competencias digitales.
- Reducir brechas en el acceso a la información y ayudar a los gobiernos, la sociedad civil y al sector empresarial a entender mejor las necesidades locales de información.
- Constituir una red de sitios de suministros para los programas gubernamentales.
- Fomentar la inclusión digital por medio del acceso a las TIC y de personal dedicado a ayudar a las personas a desarrollar nuevas habilidades digitales.
- Funcionar como el núcleo de las comunidades académicas y de investigación.
- Preservar y proporcionar acceso a la cultura y el patrimonio mundial.
- Es por ello que el objetivo 11 de la *Agenda 2030* se proyecta hacia el logro de ciudades y asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes [iii] y sostenibles y entre sus metas está la 11.7 que plantea que: *de aquí a 2030, se debe proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad* (Bárcena & Prado, *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*, 2016). Siendo entonces la biblioteca pública uno de esos espacios en el que la tercera edad pudiera encontrar un servicio que los eduque en la solución al problema de acceso a la información.

Actualmente en el país, las bibliotecas públicas se integran al programa de la *Agenda 2030* con los recursos con los que cuentan. Cuba cuenta con alrededor de 500 bibliotecas entre la nacional, municipales y sucursales. Es uno de los países que más acciones ha subido a la plataforma de la *Agenda*. Este sistema ha servido para que otras organizaciones se integren al cumplimiento de estos.

La provincia La Habana cuenta con 24 bibliotecas: 1 provincial, 14 municipales y 6 sucursales que sistemáticamente trabajan en cumplir con los objetivos de la *Agenda*.

Específicamente en la Biblioteca Pública Provincial Rubén Martínez Villena (provincial), la cual es el órgano Rector Metodológico del Sistema de Bibliotecas Públicas

iii Capacidad para sobreponerse al cambio.

en la capital, perteneciente también a la Dirección de Información, Informática y Comunicaciones de la Dirección de Patrimonio Cultural de la Oficina del Historiador de La Habana, trabaja con recursos humanos interdisciplinarios en las diferentes áreas. Su visión está enfocada en reposicionar la institución y sus unidades de información, orientando sus servicios y actividades al desarrollo de la gestión de los recursos de información.

Por su parte la Biblioteca Pública Manuel Cofiño de Arroyo Naranjo (municipal) cuya misión es: *Centro depositario de documentos para el fortalecimiento de preservación, promoción, uso y recuperación de la información así como la potenciación del placer por la lectura y el desarrollo cultural de la comunidad a la que servimos* y la Biblioteca Pública Máximo Gómez de La Habana Vieja (municipal), cuyo objeto social es el de brindar servicios de información a la comunidad.

Desde el punto de vista metodológico estas instituciones públicas mencionadas tienen como su centro, la garantía de satisfacer las necesidades informacionales del público que las visite. También desde las mismas se realizan actividades que apoyan los objetivos de la *Agenda 2030* analizados anteriormente y que vinculan a la tercera edad y el acceso a la información. Un ejemplo es el *Desayuno con los abuelos*, experiencia de un servicio comunitario para la tercera edad.

Bajo el espíritu de la Asamblea General de las Naciones Unidas celebrada en 1991, en la cual se señaló que debían ser respetados para los ancianos los derechos relativos al acceso a los alimentos, al agua, a la vivienda, a los servicios de salud mediante la provisión de ingresos, la capacitación y el apoyo familiar y comunitario, la Biblioteca Pública Rubén Martínez Villena desarrolla un espacio de promoción de la lectura y la cultura, que ofrece a una veintena de ancianos de diferentes localidades de la capital, que acudan cada martes a encontrarse con la bibliotecaria, quien siempre los espera con una sonrisa, una humeante taza de café con leche y una nueva propuesta literaria para el disfrute individual y colectivo.

Dicho espacio utiliza en ocasiones una dinámica grupal con técnicas participativas, establece un diálogo interactivo con los abuelos. Este intercambio persigue el objetivo de activar su memoria a través de preguntas y respuestas que les permiten completar refranes, recordar personajes, filmes, canciones y libros leídos entre otras cosas. Como resultado del intercambio se pone de manifiesto el estado anímico de los adultos mayores, sus vivencias pasadas y recientes, anécdotas de la vida cotidiana. Para dinamizar aún más la realización de este espacio o actividad cultural, se han creado, dentro de la misma, diversas modalidades que permiten hacer cada encuentro más atractivo y evitar la monotonía. Algunas de estas son:

- *Encuentro con la historia*. A partir de un acontecimiento histórico o alguna efeméride significativa se promueven títulos y autores que se encuentran en los fondos bibliográficos de la biblioteca.

- *Museo interactivo*. En coordinación con las Casas Museo del Centro Histórico se trae una pieza museable a la comunidad y el especialista del museo, conjuntamente con el bibliotecario, comenta acerca de la misma y se promueven así libros o artículos relacionados con ella.
- *Visitas dirigidas* a instituciones culturales e históricas de la comunidad.
- *Charlas* sobre temas de cultura nutricional y cultura popular tradicional.
- *Narraciones orales* escenificadas de cuentos e historias cortas que integran el fondo de la biblioteca.

Todas estas actividades inclusivas y otras muchas que se realizan en diferentes bibliotecas ayudan a la integración de los ancianos y desarrollan habilidades en ellos, pero no los acerca hacia el contacto directo con las nuevas tecnologías.

El uso de teléfonos celulares y dispositivos inteligentes ha crecido vertiginosamente en Cuba. Los que tienen edades que van de los 50 a los 70 años con estudios primarios o por debajo de estos, son usuarios menos frecuentes de unos dispositivos que consideran útiles, pero con los que no se sienten cómodos, requiriendo la ayuda de familiares para poder aprender a manejarlos con cierta soltura. La personalidad, la resistencia natural al cambio, la falta de conocimiento y el hecho de que los aparatos no estén acondicionados a sus capacidades limitadas debido a la edad, como la visión, el equilibrio y la coordinación con los dedos, son factores que influyen en que muchos queden excluidos del uso de nuevas tecnologías.

Para los adultos mayores, hacer una llamada es tan simple como alzar el teléfono y marcar, siempre ha sido así, pero ahora deben desbloquear una pantalla, tener conexión o entrar a un sitio web para contactar a sus familiares; que la tecnología necesite tantos pasos para una sola acción es incomprensible y lo sienten innecesario. Pese a la resistencia que pueden presentar algunos abuelos, se considera que hay muchos adultos mayores que ven la tecnología como un medio de obtener lo que buscan en esos años de menos compromisos. Pueden comprender que son capaces de contribuir con sus familiares en ciertas tareas (escolares, por ejemplo), acceder a recetas de cocina y comunicarse.

Al tomar conciencia de este potencial, se crea motivación, se rompe la barrera del temor y asimilan la tecnología sin mayores problemas. Este no es un tema de edad, sino de interés y potencial, que se facilita con los dispositivos táctiles. Por otro lado, cuando las personas que frecuentaba un adulto mayor ya no están y éste se aísla, la brecha generacional y tecnológica se agranda aún más. En ese sentido, además de la familia, las bibliotecas públicas pueden convertirse en un actor más para lograr motivarlos y educarlos. Involucrar en todas las actividades mencionadas el uso de las tecnologías y hacerles ver que con este recurso pueden seguir siendo útiles y más independientes.

Ideas que se pueden manejar desde la biblioteca y sus espacios:

- Escoger aparatos que les sean cómodos y fáciles de manipular. Las pantallas se pueden configurar con letras más grandes.
- El adulto mayor puede aprender, entre otras cosas, a navegar en internet, leer las noticias, artículos, ver videos o películas, participar en una red social y en grupos de chat con familiares y amistades y a jugar videojuegos con los nietos.
- Ayudarlos a crear un foro o blog donde comparta su conocimiento y experiencias. Esto les ayuda a ejercitar su mente, pensando y recordando.
- Orientarlos en la utilidad de los celulares para el pago de facturas de electricidad y otras.
- Ofrecer espacios para capacitar a los ancianos en el uso de cajeros automáticos y tarjetas magnéticas.
- Capacitarlos en el uso de herramientas informáticas que le tributen a su formación desde la universidad del adulto mayor.
- Ofrecer servicios de audio libros para los que tienen problemas visuales
- Enseñarlos a confeccionar su árbol genealógico automatizadamente para ejercitar el cerebro
- De esta forma se estaría dando un paso de avance hacia las nuevas formas de consumo de información donde en función de los objetivos analizados, sea la biblioteca un centro inclusivo y de igualdad para todos.

CONCLUSIONES

- La tercera edad es una etapa de la vida en la que la capacidad de aprendizaje existe y puede utilizarse.
- La población cubana se encuentra en un acelerado proceso de envejecimiento por lo que los organismos y las organizaciones tienen que implementar servicios para estas personas.
- El uso de las tecnologías por parte del adulto mayor contribuye a su bienestar social y a su inclusión en los procesos de cambios de la sociedad en la que vive.
- Las TIC contribuyen a que los adultos mayores empleen su tiempo libre y por ende mejoren su calidad de vida.
- Las bibliotecas públicas pueden implementar servicios destinados a la alfabetización informacional dirigidos a los adultos mayores, la tercera edad y los viejos más viejos.

RECOMENDACIONES

- Aplicar el diseño del servicio en el sistema de bibliotecas públicas de la capital.

CITAS Y REFERENCIAS

- BÁRCENA, A. (2015). *La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: perspectivas latinoamericanas y caribeñas*. XIV Conferencia de Ministros y Autoridades de Planificación de América Latina y el Caribe, (págs. 2-28). Yachay, Ecuador.
- BÁRCENA, A., & PRADO, A. (2016). *Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible una oportunidad para América Latina y el Caribe*.
- CREAGH PEÑA, M., GARCÍA ONES, D., & VALDÉS CRUZ, R. (2015). *Envejecimiento poblacional como reto de la ciencia, la técnica y la sociedad*. Revista habanera de Ciencias Médicas, 2-10.
- FARIÑAS ACOSTA, L. (2013). *El Economista*. Obtenido de El Economista: <http://www.eleconomista.cubaweb.cu/2013/nro459/retos-envejecer.html>
- JEREZ, L. B. (2018). Mejoramiento del nivel y calidad de vida de la población cubana. CubaAhora, 6-10.
- ONEI. (2006). Oficina Nacional de Estadística e Información de la República de Cuba. Obtenido de *Anuario estadístico de América Latina y el Caribe, 2010*: <http://www.one.cu/>
- PROSPECTS, W. P. (2018). *United Nations DESA / Population Division*. Obtenido de United Nations DESA / Population Division: <http://esa.un.org/unpd/wpp/index.html>
- RAMOS, M. L. (2012). *La influencia de las TIC en la vida del adulto mayor*. TINO, 8-12.

Biblioteca fácil

DOLORES LÓPEZ ASENSI

Red de bibliotecas Municipales de Llíria (Valencia)

Este proyecto forma parte del conjunto de programas que construyen la visión de nuestra biblioteca que es convertirse en espacio de encuentro para la ciudadanía, el centro de referencia de acceso libre y democrático a la información, apoyo a los procesos formativos de conocimiento y ocio creativo a lo largo de toda la vida de las personas con especial atención a los colectivos más vulnerables.

Nuestra Misión es ofrecer un espacio seguro, accesible e inclusivo, atender a todos los perfiles de usuarios con programas personalizados y facilitar las sinergias colaborativas entre ellos.

Uno de estos programas es Biblioteca Fácil cuya finalidad es que los colectivos a los que va dirigido desarrollen sus capacidades y autonomía personal, integren la biblioteca como parte de su vida y como un lugar de referencia seguro, agradable y enriquecedor. Estos objetivos se consiguen utilizando la lectura y los espacios bibliotecarios como herramientas de inclusión.

Palabras clave: biblioteca pública, inclusión social, biblioteca tercer espacio, biblioteca social

EASY LIBRARY

This project is part of a group of programmes which aim at creating a view of our library as a meeting point for the community and as a reference centre for free and democratic access to information. In this light, the library also provides support for educational processes of knowledge and creative leisure throughout people's whole life, with special attention to the most vulnerable groups.

Our mission is to provide a safe place, both accessible and inclusive, inclusive of all user's profiles with personalized programmes and supplying a collaborative synergy among them.

One of the abovementioned programmes is Easy Library, whose purpose is that the groups to which it is oriented develop their capacities and personal



autonomy by integrating the library as part of their lives as a safe, pleasant and enriching reference place. These objectives are achieved using reading and libraries as inclusion tools.

Keywords: public library, social inclusion, the library as third space, social library.

INTRODUCCIÓN

¿Pueden las bibliotecas cambiar la vida de las personas?

Desde la Red de Bibliotecas de Llíria pensamos que sí. Por eso, desde hace décadas nos hemos situado como motor de cambio de nuestra Comunidad diseñando programas adaptados a colectivos con características comunes que han construido la marca de nuestra biblioteca, De ahí Biblioteca y escuela, que incluye una carta de servicios dirigida al colectivo docente: maletas a la carta, préstamo de materiales de animación, asesoramiento bibliográfico especializado etc.). También campañas estables anuales para público dirigido: *Menuts lectors Grans Històries*, *Bon Día Biblioteca i Llegir es compartir*. Contamos con programas de aprendizaje a lo largo de la vida que incluyen proyectos como “Vivir mejor” que pretende fomentar la responsabilidad sobre la propia salud física y mental; “Comunicarnos mejor”, a través de la teoría de Marshall Rosenberg del lenguaje y la comunicación no violenta; *Conversation Groups*, que hace posible a través de voluntarios extranjeros la práctica de idiomas con nativos; talleres para emprendedores, que orientan para tomar decisiones a la hora de montar negocios. Con nuestros programas que utilizan la lectura y el fomento de la identidad propia como estrategias se crea comunidad, relaciones y sinergias colaborativas entre los participantes. Ejemplos de ello son los clubes de lectura- uno de novela general y otro de novela histórica- y el proyecto de digitalización y difusión de la colección local, que incluye además del fondo que está accesible en nuestra web, exposiciones propias, certámenes literarios para prestigiar autores locales y difusión de donaciones mediante conferencias o charlas. De esta manera se muestran los fondos donados y se fomentan las donaciones locales a la vez que se crea identidad valorando lo propio.

Pensamos que la biblioteca pública es una de las instituciones más democráticas que existen ya que garantiza de forma universal el acceso a la información, por la gratuidad de sus servicios para todos los perfiles de usuarios. Es una herramienta blanca y niveladora de transformación de las comunidades.

En este marco que es nuestra Misión, se enmarca “Biblioteca fácil” que suma a la marca biblioteca una dimensión más social, su finalidad es la Inclusión y tiene como destinatarios colectivos con capacidades diversas.

FASES DEL PROYECTO

1.ª Fase

En 2005 la biblioteca inició un proyecto de colaboración con el Centro Ocupacional “El Prat”, que atiende a personas con diferentes tipos de discapacidades psíquicas. La finalidad era mejorar las habilidades sociales del alumnado. Desde entonces dos grupos de alumnos, divididos por su grado de autonomía, visitan la biblioteca semanalmente: un grupo lo hace martes y el otro miércoles, siempre acompañado por sus educadoras. El centro asiste a unos 35 alumnos adultos, principalmente de Llíria, y en porcentaje inferior de pueblos cercanos.

Después de más de 10 años los resultados:

- Los alumnos esperan con impaciencia su visita semanal a la biblioteca. Es la segunda actividad mejor valorada, la primera es el viaje de fin de curso.
- La biblioteca se ha convertido en un espacio que controlan y en el que se sienten seguros. Forma parte de su vida de tal manera que algunos vienen por las tardes de forma autónoma.
- Al hacer uso del servicio de préstamo han asumido la responsabilidad que comporta sus normas.
- Ha aumentado su grado de autonomía personal.
- El resto de los usuarios ha normalizado su percepción de este colectivo.
- Colaboran con la biblioteca en la elaboración de detalles y obsequios (puntos de lectura, libretas, carpetas, etc.) para los voluntarios de otras actividades y para la celebración de efemérides.

Con esta experiencia tan positiva para alumnos y educadores del C.O. El Prat y para nosotros, desde la biblioteca decidimos para el curso 2017/201818 diseñar y poner en marcha “Biblioteca Fácil”.

2.ª Fase

En 2017 decidimos incluir a los alumnos del Centro Ocupacional, con los que estábamos trabajando desde 2005, en una de las campañas de fomento lector para el alumnado de Primaria, concretamente en “Leer es compartir”. En esta campaña participaron junto a los alumnos de 1.º, 6.º de Primaria y 4.º de la ESO de todos los centros educativos de la localidad. Música y lectura son utilizadas como herramientas de inclusión social.

3.ª Fase 2018/2019

El nuevo proyecto toma forma partiendo de la base del trabajo realizado durante años con los grupos escolares y del centro ocupacional, pero abriéndose además a

otros participantes: los asociados de Pentagrama, personas con enfermedades mentales, y también el taller municipal de Memoria-Alzheimer.

Las actividades se han ajustado al extremo al perfil de los usuarios; cada grupo tiene su propio club de lectura fácil mensual y sus actividades de fomento lector y visitas a la biblioteca.

1. Al Centro Ocupacional El Prat, personas con diversidad funcional.
2. A la asociación Pentagrama, una entidad social y sin ánimo de lucro que lucha por la integración social y laboral de las personas que padecen una enfermedad mental y que fue constituida legalmente el año 2013 en Llíria. Está formada por personas con enfermedad mental, profesionales, personas implicadas en la integración de personas con enfermedad mental, colaboradores y voluntariado. <http://www.associaciopentagrama.org/>
3. El otro colectivo es de suma importancia: las personas con Alzheimer o demencia y sus cuidadores. La IFLA publicó las Directrices para servicios bibliotecarios destinados a personas con demencia ya en 2008. El envejecimiento de la población hace que este sea un sector de población al que es necesario atender de forma adecuada. No en vano el Ayuntamiento de Llíria hace unos años que viene ofreciendo el taller de Memoria-Alzheimer, que presta atención a 25 personas. Funciona como una unidad de “respiro” para los familiares de los afectados que realizan distintas actividades por las mañanas en el Hogar del Jubilado, con el fin de mantener la mayor calidad de vida posible.
4. Alumnado de 6.º de Primaria y 4.º de ESO de los centros escolares del municipio. En total participan 6 centros de Primaria y 2 institutos de secundaria, sumando 18 aulas y un total de 450 escolares.

OBJETIVOS GENERALES

- Convertir la lectura en un recurso de inclusión, mediante la realización de actividades que permitan a los participantes disfrutar con la lectura literaria compartida en voz alta y practicar habilidades sociales como la escucha y el respeto.
- Dar visibilidad y combatir el aislamiento de algunos colectivos sociales en riesgo de exclusión, normalizando su participación en actividades culturales dirigidas a escolares y/o familias.
- Potenciar la memoria y aumentar la autoestima de los participantes con diversidad funcional y/o social facilitando su acceso a la información desde la biblioteca, contribuyendo a su aprendizaje permanente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Utilizar el espacio y los servicios bibliotecarios como herramientas de inclusión social.
- Fomentar el grado de autonomía personal.
- Normalizar la visibilidad de este colectivo en un espacio comunitario.
- Ofrecer a los alumnos una actividad didáctica que los saque de la rutina diaria.
- Disfrutar con la lectura.
- Potenciar la memoria.
- Aprender habilidades sociales.
- Aumentar la autoestima.
- Enriquecer su cultura.
- Convertir la lectura en un hábito.
- Participar en actividades culturales.
- Despertar la imaginación y la emoción.
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Saber escuchar.
- Adquirir competencias básicas.
- Mejorar la calidad de vida de los participantes.
- Convertir la Biblioteca en un espacio de referencia, seguro en la vida de los usuarios de estos colectivos.
- Normalizar la participación de estos colectivos en una de las campañas de fomento lector para escolares.
- Dar a los escolares la posibilidad de interactuar con personas con capacidades diversas.
- Propiciar el respeto mutuo.
- Fomentar lazos de amistad y aprecio entre los participantes.
- Mejorar la calidad de vida de los participantes.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Garantizar que la biblioteca es un espacio seguro y accesible para estos colectivos.

Las personas tienen que percibir los espacios de la Red de Bibliotecas de Llíria como seguros. La biblioteca es lugar de referencia donde ir. Han logrado la autonomía personal suficiente para hacer uso de los servicios (préstamo de materiales, uso de ordenadores, participación en actividades no organizadas exclusivamente para ellos etc.).

Saben que la biblioteca se lo hace fácil y no se van a sentir en desigualdad con nadie.

- El fomento de la lectura y la música como herramienta de inclusión social.

La lectura es una herramienta excelente de socialización, promueve el diálogo intergeneracional. En el caso de la campaña en la que Pentagrama y el C.O. participan en las sesiones con los escolares de 4.º de la E.S.O y 6.º de Primaria se consigue un equilibrio perfecto que crea sinergias en ambas direcciones. Aquí también es muy importante la música. Se han compuesto canciones *ex profeso* para esta campaña que introducen conceptos bibliotecarios.

La lectura en voz alta, como la música (en este caso la voz cantada), se realizan en varias direcciones.

La lectura en voz alta facilita el aumento de la autoestima, porque les da a los participantes el tiempo y el espacio necesario para ser escuchados en silencio, con respeto y sin interrupciones ni correcciones.

La música, y en este caso la voz cantada y los ritmos percutidos con el cuerpo, con la participación de todo el alumnado en cada una de las prácticas, se introduce puntualmente en cada actividad durante la exposición del contenido literario, creando una gran expectativa a los participantes. Además, es fuente de aprendizaje. En esta campaña se consideró fundamental introducir en el alumnado conceptos bibliotecarios, música y palabras a través de la canción. Se compuso para la canción “La biblioteca respetaremos”, coautoras de música y letra: Cristina Vázquez (Kummerlin) y Ángeles Gaudioso (Animalibros).

Estar incluidos en la campaña de fomento del hábito lector “Leer es compartir” y formar parte de un club de lectura les hace sentirse parte de un equipo, aumenta su autoestima y su socialización y estimula sus capacidades.

ACTIVIDADES, ACCIONES O SERVICIOS REALIZADOS HASTA EL MOMENTO

Para el C.O. “El Prat”:

- Dos veces por semana, durante dos horas, visitan la biblioteca.
- Una actividad de cuenta cuentos anual para ellos.
- Participan como colaboradores de la biblioteca (carpetas, puntos de lectura, libretas) con productos fabricados por ellos
- Están incluidos en la campaña “Leemos juntos “con 4.º de la ESO y 6.ª de Primaria.
- Tienen su club de lectura fácil mensual en la biblioteca.

Para la asociación Pentagrama:

- Sesiones de fomento lector de la campaña “Leemos juntos “con 4.º de la ESO y 6.º de Primaria.
- Sesiones mensuales de su club de lectura fácil y actividades derivadas junto a su educadora y la formadora contratada por la biblioteca en la agencia de lectura.

Para el taller de Memoria-Alzheimer:

- Sesiones de su club de lectura fácil en el hogar del Jubilado con la formadora contratada por la biblioteca.

Para los alumnos de 4.º de ESO y 6.º DE Primaria:

- Actividad de fomento lector “Leer es compartir” con los usuarios del centro ocupacional y la asociación Pentagrama.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

En cada centro escolar del municipio:

- Se realiza una reunión con el profesorado implicado en la actividad y la dirección del centro. Les explicamos con detalle el desarrollo de la actividad y los objetivos. Les motivamos para que disfruten también ellos con la visita a la biblioteca y les pedimos su colaboración en el reparto de folletos a las familias.

En la biblioteca pública:

- Se realiza una sesión conjunta de un aula de 6.º o de 4.º de la ESO y un grupo del centro ocupacional o de la asociación Pentagrama. Durante la primera parte de la sesión las monitoras desarrollan simultáneamente en dos salas diferentes dinámicas adecuadas a cada colectivo. Los usuarios del centro ocupacional aprenden la canción sobre la biblioteca junto a la monitora con formación musical mientras el alumnado de los colegios o institutos aprende a mejorar la lectura en voz alta utilizando la voz, el ritmo y la melodía.
- Después del tiempo establecido para efectuar estos talleres, se unen todos en la misma sala y se distribuyen por parejas formadas por un adulto del centro ocupacional y un joven alumno. Para romper el hielo cantan la canción de la biblioteca y, posteriormente, se procede a la lectura en voz alta, del lector avanzado al lector inicial. La duración de cada sesión es unos 60 minutos. El número de participantes en cada sesión depende de la ratio de las clases.

Los clubes de lectura fácil

Dadas las diferentes características de los destinatarios, se realizan dos actividades:

- “Llegim junts... el món” (*Leemos juntos... el mundo*) para las personas con Alzheimer.

Basándonos en el programa de la biblioteca de Illinois “Tales and Travel Memories”, programa de gran éxito en Estados Unidos, cada sesión se convertirá en un viaje imaginario a un destino de todo el mundo. Diseñado por la bibliotecaria jubilada Mary Beth Riedner y el personal y voluntariado del Distrito de la

Biblioteca Pública de Gail Borden, la serie se ofrece mensualmente a personas diagnosticadas en centros de atención de la memoria local. Desarrollado de acuerdo con las Directrices de la IFLA (Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecas) para servicios bibliotecarios para personas con demencia, cada programa de una hora utiliza el tema de una excursión imaginaria a un destino en todo el mundo. En cada una de las sesiones, los participantes son saludados personalmente. Se utiliza un globo o un mapa grande para mostrar a cada persona dónde se encuentra ahora y dónde se encuentra el país o estado seleccionado. Los participantes se turnan para leer en voz alta un cuento popular o una historia representativa del área. La historia ha sido reescrita en letra grande y cada persona recibe una copia para guardar. Cinco hechos interesantes acerca de la ubicación, también escritos en letra grande, son leídos en voz alta por los participantes. Se distribuyen libros ilustrados sobre el destino, seleccionados de las colecciones para adultos y niños de la biblioteca y los participantes hojean varios libros a su propio ritmo. Música, recuerdos, souvenirs, páginas para colorear, banderas y, a veces, alimentos pueden incorporarse en el programa. En cualquier caso, la conversación está asegurada.

- “Llegim junts... els clàssics” (*Leemos juntos los clásicos*) para las personas del centro ocupacional el Prat y la asociación Pentagrama.

Número máximo de participantes: 8 personas con capacidad de lectura suficiente. Si hubiera

Con voluntarios de apoyo podría ampliarse el número de participantes. En este caso serán los destinatarios los que vengan a la agencia de lectura para llevar a cabo allí la actividad. Este programa ofrece una oportunidad única para que las personas con discapacidades intelectuales y de desarrollo experimenten la inclusión comunitaria, la conexión social, el aprendizaje permanente, la autodeterminación y la autodefensa. Los participantes como grupo determinan todos los aspectos de su participación en las sesiones del club, la selección de libros dentro de la sección de Lectura Fácil de la biblioteca, y se les anima a expresar sus opiniones, deseos y necesidades. Esta sesión no es una clase de lectura tradicional o un programa de tutoría. Aunque los miembros pueden mejorar las habilidades de lectoescritura, el enfoque está en leer para aprender, no para aprender a leer. Elementos igualmente importantes del programa son la interacción social y la inclusión de la comunidad.

El objetivo es que los miembros interactúen con más frecuencia y de nuevas maneras con los materiales de lectura, entre ellos y con la comunidad que los rodea. En cada una de las sesiones, los participantes son saludados personalmente y se turnan para leer en voz alta el libro que se haya consensuado leer juntos. Al tratarse de una colección de clásicos adaptados a Lectura Fácil, aprovecharemos para poner a disposición de los participantes todos aquellos libros, películas, música o cualquier otro material disponible en la biblioteca relacionado con la lectura que se está compartiendo. Estos usuarios pueden llevarse en

préstamo todo aquello que les interese. Evidentemente, serán necesarias varias sesiones para leer un libro entero, de manera que procuraremos que cada uno de los dos grupos que participan en este programa (Centro ocupacional El Prat y Asociación Pentagrama) lean los mismos libros a lo largo del curso aunque en momentos diferentes, para que la biblioteca vaya comprando ejemplares suficientes para los usuarios de una forma eficiente y lógica. Además de realizar la lectura del libro clásico adaptado a lectura fácil, en cada sesión leeremos un artículo, poema o relato del Programa de Fiestas de San Miguel de Lliria, comenzando por el de 2018 y después aprovechando que la biblioteca dispone en su fondo local digitalizado ejemplares de estos programas desde el año 1943. Se trata de una lectura corta, que conecta a los participantes con su entorno más cercano y con la historia de su municipio

AGENTES CON LOS QUE SE COLABORA

La biblioteca está en continuo contacto con la dirección y el profesorado del centro ocupacional, la monitora y los voluntarios de la asociación Pentagrama, las monitoras del taller de Memoria-Alzheimer, así como los profesores de 4.º de la ESO y los maestros de 6.º de Primaria de todos los centros educativos de la localidad. Así como con las formadoras contratadas por la biblioteca para realizar la campaña de fomento lector y clubes de lectura.

PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Comunicación

Hicimos reuniones previas para dar a conocer el proyecto. La directora de la biblioteca se reunió con la concejala de Servicios Sociales y Políticas Inclusivas para explicarle el proyecto, hecho que supone una colaboración transversal entre concejalías porque la biblioteca pertenece a Cultura.

Una vez obtenido el visto bueno hicimos reuniones individualizadas de presentación del proyecto, entre la directora de la biblioteca y la formadora que lleva los clubes y los responsables del taller Ocupacional, Pentagrama y taller de Memoria-Alzheimer. Responsables de la biblioteca explicaron a los directores y tutores de 6.º de primaria, así como 4.º de la ESO de los centros educativos que participan en la campaña “Leemos juntos”, el proyecto de inclusión con el centro ocupacional y la asociación de personas con enfermedades mentales.

En septiembre se les remitió el calendario con todas las sesiones del año. Puntualmente se les recuerda las sesiones.

Difusión

Las actividades que componen el proyecto son difundidas de forma individualizada en la web del Ayuntamiento. Por supuesto en la web de la biblioteca, Facebook y Twitter.

En 2018 la Xarxa de Biblioteques ha sido premiada con uno de los premios María Moliner por el proyecto de fomento lector "Leemos juntos".

CALENDARIO DE VISITAS A LA BIBLIOTECA DEL CENTRO OCUPACIONAL EL PRAT

Todos los martes y miércoles de septiembre a junio, ambos incluidos, visitan la biblioteca haciendo uso de sus servicios en sesiones matinales de dos horas.

INDICADORES DE EVALUACIÓN

Alcance y relevancia del proyecto

Este proyecto ha sido premiado con el primer premio por la Fundación Biblioteca Social, este año 2019.

Indicadores cuantitativos

N.º de asistentes:

- 450 Alumnos de todos los cursos de 6.º de Primaria y 4.º de la ESO.
- Alumnos de Centro Ocupacional: 40.
- Asociación Pentagrama: 24.
- Taller Municipal de Memoria-Alzheimer: 15.

Número de actividades:

- 1.ª Fase 2005/2007:
De 8 a 10 visitas mensuales de septiembre a junio, ambos incluidos. Visitan la biblioteca los usuarios del Centro Ocupacional, en sesiones matinales de dos horas.
Cuentacuentos específico: 8.
- 2.ª Fase 2017/2018:
De 8 a 10 visitas mensuales de septiembre a junio, ambos incluidos. Visitan la biblioteca los usuarios del Centro Ocupacional, en sesiones matinales de dos horas.
10 sesiones de leer es compartir con el Centro Ocupacional.

– 3.^a Fase 2018/2019:

De 8 a 10 visitas mensuales de septiembre a junio, ambos incluidos. Visitan la biblioteca los usuarios del Centro Ocupacional, en sesiones matinales de dos horas.

14 sesiones de leer es compartir.

28 sesiones de clubes de lectura fácil.

Impacto en atención a la diversidad. La finalidad del proyecto es precisamente atender de forma selectiva la diversidad de los colectivos a los que va dirigido con el objetivo de la inclusión social.

CONCLUSIONES DE LAS SESIONES DE “LEER ES COMPARTIR” REALIZADAS DURANTE EL CURSO 2017/2018

1. Las sesiones realizadas en conjunto entre Primaria y el centro ocupacional han sido enriquecedoras antes, durante y después de la propia actividad. Según nos han explicado los profesores, algunos alumnos de Primaria expresaron su inquietud al saber que iban a compartir actividades con personas con discapacidad y la tutora pudo trabajar ese tema en el aula, de forma que acudieron a la actividad con una preparación adecuada y disfrutaron de la lectura compartida al tiempo que normalizaron la interacción con personas diferentes.
2. También los propios usuarios del centro ocupacional y sus educadores nos han expresado que han disfrutado mucho de todas las sesiones y también cómo han agradecido compartir esas actividades con los niños.
3. Hemos logrado igualar en oportunidad a todos los ciudadanos del municipio, sea cual sea su cultura bibliotecaria o tradiciones familiares. La actividad ha beneficiado a todas las familias residentes en el municipio de forma democrática e integradora. Esto lo hemos conseguido con creces gracias a las canciones que hemos utilizado en todas las sesiones, creadas para esta campaña y que han demostrado ser un recurso lúdico y enriquecedor para promocionar la biblioteca.
4. La lectura en voz alta, de tú a tú, entre los alumnos de 6.º de primaria y el centro ocupacional, ha buscado plantear la actividad en momentos clave de la formación del lector. Ha sido una forma lúdica y efectiva para enseñar a los participantes una estrategia de recuperación de la comunicación directa y personal, una forma de establecer o fortalecer vínculos afectivos y de fomentar el diálogo. Hemos podido comprobar cómo los alumnos participantes compartían la lectura de forma respetuosa, disfrutando al máximo de la oportunidad

que tenían. Los docentes también nos han expresado cómo esta actividad viene a reforzar su trabajo en el aula, especialmente con los más mayores. Además, hemos utilizado con ellos también el recurso de las canciones de la biblioteca, siendo uno de los momentos que más han disfrutado en cada una de las sesiones.

CONCLUSIONES DE LAS SESIONES DE LA ACTIVIDAD “LEER ES COMPARTIR” REALIZADAS HASTA AHORA DURANTE EL CURSO 2018/2019

1. Las sesiones realizadas en conjunto entre Secundaria y el Centro Ocupacional y la asociación Pentagrama han resultado muy satisfactorias para todos los participantes. Los adolescentes, además de conocer mejor los servicios de la biblioteca y el fondo bibliográfico adecuado para ellos, han podido compartir un momento de lectura y conversación con personas con diversidad funcional.
2. Durante el desarrollo de la sesión se establecen momentos de complicidad entre los participantes. También los docentes de secundaria que participan nos han compartido la buena respuesta de algunos alumnos con dificultad de aprendizaje en la actividad. Algunos de ellos tienen dificultad con la lectura y sin embargo han hecho el esfuerzo de leer en voz alta a personas con discapacidad, salvando así sus propias barreras y vivenciando una experiencia de inclusión social en dos direcciones.

CONCLUSIONES DE LAS SESIONES DE LOS CLUBES DE LECTURA FÁCIL “LEEMOS JUNTOS” REALIZADAS DURANTE EL CURSO 2018/2019

Taller de Memoria-Alzheimer

1. Desde la primera sesión han disfrutado mucho con la propuesta y esperan con impaciencia la siguiente sesión. Cada vez participan más usuarios.
2. Mejora su sociabilidad al ejercitar la escucha y el respeto hacia la persona que lee.
3. Ejercitan sus habilidades cognitivas y otras capacidades.
4. Estimulan sus recuerdos, compartiéndolos en el grupo.
5. Mejora su autoestima y su motivación para realizar actividades intelectuales.

Taller ocupacional

1. Desde la primera sesión sus educadoras han aprovechado para trabajar en el centro su capacidad lectora durante las semanas que transcurren entre sesión y sesión.
2. Mejora su sociabilidad al ejercitar la escucha y el respeto hacia la persona que lee.
3. Ejercitan sus habilidades cognitivas y otras capacidades como el diálogo ya que consensuan entre todos la lectura elegida.
4. Mejora su autoestima y su motivación para realizar actividades intelectuales hasta el punto de que hay usuarios que no pueden participar en estos momentos por su bajo nivel de lectura y que se están esforzando por mejorarlo para poder participar en el club.
5. Les ayuda a sentirse lectores, compartiendo los mismos intereses que el resto de clubes de lectura de la biblioteca y de la comunidad lectora en general.

Asociación Pentagrama

1. Desde la primera sesión han participado en la selección de las lecturas a compartir y han aportado sus intereses, demostrando así una gran motivación para recuperar el hábito lector que muchos de ellos han perdido por causa de sus enfermedades mentales.
2. Mejora su sociabilidad al ejercitar la escucha y el respeto hacia la persona que lee.
3. Ejercitan sus habilidades cognitivas y otras capacidades como el diálogo ya que a veces surgen conversaciones en las que las opiniones pueden ser contrarias.
4. Mejora su autoestima y su motivación para realizar actividades intelectuales.
5. Practican el uso de la literatura como un recurso para la gestión emocional.
6. Les ayuda a sentirse lectores, compartiendo los mismos intereses que el resto de clubes de lectura de la biblioteca y de la comunidad lectora en general. Todos ellos son ahora socios de la biblioteca.
7. Algunos de los participantes de este club están empezando a participar por su cuenta en las actividades culturales que organiza la biblioteca.

VISIBILIDAD DEL PROYECTO

Presentamos un póster del proyecto en FESABID 2019 (se adjunta PDF).

En nuestra web, en la del Ayuntamiento y en la del COBDCV, el proyecto fue seleccionado como buena práctica bibliotecaria por la campaña Bibliotecas Inquietas del Colegio de Bibliotecarios y Documentalistas de la Comunidad Valenciana.

Al ser premiado por la Fundación Biblioteca Social, está teniendo gran repercusión en redes sociales, Facebook y Twitter y en periódicos digitales de la comarca. Hemos sido felicitados por la vicepresidenta y consejera de Políticas Inclusivas de la Generalitat Valenciana.

CONTINUIDAD DEL PROYECTO

Acciones previstas para el próximo año

El proyecto está garantizado para el curso 19/20, al ser premiado por la Fundación Biblioteca Social. La cantidad en metálico que nos da la Fundación va directamente al proyecto. Esta circunstancia supone una inyección económica de recursos y nos permite mantener todas las actividades que estamos realizando así como incorporar a otros colectivos, como los jóvenes con capacidades diversas de la vivienda protegida *Podem* de la Generalitat Valenciana.

Contarán con su club de lectura fácil y participaran en “Leer es compartir”.

La biblioteca fácil también incluye los espacios bibliotecarios. Para el curso próximo vamos a diseñar un sistema de señalización de la colección y servicios bibliotecarios que pueda ser entendido por todos.

La adaptación de los espacios bibliotecarios la decidirán *en un taller participativo de comunicación no violenta* donde se concretará cómo quieren ellos que sea la biblioteca. Hemos pensado que la señalización la pueden hacer ellos mismo porque tienen talleres de manualidades.

IFLA. ODS.

- ODS. 4 Garantizar una Educación Inclusiva, Equitativa y de Calidad. Y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- ODS. 11 Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- ODS 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

- ODS.10 Meta. 10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

ENLACES DEL PROYECTO

- <https://fundacionbibliotecasocial.org/es/video-biblioteca-facil-lliria-2019-5a-ed-premio-biblioteca-publica-y-compromiso-social/>
- <https://fundacionbibliotecasocial.org/es/resolucion-5a-ed-premio-biblioteca-publica-y-compromiso-social/>
- <https://www.bibliotecaspublicas.es/generico/previsualizar.jsp?HEAarchivo=otroscatalogos&sedeweb=820&idsec=39&pw=1>
- Audiovisual Biblioteca Fácil: youtu.be/fO31me_dRTk
- póster-FESABID.pdf
- Imágenes del proyecto Biblioteca Fácil: <https://www.bibliotecaspublicas.es/lliria-cas/imagenes/ANEXO.pdf>

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO-ARÉVALO, J.(2016) “La biblioteca en proceso de cambio”. *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, n. 36. [Journal article (Unpaginated)].
- CONTRERAS, F. (2004) “Bibliotecas públicas: espacios de inclusion social”. *Bibliodocencia: Revista de Profesores de Bibliotecología*, vol. 1, n. 2, pp. 1-14. [Journal article (Unpaginated)].
- Comisión Técnica del COBDCV. *La Biblioteca como Agente Social*. (2019) *Manifiesto Biblioteques inquietes*. Disponible en: <http://bibliotequesinquietescv.com/manifiesto/>
- DELICA, k.; ELBESHAUSEN, H. (2013) *Socio-cultural innovation through and by public libraries in disadvantaged neighbourhoods in Denmark: Concepts and practices*. *Information Research*, vol. 18, n. 3, p. C14 [Consulta: 2 de julio de 2019] Disponible en: <https://eric.ed.gov/?q=public+library+inclusion&ft=on&id=EJ1044635>
- FERRADA-CUBILLOS, Mariela. (2008) “Usuarios de bibliotecas con discapacidad psiquiátrica”. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, n. 39, pp. 1-32. [Journal article (Paginated)].
- IFLA/UNESCO. (1994) “Manifiesto de la UNESCO de la Biblioteca Pública”. Disponible en: <http://www.ifla.org/VII/s8/unesco/span.htm>

LANKES, R. Davis (2018) *The Atlas of New Librarianship* (The MIT Press) Har/Chrt Edition.

LANKES, R. Davis (2018) *Expect More: Demanding Better Libraries For Today's Complex World*.

Personas con discapacidad: Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el TextoRefundido de la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social. Madrid: Tecnos, 2014. Biblioteca de textos legales; 429.

SÁNCHEZ-GARCÍA, S. and YUBERO, S. (2015) *Función social de las bibliotecas públicas: nuevos espacios de aprendizaje y de inserción social. El profesional de la información*, vol. 24, n. 2, pp. 103-111. [Journal article (Paginated)].

SÁNCHEZ SALCEDO, A. M. (coord.). (2011) *Bibliotecas accesibles para todos: Pautas para acercar las bibliotecas a las personas con discapacidad y a las personas mayores*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad; IMSERSO. [Consulta: 3 de julio de 2019]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10421/5761>

COMERCIAL GRUPO ANAYA, S.A.

ALGAIDA – ALIANZA EDITORIAL – ANAYA ELE

ANAYA INFANTIL/JUVENIL – ANAYA MULTIMEDIA

ANAYA TOURING CLUB – BARCANOVA – CÁTEDRA – ED. DEL PRADO

OBERON – PIRÁMIDE – SPES (HARRAP'S LAROUSSE – VOX)

TECNOS – XERAIS – ANAYA EDUCACIÓN – CLÉ

Fondos Distribuidos:

Gaesá — Rubiños 1860 — Editorial Fénix — Sociedad General Autores — J. Peñín

Red Comercial Grupo Anaya, S.A.

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 15
28027 MADRID
Telf. 91-3938600
Fax: 91-3209129 – 7426631
e-mail cga@anaya.es

Polígono Pisa
C/ Brújula, 7
41927 - MAIRENA ALJARAFA
Telf. 95-4182502 / 4180711
Fax: 95-4180977
e-mail cga.sevilla@anaya.es

C/ Lanjarón 28
Complejo Proica
Polígono Juncaril
18220 - ALBOLOTE (Granada)
Telf. 958-466833
Fax: 958-466897
e-mail cga.granada@anaya.es

Juntos, MARCAmos camino: #bibliotequesUAB

OLGA CANO LLAVERO

Coordinadora Transversal de Comunicación y Patrocinio

Servei de Biblioteques

Universitat Autònoma de Barcelona

Las bibliotecas de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) han iniciado el proceso de construcción de una marca propia con el objetivo de proyectar una imagen global sólida y unificada. El primer paso ha sido diseñar un logotipo, siguiendo el manual de identidad corporativa de la UAB para dar uniformidad a la marca, independientemente del soporte donde se va a difundir.

Se ha proseguido con la renovación del portal web del Servicio de Bibliotecas, con la agrupación de las redes sociales existentes y con la estandarización de la documentación generada, para poder comunicarse de una manera más cohesionada y dar coherencia a los contenidos.

Los próximos pasos se dirigen al desarrollo de estrategias de branding para dotar de personalidad a las Bibliotecas UAB, y conseguir la confianza y fidelidad de la comunidad universitaria.

Palabras clave: Bibliotecas UAB, branding, marca, identidad corporativa, logotipo, redes sociales, web.

TOGETHER, WE MARK THE PATH: #BIBLIOTEQUESUAB

Abstract: The Libraries of the Autonomous University of Barcelona (UAB) have initiated a process of creation of a house brand to project a solid and unified global image. The first step was the design of a logo following the UAB corporate identity manual in order to give uniformity to the brand, regardless of the dissemination channel. This task has been achieved updating the Libraries Service web, grouping the existing social networks and standardizing the documentation generated. This has contributed to a more cohesive communication and also to give coherence to the contents.



The following steps will focus on the development of branding strategies in order to provide the UAB Libraries with an identity as well as winning the confidence and loyalty of the university community.

Keywords: UAB Libraries, branding, brand, corporate identity, logotype, social networks, web.

INTRODUCCIÓN

Las empresas son conscientes de la importancia que tiene el *branding* hoy en día. Se entiende por *branding* el proceso de construcción de una marca a través de acciones que se desarrollan para dar personalidad a la propia empresa y transmitir unos valores diferenciados al cliente. El objetivo perseguido es que el comprador se sienta comprometido y representado por la marca y, por lo tanto, que se mantenga fiel a ella.

Ahora bien, hablemos del mundo de las bibliotecas. ¿Existe un *branding* fuera del mundo empresarial? Nuestra percepción es que puede haber un *branding* en todo, también en el mundo de las bibliotecas.

Sabemos que la mayoría de las bibliotecas aún tenemos pendiente dedicar más recursos a la publicidad para darnos a conocer, en términos más comerciales, para vendernos. Necesitamos dotarnos de planes de comunicación y de planes de marketing, que acompañen al plan estratégico de la institución. Y ¿por qué no?, necesitamos también disponer de estrategias de *branding*.

Las bibliotecas de la Universitat Autònoma de Barcelona desde hace un tiempo trabajamos no sólo en conocer las necesidades de nuestros usuarios (reales y potenciales), si no en ofrecerles nuestros servicios y productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado, de la forma más idónea, y todo bajo un mismo paraguas.

En temas de *branding*, hemos empezado con la elaboración de un elemento esencial para comunicarnos de una forma global: una imagen de marca que represente a todas y cada una de las bibliotecas que forman el Servicio de Bibliotecas de la UAB.

INICIO DEL CAMINO: BREVE REPASO CRONOLÓGICO HACIA LA VISIÓN CONJUNTA

Las primeras bibliotecas creadas en la UAB respondían al modelo de una biblioteca general respaldada por diferentes bibliotecas de facultad. Los recursos bibliográficos y las prestaciones de cada biblioteca iban dirigidos a los usuarios vinculados a

la facultad, y tales fondos y servicios no eran suficientemente conocidos por el resto de los miembros de la UAB.

En la década de los 70, más allá de los servicios comunes como por el ejemplo el préstamo, cada biblioteca se había centrado en generar y dar a conocer sus prestaciones a través de sus propios canales y según sus propias iniciativas, de una manera autónoma, fortaleciendo así la imagen de una biblioteca temática en detrimento de visibilizar un servicio común de la UAB.

Es en los años 80 cuando nace la voluntad por parte del Servicio de Bibliotecas de crear una red de bibliotecas coordinadas y se elaboran diferentes protocolos internos con la finalidad de generar sinergias hacia el trabajo conjunto.

La irrupción de internet a mediados de los 90 y la continua evolución de las TIC refuerzan este cambio de tendencia, permitiendo elaborar, compartir y generar puntos de unión en un contexto más colaborativo.

Otros hechos más específicos del entorno de las bibliotecas UAB han ayudado también a tener una visión conjunta de los servicios y, por consiguiente, a plantearnos la necesidad de disponer de una marca global para crear más impacto y efectividad. Destacamos los siguientes:

1. 1987. Publicación de la primera Memoria del Servicio de Bibliotecas.
2. 1991. Biblioteca Informacions: publicación periódica del Servicio de Bibliotecas que nace en el 1991 con el objetivo de dar a conocer el fondo y los servicios de las bibliotecas UAB.
3. 1996. Creación del Catálogo Colectivo de les Universidades de Catalunya.
4. 1997-2000. Primer plan estratégico del Servicio de Bibliotecas.
5. 2000. Implementación del Sistema de Calidad certificado con la norma ISO 9001 en el Servicio de Bibliotecas que, entre otras cosas, ha favorecido la estandarización de los procedimientos de trabajo entre las bibliotecas y el establecimiento de una Carta de Servicios común para todas las bibliotecas.
6. 2011. Creación de cinco nuevas figuras de coordinación transversal: Comunicación y Patrocinio, Gestión de colecciones, Servicios a los usuarios, Servicios a la Docencia y a la Investigación, y Tecnología.
7. 2015. Plan de marketing 2015-2018, que acompaña al Plan estratégico del Servicio de Bibliotecas 2015/2018.
8. 2017. Nuevo portal web de las bibliotecas y creación de redes sociales conjuntas.

LAS BIBLIOTECAS UAB EN EL PROCESO DE DESCUBRIMIENTO DE MARCA

La creación de una marca va más allá de diseñar un logotipo, se trata de conseguir que el usuario se identifique con los valores que queremos transmitirle como bibliotecas universitarias de la UAB.

De la estrategia integral que supone la creación de valor de marca, las bibliotecas de la UAB hemos empezado por establecer nuestra identidad y difundirla en los medios digitales (web y redes sociales) y físicos (cartelería).

Todas las acciones hasta ahora realizadas en el proceso de creación de marca han ido alineadas con la institución de la que formamos parte, la Universitat Autònoma de Barcelona.

Estableciendo identidad

Desde el año 1997 las bibliotecas UAB trabajamos a partir de planes estratégicos cuatrienales. Los planes estratégicos recogen la misión, la visión y los valores, manteniéndose fieles a una idea que es la que queremos transmitir en la creación de marca.

Misión: contribuimos en el logro de los objetivos de la comunidad universitaria proporcionando servicios con valor añadido e información de máxima calidad, tanto en entornos digitales como en espacios físicos que facilitan el aprendizaje, la investigación y la co-creación.

Visión: somos un socio necesario para la generación de conocimiento dentro del ecosistema de la investigación y del aprendizaje. Ofrecemos un entorno digital y físico que promueve la cooperación entre los diferentes actores de la comunidad universitaria y facilitamos la transferencia de este conocimiento a la sociedad.

Valores:

- Orientación al usuario. La satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros usuarios son el eje central de nuestras actividades.
- Mejora continuada. La excelencia la logramos con el trabajo en equipo, la cooperación bibliotecaria, la innovación y la búsqueda sistemática de la mejora en la eficiencia y la eficacia.
- Responsabilidad y compromiso social. Actuamos con ética e integridad institucional; velamos en todas nuestras actuaciones para asegurar el máximo respeto a la diversidad, la inclusión y la sostenibilidad.

Diseñando el logotipo

La necesidad de tener un logotipo propio nace a principios del 2008, cuando el Servicio de Bibliotecas de la UAB se propone dar más identidad a la documentación

interna generada por el sistema de Gestión de la Calidad. Hasta ese momento se había utilizado exclusivamente el institucional en sus diferentes composiciones permitidas por el Manual de identidad corporativa de la UAB (<https://www.uab.cat/web/coneix-la-uab/itineraris/identitat-i-imatge-corporativa-1345708314458.html>).

Y ya que se diseñaba, ¿por qué no utilizarlo en todas las acciones llevadas a cabo por las bibliotecas? De esta manera, la comunidad a la que nos dirigíamos nos podía identificar visualmente y reconocernos como servicio.

Como imagen nos gustaba la idea de utilizar las columnas de la UAB porque se habían convertido en el símbolo de la universidad.



Las cuatro columnas que se crearon en el año 1999 por el escultor valenciano Andreu Alfaro, se retuercen y estiran simultáneamente buscando el cielo, representando cada una la voluntad del conocimiento, la libertad de expresión, la identidad cultural y la solidaridad (<https://www.uab.cat/web/noticias/detalle-de-una-noticia/las-columnas-de-la-uab-1099409749848.html?noticiaid=1260947889565>).



Figura 1. Columnas UAB. UAB / CC_BY_NC

Pero, ¿cómo adaptar las columnas al nuevo logo de las bibliotecas sin que perdiesen su entidad? ¿Qué diseño permitiría representar a la vez los valores que las bibliotecas deseábamos transmitir?

El resultado fue convertir las columnas de granito rojizo en una sola columna de libros superpuestos alzándose a la búsqueda permanente de la orientación al usuario, la mejora continuada y el compromiso social.

Logo inicial	
Logo actual	

El logotipo ha ido evolucionando para adaptarse a la tipografía exigida por la marca UAB y al color representativo del portal web de las bibliotecas UAB, del cual hablaremos en el siguiente punto.

Este logo representa a todas las bibliotecas de la UAB en su conjunto y a cada una de ellas como parte del conjunto.

El uso de este logo, consensuado con el Área de Comunicación de la UAB, está recogido en un protocolo interno del Servicio de Bibliotecas. Las líneas básicas son las siguientes:

Podemos utilizar el logo de las bibliotecas en entornos y contextos externos (se entiende fuera de la UAB) siempre que lleve asociado el logotipo corporativo de la UAB. Un ejemplo del uso de este logo es en las comunicaciones presentadas en los congresos.

1. Podemos escoger entre el exclusivamente institucional:

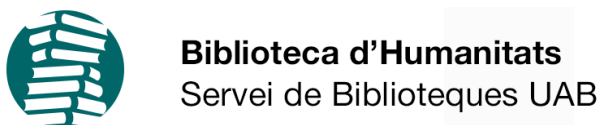


O el logo propio de las bibliotecas acompañado por el logo oficial de la UAB:



Como norma general, y siempre que el espacio y la estética nos lo permitan, las bibliotecas utilizaremos esta segunda opción para realzar la imagen de marca de las bibliotecas UAB.

2. Siempre utilizaremos el logo de las bibliotecas en entornos y contextos internos, donde ya es conocido que las bibliotecas forman parte de la UAB y no es necesario que incluya el logotipo corporativo de la UAB. Por ejemplo, en carteles informativos de las bibliotecas.



El portal web

En el 1995 la Universitat Autònoma de Barcelona inaugura su portal web institucional. En septiembre del 1996, lo hace el Servicio de Bibliotecas, siendo pionero en desarrollar un portal propio dentro de la Universidad. Este portal ya ha cambiado dos veces su diseño.

El primer cambio importante fue en el 2005. Se pasó de una web con páginas estáticas html, a una web dinámica elaborada a través de un gestor de contenidos (Fatwire), que facilitaba el mantenimiento de las páginas y la gestión distribuida entre diferentes personas.

El segundo gran cambio empezó en el 2016, cuando el Área de Comunicación y Promoción de la UAB se fija como objetivo actualizar las páginas web de todo el portal de la UAB, incluidos los servicios, las facultades, escuelas, centros, etc.

Este último cambio es el que nos ha permitido a las bibliotecas UAB dar un paso adelante para hacer crecer la imagen de un servicio global de bibliotecas UAB.

Decidimos remodelar la web entera, no sólo en lo que se refiere a la parte estética si no en la manera de presentar toda la información. Por consiguiente, pasamos de un sitio web donde las bibliotecas disponían cada una de una página propia, con sus servicios, espacios y recursos, a un portal web de acceso único a todas las prestaciones.

Las bibliotecas podían seguir explicando sus particularidades en el apartado *Guías temáticas*, creado para recopilar los recursos de cada ámbito temático y dar a conocer los servicios más específicos.

El nuevo portal de las bibliotecas UAB se hizo público en septiembre del 2017 en catalán y castellano. En julio del 2018 se publicó la versión en inglés.

Siguiendo las directrices del Área de Comunicación, se consagró el color azul verde (o cerceta) como el color representativo del portal web de las bibliotecas UAB. Este color substituiría también al azul del logotipo y nos empezaría a identificar en todas las iniciativas venideras.

La valoración de esta transformación web ha sido positiva:

- Por lo que respecta a la comunicación, ha sido una acertada acción estratégica, ya que el nuevo portal web ha permitido darnos a conocer como una imagen global de marca sólida, unificada y coherente.
- Acceder al portal a través de una única URL ha supuesto un mejor posicionamiento de nuestro sitio web en los buscadores.
- Hemos podido eliminar información duplicada, ya que la mayoría de servicios eran (y son) los mismos para todas las bibliotecas.

- A nivel de cada biblioteca en particular, también ha aportado beneficios. Las bibliotecas se han hecho más visibles a todos los usuarios, no únicamente a aquellos vinculados temáticamente que antes accedían a través de la URL específica de la biblioteca.

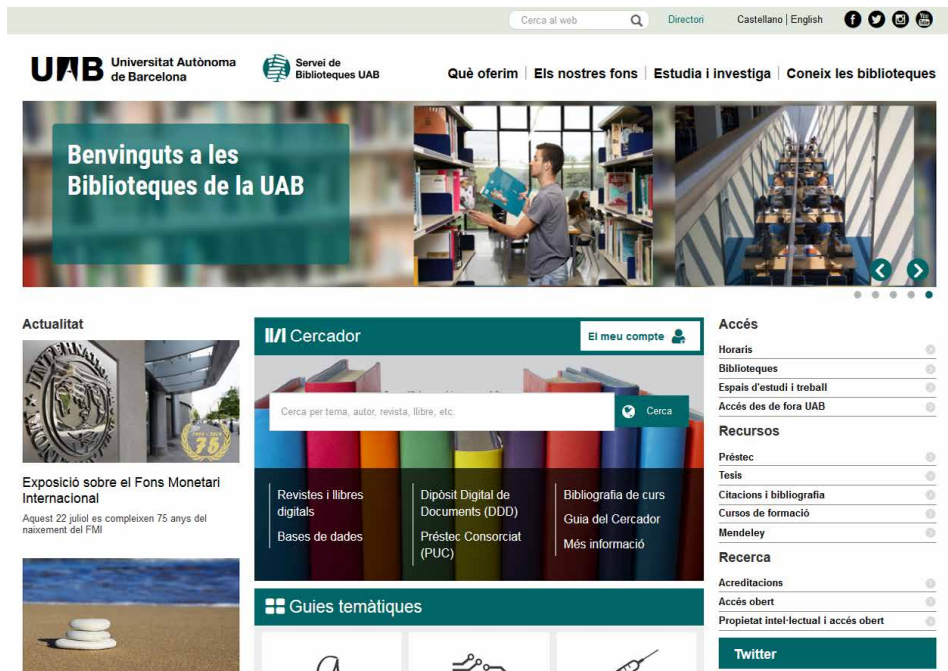


Figura 2. Portal web del Servicio de Bibliotecas. <https://www.uab.cat/biblioteques/>

Redes sociales

Las redes sociales son actualmente el medio más idóneo para que las bibliotecas de la UAB nos comuniquemos de una manera más cohesionada, reforzando así nuestra proyección de imagen de marca corporativa.

Por esta razón, hemos tenido también nuestro punto de inflexión. Antes de la creación de la figura de Coordinación transversal de Comunicación y Patrocinio, encargada entre otras cosas de gestionar la presencia de las bibliotecas UAB en las redes sociales, las diferentes bibliotecas ya estaban presentes en muchas de ellas con la creación de cuentas propias.

En el 2013 llegamos a tener 26 blogs, 7 páginas en Twitter, 6 páginas en Facebook más otras tantas cuentas en Netvibes, Delicious, Slideshare, Storify, Youtube, Pinterest... Disponer de tantas cuentas distorsionaba la idea de marca unificada que queríamos potenciar.

En el 2017, coincidiendo con la publicación del nuevo portal web, se reorganizaron las redes sociales propias de cada biblioteca.

Esta reorganización consistió en:

1. Crear tres perfiles generales bajo el nombre [@bibliotequesUAB](#) en Twitter, Facebook i Instagram, en beneficio de proyectar una imagen única de las bibliotecas UAB.
2. Mantener el Twitter como mecanismo de difusión propio de cada biblioteca en las redes sociales. Se analizó cada cuenta y se valoró que Twitter era un canal muy seguido por los usuarios vinculados temáticamente a cada biblioteca.
3. Eliminar las cuentas propias de Facebook de cada una de las bibliotecas. Se llegó a la conclusión que Facebook cada vez era menos utilizado por los nuevos usuarios, los cuales preferían Instagram i Twitter. No tenía sentido mantener una cuenta por parte de cada biblioteca. No obstante, era importante disponer de una cuenta a nivel general por dos razones: llegar a aquellos usuarios fieles a Facebook y seguir la misma línea de la universidad en lo que se refiere a la presencia en las redes sociales.
4. Reconvertir los blogs temáticos propios de cada biblioteca en guías web temáticas. Los blogs requerían una gran dedicación, en tiempo y recursos destinados, y las bibliotecas no los podíamos mantener con la calidad adecuada. Actualmente las guías temáticas están integradas en el portal web incorporando todas las herramientas y los recursos temáticos recogidos en los blogs.

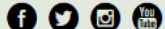
Para la creación, mantenimiento y publicación de contenidos en las redes sociales de las Bibliotecas UAB, tanto en las generales como en las propias de cada biblioteca, seguimos la Guía d'usos i estils de les xarxes socials de la UAB (<https://www.uab.cat/doc/guia-uab-xarxes-socials.pdf>), donde se establecen las pautas comunes para tener una presencia homogénea de la UAB.

El logotipo utilizado para conseguir reforzar la imagen de bibliotecas UAB en el medio social es el símbolo de la columna con el acrónimo UAB.

La valoración de toda esta reorganización ha sido favorable para lograr nuestro cometido:

- Ha permitido consolidar la marca i etiqueta #bibliotequesUAB en las plataformas más utilizadas por nuestros usuarios: Instagram, Facebook o Twitter.



- Ha propiciado una colaboración más estrecha entre las bibliotecas UAB en lo que se refiere a la publicación de contenidos, gracias a la creación de un grupo de trabajo dedicado a las redes sociales. Asimismo, el uso de la herramienta Hootsuite para la gestión de las cuentas generales ha facilitado la programación y distribución de contenidos sin duplicidades.
- La presencia de las redes sociales en nuestra web actualmente es mucho más visual y accesible. En todas las páginas del portal de bibliotecas UAB aparecen los iconos que envían directamente a las cuentas generales. 

Antes era necesario entrar a una página intermedia que recopilaba y daba acceso a las redes de todas las bibliotecas.

Cartelería y otros medios de difusión y promoción

El entorno digital es fundamental para dar a conocer nuestra imagen de marca, no obstante, no podemos olvidarnos que aún son muchos los usuarios que visitan nuestras instalaciones. Por ello, las bibliotecas UAB también estamos trabajando en la difusión de nuestra identidad a través del entorno físico.

Hemos empezado por incluir nuestro nuevo logotipo en todos los carteles informativos de las bibliotecas y también en toda la documentación que generamos (guías, infografías, etc.).

Además, estamos llevando a cabo un proceso de homogeneización en lo que se refiere a la presentación de la información que es común en todas las bibliotecas:

- Hemos creado unos modelos de carteles para información estándar, disponibles en la plataforma Canva y compartidos por todas las bibliotecas de la UAB. Estos carteles nos ayudan a que los usuarios capten la información y la identifiquen por igual en todas las bibliotecas. Un ejemplo del uso de estos modelos es para informar sobre los horarios.
- Hemos diseñado una plantilla de PowerPoint para utilizar en los cursos de formación que ofrecemos para los usuarios y también en las presentaciones en jornadas, congresos, etc, allá donde vayamos.

Por lo que respecta a la parte de la promoción, este año hemos diseñado una bolsa de tela con nuestro logotipo, etiqueta social (hashtag) y página web. La idea es preparar diferentes campañas para el curso 2019/2020 y ofrecerlas a nuestros usuarios que hayan participado en ellas.



Figura 3. Bolsa promocional de las bibliotecas UAB

CONTINUAMOS EL CAMINO: HACIA UNA ESTRATEGIA DE *BRANDING*

En el año 2015 elaboramos un Plan de marketing que acompañaba al Plan estratégico del Servicio de Bibliotecas 2015/2018. En él definimos a nuestros usuarios e identificamos sus necesidades para satisfacerlas de la mejor manera posible, promocionando así nuestros servicios y recursos.

Las estrategias derivadas del plan de marketing nos han ayudado a darnos a conocer, tanto en el contexto académico como en el público general. Pero queremos ir más allá, buscamos que los usuarios se identifiquen con nuestros valores, los perciban, les provoquen sensaciones de calidad de nuestro servicio, para lograr una difusión más efectiva y con mayor impacto.

Las acciones hasta ahora llevadas a cabo han sido para crearnos una identidad: hemos diseñado un logotipo y lo hemos difundido en el entorno digital (página web y redes sociales) y en el físico (cartelería y documentación para los usuarios).

Nuestros próximos pasos se dirigen a desarrollar una estrategia de *branding* que respalde el plan de marketing, una estrategia de construcción de marca que nos permita dotar de personalidad a nuestra identidad; lo que somos: **biblioteques UAB**.

CONCLUSIONES

La imagen de marca debe ser vista por las bibliotecas UAB como una herramienta más para posicionarnos en el mundo de las bibliotecas universitarias y que nuestro público se sienta identificado con ella y atraído positivamente.

Es importante que en el proceso de creación se vean representadas todas las bibliotecas y que el personal que esté detrás se encuentre motivado e implicado.

También es fundamental contar con el respaldo de la universidad para tener mayor visibilidad dentro y fuera de la institución. La UAB posee una identidad fuerte y altamente consolidada en el mundo académico. Nuestra imagen de marca debe ir alineada con sus valores.

Las bibliotecas UAB nos encontramos en el proceso de construcción de marca y, aunque aún es pronto para evaluar el impacto de las diferentes acciones llevadas a cabo, podemos sacar algunas conclusiones, la mayoría positivas en cuanto a la cohesión y el trabajo colaborativo.

A nivel interno, las bibliotecas trabajamos a partir de diversos grupos transversales que permiten abordar los diferentes objetivos con una visión conjunta (grupos de trabajo en el ámbito de la tecnología, de las redes sociales, la web, los usuarios, creación de vídeos, etc.), consolidando así una identidad global.

A nivel de la institución universitaria, la renovación del portal web en el 2017 nos ha permitido trabajar codo a codo con el Área de Comunicación y Promoción de la UAB y, gracias a ello, se ha creado un vínculo que ha abierto puertas para seguir colaborando en acciones futuras.

Sin ir más lejos, este año el Área de Comunicación y el Servicio de Bibliotecas nos hemos marcado como objetivo común dar semántica a la página web de las bibliotecas. Se ha empezado por auditar toda la web, para más adelante diseñar una estrategia SEO que nos permita posicionarla mejor en los buscadores y aumentar el tráfico en ella.

Y por lo que respecta a las redes sociales, el Área de Comunicación se hace eco de nuestros contenidos de interés general a toda la comunidad universitaria, difundíendolos también en sus cuentas oficiales.

Los nuevos datos que se están tomando del análisis de la web y las estadísticas de las redes sociales, más la encuesta de satisfacción de los usuarios que tendrá lugar en noviembre, confirmarán si seguimos por buen camino. Por ahora, continuaremos trabajando bajo el siguiente principio: juntos, unimos pequeños esfuerzos para grandes resultados.

BIBLIOGRAFÍA

- AZORÍN, C., CASALDÀLIGA, N. y LLORENTE, E. "El gestor de continguts web: aplicació a les biblioteques de la UAB". En: *X Jornades Catalanes d'Informació i Documentació* (Barcelona, 25-26 mayo 2006). Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya, 2006.
- BENÍTEZ, Á., MONTOYA, L. A. y MONTOYA, I. A. *Estrategia de marketing basada en nuevas tendencias para bibliotecas universitarias*. Contexto, 2017, n. 6, p. 23-42.

- CASTILLO-DÍAZ, A. y JIMÉNEZ-HERNÁNDEZ, C. M. *Comunicación corporativa de organizaciones que ofrecen recursos bibliotecarios en la Web*. El profesional de la información, 2010, vol. 19, n. 2, p. 184-188.
- GONZÁLEZ, N. *Bibliotecas, medios y métricas de la web social*. *Anales de documentación*, 2016, vol. 19, n. 1, p. 1- 13.
- KOTLER, P. y PFOERTSCH, W. *B2B brand management*. Berlin: Springer, 2006. ISBN 978-3-540-44729-0.
- KOTLER, P. y PFOERTSCH, W. *Ingredient Branding: making the invisible visible*. Berlin: Springer, 2010. ISBN 978-3-642-04214-0.
- LÁZARO, M. *El branding: creació d'una marca* [en línea]. [Consulta: 10 de junio de 2017]. Disponible en: https://issuu.com/bibmontserrat/docs/tr_miquellazaro
- MALLORQUÍ, M. “#bibliotequesUAB: de la gota en el desierto al oasis colaborativo”. En: *XII Workshop Rebiun sobre proyectos digitales: redes sociales y experiencias en bibliotecas web 2.0* (Lleida, 17-18 octubre 2013). Lleida: Universitat de Lleida, 2013.
- MENÉNDEZ NOVOA, J. L. *Las herramientas gestionadas por las bibliotecas universitarias españolas en el servicio de la web: creación de una marca en línea*. Ramos Simón, L.F., dir. Tesis inédita. Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- THOMPSON, E. *A Disciplined Brand Approach to Marketing Libraries*. *Marketing Libraries Journal*, 2018, vol. 2, n. 1, p. 16-23.

Hábitos de lectura y consumo de *BookTube*

M.^a CARMEN NOGUERA FERNÁNDEZ
mnoquerafer@gmail.com

El fenómeno de BookTube es reciente y desconocido para muchas personas, aunque su comienzo en los países de habla hispana data del año 2012. BookTube surgió a través de jóvenes de entre 18 y 25 años que sentían la necesidad de comentar la literatura de una manera más dinámica y crear una comunidad con gustos comunes. El objetivo es profundizar en el conocimiento sobre este fenómeno y hacer un retrato robot de los potenciales seguidores de BookTube. Se ha realizado tanto una revisión de la bibliografía como un trabajo de campo donde se ha pasado un cuestionario por Twitter obteniendo 1561 respuestas. Esta información ha permitido conocer más sobre los hábitos de lectura de los usuarios de Twitter y sobre las características de los consumidores de BookTube. Parte de los encuestados admiten saber qué es BookTube, pero no seguirlo de forma continua, mientras que los que sí lo siguen, la mayoría no lo hacen semanalmente.

Palabras clave: BookTube, literatura, retrato robot, consumidores, fenómeno.

READING HABITS AND BOOKTUBE USE

Abstract: BookTube is a recent and unknown resource for many people, even if it dates back to 2012 in the Spanish speaking countries. BookTube was launched by 18-25 year-old people who felt the need to comment on literature in a dynamic way and creating a community with similar interests. This paper aims at deepening the knowledge about this phenomenon and creating an identikit picture of potential followers of BookTube. To that end, both a bibliographical review and fieldwork based on 1561 answers obtained from a questionnaire in Twitter have been conducted. This information allows to learn more about the reading habits of Twitter users and the features of BookTube users. A part of the respondents report that they know BookTube, even if they do not follow it regularly. By contrast, most of the respondents who report following it, do not do it weekly.

Keywords: BookTube, literature, identikit picture, users, phenomenon.



“Los jóvenes leemos literatura. Nos encanta, nos apasiona la literatura. Además, lo peor de los jóvenes no es que leamos, es que no le tenemos miedo a nada. Sí, somos unos temerarios. Lo mismo nos da leer un tocho de 800 páginas, un poemario de 50, un libro de hace dos siglos, un libro reciente, [...]. Leemos todo lo que se nos ponga por delante, y nos encanta y nos divierte”.

SEBASTIÁN GARCÍA MOURET (*TEDxTalks*, 2016)

BOOKTUBE Y SU EVOLUCIÓN

Con la aparición de las redes sociales, la promesa de la lectura de ser un acto silencioso y privado pasó a convertirse en un lazo de unión entre libros, amigos, historias y charlas, convirtiéndose en un acto público y, sobre todo, compartido. (Garcés Estrada, 2018).

La comunidad literaria empezó por tener blogs donde comentaban detalles sobre sus lecturas, pero tenía limitaciones a la hora de difundir contenido: así surgió *BookTube*. Garcés Estrada afirma que el término *BookTube* es la composición de la palabra libro en inglés (*book*) y la terminación del término YouTube (*-tube*) (Garcés Estrada, 2018). De esta forma, se puede decir que un *BookTuber* es un creador de contenido en YouTube que se enfoca en vídeos de este tipo.

Una de las razones por las que *BookTube* ha crecido tanto es la similitud respecto a los gustos literarios compartidos (Vizcaíno-Verdú, 2019). En el comienzo de este nuevo fenómeno, los jóvenes se presentaban delante de una cámara, con micrófonos que ofrecían poca calidad, y hablaban de los libros que más les habían gustado o que por el contrario no recomendarían.

Los *BookTubers* están en la veintena o en los últimos años de su adolescencia, y tienen una edad semejante a la de sus espectadores, que suelen ser adolescentes y adultos jóvenes. (Albrecht, 2017). Sin embargo, en los últimos años hemos podido observar cómo la edad de los *BookTubers* se eleva hasta la treintena, aumentando de esta forma el rango de edad de los autores de los canales. Además, Garcés Estrada (2018), establece que el promedio de la edad de los *BookTubers* es de 16 a 25 años, muy similar a lo que dijo Albrecht (2017).

Además, las recomendaciones de libros a través de los canales de *BookTube* son efectivos ya que el espectador puede recuperar los vídeos en el momento en el que lo desee, sin que estén anclados a un momento y lugar concreto, como puede ser la televisión. (Albrecht, 2017).

Un aspecto práctico para los bibliotecarios escolares es la riqueza del contenido de bookblogger que posee YouTube (Woods, 2018). Así mismo, los proyectos

para la promoción de la lectura concuerdan con las metodologías educativas actuales ya que combinan las nuevas posibilidades audiovisuales y multimediales con la lectura incentivando la creación de contenido por parte del alumnado (Camarero, 2017).

Los vídeos que se pueden ver en esta plataforma tienen una serie de características comunes:

1. Se utiliza un lenguaje sencillo y cercano, que ayuda a generar empatía con los jóvenes. (Garcés Estrada, 2018).
2. Como norma general, el escenario de los vídeos son las propias habitaciones de los jóvenes que se graban con las estanterías de libros de fondo y algunos posters. (Garcés Estrada, 2018).

Nombre del vídeo	Contenido
Reseña	Reseña general sobre un libro específico
Recorrido de libros	Mostrar libros (generalmente cinco o más) comprados recientemente, tomados de la biblioteca o adquiridos a través del patrocinio y eventos del editor
Deben leerse / Para leer	Lista (ya menudo una muestra de copias físicas de) de libros que el <i>BookTuber</i> planea leer pronto
Resumen mensual	Resumen de los libros leídos durante el mes anterior, a menudo con una vista detallada de cada libro
Tour por las estanterías	Recorrido por una colección de libros personales, que a menudo describe cómo están organizadas las estanterías de la persona (por ejemplo, género, color, autor)
Tag	Un <i>BookTuber</i> responde a preguntas o completa desafíos sobre un tema específico que circula a través de <i>BookTube</i> y luego etiqueta a otros <i>BookTubers</i> para que hagan lo mismo. Algunos ejemplos de etiquetas son “Opiniones impopulares” y “ <i>BookTube Newbie</i> ”.
Discusión / Respuesta	Discusión de temas específicos a través de libros o géneros y / o respuesta a videos de discusión realizados por otros <i>BookTubers</i>

Nombre del vídeo	Contenido
Colaboración	Los videos de <i>BookTubers</i> se graban con otros <i>BookTubers</i> , a menudo completan tags juntos o juegan juegos relacionados con libros.
Discusión sobre BookTube	Discusión de problemas prevalentes dentro de la comunidad de <i>BookTube</i> (por ejemplo, controversia en torno al patrocinio)

Tabla n.º 1. Tipología de vídeos en BookTube. Traducido de: Ehret, C., et al., The Role of Affect in Adolescents' Online Literacies: Participatory Pressures in BookTube Culture

RETRATO ROBOT DEL CONSUMIDOR DE BOOKTUBE

El rango de edad de las personas que siguen *BookTube* es de 18 a 25 años (62%), llamando la atención las respuestas de usuarios con edades más lejanas a este rango, como por ejemplo a partir de 40 años (1%) o los de 57 años (1%), estando muy lejanas de las edades de los jóvenes creadores de vídeos. En la gráfica número 7 se puede ver con detalle qué edades son las más destacadas.

En cuanto al género, se mantiene en la línea con el total de la muestra, siendo las mujeres las que más han respondido (87,5%) frente a los hombres (10,7%) y las personas que han preferido mantener su género sin identificar (1,8%).

También destaca el nivel académico de las personas que sí siguen *BookTube* porque continúa destacando la diplomatura/licenciatura/grado (59%), seguido de sus niveles post-universitarios como es el máster (16%), según los resultados de la gráfica número 9. Se puede decir que el perfil entre los seguidores y los no seguidores es el mismo en el punto anterior y en este.

Además, en relación a las ramas del conocimiento, ya que como se ha dicho la opción de carrera universitaria ha sido de las más señaladas, destacan las ciencias sociales y jurídicas (45%) como primera opción, seguida de las artes y humanidades (26%). Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica número 13, donde se muestran las opciones restantes.

La narrativa (84%) es el género literario que siguen prefiriendo los encuestados, en este caso las personas que consumen *BookTube* con asiduidad, mientras que otras opciones como el ensayo (4%) o la poesía (5%) quedan relegadas a un último plano, como nos muestra la gráfica número 10. Así mismo, dentro de la narrativa

en la gráfica número 11, se observa cómo la novela fantástica o de aventuras (29%) vuelve a despuntar entre los encuestados.

En relación con la frecuencia de lectura, la gráfica número 12, señala que el 40% de las personas que consumen *BookTube* leen de 6 a 7 días a la semana, siendo la opción más escogida. En el caso opuesto, únicamente un 6% declara leer de uno a ningún día. Esto demuestra que el hábito de lectura entre los lectores que conocen y siguen el fenómeno no cambia respecto a los lectores que no lo siguen.

Las personas que siguen el fenómeno con cierta regularidad no se dejan influenciar por los jóvenes que se colocan tras la pantalla, en cuanto a las críticas negativas literarias se refieren, tanto como para dejarlas de lado (casi un 74%) como se puede observar en la gráfica número 2. Sin embargo, cuando la lectura ha obtenido una crítica positiva, los espectadores sí que le dan una oportunidad a esa nueva lectura (84% de las respuestas), como se ve en la gráfica número 1.

Aunque hay una gran comunidad de *BookTubers*, destacan entre las respuestas: Javier Ruescas (167 menciones), Sebas G. Mouret (100 menciones) o Andreo Rowling (75 menciones). Incluso se han obtenido respuestas que incluyen a *BookTubers* de América del Sur como son Fa Orozco o Clau Reads Books. Según el estudio que realizó Wendy Estrada para su tesis, la nacionalidad de los *BookTubers* que más conocían los encuestados era la mexicana con un 56%, seguida de la española con un 34%. De los *BookTubers* mexicanos más conocidos sobresalen Fa Orozco, Clau Read Books y Raiza Revelles mientras que de la española destacan Sebas G. Mouret y Javier Ruescas. El resto de las elecciones pueden verse en la gráfica número 3.

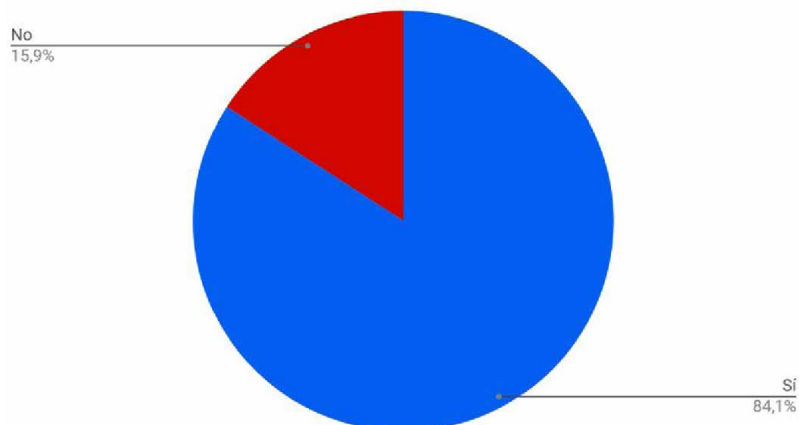
Muchas de las elecciones de los *BookTubers* más seguidos dentro de la comunidad se deben a una serie de factores que no sólo engloba el contenido de sus vídeos, sino que tienen en cuenta la calidad de los vídeos (6%), que la forma de expresarse (42%) sea cercana al espectador o la variedad de temas de los que trata (18%). Como se ve en la gráfica número 5, las principales razones son la forma de expresarse del *BookTuber* o los libros de los que trata (30%) en sus vídeos mientras que la razón menos señalada es la antigüedad del canal.

Una vez escogido cuál es el *BookTuber* que más te gusta, llega el momento de la elección de vídeos. Este fenómeno cuenta con una gran extensión de vídeos como se ha visto en la tabla número 1. Más del 50% ha señalado que su vídeo favorito es la reseña de libros, quedando en segundo lugar el *haul* (14%) y en tercer lugar los tags (12%). Estos datos corresponden a la gráfica número 4.

Como ya hemos repetido en apartados anteriores, es un fenómeno reciente y que aún sigue expandiéndose. De este modo, se creyó oportuno preguntar si los encuestados estarían interesados en abrirse un canal en un futuro. Como puede verse en la gráfica número 6, un 10% sí estaría dispuesto a abrirse un canal, mientras que el 68% no querrían hacerlo.

Igualmente, se dejó un apartado abierto para que los encuestados tuviesen la opción de dejar sus canales en el caso de que tuviesen uno (3%). Algunas de las denominaciones de los canales fueron: “Libros y Literatura”, “Coleccionando Marcapáginas” o “Juanito Libritos”, entre otras respuestas.

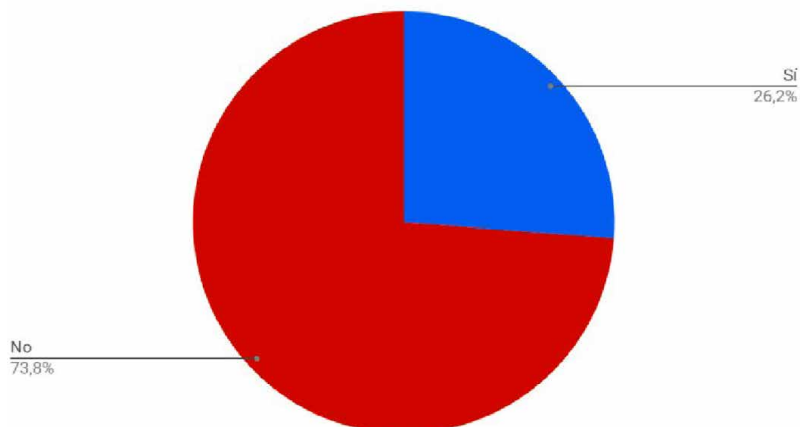
¿Ha leído algún libro...?



Gráfica n.º 1. Seguidores de BookTube: ha leído un libro

Fuente: Creación propia

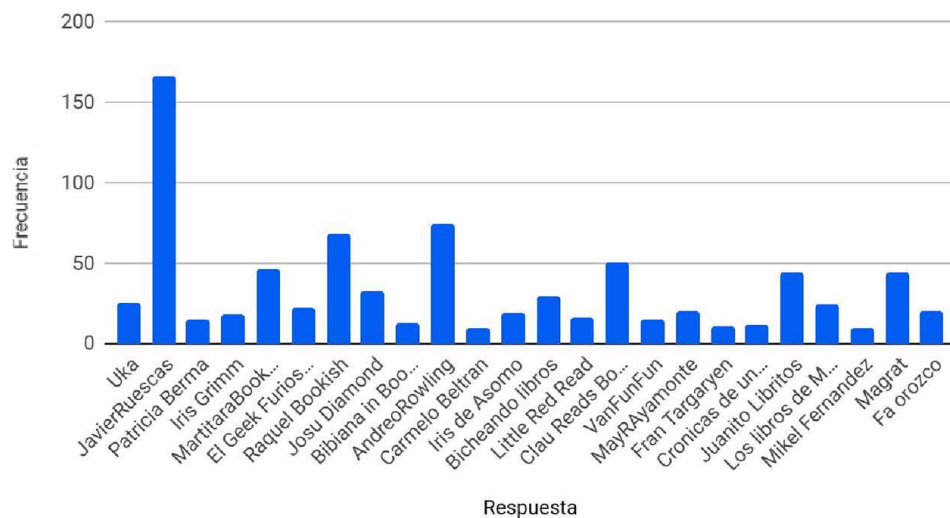
¿Ha dejado de leer...?



Gráfica n.º 2. Seguidores de BookTube: dejar de leer un libro

Fuente: Creación propia

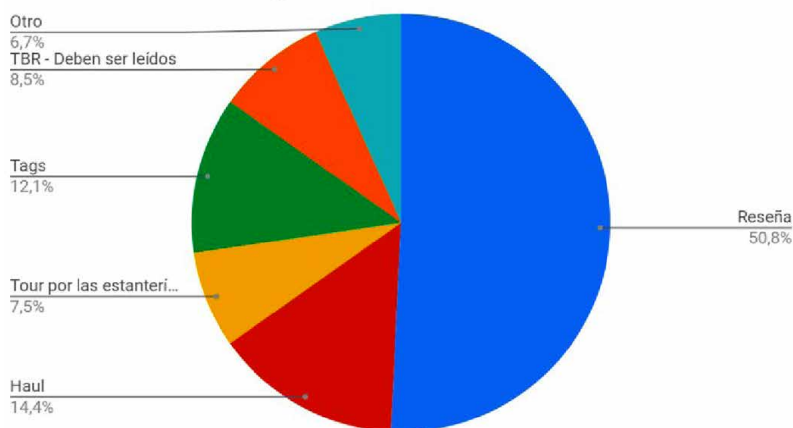
Booktubers más seguidos



Gráfica n.º 3. Seguidores de BookTube: BookTubers más seguidos

Fuente: Creación propia

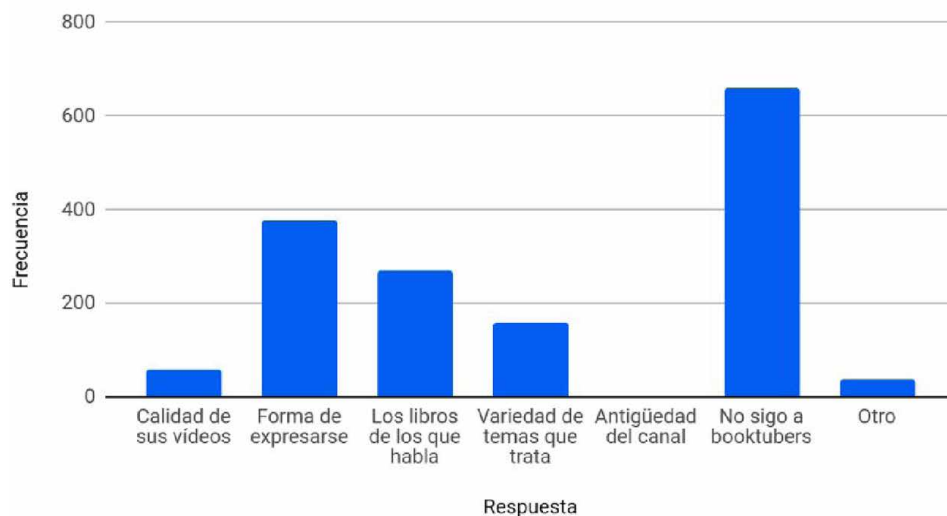
Vídeos más vistos según los encuestados



Gráfica n.º 4. Seguidores de BookTube: vídeos más vistos

Fuente: Creación propia

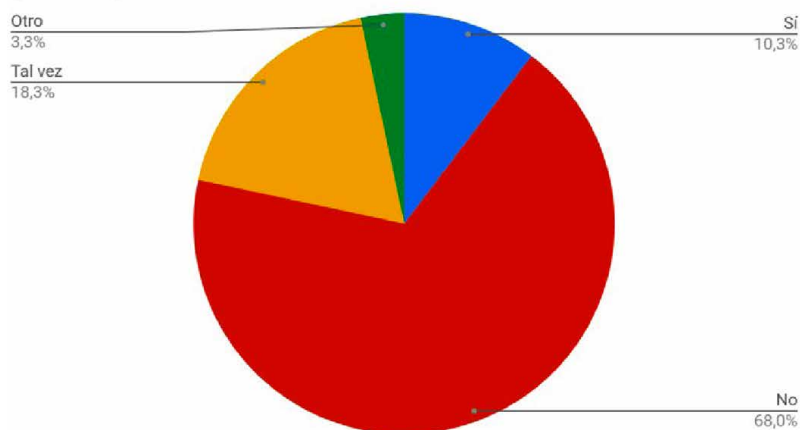
Qué valora más en un BT



Gráfica n.º 5. Seguidores de BookTube: valoración de un BookTuber

Fuente: Creación propia

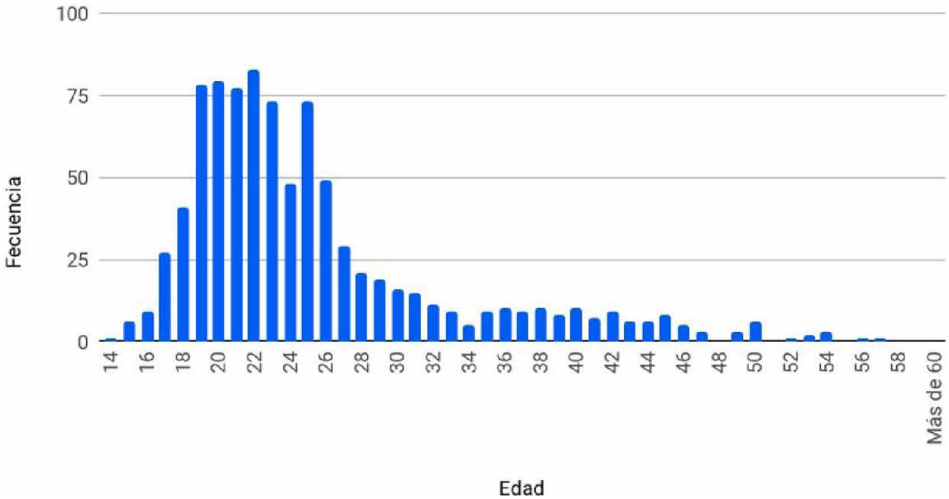
¿Te has planteado o tienes un canal de BT?



Gráfica n.º 6. Seguidores de BookTube: canal de BookTube

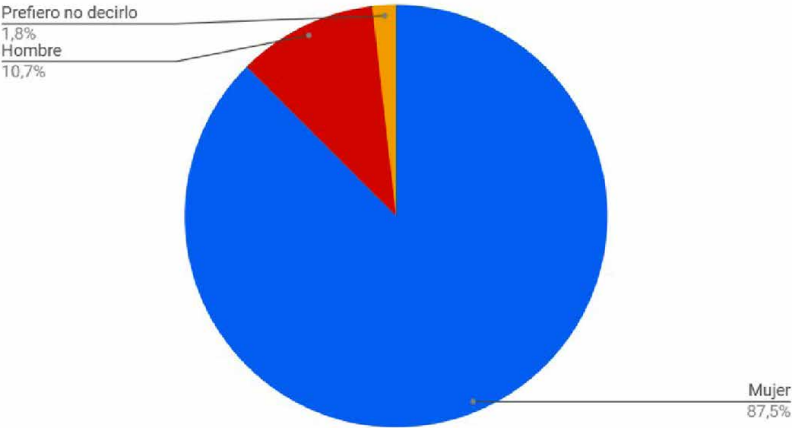
Fuente: Creación propia

Edad de las personas que siguen el fenómeno

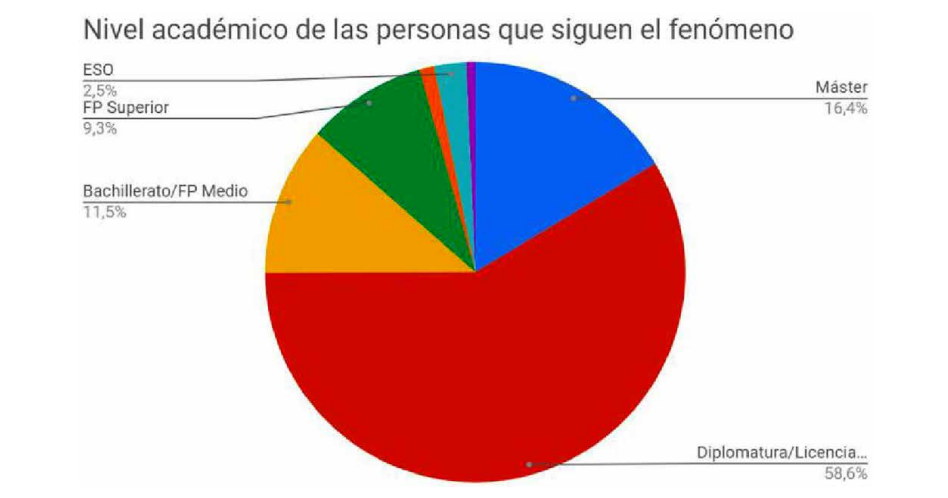


Gráfica n.º 7. Seguidores de BookTube: edad
Fuente: Creación propia

Género de las personas que siguen el fenómeno

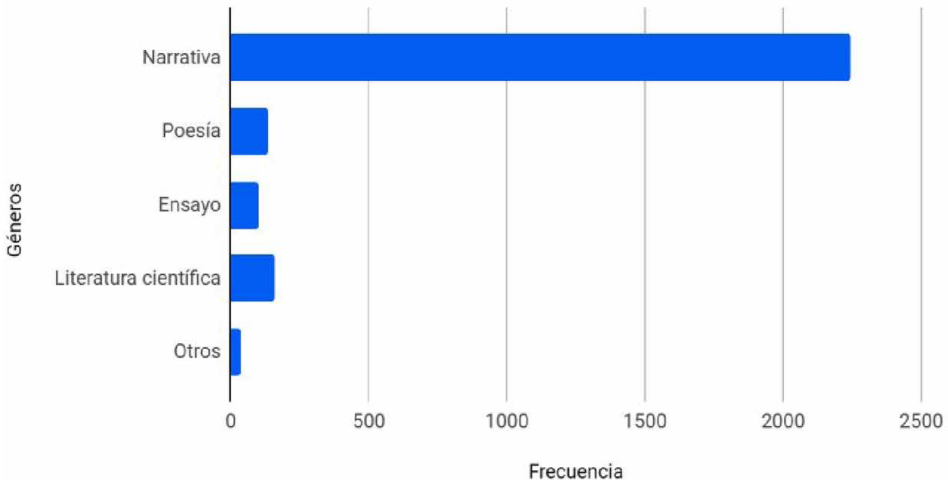


Gráfica n.º 8. Seguidores de BookTube: género
Fuente: Creación propia



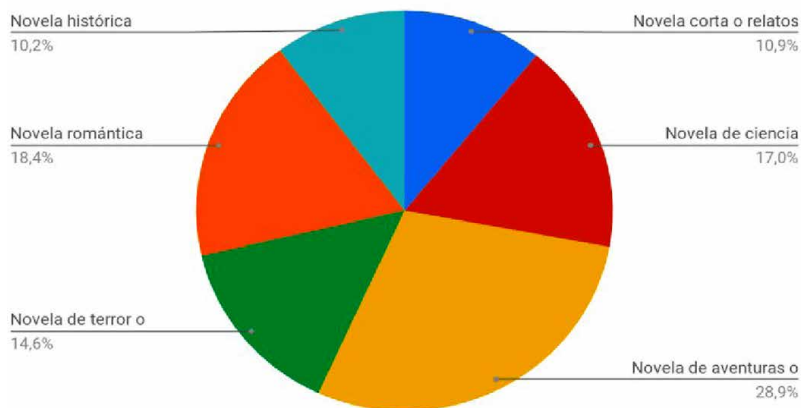
Gráfica nº 9. Seguidores de BookTube: nivel académico
Fuente: Creación propia

Géneros literarios más leídos por las personas que siguen el fenómeno



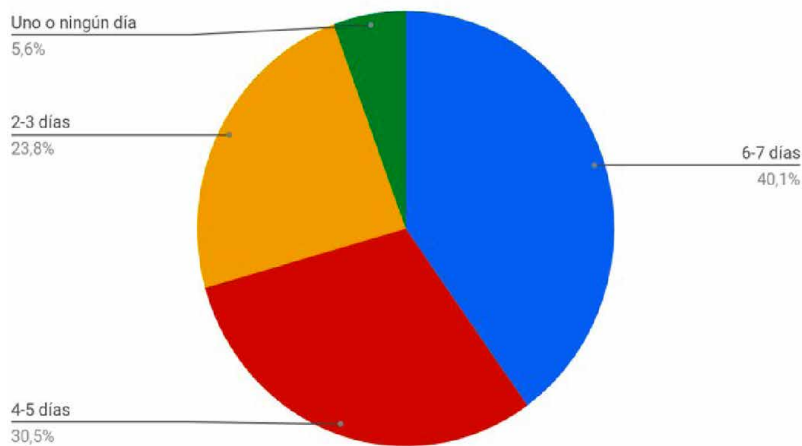
Gráfica nº 10. Seguidores de BookTube: géneros literarios
Fuente: Creación propia

Géneros narrativos que más leen los que siguen el fenómeno



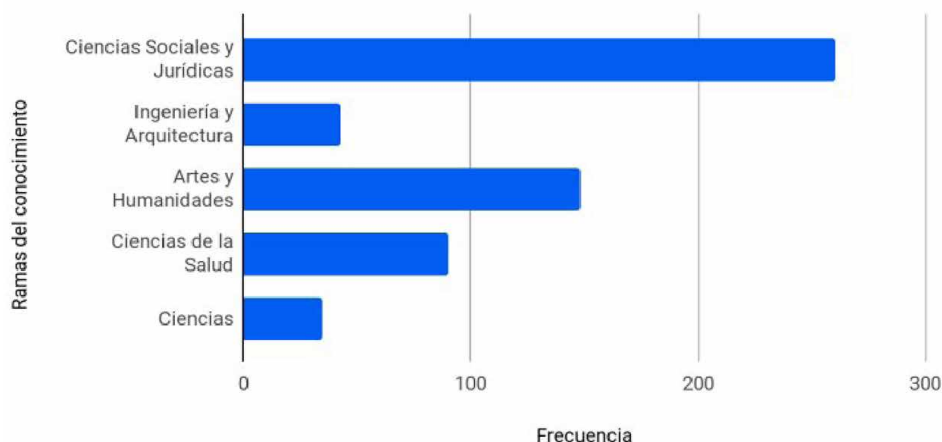
Gráfica n.º 11. Seguidores de BookTube: subgéneros narrativos
Fuente: Creación propia

Frecuencia de lectura de la gente que sigue el fenómeno



Gráfica n.º 12 Seguidores de BookTube: frecuencia de lectura
Fuente: Creación propia

Ramas del conocimiento de las personas que siguen el fenómeno



Gráfica n.º 13. Seguidores de BookTube: ramas de estudios
Fuente: Creación propia

BookTube es un fenómeno reciente. Surgió en 2012 en países de habla hispana, siendo pionero en esta actividad Estados Unidos desde 2008. Está conformado por jóvenes cuyo objetivo es transmitir sus opiniones sobre literatura y compartir gustos, creando de esta forma una comunidad. La producción bibliográfica va desde tesis, trabajos de fin de grados, artículos hasta charlas (TEDxTalks) en YouTube.

Los hábitos de lectura de los usuarios de Twitter según la muestra analizada son:

- La gran mayoría leen entre uno y tres libros al mes (67%), incluso habiendo usuarios que afirman leer más de doce libros mensuales (3%).
- El ritmo de lectura en la gran mayoría es alto, leyendo entre seis y siete días a la semana (36%), seguidos de los que leen de cuatro a cinco días (30%).
- En cuanto al género literario, se decantan por la narrativa (80%), siendo la novela de aventuras y fantástica la más elegida (27%).
- El soporte elegido es tanto digital como físico, haciendo una mezcla de ambos (41%).
- Para la adquisición preferente de los libros destaca la compra en librerías pequeñas (30%), Amazon (19%) o los portales de descarga (16%).
- La gran mayoría saben qué es *BookTube* (72%) pero gran parte admite no seguirlo (41%) frente al 59% que sí lo siguen.

Las características de los consumidores de *BookTube* (59% de la muestra) son:

- Los hábitos de lectura de los consumidores de *BookTube* coinciden con los hábitos de lectura generales en: frecuencia de lectura, la cantidad de libros leídos al mes y los géneros literarios preferidos a la hora de leer.
- Se dejan influenciar por las críticas positivas de un libro dadas por un *BookTuber*, dándole una oportunidad para leerlo (84%).
- No se dejan influenciar por las críticas negativas, es decir, no dejan de leer un libro porque no le haya gustado a “su” *BookTuber* (74%).
- Los vídeos preferidos son las reseñas (51%) y los *haul* (14%).
- Lo que más valoran en un *BookTuber* son la forma de expresarse (42%) y los libros de los que hablan (30%).
- Pese a seguir el fenómeno, a la mayoría no les gustaría crearse un canal de *BookTube* (68%) y otros sí (10%) lo tienen claro o están dudosos (18%).
- Los *BookTubers* más seguidos son: Javier Ruescas (21%), Andreo Rowling (9%) o Raquel Bookish (8%).
- La frecuencia de consumo de *BookTube* demuestra que es inferior a la semanal (53%), aunque hay personas que lo consumen de dos a tres días a la semana (22%).

BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHT, K. (2017). *Positioning BookTube in the publishing world: An examination of online book reviewing through the field theory*. Master thesis. Faculty of Humanities. Disponible en <http://hdl.handle.net/1887/52201>
- CAMARERO HERAS, M. C. (2017). *Animación a la lectura en inglés en Educación Primaria a través de la creación de un huerto literario de BookTubers*. Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Burgos. Disponible en: <http://rebiun.baratz.es/rebiun/record/Rebiun21498375>
- EHRET, C., et al. (2018). “The Role of Affect in Adolescents’ Online Literacies: Participatory Pressures in *BookTube* Culture.” *Journal of Adolescent & Adult Literacy*. 62(2), pp. 151-161. Disponible en: <https://doi.org/10.1002/jaal.881>
- GARCÉS ESTRADA, W.E. (2018). *BookTube como estrategia en la promoción y venta de libros en México*. Tesis de Licenciatura. Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/94991>
- GARCÉS ESTRADA, W.E. et al. (2018). “Rol que desempeña *BookTube* en la promoción y venta de libros en México” en *Ciudad, Género, Cultura y Educación en las regiones*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de

Ciencias para el Desarrollo Regional. pp. 752-776. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/3950>

TEDXTALKS. (2016). *La pasión en la lectura la ponen los jóvenes* | Sebastián García Mouret | TEDxYouth@Gijón. [Video online]. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=5es_G9-xInc

WOODS, D. (2018) "Four from YouTube". *The School Librarian*. 66(3), pp. 152. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/2111097254?accountid=14542>

La Planificación Estratégica como una oportunidad de mejora: hacia la conquista de una marca propia

AURORA GÓMEZ-PANTOJA

Subdirectora de Coordinación Técnica

Servicio de Archivo, Bibliotecas y Documentación

Universidad de Extremadura

MARÍA-TERESA MATEOS FERNÁNDEZ

Subdirectora de Recursos y Servicios

Servicio de Archivo, Biblioteca y Documentación

Universidad de Extremadura

A través de estas líneas haremos un recorrido por los planes estratégicos implantados en el Servicio de Biblioteca de la UEx, deteniéndonos en sus aciertos y aprendiendo de los errores cometidos.

Palabras clave: Plan Estratégico, planificación bibliotecaria, gestión bibliotecas universitarias, servicios bibliotecarios, mejora continua

STRATEGIC PLANNING AS A CHANCE FOR IMPROVEMENT:
TOWARDS THE CONQUEST OF A HOUSE BRAND

Abstract: This paper outlines the strategic plans introduced by the UEx Library Service by looking closely at the right choices and learning from past mistakes.

Keywords: Strategic plan, library planning, university libraries management, library services, constant improvement.

INTRODUCCIÓN

Con motivo de la puesta en marcha del 4.º Plan Estratégico del Servicio de Biblioteca de la UEx y a punto de cumplir los 20 años del inicio de una nueva estructura, recogida en los Estatutos, hemos decidido mirar al pasado para ver cómo hemos



cambiado durante estos años. Esta mirada no es en absoluto nostálgica sino, al contrario, queremos que sea precisamente un ejercicio de reflexión para comprender el proceso de cambio habido en estos años y, con ese bagaje, planificar un futuro de progreso. Queremos aprender de nuestros errores y aciertos para lograr un Servicio que diseñe buenos y flexibles servicios, se adapte al entorno colaborativo, esté desarrollado tecnológicamente y sepa devolver a su entorno todo el apoyo en la actividad docente y académica de la mejor calidad.

Creemos que lo mejor de todos nosotros, nuestra marca de la casa, radica en las capacidades, destrezas e imaginación de nuestro capital humano, que empezamos a desarrollar de la mano de los Planes Estratégicos.

1.º PLAN ESTRATÉGICO (2005-2007): COMENZAMOS

Al revisar este Plan, con la perspectiva actual, quisimos denominarlo “de la Srta. Pepis” porque realmente nos sentimos como niños con un juguete nuevo. Nuestras ganas de mejorar y nuestra implicación con el Servicio nos llevaron a diseñar un plan ambicioso, amplio y estratégicamente colaborativo con el entorno y otras instituciones. En estos momentos iniciales teníamos bastantes dificultades para sentirnos parte de algo o identificadas con una marca: nuestra amplitud y variedad de campus, los diferentes tipos de bibliotecas, la carencia de normativas, procedimientos etc., hacían que funcionásemos de manera descoordinada y muy “ad libitum”. Tal vez por ello, diseñamos acciones y objetivos que, bien sea por exceder de nuestro entorno, bien porque las estructuras aún no estaban lo suficientemente asentadas, se quedaron a medio camino. Pero todo ello sirvió para darnos cuenta de que estábamos bastante cerca de lograr nuestros propósitos: hacernos visibles y adquirir una “marca de la casa” que nos distinguiera por su calidad, eficiencia y cooperación.

Las características principales y las líneas de actuación de este plan fueron los siguientes:

Misión: Consolidar el Servicio de Bibliotecas

- Línea 1. *Estructura*: fijar el modelo bibliotecario.
- Línea 2. *Homogeneización*: avanzar en la normalización de los procedimientos y servicios prestados.
- Línea 3. *Recursos Humanos*: sensibilizar al personal del Servicio para trabajar en un proyecto común.
- Línea 4. *Servicios*: establecer el catálogo, la página web y los horarios como focos principales de actuación.
- Línea 5. *Relaciones dentro de la institución*: ganar en visibilidad y cooperar con otros servicios.
- Línea 6. *Relaciones externas*: abrirnos al entorno geográfico y profesional.

Objetivos consolidados

- Establecimiento de la Misión y Visión del Servicio de Bibliotecas de la UEx.
- Inicio de la visibilidad y presencia en entornos nacionales y regionales.

2.º PLAN ESTRATÉGICO (2008-2012): EL PLAN DE LOS HITOS

Con este 2.º Plan, nos propusimos crear una serie de objetivos, que nos distinguiera, que fueran “marca de la casa” dentro de la UEx. Nos vimos inmersos en nuevos planes académicos y nuevos entornos educativos (CRAI, Bolonia, etc.) e intuimos que debíamos adaptarnos a las nuevas necesidades que se nos exigían. Aprendimos también algo que hemos hecho nuestro y que ya no nos ha abandonado: la mejora y el aprendizaje continuo, la demanda de la inversión en nueva tecnología y la exigencia de un servicio de calidad.

Las líneas de actuación y la principal misión en la que trabajamos fueron:

Misión: Avanzar hacia un servicio bibliotecario ajustado al nuevo modelo educativo y mantener una línea de mejora continua

- Línea 1. *En el ámbito del aprendizaje*: avanzar hacia el formato CRAI.
- Línea 2. *En el ámbito de la investigación*: ampliar la colección electrónica y su acceso fuera de campus, promover el acceso y difusión del DIALNET, y creación del repositorio institucional DEHESA.
- Línea 3. *Colecciones*: diseñar una política de gestión de la colección, especialmente, de la electrónica, y mantener asignación presupuestaria específica para bibliografía recomendada.
- Línea 4. *Tecnología y Automatización*: desarrollar nuevos módulos en *Millennium* y adecuar el parque informático a las necesidades reales.
- Línea 5. *Instalaciones y Equipamientos*: adecuar las instalaciones a espacios CRAI.
- Línea 6. *Calidad y mejora*: sistematizar los procedimientos, mejorar las herramientas de recogidas de datos y poner en marcha mecanismos de control y mejora continua.
- Línea 7. *Personal*: diseñar la estructura del Servicio y creación de las Unidades Técnicas; iniciar la formación del personal del Servicio en Calidad e Intercambio de buenas prácticas con otras universidades.
- Línea 8. *Servicios*: avanzar en la normalización de los servicios ofrecidos, elaboración de guías temáticas y desarrollo de servicios telemáticos (fuera de campus y comunicación mediante sms).
- Línea 9. *Difusión, Extensión, Sociedad*: establecer planes de márketing, promoción de la lectura y responsabilidad social corporativa.

Objetivos consolidados

- Compromiso de implicación con DIALNET.
- Aumento y mejora de la conectividad fuera de campus.
- Normalización documentada de procesos, procedimientos, indicadores y servicios fundamentales.
- Implantación de un sistema de mejora continua.

3.º PLAN ESTRATÉGICO (2013-2017): ¡COMUNICANDO!

El objetivo principal de este nuevo Plan fue dirigir una mirada hacia los componentes de nuestro sistema (las comunidades de usuarios, la institución, el personal propio y el entorno) para conocer, incluso adelantarnos, a servicios necesarios, objetivos institucionales, competencias y talentos, y responsabilidad social. Estábamos, por tanto, obligados a potenciar las acciones de comunicación, internas y externas, y el uso de redes sociales; pensábamos y creemos firmemente, que sólo sabremos qué hacer si conocemos qué necesitan. Para su diseño y preparación, trabajamos de forma colaborativa en línea, compartimos lecturas de artículos y nos hicimos preguntas sobre qué líneas preferentes de actuación íbamos a elegir para intervenir.

MISIÓN: facilitar los mejores recursos y servicios a la comunidad universitaria para alcanzar los objetivos académicos, formativos y de investigación que la UEx demanda

- Línea 1. *Espacios y colecciones*: diseñar espacios acogedores y establecer un plan de adecuación de la colección.
- Línea 2. *Servicios*: diferenciar servicios por tipos y necesidades de usuarios y desarrollar un plan específico de biblioteca 2.0.
- Línea 3. *Tecnología*: acercar y hacer más accesibles los servicios mediante nuevos desarrollos tecnológicos:
 - RFID.
 - Acceso único al catálogo.
 - Mejorar la visibilidad y alcance de los servicios BUEx.
- Línea 4. *Gestión Interna*: desarrollar un sistema interno de gestión basado en la calidad y en las competencias profesionales.
 - Carta de Servicios.
 - Perfiles de competencias y tareas asociadas al desempeño del personal de Biblioteca de la UEx 2017.
- Línea 5. *Responsabilidad social y proyección*: alinearnos con propuestas establecidas por la institución en su política de RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA y ampliar vías de comunicación con usuarios, instituciones y sociedad.

Objetivos consolidados

- Carta de Servicios.
- Servicios web adaptados a dispositivos móviles. Autenticación única.
- Estructura de los recursos y servicios por tipos de usuarios.
- Buen posicionamiento en la clasificación de RR SS de Universidades.
- Creación de espacios acogedores y útiles para usuarios.

4.º PLAN ESTRATÉGICO (2019-2023): NUESTRAS PREPOSICIONES ¡CONECTA!

#bibliotecapara #bibliotecadesde #bibliotecahacia #bibliotecaen

Este Plan ha sido diseñado de forma participativa, mediante grupos de trabajo que han analizado las prácticas de otras bibliotecas, se han comunicado con los usuarios y han presentado propuestas concretas hasta delimitar seis retos que resumimos en:

- Reforzar el apoyo a la actividad docente, el aprendizaje y la formación de calidad.
- Aportar herramientas a diferentes etapas de la actividad investigadora.
- Flexibilizar espacios, recursos y actividades.
- Ayudar al desarrollo de capacidades y organización del personal bibliotecario.
- Incrementar alianzas de la biblioteca con el entorno.
- Proyectar una biblioteca activa y visible dentro y fuera de la institución.

El Plan afronta estos seis retos estructurándose en cuatro ámbitos de actuación (definidos por las preposiciones “en”, “para”, “desde” y “hacia”), 17 objetivos clave y 7 proyectos piloto.

MISIÓN: consolidar los avances conseguidos, insistir en las necesidades no resueltas y afrontar los nuevos retos en la profesión y el entorno

#bibliotecaen: lugar de encuentro físico y virtual

- Crear nuevos espacios de aprendizaje y estudio y comunicar a través de ellos.
- Desarrollo de una política global de depósitos.
- Potenciar la web como espacio.

#bibliotecapara: al servicio de la Comunidad Universitaria en el desarrollo de su actividad

- Reforzar el apoyo y la comunicación con el PDI mediante nuevas ofertas de actividades y recursos.
- Mejorar las herramientas y servicios en todas las etapas de la investigación.

- Atraer también al PAS y sus necesidades de información.
- Revisar los procesos de comunicación y captación de nuevos usuarios.

#bibliotecadesde: conjunto de profesionales cualificados y visibles

- Trabajar en las capacidades, flujos de tareas e información del equipo.
- Fomentar acciones y formas organizativas que potencien el trabajo colaborativo.
- Promover en el equipo la participación y la comunicación.

#bibliotecahacia: activa y visible en la sociedad y en la profesión

- Abrirnos a la sociedad fomentando acciones que impliquen una mayor visibilidad del SBUEX.
- Aumentar y potenciar las relaciones y las alianzas en nuestro entorno regional y nacional.

Quedan unos años para finalizar este último Plan, pero podemos afirmar que en estos años nuestro Servicio ha conseguido:

- Diseñar una política de Evaluación y Gestión de la Colección acorde con las necesidades de los usuarios, consolidando la inversión en recursos informativos de calidad y tener un portal único de acceso a todos ellos.
- Mejorar espacios y equipamientos, sobre todo tecnológicos, ampliar horarios y mejorar la atención a nuestros usuarios.
- Incorporarnos a las políticas medioambientalmente sostenibles de la UEX y mejorar nuestra eficiencia energética.
- Poner en marcha el Repositorio institucional, DEHESA y aprobar una política de Acceso Abierto de recursos, desarrollando acciones anuales de promoción, formación y divulgación del Acceso Abierto.
- Ayudas, durante los 3 últimos años, al Patrimonio Bibliográfico para la transformación de recursos digitales.
- Normalización de los nombres de autores en las principales Bases de Datos de Referencia.
- Diseñar herramientas formativas para investigadores y resto de usuarios difundiendo también y dando visibilidad a nuestra producción científica y apoyando a los grupos de investigación y resto de investigadores.
- Ampliar y mejorar la oferta formativa a los usuarios en competencias transversales.
- Fortalecer nuestra representación y presencia en diversos foros colaborativos y profesionales: REBIUN, G-9, Jornadas de Buenas Prácticas, Redes Sociales, etc.
- Incorporarnos al sistema de gestión de la calidad, con una carta de servicios aprobada, manual de calidad, indicadores, etc.
- Impartir un total de 26 cursos relacionados con competencias profesionales solicitadas.

CONCLUSIONES (AGP)

Como conclusión a este artículo queremos incitar a la reflexión personal, como profesional de la información, sobre la necesidad de soñar con el futuro de la biblioteca a la que pertenecemos cada uno de nosotros. Será aquella que cuente con profesionales versátiles, con espacios flexibles, medioambientalmente sostenible, con una mayor comunicación interna y externa, donde el USUARIO sea el centro de toda nuestra actividad, que conecte con la sociedad de su entorno y que sea el centro de la vida universitaria.

Y para lograrlo creemos imprescindible que cada componente del equipo conozca y practique conocimientos, habilidades y actitudes orientados hacia el trabajo colaborativo y cooperativo tanto internamente como con los usuarios.

Es una satisfacción, para ambas, presentar en este trabajo el resultado del esfuerzo y entusiasmo del personal del Servicio de Biblioteca a lo largo de estos años, lo que es reflejo de profesionalidad, compromiso y marca que deseamos de la casa.

BIBLIOGRAFÍA

Plan estratégico Rebiun 2020: 3.º <https://www.rebiun.org/sites/default/files/2017-11/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20REBIUN.pdf>

SOLIMINE, Giovanni, *Gestión y planificación en bibliotecas*. Buenos Aires: Alfagrama, 2010.

POLL, Roswitha, *Medición de la calidad: medición del rendimiento en las bibliotecas*. Madrid: IFLA: ANABAD, cop. 2009.

ARRIOLA NAVARRETE, Óscar, *Evaluación de bibliotecas: un modelo desde la óptica de los sistemas de gestión de calidad*. México D.F.: Colegio Nacional de Bibliotecarios; Buenos Aires: Alfagrama, 2006.

reportajes

opinión

Redes sociales

actualidad

bibliobuses

públicas

entrevistas

escolares

universitarias



Suscríbete

952 23 54 05

www.alonsoquijano.org

belen@alonsoquijano.org

Que no te lo cuenten...

¡Descúbrelo! #Huevalee++

LAURO ANAYA PENA

Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva

LUCÍA BASCÓN ESTEPA

Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva

MARÍA DEL VALLE RIEGO FERNÁNDEZ

Departamento de Servicios Bibliotecarios Provinciales de Huelva

Biblioteca Pública del Estado-Biblioteca Provincial de Huelva

Huevalee+ es un proyecto piloto de fomento de la lectura basado en la cooperación interinstitucional y el aprovechamiento equitativo de recursos y objetivos comunes. Supone, en última instancia, una apuesta sin precedentes para revitalizar las bibliotecas municipales y el fomento de la lectura a nivel provincial. Sobre la base de una cuidada selección bibliográfica presentada a los usuarios en atractivas guías de lectura y una política de incentivos personalizada, el objetivo último es revertir las bajas cifras de lectura entre los más jóvenes como nuevo paradigma de relación con los libros.

Palabras clave: Fomento de la lectura; Cooperación bibliotecaria; Literatura infantil y juvenil; Bibliotecas públicas municipales; Guía de lectura.

DON'T WAIT TO BE TOLD ABOUT IT... TRY IT FIRST-HAND! #HUELVALEE+

Abstract: Huevalee+ is a pilot project for the promotion of reading habits based on interinstitutional cooperation, a fair exploitation of resources and common objectives. Ultimately, this entails an unprecedented investment to revitalize local libraries and promote reading habits at a provincial level. A carefully assorted bibliographical selection is presented by way of attractive reading guides and a personalized policy of incentives. The ultimate goal is to overturn the low rate of reading habits among the young as a new paradigm of contact with books.

Keywords: Promotion of reading; Library cooperation; Children and youth literature; Local public libraries; Reading guide.



EL CONTEXTO

En el panorama del fomento de la lectura poco resta por ingeniar. Son múltiples –y loables en su mayoría–, las actividades que desde diferentes ámbitos se diseñan para cultivar el gusto por los libros. Pero no es menos cierto que con frecuencia estas iniciativas son más voluntaristas que efectivas; en buena medida adolecen de endogamia y suelen contar con recursos materiales y humanos escasos.

#Huelvalee++ es un programa provincial de fomento de la lectura basado en la cooperación interinstitucional y el compromiso de los actores del proyecto. Diputación de Huelva (Servicio de Publicaciones y Biblioteca), Junta de Andalucía (Biblioteca Pública Provincial) y 29 Bibliotecas Municipales de todas las comarcas onubenses comparten una iniciativa donde cada participante aporta en función de sus recursos y asume compromisos y resultados verificables empíricamente.

Los objetivos inicialmente marcados fueron mejorar y renovar el fondo infantil, promover el incremento de usuarios de esta sección y aumentar las cifras de préstamo. Como se detalla más adelante, el vehículo catalizador de la actividad es la edición de una guía de lectura ilustrada por artistas onubenses que recoge los libros adquiridos para las bibliotecas. Paralelamente, se establece un sistema escalonado de incentivos para los lectores y una extensa campaña de publicidad y marketing como refuerzo visual e identitario de la marca *#Huelvalee++*.

Es necesario señalar que, ajustado a los recursos de las entidades promotoras, la experiencia piloto se diseñó para 15 municipios de la provincia. La acogida inicial del programa, la demanda municipal y un esfuerzo económico extra permitió la incorporación de 14 bibliotecas más.

EL ESTADO DE LA CUESTIÓN Y EVALUACIÓN DE MEDIOS

En general, el panorama de las bibliotecas municipales onubenses no difiere en exceso de las del resto de la Comunidad: escasos recursos económicos y de personal, horarios reducidos de atención al público, identificación de la biblioteca exclusivamente como espacio de estudio, etc. En estas condiciones fomentar la lectura roza la heroicidad. Geográficamente, el desequilibrio poblacional y económico en la provincia es notorio, centrándose la población más rica y numerosa en la Costa y sus alrededores, y la menos favorecida en las Comarcas de la Sierra y el Andévalo. Más del 70 % de los municipios onubenses tiene menos de 2.500 habitantes; solo cinco municipios alcanzan los veinte mil y ninguno llega a los 30.000.

Una primera evaluación de medios muestra una radiografía previsible: para una campaña de estas características que aspire a no excluir ningún municipio por razones económicas, hay que asumir que la inversión debe ser realizada por las entidades promotoras, aportando los municipios cantidades simbólicas. En un diseño

cooperativo de la actividad, cada actor aporta los recursos que tiene, sean o no materiales. Las bibliotecas municipales no esquivan la obligación que tienen de informar del programa a los grupos sociales, de promocionarse en los medios locales y de proporcionar información útil al resto de los municipios para mejorar la actividad. El apoyo de las autoridades políticas a la campaña en cada uno de los municipios también ha sido de gran utilidad propagandística. Baste pensar en la instantánea de presentación del programa, con casi todos los alcaldes, diputados y delegados, amén de los bibliotecarios implicados, alrededor de una iniciativa lectora. Esta imagen simbólica tiene aún más fuerza si consideramos un consenso político más allá de siglas y coyunturas electorales.

Partiendo del principio básico de que lo que no se ve no existe, los recursos dedicados al conocimiento y promoción de la actividad han sido considerables. Esta promoción se ha llevado a cabo en dos direcciones. Una, más general, como herramienta de marketing de la actividad y, la segunda, más interna, en forma de incentivos personales para los lectores. En este último apartado, algunos ayuntamientos han propuesto incentivos adicionales para lectores de otros municipios. Las RR.SS., tanto privadas como institucionales, han jugado un papel muy activo en la difusión provincial de *#Huelvalee++*.

Los recursos personales ya eran justos cuando se proyectó la actividad para 15 municipios. Su extensión casi a la treintena con el mismo capital humano hizo que muchas jornadas laborales se prolongaran hasta bien entrada la tarde, sin más recompensa que la convicción personal. El horario de las bibliotecas municipales –mayoritariamente de tarde–, también duplicó en muchas ocasiones el trabajo de las coordinadoras del proyecto: Lucía Bascón, de la Diputación de Huelva y Valle Riego, de la Biblioteca Provincial. Meritoria, igualmente, la labor de los bibliotecarios y bibliotecarias municipales, que al trabajo propio de la actividad añadieron el argumentario para convencer a sus políticos de las bondades de la iniciativa.

Comprobamos, una vez más, cómo esta profesión sigue teniendo mucho de vocacional y hasta qué punto la actitud personal y el compromiso profesional son fundamentales para el buen término de iniciativas de este perfil.

***#HUELVALEE++*. FUNDAMENTO Y ESTRUCTURA Y OBJETIVOS**

#Huelvalee++ surge como experiencia piloto después de una reflexión conjunta sobre los libros, las bibliotecas y la cooperación interinstitucional en materia de fomento de la lectura en la provincia de Huelva. Este proyecto presenta como novedad inicial la colaboración entre dos instituciones que aúnan recursos y esfuerzos con el fin común de elevar la tasa de lectura y fomentar el uso de los servicios bibliotecarios entre la población infantil y juvenil de la provincia de Huelva.

Paralelamente, esta colaboración entre Fomento de la Lectura, unidad adscrita al Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva y la Biblioteca Pública Provincial, dependiente de la Consejería de Cultura y Patrimonio de la Junta de Andalucía, ha sido una apuesta sin precedentes para fortalecer y dinamizar el fomento de la lectura a través de las bibliotecas municipales. La colaboración entre las dos instituciones se cimentó sobre un trabajo conjunto de sus técnicas, Lucía Bascón y Valle Riego, que diseñaron la actividad, propusieron la logística, confeccionaron el material de la campaña y establecieron la estrategia de comunicación, de gran importancia en este tipo de iniciativas. Una vez madurada la idea y confirmados los recursos, se trasladó el proyecto a 15 municipios de las diferentes comarcas de la provincia. Finalmente, la iniciativa se extendió a 29 municipios, con la consecuente multiplicación de recursos económicos y logísticos.

La puesta en marcha de un proyecto de esta envergadura requiere un respaldo económico considerable. El grueso de la inversión ha sido asumido por la Diputación de Huelva y por la Biblioteca Provincial, y ha ido destinada a la adquisición de fondos bibliográficos para los pueblos participantes. Se ha suministrado un lote de 45 libros a cada municipio. Además de este gasto, la Diputación de Huelva ha asumido el coste derivado de la ilustración, diseño e impresión de una Guía de Lectura y del material de *merchandising* (marcapáginas, chapas, cartelería, libretas y camisetas). Por su parte, los ayuntamientos han aportado también una cantidad económica mínima –en función de unos tramos de población establecidos–, para la compra del resto de libros incluidos en la Guía que no han sido suministrados por la Organización. Pero esta colaboración no ha sido solo económica. También por primera vez en la provincia, Diputación, Junta de Andalucía y ayuntamientos han asumido un compromiso que confiere al libro y a las bibliotecas un protagonismo cultural poco habitual en relación a otras disciplinas.

El alma máter de #Huelvalee++ ha sido la elaboración de la Guía de Lectura impresa *Que no te lo cuenten... ¡Descúbrela!*, que se ha realizado a partir de una cuidada selección bibliográfica de libros publicados recientemente, tanto de ficción como informativos, y entre los que se han incluido obras de autores onubenses. La Guía está formada por un total de 112 títulos y ha sido ilustrada por tres artistas onubenses con tanto acierto que cada página es un mundo sugerente que invita a la lectura. Formalmente, la guía está estructurada en cuatro tramos de edad, dando cobertura a todos los usuarios de la Sala Infantil y Juvenil:

- Primeros lectores.
- A partir de 7 años.
- A partir de 9 años.
- A partir de 12 años.

Se ha incluido además una selección, siguiendo la misma segmentación de edad, de libros electrónicos disponibles en el servicio gratuito de préstamo *eBiblio Andalucía*.

Se han diseñado unas fichas muy sencillas “¡Me lo he leído!”, que los lectores complimentan cuando han leído un libro, con datos básicos que sirven tanto para comprobar que el niño o niña ha leído el libro como para contabilizar estadísticamente los libros más leídos de todos los ofertados. Estas fichas deben cumplimentarlas cada vez que lean un libro y es imprescindible para que se les de una pegatina con la cubierta del libro leído, que pegarán en su “Diario de lectura”, localizado al final de la guía.

Se ha establecido un sistema de incentivos que refuerce el préstamo de libros, entendiéndolo como señuelo o medio, pero en ningún caso como un fin en sí mismo. Con la lectura del primer libro se entrega un marcapáginas con ilustraciones de la Guía; con la lectura del tercer libro se les entrega una chapa; con el sexto libro una libreta y, al completar la lectura de 10 libros, se les hará entrega de una camiseta alegórica del Proyecto. A los tres primeros lectores /lectoras de cada municipio participante que complimenten dos Guías de Lectura se les entregarán 4 entradas para acceder de manera gratuita al Muelle de las Carabelas y al Parque Celestino Mutis, en el entorno de La Rábida, situado en el municipio de Palos de la Frontera. Con posterioridad, el ayuntamiento de Aracena propuso un nuevo incentivo familiar en la famosa gruta de la ciudad.

Los objetivos principales de este proyecto han sido acercar la lectura a la población infantil y juvenil de la provincia de Huelva, fomentar el uso de sus bibliotecas públicas municipales y aumentar sus fondos bibliográficos. Para poder alcanzar este objetivo final, se han programado otros objetivos secundarios, no por ello menos importantes, y que han motivado la puesta en marcha de *#Huelvalee++*:

- Incrementar y actualizar las colecciones bibliográficas infantiles y juveniles de las bibliotecas públicas municipales de la provincia de Huelva.
- Concienciar a los ayuntamientos de la importancia de invertir en las bibliotecas para actualizar y renovar sus colecciones bibliográficas, y demostrar que el ROI en bibliotecas es beneficioso para la sociedad.
- Elaborar una Guía de Lectura atractiva, cómplice de los intereses de los lectores, con una cuidada selección bibliográfica, actualizada, variada y de calidad.
- Dar a conocer la producción bibliográfica infantil y juvenil onubense.
- Contar con la participación de los ilustradores de libros onubenses. Para ello se hizo una oferta pública a la que presentaron sus propuestas de diseño diversos profesionales de la provincia. Finalmente, los tres que participaron en la convocatoria diseñaron en colaboración la guía: Desirée Acevedo, Miguel Montaner y Eveline Rodríguez.
- Promocionar eBiblio Andalucía, importante servicio de préstamo gratuito de libros electrónicos que se ofrece a los usuarios de las bibliotecas públicas de nuestra comunidad.

- Implicar a los bibliotecarios en el proyecto como dinamizadores de la actividad en sus municipios, donde deberán diseñar un mínimo de dos actividades para dar a conocer el programa.
- Aumentar las actividades de fomento de la lectura en las bibliotecas municipales de la provincia.
- Implicar a las familias y centros educativos como agentes activos en la tarea de fomentar la lectura entre los más pequeños.
- Aumentar el número de socios infantiles y juveniles de las bibliotecas públicas municipales.

GÉNESIS DEL PROYECTO: CRONOLOGÍA DE #HUELVALEE++

El Proyecto se comenzó a gestar en agosto de 2018 y su presentación oficial se realizó el 1 de abril de 2019, de forma que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2019.

Se han realizado numerosas sesiones de trabajo en equipo entre los Técnicos de Biblioteca de Diputación de Huelva y del Departamento de Servicios Bibliotecarios Provinciales de la Biblioteca Provincial de Huelva, desde el mes de agosto de 2018 hasta la actualidad, que el Proyecto se está desarrollando.

Una vez que se tenía vía libre por parte de los responsables políticos de cada institución para llevar a cabo en común el Proyecto, se hizo una primera toma de contacto durante agosto y septiembre de 2018 con los bibliotecarios municipales de la provincia de Huelva vía correo electrónico, para ver si había disponibilidad e interés para adherirse al programa.

Tras obtener una respuesta afirmativa, se procedió a solicitar dotación de presupuesto en cada una de las dos instituciones principales implicadas. Además, los técnicos de la Organización comenzaron a realizar una ardua labor de selección de libros por diferentes tramos de edades, eligiendo libros actuales y de temática de interés para cada edad, seleccionando tanto libros de ficción como informativos, que son los menos presentes en las bibliotecas públicas municipales de la provincia.

De manera simultánea a la selección bibliográfica, en diciembre de 2018 se realizó una primera información oficial a los alcaldes de todos los ayuntamientos mediante carta postal nominativa, firmada por la Delegada Provincial de Cultura en Huelva y por la Diputada de Cultura de Diputación. Los ayuntamientos interesados debían manifestar su interés por escrito para recibir información complementaria sobre cuáles serían los beneficios recibidos y su implicación. Como hemos indicado anteriormente, se establecieron tramos de población, y en función de dichos tramos, el ayuntamiento debía invertir el dinero que le correspondiese en la compra de libros de un listado suministrado por la Organización. Ese listado estaba formado por los

libros de la Guía de Lectura “Que no te lo cuenten... ¡Descúbrela!” que no fueron incluidos en el lote de 44 títulos proporcionados a cada municipio. Todo ello con la idea de que cada biblioteca tuviese el mayor número posible de títulos incluidos en la Guía de Lectura.

En enero de 2019 se inició el proceso de selección de los ilustradores que diseñarían la Guía de Lectura, y a finales de febrero de 2019 se decidió el reparto del trabajo entre los tres artistas que aparecen en la guía. Se hizo una distribución equitativa de las ilustraciones necesarias, de forma que los tres tuviesen el mismo protagonismo gráfico.

Durante los meses de febrero y marzo de 2019 se adquirieron los títulos seleccionados y se procedió a su catalogación en el programa de gestión bibliotecaria *AbsysNET*, para facilitar a los bibliotecarios añadir los datos de sus ejemplares una vez que recibieran sus respectivos lotes bibliográficos.

El 1 de abril de 2019 se presentó el Proyecto *#Huelvalee++* en rueda de prensa, que contó con Lourdes Garrido, Diputada de Cultura de Diputación de Huelva, y con José Manuel Correa, Delegado Provincial de Cultura en Huelva. Además, asistieron los alcaldes y alcaldesas, concejales y responsables de las bibliotecas de los 29 municipios adheridos al Proyecto, junto con los miembros de la Organización del Proyecto y los ilustradores de la Guía de Lectura. Con posterioridad a la rueda de prensa, el personal técnico responsable del Proyecto tuvo una reunión con los bibliotecarios y bibliotecarias que pudieron asistir al evento para explicarles en persona el funcionamiento del mismo y se les entregaron unas pautas con los puntos principales de la actividad.

En los días siguientes también se envió el listado de títulos de la Guía de Lectura que debían adquirir los municipios en función de su población y el plazo para adquirirlos y enviar copia de la factura de compra.

Durante el mes de abril se formaron los lotes bibliográficos adquiridos por la Organización y a finales de abril de 2019 se comenzó la remisión a cada uno de los municipios participantes.

Se produjo un atraso indeseado debido a que varios de los títulos comprados estaban agotados y hubo que esperar en algún caso a una nueva edición. A principios de junio de 2019, todos los municipios tenían tanto el lote remitido por la Organización del Proyecto como los libros adquiridos por sus ayuntamientos, de forma que tenían todo el mes de junio para realizar la presentación del Proyecto en sus municipios.

#Huelvalee++ por tanto, llegó al público destinatario en junio de 2019, y en todos los municipios ha tenido muy buena acogida en centros educativos, familias y usuarios.

BENEFICIARIOS

En mayor o menor medida, consideramos cuatro beneficiarios principales del Proyecto.

En primer lugar, y objetivo básico del programa:

- Los niños y niñas de los municipios, que con frecuencia no acuden a las bibliotecas porque los libros están obsoletos, no son actuales ni atractivos o no recogen los temas que más les interesan. A la hora de hacer la selección bibliográfica, se ha realizado un exhaustivo estudio de la oferta editorial infantil y juvenil más actual, optándose por la calidad, la variedad y el equilibrio entre la ficción y la información en cada tramo de edad.

Dos:

- Los profesionales de las bibliotecas públicas municipales de la provincia de Huelva. Muchos municipios hace ya años que no destinan presupuesto a la renovación de los fondos bibliográficos de sus bibliotecas. Este proyecto ha supuesto una inyección importante en la renovación de fondos y también ha retomado el protagonismo del bibliotecario/a en el panorama cultural local.

En tercer lugar:

- Los ayuntamientos, y nos referimos especialmente al *staff* político, que ha tomado conciencia de la importancia de la biblioteca –aunque sea de manera puntual– y de cierto compromiso económico que supone participar en el proyecto. Posiblemente, el impacto mediático también ha contribuido al interés, como lo atestigua el número de municipios que solicitaron participar después de la presentación del proyecto.

Y finalmente, los padres. Todos los que nos dedicamos al fomento de la lectura sabemos la importancia de los padres como respaldo en el hábito lector. Por los sectores de edad implicados, un número considerable de niños se acercan con sus padres o hermanos mayores a la biblioteca, donde son informados de los incentivos y dinámica del Proyecto. Previamente, muchos padres ya habían acudido a reuniones informativas en el colegio, AMPA, Guadalinfo, para que supieran de la actividad. La implicación de las familias en la formación y consolidación de lectores es fundamental.

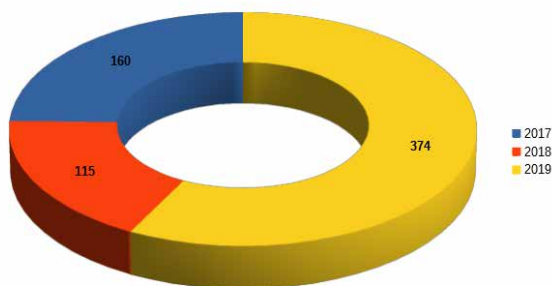
ALGUNOS DATOS

Dado el poco tiempo de vigencia del proyecto, aún no podemos hablar de evaluación. Consideramos que la evaluación será una de las partes más interesantes y reveladoras de #Huelvalee++ cuando se analicen los indicadores en perspectiva,

pero en este punto de desarrollo de la actividad solo podemos inferir algunos datos reveladores.

15 de los 29 municipios que participan en el proyecto no habían invertido un solo euro en adquisición bibliográfica en los últimos tres años. Para participar en #Huelvalee++ los municipios están obligados a contribuir (de forma variable en función de sus habitantes), en la adquisición de libros para la campaña. Es decir; se obliga al ayuntamiento a invertir en su biblioteca municipal si quiere adherirse al programa.

El diseño de cada presentación en los municipios, la cobertura mediática y la excelente selección bibliográfica han contribuido, y mucho, a que las bibliotecas municipales participantes hayan tenido una demanda de nuevos socios explosiva desde junio de 2019. El número de lectores, sumados los 29 municipios participantes, en junio, julio y agosto de 2017 era de 160. En 2018, esta cifra decae hasta los 115 nuevos lectores. Pero en 2019 alcanza los 374 nuevos usuarios, incrementándose de manera especial a partir de junio, mes en que se realizaron las presentaciones. Este dato nos informa de cómo la campaña está generando demanda, pero a la par introduce un elemento de inquietud: ¿el incremento abrupto de lectores se debe más al atractivo de la oferta bibliográfica o a los incentivos que la acompañan? Con otras palabras, ¿habremos convertido un medio en un fin en sí mismo? Solo cuando evaluemos con todos los datos tendremos la respuesta.



*Figura 1. Número de nuevos lectores infantiles
Junio, julio y agosto, 2017-2019*

El préstamo de libros sigue una progresión pareja a la de los lectores. Como en los casos anteriores, siempre tomamos las cifras de junio, julio y agosto de los últimos tres años. A esta altura del ejercicio, el número de préstamos es de 6.543 libros entre niños y jóvenes de los municipios participantes; casi el 50 % más que todo el año anterior. Por idénticas razones, también aquí expresamos las mismas inquietudes a la

hora de atribuir el incremento del préstamo y desconocemos si los incentivos materiales de la lectura juegan un papel excesivo y nocivo en las cifras.

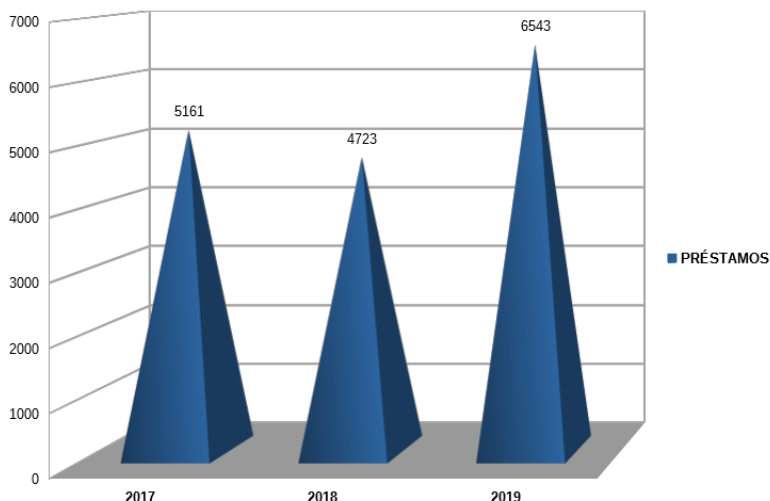


Figura 2. Préstamos infantiles. Junio, julio y agosto, 2017-2019

Más allá de los datos, durante meses en nuestra provincia el libro y las bibliotecas han estado –y esperamos que sigan– en la vida diaria de muchos vecinos. Y para celebrarlo, la maravillosa sentencia de Quevedo que nos recordaba que Los Libros, si no siempre entendidos, siempre abiertos.

CONCLUSIONES

A modo de conclusiones –teniendo presente que la experiencia sigue desarrollándose y por tanto quedan muchos aspectos por evaluar–, podemos adelantar algunas respuestas.

Lejos de ser mera opción, la cooperación interinstitucional en materia de fomento de la lectura debería considerarse como un objetivo estratégico en la planificación. El proceso, en general, es lento y a veces complicado, pero nuestra experiencia apunta que sumar es la opción más conveniente.

Esta colaboración debe entenderse entre iguales, con independencia de las aportaciones específicas que cada administración realice al proyecto. Un planteamiento pragmático en las negociaciones, así como resaltar el valor específico de las partes contribuye a generar un magma laboral muy conveniente para la actividad.

Hemos constatado, igualmente, la importancia que tiene la implicación y el apoyo del *staff* político de las entidades participantes en el proyecto, y la conveniencia de mantenerlo informado de los logros que se vayan alcanzando y de las dificultades que surjan. Dicho lo anterior, hemos de reconocer que un elemento fundamental en la génesis y planificación del programa ha sido el trabajo conjunto del personal técnico que ha coordinado todo el trabajo. Un afortunado encuentro de entrega y vocación, no siempre valorado en nuestra profesión.

Por el contrario, la política de incentivos se revela como un instrumento que debe utilizarse con reserva y sentido común. En caso contrario, corremos el riesgo de convertir en fin lo que únicamente es un medio. Poner los límites en este tema es labor de los profesionales de las bibliotecas municipales. El principal atractivo debe sustentarse siempre en la adecuada selección bibliográfica que persigue cautivar a los lectores y que se materializa en la Guía.

En un contexto más genérico, valorar la estrategia de comunicación (RR.SS., TV local, cartelería, AMPAS, etc.) y la implicación del entorno más cercano al niño –en especial el de su familia y amigos–, nos permitirá conocer datos de gran interés para la evaluación de la actividad, que aún no podemos avanzar.

Anexo 1

#Huelvalee+ en las redes sociales

Referencias generales en RSS al proyecto #Huelvalee+

- Diputación de Huelva (1 de abril de 2019). La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee++ llega a 29 municipios de la provincia de Huelva Recuperado de <http://www.diphuelva.es/prensa/La-campana-de-fomento-de-lectura-infantil-y-juvenil-Huelvalee-llega-a-29-municipios-de-la-provincia-de-Huelva/>
- Diputación de Huelva [@DipuHU] (1 de abril de 2019) La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee++ llega a 29 municipios de la provincia de Huelva [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/DipuHU/status/1112696893669298176>
- EuropaPress (1 de abril de 2019) La campaña de Diputación de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee++ llega a 29 municipios de la provincia. Recuperado de <https://www.europapress.es/andalucia/huelva-00354/noticia-campana-diputacion-fomento-lectura-infantil-juvenil-huelvalee-llega-29-municipios-provincia-20190401150916.html>
- Huelva Televisión (4 de abril de 2019). Gran Vía Magacine. Recuperado de <http://s403294485.mialojamiento.es/VIDEOS/2019/GRAN%20VIA/ABRIL/GV%2003-04-19%20BLQ2.mp4>

*Referencias en RSS a los municipios participantes**Almonte:*

- Doñana Comunicación (28 de junio de 2019). Programa Fomento de Lectura. [Archivo del video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=c06OJTr9n3g>
- Biblioteca Municipal Almonte "Ana M^a Matute"-CER [@bibliotecaanamariamature] (17 de julio de 2019). Te invitamos a que leas. Desde primeras edades hasta 14 años. En biblioteca de Almonte [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/bibliotecaanamariamature/?ref=br_rs

Aracena:

- Ayuntamiento Aracena [@AytoAracena] (2 de abril de 2019). #ARACENA SE SUMA A LA CAMPAÑA DE FOMENTO DE LA #lectura INFANTIL Y JUVENIL #Huelvalee++ de @DipuHU y @bibhuelva A la presentación de la campaña en #Huelva asistieron la Concejala de #Cultura y #educacion Ana Torres y la bibliotecaria municipal Chus Martín [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoAracena/status/1113016673827786753>
- BibliotecaAracena [@BibliotecaAracena] (18 de junio de 2019). En unos días tod@s los niñ@s de Aracena y sus aldeas (+ de 3 años hasta + 12 años) podrán apuntarse al programa de Fomento a la Lectura #Huelvalee++. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/Biblioteca-Aracena/>

Ayamonte:

- HuelvaYa.es (10 de julio de 2019). Ayamonte presenta el proyecto Huelvalee+ Que no te lo cuenten. HuelvaYa.es: el periódico digital de Huelva. Recuperado de <https://huelvaya.es/2019/07/10/ayamonte-presenta-el-proyecto-huelvalee-que-no-te-lo-cuenten/>

Beas:

- Ayuntamiento de Beas [@aytobeas] (5 de junio de 2019). Presentación programa #Huelvalee++ [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/aytobeas/posts/1169858916512801?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D

Calañas:

- Ayuntamiento de Calañas Información [@aytocalanas] (2 de abril de 2019). Un lunes cargado de actividad y gestión municipal... En esta misma mañana José Manuel Borrero, concejal del Ayuntamiento de Calañas asiste a la presentación del Proyecto de Fomento de la Lectura #Huelvalee++ [Publicación

de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/aytocalanas/posts/1028695397340678>

Campofrío:

- Tinto Noticias. (1 de abril de 2019). Un proyecto piloto fomenta la lectura en Campofrío. Tinto Noticias: el periódico de la Cuenca Minera. Recuperado de <https://tintonoticias.com/un-proyecto-piloto-fomenta-la-lectura-en-campofrio/>

Cartaya:

- Carmen Sara Floriano [@carmensaraftp] (10 de junio de 2019). Este miércoles 12 de junio, a las 19.00 h, estaré "Descubriendo un mundo de historias" en la Biblioteca de Cartaya (Huelva) en la presentación de la Campaña de Fomento de la Lectura #Huelvalee++ ¡te esperamos! @Ayto_Cartaya @AndaluciaJunta @DipuHU [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/carmensaraftp/status/1137990852427571203>
- Ayuntamiento de Cartaya: el espacio de encuentro con la gestión de la ciudad. (14 de junio de 2019). Campaña de Fomento de la Lectura en la Biblioteca de Cartaya. Recuperado de <http://cartaya.es/es/noticias/campana-de-fomento-de-la-lectura-en-la-biblioteca-de-cartaya>

Corteconcepción:

- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (16 de julio de 2019). #huelvalee+ #bibliotecacorteconcepcion#gymkana [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1151083061079105536>
- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (25 de julio de 2019). #Huelvalee++ #gymkanadivertida#leeresdivertido#bibliotecamunicipaldecorteconcepcion [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1154351396482945025>

Galaroza:

- Línea verde Galaroza. (14 de junio de 2019). Llega a la Biblioteca Pública de Galaroza el Programa de Fomento de la Lectura #Huelvalee++ “Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo!” Recuperado de <http://www.lineaverdegalaroza.es/lv/comunicaciones.asp?comunicacion=14853>
- Blas Infante (@blasinfante) (17 de junio de 2019). Un día maravilloso con el alumnado del CEIP Hnos Arellano #Huelvalee++ este verano tenemos la mejor de las opciones... la lectura!!!. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.blasinfante>

Hinojos:

- Ayuntamiento Hinojos [@AytoHinojos] (17 de junio de 2019). Nos sumamos al proyecto de la @DipuHU #HuelvaLee+. Mañana a las 11:00h en la Casa

de la Cultura se organizará un evento para fomentar la lectura. Participarán los alumnos del @colehinojos pero también queda abierto a familiares y vecinos. Están invitados! [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoHinojos/status/1140584143035731968>

Isla Cristina:

- Ayuntamiento de Isla Cristina (4 de abril de 2019). Presentada la campaña de fomento de la lectura #Huelvalee++ . Recuperado de <http://wp.islacristina.org/2019/04/04/presentada-la-campana-de-fomento-de-la-lectura-huelvalee/>
- La Higerita.com (10 de junio de 2019). Isla Cristina se suma a la campaña #Huelvalee++ para el fomento de la lectura entre niños y jóvenes. Recuperado de <https://www.lahigerita.com/isla-cristina-se-suma-a-la-campana-huelvalee-para-el-fomento-de-la-lectura-entre-ninos-y-jovenes/>

Moguer:

- Ayuntamiento de Moguer (2 de abril de 2019). Moguer participa en la campaña de fomento de lectura #Huelvalee++ impulsada por Diputación y Biblioteca Provincial. Recuperado de <http://www.moguer.es/es/ayuntamiento/noticias/Moguer-participa-en-la-campana-de-fomento-de-lectura-Huelvalee-impulsada-por-Diputacion-y-Biblioteca-Provincial/>
- Ayuntamiento de Moguer [@AytoMoguer] (17 de junio de 2019). Presentación Guía HuelvaLee. El martes 18 a las 7 de la tarde se presenta en la Biblioteca Pública de Moguer la guía para incentivar la lectura infantil y juvenil #Huelvalee++ , una iniciativa de la Diputación a la que se ha sumado nuestro municipio. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/AytoMoguer/posts/?ref=page_internal

Niebla:

- Ayuntamiento de Niebla [@ayuntamientoniebla.gabineteprensa] (1 julio de 2019). Se da a conocer la campaña Que no te lo cuenten.... ¡Descúbrelo! #Huelvalee++ [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/ayuntamientoniebla.gabineteprensa/photos/nueva-exposici%C3%B3n-en-la-casa-de-la-cultura-nieblaescultura/1777755152293524/>

Paymogo:

- Ayuntamiento de Paymogo [@Ayuntamiento-de-Paymogo] (24 de junio de 2019). El Ayuntamiento de Paymogo, a través del Área de Cultura, pone en marcha el proyecto #HuelvaLee++ , impulsado por la Diputación de Huelva, para el fomento de la lectura infantil y juvenil en el municipio. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/Ayuntamiento-de-Paymogo-476956009126143/posts/?ref=page_internal

Puebla de Guzmán:

- Biblioteca Pública Municipal Puebla de Guzmán [@biblioteca.puebladeguzman] (14 de junio de 2019). Una vez presentado a los alumnos del CEIP Sebastián García y del IES del Andévalo (1.º ESO) e informado a los padres y madres a través de una carta, la puesta en marcha del Programa de Fomento de la Lectura #Huelvalee++ está siendo un éxito. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.puebladeguzman/>

Rociana del Condado:

- Ayuntamiento de Rociana del Condado [@ayuntamientoderociana] (1 de abril de 2019). Rociana, uno de los 29 municipios onubenses que participan en #Huelvalee++, la campaña de fomento de lectura infantil y juvenil de la Diputación de Huelva. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/ayuntamientoderociana/posts/1181582952013098/>
- Ayuntamiento de Rociana del Condado [@AytoRociana] (25 de junio de 2019) #HuelvaLee+ #RocianaLee+ Un proyecto que esta tarde se presentará en la Plaza de España en el acto de entrega de reconocimientos académicos y de la presentación de Microrelatos realizados por los mismos alumnos de los centros educativos. A las 20,30h, os esperamos!! [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoRociana/status/1143450818072469508>

San Silvestre de Guzmán:

- Ayuntamiento San Silvestre de Guzmán [@sansilvestredeguzman.es] (1 de abril de 2019). LA CAMPAÑA DE LA LECTURA INFANTIL Y JUVENIL #Huelvalee++ LLEGA A NUESTRO PUEBLO. El proyecto de fomento a la lectura #Huelvalee++, una experiencia piloto promovida conjuntamente por el Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación y la Biblioteca Pública Provincial. [Publicación de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/sansilvestredeguzman.es>

Trigueros:

- Trigueros Cultura [@CulturaTrigueros] (28 de junio de 2019) El pasado 20 de junio desde la Concejalía de Cultura, tuvo lugar la presentación del proyecto de animación lectora entre la población infantil y juvenil #Huelvalee++. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/CulturaTrigueros/>

Villarrasa:

- Biblioteca Municipal de Villarrasa [@bibliotecamunicipaldevillarrasa] (1 de abril de 2019). En la mañana de hoy, hemos estado presente en la presentación del proyecto #Huelvalee++ ,donde la biblioteca municipal de Villarrasa

es una de las 29 bibliotecas de la provincia que se suman a esta iniciativa. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevallarrasa/posts/1130952410420748>

- Biblioteca Municipal de Villarrasa [@bibliotecamunicipaldevallarrasa] (10 de julio de 2019). Continuamos divirtiéndonos, con el Proyecto de fomento de la lectura #Huelvalee++, hoy hemos recibido algunos títulos muy interesantes y seguimos premiando a todos los lectores. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevallarrasa/posts/1130952410420748>
- Biblioteca Municipal de Villarrasa [@bibliotecamunicipaldevallarrasa] (18 de julio de 2019). En la ludoteca de Villarrasa, también se fomenta la lectura, en la mañana de ayer acudieron niños y niñas a la Biblioteca para recoger sus “Guías de lectura” y así poder formar parte de este Proyecto tan divertido #Huelvalee++ Villarrasalee+. El verano siempre es más entretenido con un buen libro. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevallarrasa/posts/1130952410420748>

Anexo 2

Dossier gráfico



Imagen 1. Cubierta de la Guía



Imagen 2. Incentivos a la lectura.



Imagen 3. Presentación del Proyecto #Huelvalee++ en algunos municipios.

Servicios bibliotecarios con consonancia emocional: Tutoría bibliotecaria

CLAUDIA MONSERRATH SÁNCHEZ ROCHA
Universidad Pedagógica Nacional (México)
Doctorante de la Universidad de Zaragoza en el programa
Información y Comunicación

Las bibliotecas de las instituciones de educación superior han desarrollado servicios que con el tiempo se han especializado, cumpliendo así uno de sus objetivos, el cual es, atender las necesidades institucionales y de las comunidades que a ella acuden. Dentro de los usuarios que atienden, están los estudiantes que realizan el TFG, quienes atraviesan un proceso complejo que implica una dimensión intelectual y una emocional, por ello el acompañamiento es clave para que lo concluyan. En esta ponencia se propone que el bibliotecario se sume a dicho acompañamiento, que aquí se denomina tutoría bibliotecaria. La cual incluye el desarrollo de competencias de acceso, evaluación y uso crítico y ético de la información y a la par considera las emociones de los estudiantes, generando con ello una interacción que motiva acciones complejas.

Palabras clave: Bibliotecas universitarias, Estudiantes de TFG, Servicios especializados, Tutoría bibliotecaria, Emociones.

LIBRARY SERVICES WITH EMOTIONAL HARMONY LIBRARY TUTORIAL

Abstract: The libraries of higher education institutions have developed increasingly specialized services over time, thus meeting the needs of institutions and the communities that use them. Among their users are students working on their degree dissertation (TFG). The latter users are in a complex process that involves both an intellectual and an emotional dimension, so support is crucial for successful completion of their dissertations. This paper suggests that the librarian should take part in this process, here under the name of 'library tutorial'. It involves the development of the competences of access, evaluation and critical and ethical use of



information. Also, it takes into consideration the students' emotions, which creates an interaction that triggers complex actions.

Keywords: University libraries, Final Degree Dissertation students, Specialised services, Library tutorial, Emotions.

INTRODUCCIÓN

En esta ponencia se abordan los desafíos que supone el acompañamiento a estudiantes que se encuentran realizando el Trabajo Fin de Grado (TFG), es decir, aquellos usuarios que tienen necesidades de información muy específicas relacionadas con su investigación, pero que al mismo tiempo atraviesan por un proceso personal cargado de expectativas y motivaciones, pues con ese trabajo se culmina una parte de su formación académica, a la vez que los prepara para el ámbito profesional.

Dicho acompañamiento suele estar asociado al docente o académico que dirige su investigación, mientras que la biblioteca por medio de los servicios que presta, asume tareas formativas relacionadas con el acceso, la evaluación y el uso ético de la información, lo cual muchas veces ocurre de manera breve en un par de sesiones. Sin embargo, permítanme plantear una cuestión: ¿pueden los bibliotecarios ser parte del acompañamiento tan necesario a los estudiantes que se encuentran en ese entramado académico-personal de un modo cercano y empático? Y con cercano me refiero a conocer precisamente sus expectativas y motivaciones, lo que supone considerar sus emociones, miedos e incertidumbres a lo largo del proceso de elaboración del TFG y hasta su conclusión.

Esto último es una característica fundamental de la tutoría, el acompañamiento sostenido por un periodo de tiempo.

Y por otro lado, permítanme añadir algo más, ¿ese acompañamiento adicional de parte del bibliotecario puede impactar de manera positiva en la conclusión del TFG? Estas y otras interrogantes son tratadas a lo largo de la ponencia.

LA TUTORÍA EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

A continuación, desarrollo la idea de acompañamiento que proviene de la tutoría, propuesta por González Pérez y Solano Chía (2015), Quintanal y Miraflores (2013), González Juárez, (2015) y Álvarez, Asensio, Forner y Sobrado (2006), la cual es propia del ámbito educativo y ha sido fuertemente impulsada en las instituciones de educación superior, ejercida primordialmente por docentes. Sus fines son diversos, entre ellos: mejorar la calidad educativa por medio de una formación integral, brindar un trato personalizado en el que sea posible conocer de cerca a los estudiantes y sus necesidades, identificar de manera puntual aquello que puede ser un

obstáculo, por ejemplo, la falta de orientación en la temática elegida o enfrentarse a exigencias educativas altas, así como a aspectos metodológicos rigurosos. También, la tutoría es una estrategia con la cual se ha buscado disminuir la deserción y el abandono escolar en los primeros años y para el caso de quienes egresan, que lo hagan de manera óptima, esto es titulándose.

Hay diferentes tipos de tutoría: la grupal y la individual, también se diferencian según el propósito que tienen; entre ellas está la tutoría de asignatura, la tutoría de carrera y la que se enfoca en la titulación.

En esta última se pretende que el tutor identifique junto al estudiante las dificultades por las que puede atravesar al realizar su investigación y al mismo tiempo le proporciona una guía. Esta tutoría tiene la cualidad de que se mantiene en el tiempo y se realiza a lo largo del proceso de elaboración de la investigación, teniendo como base un plan a seguir hasta su conclusión, siempre de manera integral.

Con lo anterior se entiende que se lleva a cabo considerando los aspectos académicos, entre los que destacan: el procesamiento temático, organización y síntesis de la información recabada, análisis metodológico, así como los diferentes aspectos de la vida del estudiante entorno al proyecto académico que desarrolla. De este modo al examinar juntos lo que puede obstaculizar el progreso es posible enfocarse en la resolución de los conflictos y concluir la investigación.

Por su parte, para muchos estudiantes de grado el TFG es el trabajo más largo en el que han participado y según Wisker, Exley, Antoniou y Ridley (2012) a menudo el solo hecho de comenzar es desalentador, por ello es fundamental hacerles ver que:

- Están llevando a cabo una investigación que implica diferentes fases.
- Están redactando una tesis que tendrán que revisar numerosas veces.
- Están haciendo muchas otras cosas a la par, unas previsibles y otras no tanto.

Y por ello “es crucial que el estudiante aprenda a dominar el proyecto y a desarrollar las destrezas de investigación y de redacción adecuadas que le permitan llevar a cabo futuros proyectos de investigación. En consecuencia, esta es una actividad tanto personal como interpersonal, centrada en el desarrollo de destrezas y en la realización de un proyecto.” (WISKER *et al.*, 2012, p. 76).

De ahí la importancia de la socialización, esto significa que el estudiante tenga una red de recursos tanto materiales como humanos que le den soporte a lo largo de la elaboración del TFG.

LA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA Y SUS SERVICIOS

Con respecto a esto, el bibliotecario no está al margen, por el contrario, la biblioteca universitaria tiene como misión permanecer al tanto de las demandas institucionales y de la comunidad académica y estudiantil. Por ese motivo, la tutoría es

una posibilidad para el bibliotecario, así como todos sus beneficios, con lo cual no se descartan los retos que su práctica supone.

Hablemos un momento de lo que ya hacen las bibliotecas universitarias, en donde existen servicios especializados que suelen estar enfocados en la búsqueda y recuperación de información, lo que conocemos como servicio de orientación y referencia, y también aquéllos que tienen que ver con la formación y alfabetización de usuarios de la información. Sobre esto Sander (citado por PINTO, SALES y OSORIO, 2008) explica que el bibliotecario antes de ser un mediador pasivo, era especialmente activo y consciente de su finalidad formadora de la comunidad.

Al respecto, cabe recordar que no pocas veces los estudios de usuario son una directriz importante en el diseño de nuevos servicios, tanto si se lleva a cabo un estudio, como si se considera la teoría que existe al respecto, en donde suele incluirse el aspecto emocional.

Al realizar una revisión general de los servicios que prestan actualmente bibliotecas universitarias españolas se encuentra una gran variedad y diversidad. A pesar de ello es posible ver que tienen la misma naturaleza, entre los que se encuentran los siguientes.

Servicios generales

- Préstamo, renovación y reserva.
- Información al usuario.
- Novedades bibliográficas.
- Sugerencia de una compra.
- Gestionar bibliografía.
- Repositorio institucional.
- Propiedad intelectual.

Servicios de información y atención al usuario

Estos se enfocan en proporcionar información bibliográfica y dar respuesta a consultas generales y especializadas, destacando:

- Información sobre cómo consultar los recursos electrónicos.
- Información sobre el funcionamiento de los servicios.
- Localización de documentos sobre temas o autores concretos.
- Gestores de referencias bibliográficas que ayudan a usar de manera eficiente la información por medio de una base de datos propia.

Estos servicios se imparten de diferentes maneras, por ejemplo:

- *Chat*: Se atienden consultas sobre los servicios en tiempo real.
- *Correo electrónico*.

- *Cita previa*: se reserva una sesión personalizada en la cual los bibliotecarios ayudan a conocer los servicios y recursos. Se sugiere una fecha y una hora adecuada y la biblioteca donde se quiere acudir.
- *Solicitar ayuda en el mostrador de servicio*.

Guías para el aprendizaje y la investigación

Se realizan guías de recursos y servicios descargables para la consulta remota.

Formación y alfabetización informacional

Es un servicio que tiene por objeto, mediante actividades de formación gratuitas presenciales, virtuales y de autoformación dar a conocer los servicios y recursos que ofrece la biblioteca, para proporcionar a los usuarios autonomía para buscar, gestionar y utilizar la información, mediante habilidades y competencias informacionales e informáticas. Entre las formas en que se imparten están:

- En línea.
- Autoformación.
- Presencial.

Como lo explican Pinto *et al.* (2008) “el objetivo de la alfabetización informacional es crear aprendices toda la vida, personas capaces de resolver necesidades de información, encontrando, evaluando, usando y optimizando información para resolver problemas o tomar decisiones. El éxito de esta meta radica en la cooperación y formación de bibliotecarios y profesorado universitario” (p. 87), y así aprender a aprender, aprender a gestionar eficaz y críticamente.

En algunas ocasiones se realiza una colaboración entre los bibliotecarios y los coordinadores y profesores para estructurar los servicios de formación, especialmente cuando se destina a una comunidad de estudiantes en particular. Al respecto se encuentra que en la mayoría de las bibliotecas los estudiantes que realizan el TFG son una comunidad a la que se le presta especial atención; lo que refleja sus fortalezas, entre ellas un reconocimiento de que requieren servicios especializados.

Con estos servicios se busca que los y las estudiantes hagan un uso adecuado de la información para dar sustento a su investigación. Por otro lado, se considera especialmente relevante que se vuelvan autónomos y que al igual que ocurre con la alfabetización informacional sean capaces de reconocer cuando necesitan información, así como tener la habilidad para localizarla, evaluarla y usarla efectivamente (PINTO *et al.*, 2008). Para brindar estos servicios se requiere de los conocimientos de los bibliotecarios, así como de habilidades para transmitirlos.

Todo lo anterior lleva a cuestionarse si falta algo por hacer y si aún hay aspectos que no se estén considerando. Ante lo cual cabe pensar si es posible establecer una relación entre la tutoría y la biblioteca, dado que ya existen los servicios antes mencionados.

Ahora centrémonos en el enfoque que se le da a las necesidades de información desde los estudios de usuarios, en donde por un lado se da cuenta de los perfiles, necesidades y demandas de las diferentes comunidades, y por otro lado, a partir de dichos estudios suelen diseñarse los servicios que presta la biblioteca universitaria.

Los estudios realizados sobre el fenómeno de las necesidades de información, señalan que existen fases relacionadas con dos vertientes: la material y la emocional. Según Applegate “el lado emocional de la satisfacción se relaciona con la naturaleza y surgimiento de las necesidades de información de los sujetos” (citado por CALVA GONZÁLEZ, 2007, p. 12).

Asimismo, las investigaciones sobre usuarios de la información pueden retomar, entre otros, los siguientes aspectos:

- Concepto.
- Topologías.
- Surgimiento de sus necesidades.
- Comportamiento informativo.
- Satisfacción.
- Formación.

Dentro de los relacionados con los servicios suelen estar:

- Surgimiento de las necesidades de información.
- Comportamiento en la búsqueda de información.
- Satisfacción de las necesidades de información (pp. 15-16).

La vertiente emocional suele ser poco estudiada debido a que resulta compleja, sin embargo, con respecto a quienes realizan el TFG Wisker *et al.* (2012) señalan que al comenzar una investigación, los estudiantes pueden tener diferentes emociones y pensamientos recurrentes, por ejemplo:

- Sentirse entusiasmados ante una oportunidad para desarrollar una investigación y trabajar en un campo que hayan escogido por sí mismos.
- Y al mismo tiempo confusos o sin demasiada seguridad acerca de en qué trabajar y sintiendo la necesidad de cierta orientación para seleccionar un tema manejable que los entusiasme.
- Abrumados, si se trata de un trabajo costoso.
- O también pueden sentirse excesivamente seguros acerca de cómo desarrollar el trabajo, viéndolo quizá como una mera recogida de información y un trabajo de redacción de muchas palabras, y no como el planteamiento de preguntas

y la tarea de abordar ideas y argumentos de otros con el fin de desarrollar sus propias ideas (p. 76).

A partir de lo anterior les propongo una reflexión: ¿es pertinente hablar de emociones cuando se habla de servicios bibliotecarios? O bien, ¿qué emociones experimenta un bibliotecario cuando presta un servicio? Concretamente ¿qué emociones experimenta cuando está con un estudiante que se encuentra realizando el Trabajo Fin de Grado (TFG)?, lo que plantea un cuestionamiento más, ¿el bibliotecario necesita identificar las emociones por las que atraviesa un estudiante que se encuentra realizando el TFG? Lo que nos permite preguntarnos: ¿un servicio bibliotecario puede mejorar si se consideran las emociones de los usuarios?

Y finalmente me permito lanzar una provocación: ¿cómo evitar que las bibliotecas se conviertan en espacios Kafkianos que colocan a quienes entran en un mundo donde no son considerados, más que para seguir las lógicas internas, muchas veces inmersas en lo burocrático?

Fomentar la relación del bibliotecario con los y las estudiantes puede evitar que las bibliotecas universitarias sean vistas como esos espacios kafkianos; especialmente si el vínculo se estrecha con las diferentes comunidades que acuden, por ejemplo quienes se encuentran realizando el TFG.

Desde la perspectiva de Randall Collins (2009), quien propone el término de *consonancia emocional* a partir del foco común que se obtiene de las interacciones entre unos y otros, se puede deducir que las interacciones entre estudiantes y bibliotecarios pueden impactar en las titulaciones universitarias.

En su propuesta teórica Collins (2009), señala lo siguiente:

- Dos o más personas se encuentran físicamente, en un mismo lugar, de modo que su presencia corporal, esté o no en el primer plano de su atención consciente, les afecta recíprocamente.
- Los participantes enfocan su atención sobre un mismo objeto y al comunicárselo entre sí adquieren una conciencia conjunta de su foco común.
- Comparten un mismo estado anímico o viven la misma experiencia emocional.

El foco compartido y la emoción común se refuerzan mutuamente, lo que lleva a una consonancia emocional. En este caso el foco es el TFG y la manera en que se lo comunican es fundamentalmente con el diálogo, en el cual el estudiante encuentra la posibilidad de hablar de las expectativas puestas en su investigación, así como la motivación de donde viene su realización. Por supuesto, ese encuentro en el que se da la interacción puede ser generado por un programa de tutoría bibliotecaria estructurado; en donde sea posible reconocer ambos aspectos. Y en el que tiene cabida el desarrollo de las competencias de acceso, evaluación y uso crítico y ético de la información.

Con la energía emocional según Collins, se da una sensación de confianza, contento, fuerza, entusiasmo e iniciativa para la acción, es decir, se establecen sentimientos de solidaridad, lo que puede dar pie a acciones más complejas. Sobre esto, Rizo García (2015) añade que la comunicación intersubjetiva “aparece vinculada a la emoción compartida y no únicamente a la racionalidad argumentativa de los sujetos que interactúan en una situación dada” (p. 53). En la tutoría se juega algo más que una investigación racional, muchas veces considerada puramente objetiva. Por eso, aunque se trate de tutoría para la conclusión de los trabajos fin de grado, es claro que hay otros elementos interactuando. Por otro lado, es de considerar “el grado de coincidencia de los participantes en su foco de atención compartido y la intensidad del eslabonamiento emocional que surja entre ellos.” (RIZO GARCIA, 2015, p. 53).

Es por lo anterior que puede resultar relevante considerar las emociones en el diseño de servicios de información que respondan a esa parte significativa de donde provienen ciertas necesidades de información de los estudiantes que acuden a las bibliotecas universitarias.

Debido a ello se propone la tutoría bibliotecaria como un servicio que se vale de los conocimientos de los bibliotecarios y de la noción de interacción que conllevan el modelo del foco común para acompañar a los estudiantes en su proceso de elaboración del TFG.

Conforme a lo planteado sobre la tutoría, los servicios de información que ya se prestan en las bibliotecas universitarias y la teoría en torno a los estudios de usuarios, así como al planteamiento teórico de Collins se puede proponer la tutoría bibliotecaria como una estrategia que logre armonizar lo que ya está dirigido a los estudiantes que realizan el TFG y a su vez sumarlo a las emociones, para que se de una consonancia emocional, con la cual el estudiante sea reconocido con múltiples intereses, y el bibliotecario por su parte pueda establecer un vínculo en el cuál también es protagonista.

Esto lleva a que con el foco común, que es la investigación (TFG), se de una consonancia emocional que soporte en el tiempo hasta su conclusión. Y así la tutoría bibliotecaria considere:

- El entorno del estudiante.
- La escucha.
- El reconocimiento de sus talentos.
- El uso ético de la información.

Y en este sentido la biblioteca universitaria no solamente lleve a cabo lo referente a las competencias del uso de la información, sino que propicie un desarrollo integral del estudiante a partir de un plan estratégico, metódico y sistemático que lo ayude a desarrollar exitosamente sus investigaciones.

UNA EXPERIENCIA

Sobre la tutoría bibliotecaria ya existe una experiencia en la biblioteca de la Universidad Pedagógica Nacional en México; actualmente se lleva a cabo y al mismo tiempo se realizan reflexiones que tienen una naturaleza similar a la presentada en esta ponencia.

Su concepción proviene de la necesidad de la biblioteca de asumir los retos de la universidad, entre ellos los bajos índices de titulación. Las primeras iniciativas comenzaron en 2015 y en los resultados se ha podido observar un aumento en la titulación. Mientras que por parte de los bibliotecarios se ha dado un mayor reconocimiento a nivel institucional, pues esta labor implica que interactúe con estudiantes, docentes, directores de TFG, así como directivos. Ya que la tutoría bibliotecaria en la Universidad Pedagógica busca una integración institucionalizada.

LIMITACIONES DE LA TUTORÍA BIBLIOTECARIA Y LO QUE PUEDE IMPOSIBILITAR SU OPERATIVIDAD

La tutoría bibliotecaria es una opción que permite poner a estudiantes y bibliotecarios en una dinámica de interacción que beneficia a unos y otros, sin embargo, puede resultar claramente disfuncional cuando únicamente se le considera una tarea burocrática o una carga adicional a las actividades cotidianas. Por ello, su integración o consideración debe estar sujeta a las posibilidades de la biblioteca universitaria, considerando al personal, los espacios y los horarios laborales, así como las prioridades institucionales. Todo ello con el fin de detectar si es viable en relación con los servicios que ya se ofrecen.

Por otro lado, la formación en tutoría es un asunto imprescindible a tener en consideración, pues los bibliotecarios son expertos en su disciplina, sin embargo, el acompañamiento implica el desarrollo de otras habilidades, como son las comunicativas y las emocionales.

Así mismo, no puede olvidarse que en la labor tutorial “existen diversos factores de tipo social, cultural e institucional, de normatividad, los programas académicos, el plan de estudios, las actividades del docente o investigador, el tiempo, la disponibilidad, disposición y expectativas de los diferentes actores que la permean” (GONZÁLEZ JUÁREZ, 2015, p. 22).

Los retos asumidos con la labor tutorial al interior de la biblioteca supone numerosos desafíos que obligan a abrir un debate sobre la deontología profesional, ya que muchas veces los códigos de ética se enmarcan en los servicios tradicionales.

CONCLUSIÓN

El esfuerzo que implica la interacción entre bibliotecarios y estudiantes es grande, debido a todo lo que implica, pero el beneficio puede ser mayor, ya que tiene la posibilidad de articularse dentro de una red de materiales, recursos y agentes, que resulte en una cooperación de todos los miembros de la comunidad educativa, y así construir “relaciones interactivas individuales que vinculan al estudiante con otras personas y operan en apoyo de la experiencia global del estudiante en términos de una combinación de formación tanto académica como humana, en un contexto educativo” (WISKER *et al.*, 2012, p. 17). Y de este modo construir una red que le dé soporte a lo largo de su formación, así como en el desarrollo y conclusión del TFG.

Finalmente, la tutoría bibliotecaria puede ser una posibilidad para que la identidad del bibliotecario adquiera nuevas y complejas dimensiones, y que a su vez se incorporen servicios innovadores, que retoman los aspectos emocionales e intelectuales en su labor cotidiana para la formación de excelencia que persiguen las instituciones de educación superior.

REFERENCIAS

- ÁLVAREZ, P., ASENSIO, I., FORNER, A., & Sobrado, L. (2006). “Los planes de acción tutorial en la universidad”. En T. ESCUDERO & A. CORREA (eds.), *Investigación en Innovación Educativa* (pp. 147–202). La Muralla.
- COLLINS, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.
- GONZÁLEZ JUÁREZ, G. (2015). *Tutoría y competencias en los alumnos del posgrado de la UNAM*. México: Ediciones Díaz Santos. Universidad Nacional Autónoma de México.
- GONZÁLEZ PÉREZ, A., & SOLANO CHÍA, J. (2015). *La función de tutoría*. Madrid: Narcea.
- PINTO, M., SALES, D., & Osorio, P. (2008). *Biblioteca Universitaria, CRAI y alfabetización informacional*. España: Trea.
- QUINTANAL, J., & MIRAFLORES, E. (2013). *Un modelo de tutoría en la universidad del siglo XXI*. Madrid: Editorial CCS.
- RIZO GARCÍA, M. (2015). “Interacción y emociones. La microsociología de Randall Collins y la dimensión emocional de la interacción social”. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 14 (2), 51–61. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol14-issue2-fulltext-439>
- WISKER, G., EXLEY, K., ANTONIOU, M., & RIDLEY, P. (2012). *Trabajando individualmente con cada estudiante. Tutoría personalizada, coaching, mentoría y supervisión en Educación Superior*. España: Narcea.

Una biblioteca con vistas

FRANCISCO ESCUDERO

Director Artístico del Taller de PoEX

Biblioteca Municipal “Miguel de Cervantes” de Berja

La Biblioteca de Berja sale a la calle y se abre al público en general a través de prácticas artísticas que motivan a vivir la literatura, escritura y poesía de una manera más dinámica, lúdica y participativa. Su taller de poesía experimental ha involucrado a artistas, tanto locales como de ámbito nacional e internacional, participando de forma activa en publicaciones propias y convocatorias nacionales, así como donando obras. Fruto de su frenética actividad contamos hoy con un Archivo de Poesía Visual y el Festival de Poesía Visual como escaparate, que va creciendo y abriendo su ámbito de actuación año tras año, convirtiendo a esta biblioteca en un foco cultural de referente nacional. Lo visual se hace presente en la idea “una biblioteca con vistas”.

Palabras clave: poesía visual, juego, bibliotecas, experimentación, arte.

A LIBRARY WITH A VIEW

Abstract: The library of Berja takes the streets and opens its doors to the public through art, to motivate people to experience literature, writing and poetry in a more dynamic, fun and participative way. The experimental poetry workshop has involved local, national and international artists who have participated actively in both local and national publications and who have donated their work. As a result of its hectic pace, there is now a Visual Poetry Archive and a Visual Poetry Festival that keep growing and broadening their scope year after year. This has turned this library into a cultural spotlight at a national level. The visual mode is present through the idea of “a library with a view”.

Keywords: visual poetry, game, libraries, experimentation, art.





*Fotografía 1. Fachada de la Biblioteca Municipal
(fotografía, BerjaDigital)*

INTRODUCCIÓN

La Biblioteca Municipal de Berja tiene vistas, no solo por las 365 ventanas y puertas, que su nueva sede en el Molino del Perrillo, Mansión del s. XIX, tiene; sino, por las vistas de Proyección que está teniendo como Centro de Poesía Visual, Archivo de Poesía Visual, Taller de Poesía Experimental y Festival de Poesía Visual. Una Biblioteca Viva y Abierta. Un laboratorio de experimentación y creación. Un lugar de encuentro entre escritores y artistas. Un espacio de exposición, lecturas, debates e intercambio de obras. En definitiva, sumando todas las ventanas y cabezas pensantes, un espacio de luz.

EL PROYECTO



Fotografía 2. Taller Poemas y Acciones Dadá.

Los objetivos del Taller de Poesía Experimental de la Biblioteca Municipal, El Taller de POEX, fueron desde un principio, dinamizar la Cultura de Berja, desde un taller que aglutinara todas las artes. Un taller laboratorio de pensamiento y creación abierto a la participación de todo el mundo. Siendo “Las Otras Escrituras o las Escrituras Inventadas” las protagonistas del Proyecto. Vivimos tiempos de naturaleza líquida. La inmediatez marcada por las redes sociales nos hace ver la realidad de manera fugaz. La poesía vuelve a la esencia del Haiku. A la poesía (no poesía) de las vanguardias. Siendo la experimental la que nos permite integrar a todas las artes, artistas y formas diversas de participación: escritores, pintores, escultores, fotógrafos, performers, músicos... Así de plural es el grupo del taller. Y todo el protagonismo lo tiene la imagen, lo visual. El texto pasa a un segundo plano o ya no aparece.

Esa apertura se nutre de la desmitificación que ya hicieron los dadaístas de la idea de artista o poeta. Como dijo Nicanor Parra, antipoeta: “un poeta puede ser un labrador”.

Democratizamos, liberalizamos el arte y lo ponemos al alcance de tod@s y a la altura de las cosas más cotidianas. “Todo el mundo es artista y el arte es vida” dijo el artista chamán, Joseph Beuys.

Tú también puedes contar una historia con una sola imagen o un objeto encontrado y descontextualizado, como hizo Marcel Duchamp con los Ready Made y luego Brossa, continuando esa técnica, con la poesía objeto.

Nuestra dinámica de creación es el juego y potenciar la curiosidad. Francisco Mora, Doctor en Medicina y Neurociencia, y Catedrático de Fisiología, nos dice que “El cerebro solo aprende si hay emoción” y añade que éste, el cerebro, es plástico, moldeable.

Y desde esta dinámica de contemplación, búsqueda, cotidianeidad, derivas, situaciones, emociones encontradas, surge la motivación para crear, pensar y lo más importante, VER.

EL TALLER DE POEX



Fotografía 3. Taller El Perfume (Esencia Poética)

Como decía, el taller es un laboratorio de creación permanente. Se reúne dos veces al mes y trabaja también a distancia, vía Aplicación Grupo de WhatsApp o encuentros informales. Es también un espacio para el conocimiento para el estudio de las Vanguardias artísticas y literarias: Dadaísmo, Surrealismo, Fluxus, Situacionismo, Accionismo, Poesía Concreta, Poesía Plástica...

A continuación cito algunos talleres temáticos: Poesía en el camino (La Deriva). Palabra, Cuerpo y Metáfora (El Rizoma). Antitaller, Antipoema (Homenaje Dadá). Sentidos de Acción 1 y 2 (Gastropoesía y Poesía Sonora). El Libro Objeto. El Poema Objeto. Fotonarrativa (El relato visual). Poesía Concreta. El Mail-Art. Taller Homenaje a Joan Brossa, etc.

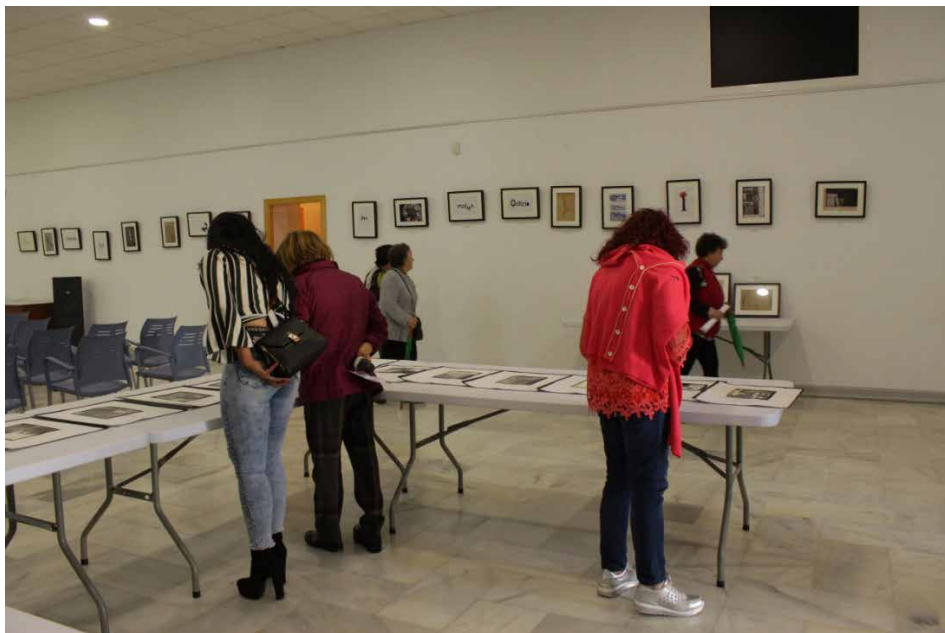
Volviendo a esa idea de espacio abierto a la experimentación y al debate: una Biblioteca con Vistas y nuestro Santo Santorum, pionero de las Vanguardias, Stephane Mallarmé y sus intentos de atrapar el ideal de poesía, como un cazador de mariposas en el campo, “Un golpe de dados” o de azar y luego Vicente Huidobro, “Altazor” y la flor que ha de salir del libro, para seguir con las Bandejas de Nicanor Parra, artefactos de humor. A todos les une la idea de trascender los límites del espacio, el papel, el libro. De esta manera Apollinaire hace de sus poemas-caligramas, pinturas, y nosotros en el taller componemos poemas con emoticonos, porque nuestro siglo nos sitúa en un contexto inmediato, visual y efímero, del que dependemos, como los dadaístas utilizaron la sinrazón para crear, contra la razón burguesa de la guerra.

Como hemos visto en los talleres temáticos, la Filosofía juega un papel importante. La capacidad de admiración y asombro por la vida y sus circunstancias, estuvo en el origen de la Filosofía. Señalaron entre otros, Platón y Aristóteles.

Utilizamos textos, por ejemplo, de filósofos como: Martin Heidegger (El arte como revelación del ser), Guy Debord (Teoría de la Deriva), Deleuzze y Guattari (Concepto rizomático), Jack Derrida (Teoría de la deconstrucción), Michel Foucault (El cuerpo utópico), Theodor Adorno (Estética de la negatividad). Textos altamente poéticos, que nos invitan a ser nosotros mismos, a salir a las calles en deriva y buscar situaciones, inventar palabras y conceptos, deconstruir los textos y objetos, buscar la Topía y el lado extraño de las cosas.

De ahí que los “Roles de Acción” son importantes, el cuerpo en acción, el cuerpo que escribe, el cuerpo pincel. Buscar situaciones, ambientes que motiven. Pues nunca será lo mismo escribir un texto sobre la mesa camilla o escritorio, que hacerlo en mitad de un paso de peatones, con el tiempo justo de un semáforo. Ese tiempo es el que nos damos para el arte. Un Kit “Kart”. Cuerpo, espacio y tiempo, definen las artes de acción. Hacer una parada para contemplar, meditar, asociar, poetizar y lo más importante: SER conscientes de nuestra presencia en el espacio y tiempo. Leo, escribo, pinto... luego EXISTO.

EL FESTIVAL DE POESÍA VISUAL



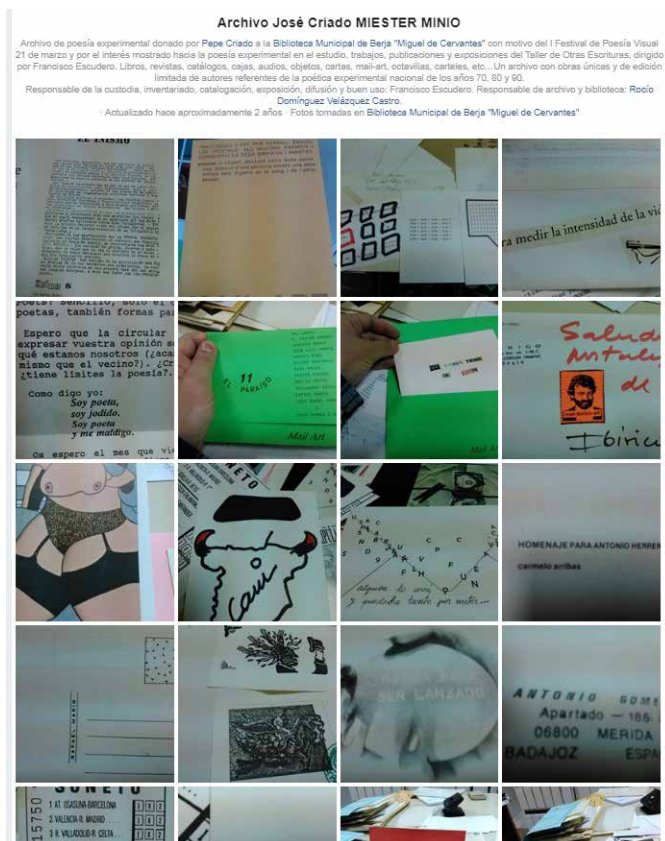
Fotografía 4. III Festival de Poesía Visual de Berja (2019)

Del taller surgió la idea de crear un Festival de Poesía Visual. Un escaparate para mostrar los trabajos de éste y, también, exponer obras de artistas nacionales. Invitar a poetas y músicos a convivir durante un día entero, con motivo del Día Internacional de la Poesía. Diferentes actividades, que comienzan a las 12 del mediodía, con el Pregón, que todos los años ofrece un poeta agitador cultural. Después el Chupinazo, que recuerda a los poetas que nos dejaron ese año. Para continuar con una Jam Poética, donde participan los Centros Educativos. También se exponen los trabajos realizados, poemas visuales, en los talleres impartidos días antes en los centros, con motivo del Festival. El Recinto del Festival se encuentra en la Plaza y Sala de Exposiciones San Pedro. Son muchas las exposiciones y actividades: talleres, recitales, acciones poéticas, proyecciones, música...

Con esta propuesta Berja se sumó a otros Festivales de Poesía Visual en España, como: Encuentro de Poesía Visual de Peñarroya-Pueblo Nuevo, Córdoba. Bienal de Poesía Experimental de Euskadi. NUDO (Festival de Poesía Visual de Barcelona), etc.

Los objetivos marcados para el Festival son los mismos que se proyectaron para la Biblioteca con Vistas y el Taller. En este caso particular, el Festival, fue sacar la poesía a las calles e involucrar a los Centros Educativos, Comerciantes, Asociaciones, a la gente de a pie, a conocer esta disciplina tan creativa; incluso, a la hora de interpretarla. Porque la Poesía Experimental es abierta, juega con la asociación de ideas, recuerdos, emociones y nos rodea, convive con nuestra cotidianidad: poemas visuales en los escaparates, saetas poéticas desde los balcones, acciones poéticas en los comercios... En el fondo, tod@s llevamos un poeta en nuestro interior. Vamos al IV Festival en 2020.

LA BIBLIOTECA DE BERJA, CENTRO DE POESÍA VISUAL. ARCHIVO DE POESÍA VISUAL



Fotografía 5. Obras donadas por Pepe Criado (2017)

Con motivo de las prácticas artísticas del Taller, Festival, difusión en Redes Sociales y publicaciones de nuestra ilusión loca de hacer cosas nuevas. Marcados por la fe en la Poesía que en griego significa Acción-Creación, y esa necesidad de escapar de la rutina o salirse del espacio reglado, ir más allá, como bien escribió Joaquín Sabina: “La poesía huye, de los libros para anidar en los extramuros, en la calle, en el silencio, en los sueños, en la piel, en los escombros, incluso en la basura... Siendo la biblioteca un lugar de encuentro de nuevos amigos y poetas, que asisten a nuestra fiebre del oro poético, hasta tocar con la Veta, la mirada, el apoyo y la compañía del escritor, editor e investigador en tradición oral, ya desaparecido, Pepe Criado (Granada). Poeta experimental en los años 80 conocido como Miester Minio. Y ese toque de gracia le llevó a donar su Archivo de Poesía Visual a la Biblioteca: Obras, Revistas Ensambladas, Fanzines, Arte Postal, Documentos, Correspondencias, audios, etc... Con esta importante donación, se abre el Archivo de Poesía Visual de la Biblioteca Municipal de Berja. Archivo con obras originales de poetas y artistas, que marcaron una época de experimentación poética en España, entre los años 70 y 90.

El Archivo crece todos los meses con donaciones que llegan de todo el país. Un Archivo que consolida en tres años a la biblioteca como Centro de Poesía Visual de Berja (CPVB). Llegan obras originales, archivos personales, libros especializados, etc.

Ahora mismo estamos estudiando la posibilidad de que el CPVB sea una realidad visible y consultable. Necesitamos un espacio adecuado con vitrinas donde exponer las obras, además de realizar un catálogo y estudio razonable para consultas.

LAS PUBLICACIONES DEL TALLER



Fotografía 6. A-4 Hojas Poéticas Especial Taller

Del taller nacieron tres publicaciones relacionadas con las poéticas experimentales, que se difunden a nivel nacional y fuera de la península.

- *A-4 Hoja Poética*. Edición limitada a 40 ejemplares y gratuita. Se han publicado ya 37 Hojas poéticas. El objetivo es sacar la PV de las redes sociales. Dar a conocer en nuestro taller y fuera de la biblioteca a autores de larga trayectoria, nuevos autores, y trabajos del taller.
- *El Remiten-Te*. Revista de Arte Postal. Se trata de un intercambio de postales originales entre los participantes. El próximo número será el 8.
- *Cartón: Plástica Poética*. Cuaderno gigante y efímero. Se presenta en el Festival y se quema en los Humarrachos de San Tesifón, patrón de la ciudad. Participan autores de Berja y toda España.

EL TALLER SE MUEVE



Fotografía 7. Taller Poesía Viva en Amanecer en la Alcazaba (2018)

El taller estuvo en la Universidad de Almería (UAL) dando a conocer sus prácticas de taller y el festival, en las Jornadas Libros, lectura y bibliotecas (2017), dentro de un programa de intercambio que organiza la Fundación Mediterránea.

También en La Noche Europea de los Investigadores. Poetas a pie de calle. Taller de Arte Postal (2017).

Participa en Amanecer en la Alcazaba 2018 y 2019, Poesía Viva, con varias mesas de trabajo abiertas a la participación del público: Esencias poéticas, Poesía Collage, Retratos tipográficos, etc.

El Festival también tiene su espacio en la Universidad de Almería. Este año rendimos homenaje a Juan Hidalgo, un poeta raro, Premio Nacional de Bellas Artes, con una charla especializada y exposición de obras originales procedentes de Madrid.

RECONOCIMIENTOS



*Fotografía 8. Visita del Delegado de Cultura
al II Festival de Poesía Visual de Berja*

El II Festival de Poesía Visual de Berja, fue premiado al mejor proyecto bibliotecario provincial de fomento a la lectura y en especial, a la poesía visual, por su capacidad de aglutinar a todas las artes y como diría Joan Brossa: “en una sola mirada”. Premio otorgado por la Delegación Territorial de Cultura, de la Junta de Andalucía.

TESTIMONIOS

Algunas de las palabras del Contrapregón y Juego-Juan José Ceba, durante el II Festival de Poesía Visual de Berja (2018):

(...) “En este hermoso pueblo de la Alpujarra, está pasando el más fantástico “revolutorio” de la poesía viva, cuidado, que se va corriendo, que se

duerme en el diván de vuestras bocas. Que el huracán de Berja abre los armarios del cielo y nos regala espejos para mirar distinto, siempre distinto.

¿Tenéis la mano preparada, Paco Escudero y Rocío Domínguez, para escribir la historia del huracán de Berja, sobre la poesía visual, experimental y las acciones creadas a diario?

La poesía caduca y trasnochada, envejecida y seca, mojama del ególatra, ya no tiene sentido, ni los lugares comunes, ni cuanto es copia de otras copias. Desde Berja se han abierto todos los campos y horizontes. Ya la poesía ocupa todos los espacios.

Deposita tu equipaje en Berja, y ve al encuentro del esplendor para tu alma".(...)



Fotografía 9. Artículo sobre el I Festival de Poesía Visual (2017)



Fotografía 10. Contrapregón y Juego-Juan José Ceba, II Festival de Poesía Visual



Fotografía 11. Comentario de Inma Bernils

Inma Bernils es una de las máximas exponentes de la poesía experimental en Andalucía y directora del Espacio Vacío lugar de creación en el corazón de la ciudad de Málaga... CONTENEDOR CULTURAL UMA.



Fotografía 12. Comentario de César Reglero

César Reglero Campos (Barcelona 1948) es Creativo Multidisciplinar especializado en poesía visual y apropiacionismo. Dirige la publicación electrónica de Mail Art y Poesía Visual Boek861 (<http://boek861.com>).



Fotografía 13. Nota de prensa sobre pregonero del III Festival de Poesía Visual (2019)

UN CASO DE GESTIÓN CULTURAL



Fotografía 14. Proyección de vídeo poemas de Lola López Cozar (Granada).
I Festival de Poesía Visual de Berja

Francisco Escudero, natural de Berja, artista Plástico, Visual y de Acción. Poeta experimental. Docente. Licenciado en Historia del Arte. Monitor Social y Cultural. Gestor Cultural. Es el director artístico de este Proyecto "Una Biblioteca con Vistas",

que reúne bajo el mismo techo, pero con las ventanas abiertas, el taller, el festival, el Archivo de PV, las publicaciones y había olvidado mencionar el CEPO: cementerio de poesía, en una pequeña parcela, en el campo, bajo un almendro y cruz.

Este caso de gestión nace de una necesidad de hacer algo para cambiar la situación cultural de este pueblo de la Alpujarra. La falta de espacios adecuados, ausencia de eventos artísticos, asociaciones, encuentros, tertulias y sobretodo aires de “modernidad”: Si aquí no tenemos un artista Picasso, lo inventamos...

Empieza a participar en las actividades de la biblioteca: club de lectura, encuentros con escritores, talleres... hasta tomar las riendas del taller y convertir la biblioteca en una máquina de ideas. Una nave espacial que viaja a través del tiempo, hasta las vanguardias, recreando el Cabaret Voltaire de los dadaístas en Zurich. Una fiesta donde los libros vuelan sacudiéndose el polvo, las palabras más raras y rimbombantes salen a pasear por las calles; de las fuentes, letras congeladas y los tubos de escape emiten sonidos guturales.

Esa dinámica lúdica, infantil y sin complejos, nos lleva a la República Genial de artistas, que imaginó el poeta Robert Filliou, en su afán por la creación permanente.

Ya es un éxito cuando alguien pregunta sobre un cartel en un escaparate –¿Eso qué es? –Un poema. –Ah! Yo pensaba que los poemas se escribían. –Es un poema, pero visual. –Ah! Entonces unas tijeras pueden ser una cara? –Y más cosas. –Ya veo...

Para terminar, me gustaría hacerlo con una cita que invita a crear, mirar, hacer... hacer por hacer, sin lógica, bienvenido el azar, encuentros casuales, surrealistas, absurdos... no pensar en poesía, en arte, en museos, grandes autores... imaginar, soñar, desear, porque, como escribió Tristán Tzara, poeta fundador del movimiento Dadá, “El arte no es serio, os lo aseguro”.

CONCLUSIÓN

El Taller de POEX, la Poesía Experimental, el Archivo y Festival de Poesía Visual, las publicaciones relacionadas; son ventanas y puertas abiertas, espacios comunes, que hacen de la Biblioteca un lugar de encuentro, laboratorio de creación, conocimiento, debate, conservación y exposición. Una Biblioteca con Vistas hacia dentro y hacia fuera. Un espacio vivo, que se ha convertido en centro de interés cultural a nivel nacional. Recibiendo donaciones de obras durante todo el año, con amplia demanda de participación en los talleres, el festival, las publicaciones, colaboraciones... Un taller y festival itinerante, que sale a la calle al encuentro de los transeúntes, se mete en los comercios, viaja a los Centros Educativos, a la Universidad. Como si fuera un caligrama, la biblioteca se sale por la ventana.

ENLACES



*Fotografía 15. *El III Festival (2019) en la Universidad.
Homenaje a Juan Hidalgo. Exposición. Biblioteca UAL*

- El Taller Fotos:
https://www.facebook.com/francisco.escudero/media_set?set=a.10213587953560722&type=3
https://www.facebook.com/francisco.escudero/media_set?set=a.10216545460856556&type=3
- El Taller Vídeo:
<https://www.youtube.com/watch?v=SibLmQYmInE>
- El Taller en la UAL:
<https://www.youtube.com/watch?v=gmWO2EBcjFw>
- Festival y Centro de Poesía Visual de Berja. Grupo Facebook. Archivo. Fotos. Álbumes: <https://www.facebook.com/groups/829523157187249/>
- Vídeo del Festival:
<https://www.youtube.com/watch?v=jllb4bBNVHg>
- Más vídeos sobre el Taller y el Festival en YouTube: Taller de Poesía Experimental y Festival de Poesía Visual de Berja. Biblioteca de Berja. Berja cultura...



Fotografía 16. EXPOESÍA ESCAPARATES. I Festival de Poesía Visual (2017)

BIBLIOGRAFÍA

- MICHELLI, Mario de (1989). *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Alianza Forma.
- ARGAN, Giulio Carlo (1991). *El Arte Moderno*. Akal Arte y Estética.
- VALVERDE, José María (1987). *Breve Historia y Antología de la Estética*. Ariel Filosofía.
- CAMPAGNE, Christian de la (2015). *Historia de la Filosofía en el siglo XX*. RBA.
- FERRANDO, Bartolomé (2012). *Arte y cotidianidad: hacia la transformación de la vida en arte*. Árdora Expres.
- CARERI, Francesco (2004). *Walkscapes: El andar como práctica estética*. Gustavo Gili.
- HUIZINGA, Johan (1998). *Homo ludens*. Alianza.
- REGLERO, César y SANZ, Juanje (2016). *Aspectos curriculares poco conocidos de nuestros poetas visuales*. La única puerta a la izquierda.

Servicio de atención al usuario 24 horas, 7 días a la semana, con WhatsApp en una biblioteca universitaria

GREGORIO GARCÍA-RECHE

Coordinador de Bibliotecas de la Universidad de Málaga

M.^a GORETTI MISAS-GENTO

*Jefa de Servicio de Atención al Usuario de la Biblioteca
de la Universidad de Málaga*

Se presentan los objetivos, enfoque y despliegue del servicio de atención al usuario en línea a través de WhatsApp de la Biblioteca de la Universidad de Málaga, especialmente para los periodos de apertura de 24 horas, incidiendo en los horarios extraordinarios, durante tres periodos al año, coincidentes con las épocas de preparación de exámenes por parte del alumnado, donde el usuario recurre a los mismos para resolver dudas puntuales, planteadas desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Se analizan los resultados obtenidos y el cumplimiento de los objetivos desde su puesta en marcha, las revisiones y mejoras llevadas a cabo a la vista de ello y las perspectivas de futuro del servicio, así como las conclusiones a las que conduce.

Palabras clave: Biblioteca universitaria, Servicios de atención en línea, WhatsApp, Redes sociales, Servicios al usuario.

24/7 USER ASSISTANCE SERVICE VIA WHATSAPP IN A UNIVERSITY LIBRARY

Abstract: This paper presents the objectives, scope and development of a user assistance service via WhatsApp by the library of the University of Málaga. This service is aimed at the 24-hour opening periods, specifically for extraordinary opening hours three times a year during the students' exam period. At this time,



the user resorts to this service for clearing out exceptional doubts, anywhere and anytime.

This paper presents an analysis of the results obtained, together with the goals achieved since it was launched. It also describes the revisions and improvements done, the expectations for the future, and the conclusions drawn from this work.

Keywords: University library, Online assistance service, WhatsApp, Social networks, User service.

INTRODUCCIÓN

La Biblioteca de la Universidad de Málaga emplea las redes sociales desde 2010, año en el que se pone en marcha un servicio basado en tecnología chat (marzo 2010), se configura un perfil en Facebook (mayo 2010) y se inaugura el Blog de la Biblioteca (junio 2010). Posteriormente, en 2012, la Biblioteca se une a Twitter, en 2013 inaugura un perfil propio en Pinterest y en 2015 lo hace en Youtube.

En abril de 2016, la biblioteca, en un intento de dar un paso más allá en la comunicación en tiempo real con sus usuarios, incorpora el servicio de atención en línea basado en WhatsApp, inspirado en lo que ya se estaba haciendo en otras bibliotecas universitarias y que pudimos conocer de primera mano de sus responsables por nuestra participación en el Grupo de Servicios Compartidos de REBIUN.

Para este último, tuvimos que superar algunos obstáculos técnicos y administrativos, sin que supusieran excesivos problemas gracias a la colaboración prestada por otros servicios de la Universidad. En concreto, el Vicerrectorado Smart-Campus para proveernos un número y terminal telefónico móvil (que más tarde fueron dos, por los motivos que se explicarán) y el Servicio Central de Informática para la creación de una cuenta institucional para poder acceder a través de ella a la wifi de la Universidad y evitar el consumo de datos.

Con la incorporación del servicio a través de WhatsApp, la biblioteca contaba a mediados del 2016 con un conjunto de herramientas que permitían acercarnos virtualmente hasta cualquier usuario, dada la tendencia actual y lo habitual que resulta que una gran mayoría las utilice a diario e incluso de forma constante.

En un primer momento, la organización y atención a través de nuestros perfiles y redes sociales fue responsabilidad de un grupo de trabajo específico, el Equipo de la Web y de Redes Sociales, mientras que el servicio de chat era atendido por el Equipo de Trabajo del Chat, ambos transversales en cuanto a las bibliotecas de procedencia y el perfil profesional de sus miembros, aunque sin dedicación exclusiva a esas tareas. Por otro lado, la puesta en marcha del servicio a través de WhatsApp corría a cargo en sus inicios del Servicio de Atención al Usuario con la colaboración de Biblioteca General.

El resultado con el tiempo fue contar con un complemento a los servicios tradicionales de atención al usuario por vía telefónica, mail, gestor de quejas y sugerencias o de forma presencial, que se fue consolidando, ganando posiciones y consideración entre los usuarios, tal como se puso de manifiesto en el informe de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria sobre *Las universidades y las bibliotecas universitarias españolas en las redes sociales* (2017) [i], que mejora notablemente los resultados del informe anterior (2013).

El siguiente reto que nos planteamos fue extender el horario de atención con estas herramientas durante las 24 horas del día durante periodos especiales por exámenes, teniendo en cuenta que la Biblioteca Universitaria abre hasta seis de sus bibliotecas en ese horario, los siete días de la semana, en los meses de enero y febrero, desde mayo a principios de julio y un mes desde finales de agosto. Importante para ello es el hecho de que se produce la incorporación de personal bibliotecario específico durante esas franjas de horas, que van desde las nueve de la noche hasta las 7 de la mañana del día siguiente de lunes a viernes, y fines de semana y festivos desde nueve de la mañana a 7 horas del día siguiente. No llegan a ser 24 horas al día, pero prácticamente, de 22 a 22 y media.

RESULTADOS ESPERADOS. OBJETIVOS DE PARTIDA

En el *Plan Estratégico de la Biblioteca Universitaria 2013-2016* se contempla dentro de la Línea 4 sobre innovación, recursos y sostenibilidad, el siguiente objetivo: “Potenciar el uso de las tecnologías de la información y comunicación y el desarrollo de la administración electrónica”, que en su concreción en el *Plan Operativo Anual* correspondiente a 2016, se incluyen para dicho objetivo la acción de: “Estudio de la puesta en marcha de servicio de atención al usuario mediante WhatsApp”.

A nivel de REBIUN (Red de Bibliotecas Universitarias de España), el Grupo de Trabajo de Servicios Compartidos, asociado a la Línea 4 de su Plan Estratégico 2020, plantea entre sus acciones fomentar la implantación de este tipo de servicios en el ámbito de las bibliotecas universitarias españolas.

En base a ello, se pone en marcha sumando así un nuevo canal de comunicación en tiempo real entre la biblioteca y sus usuarios.

Inicialmente, los objetivos marcados tenían que ver con la atención durante todo el horario, de tal manera que todas las consultas pudieran ser respondidas de forma

i Texto completo del informe disponible en: https://sudocument.ulpgc.es/bitstream/10553/21107/5/Las%20universidades%20y%20las%20bibliotecas%20universitarias%20en%20las%20redes%20sociales_2017.pdf.

La prensa local también se hizo eco de los resultados: <https://www.diariosur.es/universidad/201705/02/biblioteca-referente-nacional-redes-20170502194119.html>

satisfactoria para el usuario y que el personal se sintiera cómodo y seguro a la hora de atenderlo, además de cumplir con los objetivos clave, tal como se describe a continuación.

Cubrir la amplitud de horarios

Desde sus inicios, el servicio de atención en línea a través de WhatsApp se organiza para atender las consultas de nuestros usuarios en cualquier momento, ya sea horario habitual como durante el horario extraordinario por exámenes [ii]. Precisamente, durante estos periodos especiales se produce el mayor número de consultas.

El hecho de contar con personal bibliotecario específico durante el horario nocturno y fines de semana ha sido un factor determinante para poder abordar el proyecto.

Responder a todas las consultas de forma inmediata

Al igual que con el resto de herramientas de comunicación en línea que utiliza la biblioteca, con el servicio de atención a través de WhatsApp se pretende responder con carácter inmediato a cualquier consulta formulada por el usuario. La utilización de este canal se plantea por ser la herramienta de comunicación sincrónica más extendida entre la población, lo que sin duda permitirá hacer más visible y accesible el servicio

El tipo de preguntas esperadas son aquellas que se refieren a aspectos que el usuario necesita conocer para tomar una decisión en el momento, tales como: bibliotecas abiertas, disponibilidad de puestos de lectura en ellas, horarios, etc.

Usuario “muy satisfecho”

Este nuevo servicio surge con una clara orientación al usuario, para responder a sus necesidades y expectativas, que le resulte fácil de utilizar y que lo tenga siempre a mano y disponible para resolver sus dudas o problemas.

La percepción del usuario en este caso, al igual que ocurre para el resto de servicios y productos ofrecidos por la biblioteca, es considerada como el principal indicador a tener en cuenta, aunque sin menoscabo de los dos de rendimiento indicados previamente.

En nuestro sistema de gestión de calidad tenemos establecidas varias encuestas dirigidas a los usuarios, con escalas para su valoración que van desde el “muy insatisfecho” (con puntuación de 1 sobre 5), hasta “totalmente satisfecho” (5 sobre 5),

ii Desde 2016 esto se hace extensivo al resto de canales de comunicación (Twitter, Facebook y Chat) que hasta ese momento estaban operativos solo durante el horario habitual de apertura.

pasando por unos intermedios de “insatisfecho” (2 sobre 5), “satisfecho” (3 sobre 5) y “muy satisfecho” (4 sobre 5).

Los objetivos planteados en el resto de encuestas, sobre todo con especial atención a la general sobre satisfacción de usuarios, los situamos en 3,75 para estudiantes de grado y de 4 para el resto (estudiantes de doctorado, personal docente e investigador y personal de administración y servicios, que es la segmentación tradicional que realizamos).

En consecuencia, el establecido para este servicio durante estos horarios lo situamos en el “muy satisfecho”.

Satisfacción del personal

De igual manera, anualmente se realiza una encuesta de clima laboral dirigida a la plantilla de la biblioteca para obtener la percepción de los diferentes factores que tienen que ver con su puesto de trabajo. Entre ellos, y relacionados con el objeto de la presente comunicación, se incluyen algunos ítems que tiene que ver con los mecanismos de comunicación y los medios disponibles para realizar su trabajo. En general, el objetivo que se pretende conseguir es de 4 sobre 5, nivel que se consigue desde 2013, y que es de esperar que en esta faceta sea al menos similar de partida.

En este asunto, sobre todo por la desconexión que se produce por parte del personal que atiende horarios extraordinarios con respecto al resto del equipo, en los últimos meses se ha estado especialmente en contacto para conocer sus impresiones y recibir propuestas que condujeran a su integración y a la mejora del servicio.

Orientado a la sociedad

Aunque el cometido principal que se establece en los modelos de excelencia en la gestión es la orientación al cliente, también contemplan la orientación a la sociedad como uno de sus principios. Este servicio nacía igualmente con esos propósitos y era de esperar que la ciudadanía ajena a la comunidad universitaria recurriera a él para resolver dudas relacionadas con sus necesidades de acceso a las instalaciones o a sus recursos de información.

En este sentido, los niveles esperados en el ámbito social se sitúan inicialmente en los mismos indicados anteriormente: personas “muy satisfechas”.

Resultados clave

Para estos, tenemos de nuevo en cuenta los que contempla el modelo de excelencia en la gestión que nos sirve de referencia (EFQM, de sus siglas en inglés European Foundation Quality Management), donde se determinan resultados clave de dos tipos: económicos y no económicos.

Teniendo en cuenta que al tratarse de un servicio público que no tiene un afán de lucro, la vertiente económica tiene que ver más con la eficiencia de la gestión. En este caso se trata de aprovechar los recursos existentes para ofrecer, sin costes adicionales, un mayor nivel de servicio. Que, de alguna manera, nos lleva a la segunda tipología, ya que lo principal para la biblioteca es la mejora de sus servicios, la de su imagen de marca y el prestigio que ello conlleva entre sus usuarios y la propia institución.

ENFOQUE Y DESPLIEGUE DEL SERVICIO

*Contar con las herramientas adecuadas:
configuración de redes, equipos y encuestas*

Como elemento básico e imprescindible, se dota de un terminal móvil, donde se instala la aplicación de WhatsApp y se configura con los requerimientos necesarios tal como se especifica más adelante. Dicho terminal, suministrado por el Vicerrectorado de Smart Campus, con el número 670947756, es el que se emplea desde un primer momento, procurando asegurar su continuidad, ya que se realiza una difusión muy amplia y dilatada en el tiempo, y con la intención de que sea único para todo el sistema de la Biblioteca Universitaria (cuenta con 13 bibliotecas y servicios centrales) para evitar confusiones o malos entendidos. Con este propósito se adquirió otro terminal asociado al mismo número, si bien sólo lo utilizamos como respaldo al no permitir WhatsApp el empleo de dos simultáneamente asociados a la misma línea.

No obstante, el planteamiento desde primera hora ha sido la gestión a través de los ordenadores del personal, con la opción Web que permite la aplicación (<https://web.whatsapp.com/>), dado que no requiere instalación alguna de software, ni representa mayor restricción que la presencia física del móvil frente a la pantalla del ordenador para su sincronización; lo cual, dada nuestra estructura de centros y de trabajo, resta posibilidades para acoplarse a nuestras necesidades.

El primer requisito para instalar WhatsApp es disponer de la Play Store en el dispositivo para lo que hace falta tener una cuenta de Gmail vinculada, aunque hoy en día existen alternativas para eludir este requerimiento.

Una vez instalado, se decide realizar un bloqueo de llamadas entrantes en el propio dispositivo para impedir llamadas de voz y evitar así cualquier tipo de interferencia en el servicio a través de WhatsApp.

Para asegurar la conectividad del móvil a la Red wifi Eduroam en la Universidad de Málaga y abaratar costes, se creó un usuario en el sistema de identificación de la institución, lo que permitió configurar dicha red. Se desactivan los datos móviles en el dispositivo para evitar el riesgo de que se produzcan gastos de gestión.

Para recoger la percepción del usuario, considerado el principal indicador, se emplea el sistema de encuestas adoptado y mantenido por la Universidad de Málaga, LimeSurvey, al que tiene acceso como administrador personal de biblioteca, que es quien se encarga de su configuración, gestión y explotación. Se ha procurado que la encuesta se presente al usuario de la forma más simple y ágil posible para él, donde sólo se le requiere que indique el segmento de usuario al que pertenece, la puntuación que otorga y un espacio para introducir el comentario que desee (Figura 1). Es el propio sistema el que aporta la fecha y hora de la respuesta, que después permitirá analizar franjas horarias, días de la semana, etc. en una hoja de cálculo al aprovechar las funciones que posibilita, que completa las opciones de análisis que permite el propio sistema de encuestas.

Figura 1: Encuesta Servicio WhatsApp

Gestión del equipo. Formación, información, comunicación y organización

Desde su inicio, el servicio es atendido y coordinado por el Servicio de Atención al Usuario con la colaboración, en una primera fase, de Biblioteca General por ser esta la que mayor cobertura horaria ofrece, quedando establecido de la siguiente manera:

- Horario de mañana:
 - De lunes a viernes: Servicio de Atención al Usuario.
 - Sábados: Biblioteca General.

- Horario de tarde: Biblioteca General.
- Horario nocturno y fines de semana durante el periodo de horarios especiales por exámenes: Biblioteca General.

Otro factor importante que determina la colaboración de Biblioteca General es la cercanía física con el Servicio de Atención al Usuario (ambos comparten edificio) ya que la prestación del servicio requiere la presencia del dispositivo móvil para la citada sincronización.

Sin embargo, pronto se plantea la necesidad de extender la prestación del servicio desde el resto de bibliotecas de la Universidad. Comenzando por la de Educación y Psicología, que se ofrece voluntariamente, se establece un turno rotatorio para la atención a los canales de comunicación en línea de un mes de duración por biblioteca, de lunes a viernes de 9 de la mañana hasta las 20:30 h., salvo en periodos especiales por exámenes, en los que la atención del servicio recae de nuevo sobre el Servicio de Atención al Usuario (horario de mañana) y Biblioteca General (tardes, noches y fines de semana).

Para la formación del personal, se realizan sesiones presenciales y se redactan unas instrucciones generales para la atención de los canales en línea de la biblioteca entre las que se incluyen otras específicas sobre el servicio a través de WhatsApp. Entre los apartados que incluye figuran los horarios habituales de atención, consultas que deben ser atendidas, manual de estilo y criterios lingüísticos.

Respecto a la difusión del servicio, se realizan diferentes acciones:

- Presentación oficial del nuevo servicio por parte del Vicerrector de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga, del que depende la biblioteca [iii].
- Publicación de una noticia sobre el servicio en la web de la biblioteca (<https://www.uma.es/ficha.php?id=62381¬i=418>).
- Distribución de un cartel con información sobre el nuevo servicio (Figura 2).
- Creación de una página específica en la web de la biblioteca con información sobre el servicio (<https://www.uma.es/ficha.php?id=135605>), con acceso directo desde la página principal de la biblioteca.
- Difusión a través de los perfiles en Twitter y Facebook de la biblioteca.
- Difusión del nuevo servicio a través de listas de distribución por grupos de usuarios.
- Difusión en prensa local. A modo de ejemplo: <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2016/06/01/biblioteca-uma-whatsapp/853767.html>

iii <https://www.uma.es/sala-de-prensa/noticias/la-biblioteca-universitaria-presenta-nuevos-servicios-para-mejorar-la-atencion-al-usuario/>



Figura 2: Cartel del servicio WhatsApp

Procedimiento y protocolo de atención al usuario

Dadas las características del servicio, las consultas realizadas por cualquier usuario son atendidas de manera individual por el bibliotecario responsable en cada momento. En este contexto, resulta fundamental establecer un sistema organizativo dentro de cada biblioteca o servicio que garantice su respuesta en cualquier instante, evitando la posibilidad de que queden preguntas sin contestar o que sean atendidas con atraso. Aunque desde servicios centrales se dan directrices en este sentido, es la biblioteca responsable de cada periodo la que decide la forma de llevarlo a cabo.

Cualquier consulta será atendida lo más pronto posible una vez formulada. Aquellas que así lo requieran serán derivadas a quien corresponda, asumiendo el papel de mediador entre el experto en esa cuestión y el usuario que realiza la pregunta.

De cara a la prestación del servicio hay que tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- a) *Consultas que deben ser atendidas:*
 - Se atenderán consultas o dudas sobre cualquier aspecto relacionado con la Biblioteca Universitaria en lo referente a sus instalaciones, equipamiento, horarios, productos, servicios, etc.
 - Se orientará en la búsqueda y localización de la información.

- b) *Consultas que no deben ser atendidas* (en atención a la legislación sobre protección de datos de carácter personal, a excepción de la última indicada):
- La gestión de renovaciones y reservas de los préstamos.
 - La solicitud de información sobre sanciones del préstamo.
 - La información sobre el fondo bibliográfico que se tiene en préstamo.
 - Vencimiento de los préstamos.
 - Datos de carácter personal.
 - Las consultas bibliográficas complejas se remitirán a las bibliotecas de los centros o a servicios generales.
- c) *Manual de estilo*. Normas y criterios lingüísticos
- Absoluta corrección respetando siempre las normas ortográficas y gramaticales.
 - Lenguaje simple e informal (sin olvidar la corrección).
 - Evitar párrafos extensos.
 - Evitar el uso de frases enteras en mayúsculas.
 - Estilo directo.
 - Enlazar siempre que sea posible al catálogo o web de la Biblioteca.
 - Tono de conversación cercano y cordial sin perder el respeto mutuo.
 - No emitir nunca opiniones personales.
 - Utilizar el plural mayestático.
- d) Mensajes pregrabados: para facilitar la rapidez en la contestación y dado que algunos asuntos por los que se consulta son reiterativos, se ha elaborado, con actualización permanente, una relación de respuestas tipo compiladas en un documento que se encuentra alojado en la intranet y accesible a todos los bibliotecarios.
- c) Evaluación del servicio: una vez finalizada la consulta y a modo de despedida, se solicita al usuario que evalúe la atención recibida.

Una vez finalizada la consulta y remitida la encuesta de evaluación, se registran los datos en un Excel específico, alojado en la intranet de la biblioteca y accesible para todo el personal que participa en la prestación del servicio, donde se contemplan los siguientes datos: fecha y hora de consulta, asunto, tipo de usuario que realiza la consulta (alumnos, PDI, PAS...), biblioteca que atiende la consulta y otras observaciones que se consideren de interés.

El análisis de los datos registrados nos permite obtener información muy valiosa de cara a la valoración del propio servicio a través de WhatsApp (consultas más recurrentes, afluencia de consultas en cada periodo, grupos de usuarios que utilizan el servicio, etc.) así como detectar posibles debilidades de otros servicios de la biblioteca y/o deficiencias en la comunicación con nuestros usuarios.

RESULTADOS OBTENIDOS. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, REVISIÓN Y MEJORA

Encuestas, percepción de usuarios, indicadores y resultados obtenidos

Desde su puesta en marcha, los usuarios del servicio han respondido en un total de 723 ocasiones a la encuesta que se les facilita siempre tras ser atendidos, de un total de 1.402, lo que representa que han sido algo más del 50 % del total de consultas atendidas.

Aunque hubiese sido deseable un mayor porcentaje, supone una muestra representativa, sobre todo por la cifra global, para obtener una visión sobre la percepción que se tiene de este servicio.

En cuanto a la segmentación de los usuarios que lo han utilizado, se puede apreciar que es principalmente el alumnado.

Tipología	Respuestas	Porcentaje
Estudiantes	573	79.25 %
PDI	23	3.18 %
PAS	14	1.94 %
Externos	113	15.63 %

Tabla 1: Participación en encuesta de satisfacción

El último de ellos, externos, responde al objetivo inicialmente adoptado de orientación a la sociedad, con unos resultados que se estiman adecuados en cuanto a volumen.

Globalmente, la percepción está próxima a “totalmente satisfecha”, como demuestra el 4,77 de media, sobre 5, que se le otorga.

Puntuación	Respuestas	Porcentaje
1	7	0.97 %
2	12	1.66 %
3	11	1.52 %
4	79	10.93 %
5	614	84.92 %

Tabla 2: Valoración en encuesta de satisfacción

Es cierto que hay personas “totalmente insatisfechas”, que valoran con un punto, 7 en total, y otras 12 que lo hacen con un 2, equivalente a “insatisfechas”; si bien, en un análisis más detallado observamos que parece que se valora en algunos casos el servicio sobre el que se pregunta o se plantea la problemática, más que la atención que se le está dando, que es realmente lo que intentamos que se califique.

En cualquier caso, muy distantes en resultados de las que valoran con “totalmente satisfechas”, en 614 ocasiones, el 84,92 %, o las que se encuentra satisfechas, codificado con 3, o por encima, que representan el 97,37 %.

Un aspecto que nos interesa destacar es el de horarios extraordinarios, al entender que se trata de lo más diferenciador del servicio ofrecido. Es decir, durante los fines de semana y durante el horario nocturno.

De esta manera, contabilizamos 79 respuestas durante la noche y la madrugada, que arrojan un resultado medio de 4,82, superior, como se aprecia con respecto a lo indicado globalmente, y algo más destacado también que el horario habitual de mañana y tarde, que se sitúa en un 4,74.

Durante los fines de semana se han contestado en 165 ocasiones, con una valoración media de 4,87. Mejores resultados aún.

Esto nos lleva a concluir que se trata de un servicio muy apreciado y, especialmente, se valora cuando la pregunta a través del WhatsApp se formula en momentos fuera de los horarios tradicionales, lo cual viene a reforzar la decisión tomada en su momento de ampliarlo a los especiales.

Como era de esperar, durante esos horarios los que mayoritariamente recurren al servicio son los estudiantes seguidos en menor medida de los externos.

En cuanto a estos últimos, 113 respuestas, el uso que realizan es principalmente los fines de semana. Esta categoría llega a la valoración de 4,92, la más alta, lo que se puede interpretar como un buen resultado dentro de los objetivos orientados a la sociedad.

Tipología	Valoración
Estudiantes	4,75
PDI	4,74
PAS	4,71
Externos	4,92

Tabla 3: Valoración de usuarios en encuesta de satisfacción

Con respecto a los resultados clave contemplados a priori, en la vertiente de los económicos, el único recurso que representa coste es la adquisición de un terminal y el mantenimiento de una línea básica, sin necesidad de datos ya que el resto: personal, equipamiento informático, etc. ya se disponía de él. Se considera sobradamente rentabilizado el gasto, dado el número de consultas atendidas, el tiempo transcurrido y la valoración otorgada por las personas solicitantes.

Precisamente esa valoración repercute en la mejora de la imagen de la biblioteca en la sociedad y en la comunidad universitaria.

Por lo que se refiere a los indicadores de rendimiento, al tener en cuenta desde su puesta en marcha, se han registrado los siguientes (*en 2016 desde abril y en 2019 hasta 15 de septiembre):

Año	Totales	Media diaria
2016*	227	1,2
2017	390	1,4
2018	428	1,5
2019*	357	1,6

Tabla 4: Consultas atendidas

Destacar que todas las consultas se han respondido, si bien hay un pequeño número de ellas que, por diversas circunstancias, no lo fueron con la inmediatez que caracteriza el servicio.

En cuanto a su evolución, al obtener la media diaria se puede constatar que es constante al alza, cada vez se requiere más y es de esperar que siga esa progresión, al menos a medio plazo.

En un análisis más detallado de estos indicadores se identifican consultas por los más variados asuntos, aunque predominan mayoritariamente las referidas a horarios y apertura de bibliotecas y salas de estudio.

Revisiones del procedimiento y mejoras incluidas

A lo largo de estos últimos años desde su puesta en marcha, hemos comprobado que se trata de un servicio que es perfectamente compatible con la dinámica habitual de nuestras bibliotecas y que, en contrapartida, goza de una gran aceptación por parte del usuario. Sin embargo, nos hemos encontrado con algunas dificultades.

WhatsApp Web no permite tener más de una sesión simultánea. Esto impide que varios bibliotecarios puedan trabajar de manera concurrente, lo que exige una minuciosa organización del personal que está al frente del servicio para evitar que no se produzcan lagunas en la prestación del mismo.

Por sugerencia de parte del personal encargado, se establecen turnos rotatorios por bibliotecas, lo que exige el traslado físico del teléfono de una a otra. En muchos casos, esto no ha supuesto ningún problema por la cercanía física entre ellas. Sin embargo, en otros, el traspaso implicaba cambios de campus más lejanos, lo que ha provocado pequeñas interrupciones en el servicio. Para evitar estos inconvenientes, se ha intentado asociar un segundo dispositivo a la misma línea, pero esto no ha sido posible (técnicamente lo es, pero cuando WhatsApp detecta un tráfico inusual entre dispositivos bloquea esta funcionalidad).

Por otro lado, aunque la atención a través de la versión web no requiere la presencia física del teléfono móvil, salvo para sincronizarlo con el navegador, algunas tareas, como la modificación del estado y del perfil, solo pueden realizarse sobre el propio terminal.

La necesidad de disponer del dispositivo en la biblioteca que asume el servicio en cada periodo impide por otro lado la participación de varias bibliotecas durante el mismo tiempo. En un determinado momento, estudiamos la posibilidad de mantener la atención en las bibliotecas de centro durante el horario de mañana y tarde, derivando el servicio nocturno y de fines de semana a Biblioteca General. La disponibilidad de dos dispositivos habría facilitado esta organización.

No obstante, el hecho de contar con el segundo terminal para las pruebas y haberlo mantenido, ha favorecido la no interrupción del servicio cuando uno de ellos se ha estropeado.

Entre las perspectivas de futuro, estudiamos la posibilidad de crear listas de difusión en torno a los asuntos objeto de las consultas más demandadas, como los cambios en el horario, especialmente en época especial por exámenes, la oferta formativa de la biblioteca, novedades en la colección o información sobre disponibilidad de plazas en nuestras bibliotecas durante el horario especial por exámenes.

También nos planteamos usarlo como herramienta de comunicación en los concursos que la biblioteca suele celebrar con motivo del Día del Libro o el Día de las Bibliotecas. Consideramos que el hecho de utilizar una vía más accesible para el usuario puede favorecer la participación en este tipo de actividades.

CONCLUSIONES

Con este servicio, la biblioteca pretende aprovechar el potencial de WhatsApp poniendo a disposición de sus usuarios una nueva herramienta de comunicación en tiempo real y que sin duda contribuye a acercar, aún más, la biblioteca a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

Representa la ampliación de los mecanismos de comunicación con los usuarios que ya se disponía, desde los más tradicionales (teléfono o correo electrónico) a las redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) o el chat, del que se considera sucesor y posible sustituto a medio o largo plazo.

Su implementación no requiere de una gran inversión económica, solo el coste del dispositivo y la contratación de una línea con la tarifa más económica, ya que se utiliza exclusivamente para la atención a través de WhatsApp vía wifi. Tampoco sus requisitos técnicos representan una gran dificultad.

Los objetivos y resultados planteados en la fase de planificación se vieron cumplidos al abarcar toda la amplitud de horarios, especialmente con las vistas puestas sobre los extraordinarios de noches, fines de semana y festivos, por la innovación que representaba y contar con una dotación de plantilla reducida con respecto a otros; responderse todas las consultas y su gran mayoría de forma inmediata y, como factor principal, responder a las expectativas de los usuarios en un alto grado, puesto de manifiesto en la valoración que hacen del servicio, con una satisfacción que se aproxima de media a la máxima, al “totalmente satisfecho”.

Como ha quedado de manifiesto, la percepción del personal encargado del servicio se ha tenido en cuenta para mejorar aspectos organizativos y de funcionamiento.

Es un servicio que se considera también orientado a la sociedad, dada la proyección inicial y utilización que se constata por parte de usuarios externos, los cuales muestran el mayor grado de satisfacción de todos los grupos de interés.

Por todo ello, por la experiencia positiva de los algo más de tres años de funcionamiento, así como por la mejora y eficiencia lograda en su gestión, se considera actualmente un servicio clave para la biblioteca, sostenible y con proyección de futuro.

REFERENCIAS

- CLEMENTE, Sandra, 2017. "Tienes un WhatsApp de tu biblioteca" [en línea]. En: *Biblogtecarios*. 7 de junio de 2017. [consulta: 17 septiembre 2019]. Disponible en: <https://www.biblogtecarios.es/sandraclemente/tienes-whatsapp-biblioteca>
- MARQUINA, Julián, 2015. "¿Utilizarías Whatsapp en la estrategia de comunicación de tu biblioteca?" [en línea]. En: *Blog Julián Marquina*. 12 de marzo de 2015 [consulta: 17 septiembre 2019]. Disponible en: <https://www.julianmarquina.es/utilizarias-whatsapp-en-la-estrategia-de-comunicacion-de-tu-biblioteca/>
- MARQUINA, Julián, 2016. "No muchas bibliotecas aprovechan el potencial de Whatsapp" [en línea]. En: *Blog Julián Marquina*. 1 de marzo de 2016 [consulta: 17 septiembre 2019] Disponible en: <https://www.julianmarquina.es/no-muchas-bibliotecas-aprovechan-el-potencial-de-whatsapp>
- BIBLIOTECA de la Universidad de Cantabria, 2019. "Servicio de información por whatsapp" En: *Biblioteca de la Universidad de Cantabria* [en línea], [consulta: 17 septiembre 2019]. Disponible en: <https://web.unican.es/buc/servicios/servicios-de-informacion/servicio-whatsapp>
- BIBLIOTECA de la Universitat de Girona, 2019. Biblioteca [en línea] [consulta: 17 septiembre 2019]. Disponible en: <https://biblioteca.udg.edu/ca>

25 años

**fabricando mobiliario
para bibliotecas.**

Póngase en contacto con nosotros.

Nuestro equipo técnico desarrollará el proyecto para el mejor aprovechamiento de su biblioteca. Adaptamos nuestro mobiliario a su espacio y fabricamos muebles para sus necesidades específicas.

Visite nuestra web y descargue nuestro catalogo completo.



ER-0526/2007



metalundia®
bibliotecas e instalaciones

C/ ANTONIO MACHADO, 5
18510 BENALUA (GRANADA)
TLF.: 958 676 030 FAX.: 958 696 239
@.: metalundia@metalundia.es
www.metalundia.es



EXPERIENCIAS

Veinte pasos para complicarte el trabajo en tu biblioteca

DANIEL FERNÁNDEZ RUTKOWSKI

Biblioteca Pública Municipal El Esqueleto - Sevilla

1.º Comienza sin organizar

Empezar sin organizar. Ya sea una biblioteca nueva o una ya en funcionamiento, un error muy común es empezar o seguir trabajando con los instrumentos de trabajo sin organizar. Igual que en un taller mecánico, lo primero es tener todas las herramientas que vamos a utilizar ordenadas, que sean correctas y útiles. Tablas para el préstamo interbibliotecario, tablas para compras de libros y para hacer su seguimiento, tablas de pedidos de material de oficina, directorio de centros educativos y docentes, directorio de organismos públicos y contactos, directorio de empresas y monitores de animación a la lectura y actividades culturales, etc.

2.º No planifiques

No se planifica. Se puede planificar para todo, pero en bibliotecas conviene planificar para organizar todo aquello que se va a hacer en el próximo año o curso escolar y que está fuera del funcionamiento normal de la biblioteca. Se trata de la expansión de la biblioteca más allá de sus funciones básicas. Por esta función se prevén acciones a realizar y los plazos para hacerlas; también se prevén cómo se van a evaluar los resultados.

3.º Si ya está llena de libros, ¿para qué pensar en renovarlos?

La biblioteca funciona con libros viejos. La concejalía de cultura del ayuntamiento considera que si la biblioteca está llena de libros no hace falta comprar nuevos. 3.000 euros están mejor empleados en una fiesta cualquiera que en comprar nuevos libros. Hay que reunirse cada año con el/la concejal de cultura, para recordarle que un pueblo culto es un pueblo más próspero y mejor; y que comprar libros no es un gasto, sino una inversión.



4.º Siempre cabe un libro más. ¿Para qué expurgar?

Los libros se apiñan en las estanterías aunque ya no quepan. No se hacen expurgos anuales porque todos los libros son útiles o pueden serlo. Se ignora el efecto llamada que hacen las estanterías semivacías a los libros nuevos por comprar.

5.º No hagas caso a las nuevas ideas de otros

Hay mucha gente entre los posibles usuarios que estarían encantados de participar en todo lo relacionado con el funcionamiento de la biblioteca pero a los que no se les hace caso. Club de Amigos de la Biblioteca, padres y madres que darían cursos y charlas, grupos en redes sociales para organizar todo tipo de actividades, docentes con los que contar para organizar compras de libros y actividades.

6.º El silencio, para los demás

Hay que guardar silencio en la biblioteca, pero los bibliotecarios no. Conversaciones de los bibliotecarios, llamadas telefónicas, impresoras escandalosas, zapatos ruidosos.

7.º Desayuna cuando quieras, aunque nadie te cubra

De 10 a 11 de la mañana es la hora del café, se produce un vacío legal cubierto en algunos casos por personal laboral variado.

8.º ¿Ordenar diariamente? ¿para qué?

Los libros no hace falta ordenarlos todos los días porque de todas formas se van a desorganizar todos los días. Dedicar 10 minutos a primera hora para ordenar las secciones, y alinear los libros, proporciona a los usuarios una buena sensación y los anima a ojear y a usar los libros. Además, una colección ordenada evita en gran medida el desorden.

9.º Si tú no te leerías ese libro, ¿para qué comprarlo?

Si hay dinero para comprar libros, los libros se compran según el criterio del gusto o de las necesidades personales, familiares o de las amistades del bibliotecario. Una parte del presupuesto se dedica a “otros libros”. Hay que elaborar un listado de las secciones de dónde más se prestan libros y de las que se utilizan menos. Las compras de libros han de repartirse según estas prioridades.

10.º Discute con usuarios problemáticos

Discutir o dar explicaciones a usuarios problemáticos es a menudo una pérdida de tiempo para el bibliotecario, ya que lo que suelen querer estas personas es discutir. Lo mejor es citar la norma una y otra vez y, si persisten, avisar de que serán expulsados del recinto o de que se llamará al guarda de seguridad o la policía, y hacerlo sin más.

11.º Amistades peligrosas

Hacerse amigo/a de personas interesadas. Hay personas que quieren que el bibliotecario les haga favores personales de todo tipo y de forma periódica, de modo que tratan de hacerse su amigo para que, de paso, les haga estos favores. Hay que evaluar si lo que ofrecen compensa lo que piden, y saber distinguir a los amigos de verdad de éstos falsos amigos.

12.º En toda biblioteca pública hay uno o varios “pozos negros”

Son lugares donde se apilan y almacenan todo tipo de cosas que no sirven ni servirán nunca. Cuanto más grande sea el espacio destinado para esta función, mayor será la cantidad de objetos que se apolillan en ellos. Para identificar qué objetos van a ser seleccionados para el pozo negro, nos valdremos del siguiente pensamiento bibliotecario: “no sé qué hacer con esto, lo pongo aquí y lo decido más tarde”.

13.º Usuarios con manos largas

La persona que menos lo parece es el que más roba libros en la biblioteca. Nos dejamos engañar por las apariencias y nos da vergüenza registrar a personas de apariencia muy digna, respetable o simpática. Suelen ser los que se llevan los mejores, más caros y más modernos libros.

14.º Si se desencuaderna, tíralo

Cada vez hay más libros que se desencuadernan con dos lecturas y que por tanto, hay que expurgar por deterioro. Hay muchos libros, cada vez más, cuya encuadernación es por “encolado”, o sea, por pegado de las hojas con cola a la cubierta. Existen dos productos para darle más vida a los libros: es el simple bote de cola blanca carpintera y el simple pincel. Con ellos se pueden volver a encolar = encuadernar los libros.

15.º No busques en el programa de gestión bibliotecaria antes de catalogar o dar de alta un nuevo ejemplar, seguramente no esté

Dar de alta ejemplares y usuarios en el programa de gestión bibliotecaria sin repasarlos. El alta de ejemplares y usuarios es el proceso inicial, básico y más importante de los que se realizan en la biblioteca. En él se basan todos los demás procesos bibliotecarios. Todo el trabajo de la biblioteca se basa en que estos datos sean correctos, por lo que no basta con escribirlos, sino que hay que comprobar lo que se ha escrito, buscando fallos antes de dar de alta un registro. Así nos evitaremos errores en las reclamaciones, en las estadísticas y en los préstamos.

16.º Tú a lo tuyo, yo a lo mío

Si hay varios bibliotecarios, repartirse las tareas sin querer hacer las tareas de los demás. Si hay dos o más bibliotecarios, suele ser habitual el repartirse las tareas. Esto

es práctico, pero tiene varios inconvenientes: si falta al trabajo, por algún motivo, alguno de los bibliotecarios, los otros no se encargan de hacer sus funciones. La rotación en funciones es la solución, por ella, todos los trabajadores realizan todas las funciones por turnos mensuales o anuales.

17.º Los que van a la biblioteca a estudiar son los que mandan

Los estudiantes que van solo a estudiar son los que imponen las normas de: silencio, reparto de puestos de lectura, vigilancia de objetos personales, número de documentos que se prestan, el número de enchufes de electricidad que hay y quién los ocupa, los puntos de luz, uso de portátiles y móviles, etc. La biblioteca pública hace mucho tiempo que dejó de ser sobre todo una sala de estudio. Se hacen actividades culturales, se fomenta la biblioteca como función social, se priorizan a ciertas horas a los niños menores de edad y sus necesidades, el uso de ordenadores, etc. Las normas las dicta el bibliotecario con las sugerencias de los usuarios, pero hay que hacerlas y ponerlas bien visibles en la entrada.

18.º Donaciones, cuantas más mejor

Aceptar donaciones de libros por parte de particulares o instituciones sin saber antes algunos de los títulos que la componen y cuántos son. La gente que hace limpieza de libros en su casa o en su trabajo, considera que los libros no se tiran porque es una pena, y que, por tanto, su lugar es la biblioteca donde se atesoran todos los libros hasta el final de los tiempos. Hay que dejar muy claro desde la primera conversación sobre posibles donaciones, que no convienen donaciones de: enciclopedias antiguas, libros de texto antiguos, libros de bolsillo y técnicos de más de 10 años, colecciones desfasadas, libros con humedades. Y que sólo convienen los libros nuevos, de los últimos 10 años y en buen estado.

19.º No renovar las signaturas topográficas según la última CDU

Siguen los catálogos con gran cantidad de signaturas topográficas basadas en antiguas CDU. Esto supone el cambio de signatura en el programa de gestión bibliotecaria y la impresión y pegado de nuevos tejuelos.

20.º El cartelismo compulsivo

Muchas veces se peca en el número de carteles que se colocan al público por toda la biblioteca. De todos es sabido que cuántos más carteles haya, menos se leen.



ASOCIACIÓN

Noticias y actividades AAB

DICIEMBRE 2019

Formación

Desarrollo del curso de formación permanente (teleformación): “Formulación de proyectos culturales en bibliotecas”, que finalizó el 5 de diciembre de 2019.

Difusión del curso de formación permanente (teleformación): “Catalogación avanzada de monografías con RDA (revisión 2016) y Marc 21” entre los días 13 de enero al 14 de febrero de 2020.

Asociación

Nuestra cuenta en Twitter (@asociacionbiblio) mantiene su intensa actividad y supera los tres mil cuatrocientos veinticinco seguidores. Por otro lado, en Facebook superamos los cinco mil cincuenta seguidores, manteniendo una actividad de actualización diaria. Nuestro canal en Youtube continúa su actualización periódica, últimamente con las entrevistas desarrolladas durante las XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía.

Se ha publicado el Boletín nº. 118, con los textos de los ponentes e intervenciones de las XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía. El Boletín 119 estará también dedicado a las Jornadas, en este caso con los textos de las comunicaciones.

<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-118/>

El 17 de diciembre asistimos en Madrid a la reunión del G.T. “Defensa de la profesión” de Fesabid para abordar la creación del “Observatorio de defensa de la profesión”.

Acreditación profesional

Durante este mes se ha desarrollado la fase de evaluación de la cualificación “SSC611_3: Prestación de Servicios Bibliotecarios”.

XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía

En nuestro canal de Youtube puedes visualizar las diversas entrevistas que se realizaron a algunos de los ponentes de las Jornadas:

<https://www.youtube.com/channel/UCJH0M8mA3t2ay2uiWWgA5zA>

IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas

Las IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas de Andalucía tendrán lugar en Jerez de la Frontera (Cádiz) el jueves 5 de noviembre, y el viernes 6 en Córdoba.

ENERO 2020

Formación

- Desarrollo del curso de formación permanente (teleformación): “Catalogación avanzada de monografías con RDA (revisión 2016) y Marc 21” entre los días 13 de enero al 14 de febrero de 2020.
- Difusión del curso de formación permanente (teleformación): “Gestión de la atención al usuario en bibliotecas: pautas para una comunicación y eficaz y de calidad con el usuario” que se desarrollará entre el 26 de febrero y el 1 de abril de 2020.

Asociación

- Nuestra cuenta en Twitter (@asociacionbiblio) mantiene su intensa actividad y supera los tres mil cuatrocientos cincuenta seguidores. Por otro lado, en Facebook superamos los cinco mil setenta y cinco seguidores, manteniendo una actividad de actualización diaria.
- Se está preparando el Boletín 119, dedicado a las Jornadas, en este caso con los textos de las comunicaciones.
- El día 18 de enero se celebró reunión de la Comisión Directiva.
- El 24 de enero asistimos en Madrid a presentación del informe “Las bibliotecas públicas en España: diagnóstico tras la crisis económica.
- El día 24 y 25 de enero asistimos en Madrid a la Junta Directiva de Fesabid.

Acreditación profesional

- Ya están disponibles en las delegaciones provinciales de la Consejería de Empleo los títulos de aquellas personas que se acreditaron en el año 2015 y 2016 en la cualificación “SSC611_3: Prestación de Servicios Bibliotecarios”.

XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía

- En nuestro canal de Youtube puedes visualizar las diversas entrevistas que se realizaron a algunos de los ponentes de las Jornadas, así como la inauguración de las Jornadas:
<https://www.youtube.com/channel/UCJH0M8mA3t2ay2uiWWgA5zA>

IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas

- Las IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas de Andalucía tendrán lugar en Jerez de la Frontera (Cádiz) el jueves 5 de noviembre, y el viernes 6 en Córdoba, bajo el lema “Bibliotecas Sostenibles: Objetivos 2030”.

FEBRERO 2020

Formación

Desarrollo del curso de formación permanente (teleformación): “Catalogación avanzada de monografías con RDA (revisión 2016) y Marc 21” entre los días 13 de enero al 14 de febrero de 2020.

Desarrollo del curso de formación permanente (teleformación): “Gestión de la atención al usuario en bibliotecas: pautas para una comunicación y eficaz y de calidad con el usuario” que se desarrollará entre el 26 de febrero y el 1 de abril de 2020.

Asociación

Nuestra cuenta en Twitter (@asociacionbiblio) mantiene su intensa actividad y supera los tres mil cuatrocientos setenta y cinco seguidores. Por otro lado, en Facebook superamos los cinco mil cien seguidores, manteniendo una actividad de actualización diaria.

Se está preparando el Boletín 119, dedicado a las Jornadas, en este caso con los textos de las comunicaciones.

El día 27 de febrero se ha convocado la Asamblea General de Socios, que tendrá lugar el sábado 21 de marzo en la B. P. M. “Dr. Ricardo Conejo Ramilo” de Archidona, a las 9:30 h. en primera convocatoria, y a las 10:00 h. en segunda.

El día 28 de febrero por la mañana asistimos en el Teatro de la Maestranza de Sevilla a la entrega de las “Medallas de Andalucía 2020”.

El próximo día 21 de marzo a las 11:30 h. celebraremos el “VIII Encuentro de los bibliotecarios andaluces con la AAB” en la B. P. M. “Dr. Ricardo Conejo Ramilo” de Archidona.

Acreditación profesional

Ya están disponibles en las delegaciones provinciales de la Consejería de Empleo los títulos de aquellas personas que se acreditaron en el año 2015 y 2016 en la cualificación “SSC611_3: Prestación de Servicios Bibliotecarios”.

IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas

Las IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas de Andalucía tendrán lugar en Jerez de la Frontera (Cádiz) el jueves 5 de noviembre, y el viernes 6 en Córdoba, bajo el lema “Bibliotecas Sostenibles: Objetivos 2030”.

* * *

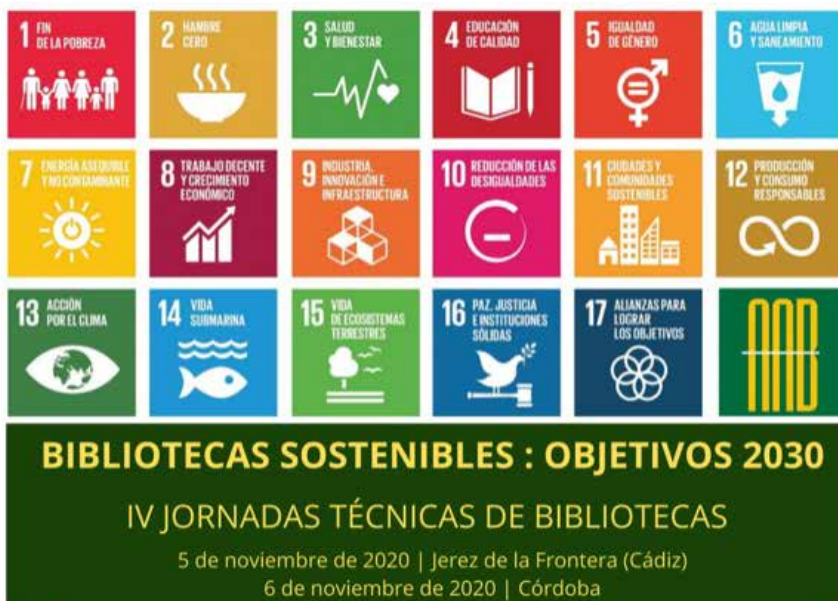
IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas

Desde la Asociación Andaluza de Bibliotecarios (AAB) estamos totalmente convencidos de que nuestros centros de trabajo son Bibliotecas Sostenibles.

Los ODS constituyen un compromiso para abordar los problemas más urgentes a los que hoy se enfrenta el mundo actual. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) están interrelacionados, lo que significa que el éxito de uno afecta el de otros. Responder a la amenaza del cambio climático repercute en la forma en que gestionamos nuestros cada vez más frágiles recursos naturales. En definitiva, es una oportunidad esencial en beneficio de la vida de las generaciones futuras.

Las bibliotecas contribuyen notablemente al desarrollo de los ODS de la Agenda 2030. El propósito de la AAB es la de apoyar las actividades que propugnen la inclusión de las bibliotecas y del acceso a la información como parte de los planes nacionales y regionales de desarrollo los cuales ayudarán a cumplir la Agenda 2030 de la ONU.

Las bibliotecas, al proporcionar acceso a la información y habilidades, ofrecen oportunidades a las personas para mejorar su vida y contribuyen a la toma de decisiones informadas por parte de los gobiernos, las comunidades y otras instituciones destinadas a reducir la pobreza y elevar el nivel de vida de las personas en todo el mundo.



Nuestras bibliotecas están preparadas para apoyar la implementación de la Agenda 2030 de la ONU y tenemos muchas cosas que hacer y decir por cada uno de los 17 ODS. Para que sirva de ejemplo, desde la AAB estamos trabajando en el desarrollo de estos 17 ODS con una campaña de marketing para que conozcamos que podemos hacer desde nuestra biblioteca día a día en favor de convertir nuestros centros en Bibliotecas Sostenibles. En nuestras manos está la posibilidad de mejorar el mundo desde las bibliotecas, trabajando en cada una de ellas estos objetivos que mejoren nuestras sociedades presentes y sobre todo futuras.

Desde la AAB queremos que desde nuestras bibliotecas implementemos estos 17 ODS y sepamos enseñar a nuestros usuarios lo fácil que es ser sostenibles desde todos los ámbitos de nuestra vida. Desde iniciativas simples al alcance de todos podemos concienciarnos a nosotros mismo y por extensión a nuestros usuarios. Ese es el papel fundamental que desempeñamos las bibliotecas en esta campaña mundial en favor de las bibliotecas.

Son temas fundamentales los que vamos a abordar, pero lo más importante es compartirlos, intercambiar experiencias y debatirlos contigo. Por todo ello, queremos reencontrarnos en nuestras *IV Jornadas Técnicas de Bibliotecas* cuyo lema es: *Bibliotecas sostenibles: Objetivos 2030*. No puedes faltar, contamos contigo en las #4JTB.

TEMÁTICA “BIBLIOTECAS SOSTENIBLES: OBJETIVOS 2030”

- *Jerez de la Frontera (Cádiz)*: jueves 5 de noviembre. Sala Compañía. Plaza Compañía, s/n., Jerez de la Frontera (Cádiz). De 9:30 a 14:30 y de 16:30 a 18:30 horas.
- *Córdoba*: viernes 6 de noviembre. Biblioteca Central de Córdoba. Ronda del Marrubial, s/n., Córdoba. De 9:30 a 14:30 y de 16:30 a 18:30 horas.

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN

Modalidad presencial

Será obligatoria la asistencia al 100 % de la actividad. Se emitirá un certificado de asistencia por las 7 horas de asistencia.

Modalidad semi-presencial

Será obligatoria la asistencia al 100% de la actividad presencial. Se completará el número de horas, hasta 20, con el acceso a la plataforma Moodle de la AAB para la realización de un curso de autoformación basado en unas lecturas relacionadas con las temáticas propuestas por los docentes, además de un cuestionario de auto-evaluación. La realización de las actividades propuestas y del cuestionario será un

requisito mínimo para la obtención de la certificación con las 20 horas de aprovechamiento. Para el acceso a la plataforma virtual, la AAB se pondrá en contacto con los inscritos en esta modalidad para darles las claves y ruta de acceso pertinente, el mismo día de inicio de la parte *on-line*. La actividad semi-presencial en la plataforma virtual estará abierta para su realización desde el 16 al 30 de noviembre de 2020.

INSCRIPCIÓN

La solicitud de inscripción (*) se realizará rellenando el formulario habilitado al efecto en la siguiente dirección web <https://www.aab.es/jornadas/iv-jornadas-t%C3%A9cnicas-de-bibliotecas/formulario-de-inscripci%C3%B3n/>, o enviando un correo electrónico dirigido a la Asociación Andaluza de Bibliotecarios (aab@aab.es) con los siguientes datos:

Nombre y apellidos:

DNI:

Correo electrónico:

Dirección postal completa:

Teléfono:

Centro de trabajo (opcional):

Modalidad: presencial/semi-presencial.

Lugar de asistencia: Jerez de la Frontera/Córdoba.

Asociado de la AAB: sí/no.

Las inscripciones en la modalidad semi-presencial tienen preferencia en el cupo de participantes. Dado que el aforo es limitado, una vez cubiertas las plazas, quedará cerrado el plazo de inscripción, que será informado mediante nota informativa en la web de la AAB. Caso de enviar la solicitud y estar ya el cupo cerrado, la AAB se pondrá en contacto con el interesado a bien de informarle que su solicitud queda en lista de espera.

PRECIOS DE MATRICULA

Modalidad presencial: gratuito (certificación de 7 horas de asistencia).

Modalidad semi-presencial: 20 euros (certificación de 20 horas de aprovechamiento).

Los asociados de la AAB tendrán una cuota reducida de 10 euros.

IMPORTANTE

Ya que la actividad en la modalidad presencial es totalmente gratuita, y para garantizar un uso más eficiente de los recursos públicos empleados en su realización, el envío de la solicitud de inscripción conlleva el compromiso de asistencia al curso.

Caso de no poder asistir a la actividad una vez admitido, deberá comunicarlo a la organización con al menos siete días de antelación, para que esa plaza sea cubierta con otra persona interesada. De no cumplirse este requisito perderá la prioridad en la asistencia a las actividades organizadas por la Dirección General del Patrimonio Histórico y Documental como por la Asociación Andaluza de Bibliotecarios.

La certificación en ambas modalidades de participación se realizará tanto por la Asociación Andaluza de Bibliotecarios como por la Dirección General del Patrimonio Histórico y Documental.

PLAZOS DE INSCRIPCIÓN

El plazo de envío de solicitudes de inscripción finaliza el 30 de octubre a las 14:00 horas.

Si las solicitudes han superado el número de plazas del curso, se enviará un correo electrónico a aquellas personas que han quedado excluidas.

DESTINATARIOS

Esta Jornada está destinada a:

- Personal técnico bibliotecario que presta sus servicios en cualquiera de las bibliotecas integrantes del Sistema Andaluz de Bibliotecas y Centros de Documentación.
- Personal de empresas, cooperativas o personas profesionales que prestan sus servicios en relación con el mundo bibliotecario.
- Personal técnico bibliotecario en situación de desempleo, estudiantes y personas interesadas en general.

ORGANIZAN

- Asociación Andaluza de Bibliotecarios.
- Dirección General del Patrimonio Histórico y Documental.

PROGRAMA DE LA ACTIVIDAD

Sesión mañana

- De 9:00 a 9:30 h.: Acreditación.
- De 9:30 a 10:00 h.: Inauguración.
- De 10:00 a 11:30 h.: Taller experiencial, impartido por Alicia Sellés Carot. Presidenta de Fesabid.
- De 11:30 a 13:00 h.: Taller experiencial, impartido por Laura Muñoz García. Fundación MUSOL: Municipalismo y Solidaridad.

- De 13:00 a 14:30 h.: Taller experiencial, impartido por Julián Novalbos Ruiz. B. P. M. Utrera (Sevilla).

Pausa.

Sesión tarde

- De 16:30 a 18:00 h.: Tertulia. “Bibliotecas Sostenibles: Objetivos 2030”. Intervienen: Alicia Sellés Carot, Laura Muñoz García y Julián Novalbos Ruiz.
- De 18:00 a 18:15 h.: Presentación XXI Jornadas Bibliotecarias de Andalucía.
- De 18:15 a 18:30 h.: Clausura.
- De 18:30 a 18:45 h.: Entrega de certificados (sólo para los asistentes inscritos en la modalidad presencial).

(*) De acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de carácter personal, y de lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 de protección de datos de carácter personal, al rellenar Ud. el formulario arriba indicado da su consentimiento a que sus datos de carácter personal proporcionados serán incluidos en un fichero, titularidad de la ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS, debidamente registrada en la Agencia Española de Protección de Datos y que tiene por finalidad el tratamiento administrativo de los asociados.

Podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose a esta Asociación sita en la calle Ollerías, 45-47; 3.º D, de Málaga.

Así mismo, le comunicamos que sus datos serán tratados con la confidencialidad exigida en la normativa en materia de protección de datos y con las medidas de seguridad exigidas en la misma.

Mediante este documento se cumple con el deber de información legal exigidos en la normativa de protección de datos.

FECHAS DE REALIZACIÓN DEL CURSO VIRTUAL

Inicio: 16 de noviembre de 2020. Fin: 30 de noviembre de 2020.

El curso virtual tiene una duración de 13 horas lectivas que se unirán a las 7 horas de la sesión presencial y que darán al alumno la posibilidad de optar a conseguir un certificado de 20 horas de aprovechamiento.

El curso se desarrollará a distancia, más concretamente en un entorno de formación virtual a través de Internet, en la plataforma Moodle de la AAB (aabmoodle.es), por lo que el alumno ha de tener acceso a la red Internet para su realización y cuenta de correo electrónico. Para el acceso a la plataforma virtual, la AAB se pondrá en contacto con los inscritos en esta modalidad para darles las claves y ruta de acceso pertinentes.

OBJETIVOS

Las bibliotecas jugamos un papel fundamental en la implementación de los ODS y tenemos que estar ahí de manera clara y justificada, ya que sin lugar a dudas los servicios bibliotecarios contribuyen a mejorar los resultados de los Objetivos del Desarrollo Sostenible en diversos aspectos muy claros como:

- Promover la alfabetización universal, incluyendo la alfabetización informativa y de medios, al igual que las competencias digitales.
- Reducir brechas en el acceso a la información y ayudar a los gobiernos, la sociedad civil y al sector empresarial a entender mejor las necesidades locales de información.
- Constituir una red de sitios de suministros para los programas gubernamentales.
- Fomentar la inclusión digital por medio del acceso a las TIC y de personal dedicado a ayudar a las personas a desarrollar nuevas habilidades digitales.
- Funcionar como el núcleo de las comunidades académicas y de investigación.
- Preservar y proporcionar acceso a la cultura y el patrimonio mundial.

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

El curso consta de tres módulos, dentro de los cuales se pueden encontrar las presentaciones de la sesión presencial, lecturas recomendadas, videos relacionados con la temática del módulo y cuestionario a contestar obligatoriamente, para la obtención del certificado de 20 horas de aprovechamiento.

En estos módulos se profundizará en lo expuesto en la temática de la sesión presencial. Para superar cada módulo será necesario realizar y superar un cuestionario tipo test de respuestas alternativas.

Los certificados serán remitidos por correo postal a la dirección indicada en el momento de la inscripción a las Jornadas, a partir de enero de 2021.

* * *

Gestión de la atención al usuario en bibliotecas: pautas y procedimientos para una comunicación eficaz y de calidad con el usuario

Dirección: Soledad Nuevo Ábalos. Asociación Andaluza de Bibliotecarios.

Docente: Francisco Javier García Gómez. Bibliotecario. Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia. Administrador del sitio web en Facebook “Servicios y Recursos para Personas Mayores en Bibliotecas Públicas”

Fechas: del 26 de febrero al 1 de abril de 2020.

Número de plazas: 40.

Horas de curso: 40 horas.

Duración: un mes.

Número de horas certificadas: 40 horas.

Colectivo: Personal de Bibliotecas, Archivos y Centros de Documentación.

Requisitos: Conocimiento de informática a nivel de usuario y acceso a internet y cuenta de correo electrónico. La formación se realizará a través de la plataforma Moodle de la AAB.

Necesidades a cubrir

La formación teórico-práctica del personal bibliotecario interesado en adquirir pautas y directrices para la prestación de servicios de atención al usuario en bibliotecas.



Objetivos

El objetivo general del curso es proporcionar pautas de trabajo, recomendaciones y técnicas que permitan llevar a cabo una comunicación fluida, eficaz y de calidad con el usuario en las bibliotecas.

Como objetivos específicos nos planteamos la consecución de los siguientes:

- Contextualizar el proceso de atención al usuario como parte fundamental de la gestión integral de la biblioteca.
- Presentar las circunstancias y factores que influyen o pueden influir en el desarrollo del proceso de comunicación que se lleva a cabo entre el usuario y la biblioteca.

- Describir las condiciones y factores que hay que considerar en las distintas etapas del proceso de atención al usuario.
- Ofrecer recomendaciones y pautas de trabajo específicas para resolver situaciones conflictivas con los usuarios, así como gestionar sugerencias, quejas y reclamaciones presentadas.
- Proporcionar consejos prácticos para una comunicación fluida y eficaz con usuarios con necesidades especiales.
- Resaltar las posibilidades que ofrecen las tecnologías en los procesos de comunicación con el usuario. Aportar sugerencias y ejemplos prácticos para abordar con garantías la atención al usuario en bibliotecas a través de medios de comunicación digitales.

Contenido y módulos temáticos

1. La atención al usuario en el contexto de la gestión bibliotecaria. La comunicación con el usuario.
2. El proceso de atención al usuario. Acogida y recibimiento. Factores y condiciones. Comportamientos y percepciones. Gestión de flujos de usuarios. Documentos de orientación e información. Recomendaciones.
3. Gestión de sugerencias y reclamaciones. Quejas y felicitaciones. Peticiones y demandas. Resolución de conflictos.
4. Atención a usuarios con necesidades especiales en bibliotecas. Consideraciones, factores y pautas.
5. La atención al usuario en bibliotecas mediante sistemas electrónicos. Sistemas de comunicación web. Atención telefónica y comunicación móvil.

Duración y modalidad

La duración total del curso serán 40 horas. La modalidad será no presencial.

Temporalización

La acción formativa se desarrollará en el plazo de 5 semanas.

Metodología

Este curso se desarrolla bajo una metodología abierta, participativa a través de plataforma formativa Moodle.

Evaluación

Se evaluará el grado de seguimiento y participación de los alumnos durante el desarrollo del curso on-line, según los criterios establecidos a tal efecto por los profesores/directores.

Matrícula y admisión

La admisión se realizará por riguroso orden de ingreso y envío al correo electrónico de la AAB (aab@aab.es) copia del resguardo bancario y ficha de inscripción. El coste de la matrícula será de 80 euros y de 60 euros para los socios de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios. El ingreso de la matrícula debe efectuarse en la cuenta corriente de UNICAJA n.º ES34 2103 0147 32 0030000915, de la AAB. A posteriori la AAB se pondrá en contacto vía email con todos los inscritos para facilitarles las pautas técnicas y de utilización de la plataforma de formación.

Fecha de inscripción

Desde el 20 de enero de 2020 al 25 de febrero de 2020.

Ficha de inscripción

Nombre del curso:
Nombre y apellidos:
DNI:
Dirección:
CP:
Localidad:
Provincia:
Correo electrónico:
Teléfono fijo:
Teléfono móvil:
Socio AAB: sí o no.

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS
C/ Ollerías, 45-47, 3.º D
C.P. 29012. Málaga
Tel y Fax: 952 21 31 88
Correo-e: aab@aab.es

Francisco Javier García Gómez

Bibliotecario con amplia experiencia en la gestión y prestación de servicios bibliotecarios para todo tipo de usuarios. En los últimos años, ha centrado su interés profesional bibliotecario e investigador en el colectivo de personas mayores, habiendo publicado artículos científicos en revistas especializadas del ámbito de la Información y Documentación, ponencias y comunicaciones en Jornadas profesionales y congresos, además de impartir cursos de formación bibliotecaria en este ámbito. Asimismo, desde 2013, ejerce como Profesor Asociado en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia en donde imparte docencia en los Grados de Información y Documentación, Periodismo, y Publicidad y Relaciones Públicas. Administra el sitio web en la red social Facebook “Servicios y Recursos para Personas Mayores en Bibliotecas Públicas” <https://www.facebook.com/BibliotecasPublicasPersonasMayores/> en donde recoge información sobre publicaciones sobre el tema, así como noticias, opiniones, y experiencias de trabajo que vienen desarrollándose en bibliotecas dirigidas hacia el colectivo de las personas mayores.



Es coautor del libro *Desarrollo y gestión de la colección local en bibliotecas públicas*, publicado por la editorial Alfagrama (1ª edición de 2005, y 2ª edición de 2006) <https://alfagrama.com.ar/producto/desarrollo-gestion-la-coleccion-local-la-biblioteca-publica/>. Es miembro del Grupo de Investigación “Bibliotecas, Archivos y Cultura Informacional” de la Universidad de Murcia https://curie.um.es/curie/catalogo-ficha-du?seof_codigo=1&perf_codigo=10&peva_cod=007&titulo=Humanidades&sec_codigo=&cods=E053*13 Es miembro del Grupo de Trabajo Estratégico AMI/ALFIN de Consejo de Cooperación Bibliotecaria del Ministerio de Cultura <http://www.ccbiblio.es/grupos-de-trabajo/estrategicos/banco-recursos-alfin-ami/> Autor de numerosos textos relacionados con la gestión de servicios bibliotecarios en revistas especializadas del ramo.

* * *

Formulación de proyectos culturales en bibliotecas (2.^a edición)



FORMULACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES EN BIBLIOTECAS
Virginia Luque Gallegos
.....
Curso on line
40 horas
¿Quieres aprender a diseñar proyectos culturales que dinamicen tu biblioteca?

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS

Adquiere de manera práctica las herramientas para conseguirlo

Dirección: Soledad Nuevo Ábalos. Asociación Andaluza de Bibliotecarios.

Docente: Virginia Luque Gallegos. Consultora y Formadora en Gestión Cultural, Patrimonio y Desarrollo.

Fechas: del 6 de mayo al 10 de junio de 2020.

Número de plazas: 40.

Horas de curso: 40 horas.

Duración: cinco semanas.

Número de horas certificadas: 40 horas.

Colectivo: Personal de Bibliotecas, Archivos y Centros de Documentación.

Requisitos: Conocimiento de informática a nivel de usuario y acceso a internet y cuenta de correo electrónico. La formación se realizará a través de la plataforma Moodle de la AAB.

Necesidades a cubrir

A través de este curso de aplicación práctica, se aprenderán a manejar herramientas de metodología para la elaboración de proyectos culturales en bibliotecas previos a su ejecución.

El alumno diseñará su propio proyecto de manera progresiva, compartiendo con el resto de sus compañeros las especificidades de los destinatarios y el territorio en el que trabaja.

De manera colectiva se irán corrigiendo las deficiencias halladas, aumentando así la multiplicidad de enfoques.

Capacitación teórico-práctica del bibliotecario en la formulación de proyectos para su posterior ejecución en su centro de trabajo.

Objetivos

- Conocer herramientas de metodología y elaboración de proyectos culturales en bibliotecas.
- Corregir desajustes y desequilibrios previos a la ejecución de los mismos.
- Formular un proyecto cultural propio.
- Adquirir enfoques múltiples y visiones en el proceso de aprendizaje.

Contenido y módulos temáticos

BLOQUE I. Conceptos, razones y niveles de un proyecto cultural en bibliotecas.

BLOQUE II. Estructura de un Proyecto Cultural. Introducción y contexto (*practicum*).

BLOQUE III. Estructura de un Proyecto Cultural. De los objetivos a la acción (*practicum*).

BLOQUE IV. Estructura de un Proyecto Cultural. De la comunicación a la evaluación (*practicum*).

Duración y modalidad

La duración total del curso serán 40 horas. La modalidad será no presencial.

Temporalización

La acción formativa se desarrollará en el plazo de 5 semanas. La temporalización se distribuirá en una o dos semanas con una conexión diaria de 3 de horas para la lectura de materiales, participación en foros y resolución de supuestos y ejercicios planteados por el tutor...

Metodología

Este curso se desarrolla bajo una metodología abierta, participativa a través de plataforma formativa Moodle, que propicia una idónea tutorización a través de la aplicación de contenidos teórico-prácticos, la interacción a través de foros, la comprobación el grado de asimilación de lo aprendido y la capacidad de resolución de los ejercicios propuestos.

Evaluación

Se evaluará el grado de seguimiento y participación de los alumnos durante el desarrollo del curso *on-line*, según los criterios establecidos a tal efecto por la profesora.

Se evaluará el tiempo de conexión al curso, la participación en los foros de manera interactiva, la calidad de las intervenciones, la aportación de enlaces y materiales relacionados así como la formulación coherente del proyecto.

Matrícula y admisión

La admisión se realizará por riguroso orden de ingreso y envío al correo electrónico de la AAB (aab@aab.es) copia del resguardo bancario y ficha de inscripción. El coste de la matrícula será de 80 euros y de 60 euros para los socios de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios. El ingreso de la matrícula debe efectuarse en la cuenta corriente de UNICAJA nº ES34 2103 0147 32 0030000915, de la AAB. A posteriori la AAB se pondrá en contacto vía email con todos los inscritos para facilitarles las pautas técnicas y de utilización de la plataforma de formación.

Fecha de inscripción

Desde el 27 de marzo al 9 de junio de 2020.

Ficha de inscripción

Nombre del curso:
Nombre y apellidos:
DNI:
Dirección:
CP:
Localidad:
Provincia:
Correo electrónico:
Teléfono fijo:
Teléfono móvil:
Socio AAB: sí o no.

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS
C/ Ollerías, 45-47, 3.º D
C.P. 29012. Málaga
Tel y Fax: 952 21 31 88
Correo-e: aab@aab.es

Virginia Luque Gallegos

Doble Máster en Arquitectura y Patrimonio Histórico y postgrado en Interpretación del Patrimonio y Turismo Cultural, se dedica desde hace dos décadas a la Consultoría y Formación en Gestión Cultural y Desarrollo en Andalucía para distintas instituciones y empresas. Forma parte de la Red de Expertos en Patrimonio Cultural y Natural del Campus de Excelencia Internacional habiendo sido coordinadora del Área de Formación y miembro de la Junta Directiva de la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía.

Su ámbito de trabajo tanto para instituciones públicas como privadas se ha centrado en la investigación y difusión de bienes culturales, dinamización de espacios culturales así como la planificación estratégica y desarrollo cultural, impulsando numerosas iniciativas.

Ha propiciado y comisariado diversos proyectos expositivos y de patrimonio además de productos de comunicación cultural, siendo autora de más de una decena de publicaciones en esta materia. Miembro del equipo redactor de los Planes de Desarrollo Rural de Andalucía, ha trabajado en Proyectos Europeos y Cooperación Cultural con Marruecos, labores que ha combinado con la docencia e iniciativas vinculadas a la formación de Profesionales en la Gestión Cultural (Universidades, Asociaciones Profesionales, instituciones locales y autonómicas).

Ponente y moderadora de varios congresos especializados, dirigió entre 2012-2017 el Curso de Verano de la Universidad Internacional de Andalucía "Gestión Cultural y Desarrollo. Estrategias en un contexto de crisis".

Una acción pionera por su alto grado de innovación académica, utilidad profesional enfoque metodológico y diálogo interdisciplinar.



* * *

VII Encuentro Profesional de los Bibliotecarios Andaluces con la AAB

Conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y siguiendo las recomendaciones realizadas por las autoridades sanitarias, y teniendo previsto celebrar el pasado día 21 de marzo el “VII Encuentro Profesional de los Bibliotecarios Andaluces con la AAB”, quedó SUSPENDIDO dicho encuentro. No obstante, los Grupos de Trabajo/Áreas de Trabajo trabajaron de manera virtual los temas que se tenían pensado tratar.

* * *

Asamblea general de socios

Conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y siguiendo las recomendaciones realizadas por las autoridades sanitarias, y teniendo previsto celebrar el pasado día 21 de marzo la celebración de la Asamblea General de Socios de la AAB ese mismo día a las 9:30 h. en primera convocatoria y a las 10:00 h. en segunda, nos vimos obligados, a cambiar el formato a virtual. Para ello, y conforme al Orden del Día establecido, se puso a disposición de todos los socios de la AAB la documentación concerniente a dicha Asamblea, y la posibilidad de ejercer el voto a favor, en contra o abstención de la referida documentación. Igualmente, la Comisión Directiva de la AAB se reunió de manera virtual ese mismo día para levantar acta de la Asamblea, y así continuar con los trámites ordinarios de la propia AAB.

Una vez que las autoridades informen de la finalización de este episodio sanitario extraordinario, cualquier socio de la AAB podrá consultar la documentación de manera física en la sede social, sita en Málaga, calle Ollerías, 45-47; 3.º D, previa solicitud para concretar día y hora, o bien de manera virtual a través del correo electrónico: aab@aab.es. En estos días os seguimos atendiendo de manera telefónica o por correo electrónico.

Desde la AAB recomendamos seguir las indicaciones sanitarias al respecto, para ayudar entre todos a la finalización de este episodio.

* * *

Sede de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios

Conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y siguiendo las recomendaciones realizadas por las autoridades sanitarias, la sede social de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios ha dejado de atender de manera presencial, siendo la atención desde el lunes 16 de marzo a través de correo electrónico (aab@aab.es) o de manera telefónica (952 21 31 88). Una vez que las autoridades informen de la finalización de este episodio sanitario extraordinario la sede social volverá a abrir sus puertas a todos sus asociados así como a cualquier profesional que así lo desee.

Noticias FESABID

FESABID reclama el compromiso de todas las administraciones para la promoción de las bibliotecas públicas españolas

La Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística (FESABID) hace un llamamiento a todas las Administraciones Públicas para una Declaración de compromiso por la biblioteca pública en España, en el que las consideran “la casa común de pueblos y ciudades”.

Este llamamiento se hará público en la sede de Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) en el marco de la presentación del Informe Las bibliotecas públicas en España: diagnóstico tras la crisis económica, que tendrá lugar el día 24 de enero de 2020. El Informe ha sido elaborado por Natalia Arroyo, Hilario Hernández y José Antonio Gómez tras estudiar los datos e indicadores de estas instituciones en el periodo de 2010 a 2017.

FESABID aboga por el compromiso de las Administraciones para el desarrollo de una política bibliotecaria que fortalezca estos servicios para garantizar los derechos de la ciudadanía en el acceso equitativo a la información, la educación, la cultura y el conocimiento.

FESABID propone la alianza entre el conjunto de los agentes involucrados para contribuir a la mejora de la vida de las personas y de sus comunidades promoviendo la igualdad, la equidad, la inclusión, la sostenibilidad y la cohesión social.

Según el Informe, durante los años de la crisis económica las bibliotecas públicas de España sufrieron la pérdida de puntos de servicio, profesionales y recursos económicos para adquisiciones, actividades y proyectos, lo que supuso un estancamiento en su evolución positiva de las últimas décadas. Han sido sobre todo los ayuntamientos los que tuvieron que incrementar su esfuerzo en la financiación y el mantenimiento de las bibliotecas, que actualmente supone un 77,7% del total, porque se redujo muy sustancialmente la contribución de las administraciones autonómica y general del Estado. Actualmente en España la financiación de las bibliotecas está en unos diez euros por habitante y año en España, prácticamente lo que se aportaba en 2009.

La consecuencia ha sido un desequilibrio en la estructura del gasto que ha dificultado la innovación en los servicios, y ha ocasionado un aumento de las desigualdades

interterritoriales respecto a lo que las bibliotecas ofrecen a sus vecinas y vecinos. Así, por ejemplo, mientras que Comunidades como Canarias o Andalucía no llegan a invertir 6 euros por habitante para sus bibliotecas, Cataluña y País Vasco superan los 16 euros.

A pesar de los recortes, el gran esfuerzo del personal de las bibliotecas llevó durante estos años a un gran incremento de las actividades y a servicios muy comprometidos con las necesidades de sus comunidades. Ello explica que globalmente se hagan unos 107 millones de visitas al año a las bibliotecas públicas y que obtengan una alta valoración ciudadana: 8,1 sobre 10.

Pero en el Informe también se recuerda que 1,5 millones de personas en España carecen de servicio de biblioteca pública o bibliobús en su localidad de residencia, habiéndose perdido estos años un 5.8 % de los puntos de servicio bibliotecario existentes en el país y un 50 % del presupuesto para adquisiciones. Por tanto, es fundamental incrementar la inversión en bibliotecas públicas de las distintas administraciones si se quiere recuperar la igualdad de oportunidades que ofrecen a la ciudadanía.

Para afrontar estos problemas, en su Declaración “Bibliotecas públicas españolas: la casa común de nuestros pueblos ciudades”, FESABID reclama un compromiso de todas las administraciones para reactivar y reforzar los mecanismos de cooperación, el incremento de la financiación y el alineamiento con las políticas que contribuyan a reducir las desigualdades en y entre los diferentes territorios.

* * *

COVID19. Recomendaciones de FESABID para el desarrollo del trabajo de los profesionales

Como todos conocéis, en el estado de alarma decretado por el Gobierno de España se recoge de forma expresa que “Se suspende la apertura al público de los museos, archivos, bibliotecas, monumentos (...)”. Sin embargo, nada dice respecto a los trabajadores de estos centros y concretamente de las bibliotecas públicas municipales que en muchos casos siguen trabajando en sus puestos con las bibliotecas cerradas.

Ante el grado de gravedad de la situación sanitaria que estamos atravesando desde FESABID recomendamos a todos los ayuntamientos y titulares de los centros y bibliotecas, a suspender el trabajo presencial de todo el personal vinculado a las

bibliotecas, archivos y museos, y permitir al personal la realización de teletrabajo. En este sentido, la estructura de funcionamiento de la mayoría de las redes permite perfectamente, con una conexión a Internet, que los profesionales de nuestro sector puedan realizar en remoto cualquier tipo de trabajo técnico (catalogación de fondos y depuración de la base de datos, realización de estadísticas, etc.), no teniendo sentido, por lo tanto, mantener al personal expuesto a posibles contagios.

Del mismo modo y por motivos de salud pública, queremos insistir en la supresión de todo tipo de servicios o actividades que impliquen todo tipo de contacto social, en el caso de las bibliotecas, cualquier tipo de servicio de préstamo domiciliario de fondos físicos. La automatización de los trabajos, el acceso a servicios digitales y las iniciativas que están surgiendo en las redes, permiten que la mayor parte de los servicios se sigan prestando, sin riesgo para los profesionales y para los ciudadanos.

FESABID ha solicitado a la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) que traslade esta petición a las instituciones de las que dependen la mayor parte de estos servicios (ayuntamientos y diputaciones).

Confiamos que, en estos momentos tan difíciles para todos, ante cualquier decisión prime la salud y seguridad de las personas.

* * *

Participación de la AAB en el “Observatorio de defensa de la profesión e identidad profesional”

FESABID ha creado un grupo de trabajo estable en la estructura de la federación que trabaja en la línea de la defensa de la profesión con el objetivo de conocer la situación real de la profesión. Su primera acción fue la redacción y publicación del informe “Mapa de situación de la Defensa de la Profesión en las Asociaciones y Colegios Profesionales”.

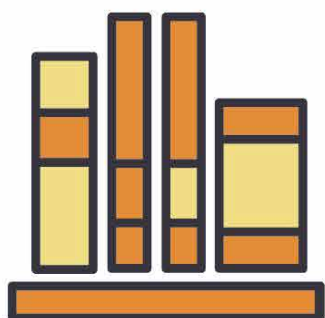
Este informe da origen a la creación de este grupo de trabajo: “observatorio de defensa de la profesión e identidad profesional”, en el cual la AAB participa activamente desde su creación y en el que estuvimos presentes en Madrid en Diciembre del 2019 para debate y construcción de su estructura y funcionamiento.

Este observatorio tiene su definición como instrumento destinado a la recopilación de información relacionada con la defensa de la profesión y dar a conocer

la problemática existente, entre las cuestiones que afectan a los profesionales y que tienen que ver con las convocatorias de puestos de trabajo, ofertas de empleo, funciones en el puesto de trabajo, reglamentos y reconocimiento de la profesión y de los servicios en que trabajamos y el objeto de hacer campañas de divulgación en el sector de la administración local y empresa, en la que se dé a conocer nuestra titulación y nuestra profesión.

* * *

¿Quieres leer sobre bibliotecas?



**REVISTA
DESIDERATA**

BIBLIOTECONOMÍA PARA TODOS

MARCA: #BIBLIOTECA@

**II PREMIO AAB A LA
MEJOR INICIATIVA
BIBLIOTECARIA**

2019

*Roquetas de Mar (Almería), Viernes 18
de octubre de 2019*



II Premio AAB a la Mejor Iniciativa Bibliotecaria: Marca Biblioteca

En las siguientes páginas vais a encontrar las propuestas que nos llegaron como candidatas a obtener el “II Premio AAB a la mejor iniciativa bibliotecaria: Marca #Bibliotec@” y no fueron premiadas, pero por su calidad se ha estimado su publicación en este Boletín, en base a lo acordado por la Comisión de Evaluación del Premio. En el Boletín 118 podéis visualizar la candidatura ganadora.

Marca Fototeca Dos Hermanas

M. CARMEN GÓMEZ VALERA

Licenciada en Filología Inglesa y diplomada en Biblioteconomía

Directora de la biblioteca Pedro Laín Entralgo de Dos Hermanas

ANA ASECIO RODRÍGUEZ

Licenciada en Documentación

Bibliotecaria de la Biblioteca Pedro Laín Entralgo de Dos Hermanas

En el siguiente trabajo se abordan las diferentes fases de creación de una Fototeca Digital en una Biblioteca Pública; desde la recopilación de los documentos, pasando por los procesos de restauración, digitalización y catalogación, así como el uso de las Redes Sociales para difundir el contenido de la misma. Se hace especial hincapié en la importancia de la colección local para los usuarios.

Palabras clave: Bibliotecas, Fotografías, Fototecas, Colecciones de bibliotecas, Conservación de documentos, Fondo Local, Redes Sociales

DOS HERMANAS PHOTO LIBRARY BRAND

Abstract: This paper addresses the different stages in the creation of a Digital Photo Library in a Public Library. These range from document collection to the processes of updating, computerization and cataloguing, as well as the use of Social Networks as a tool for the dissemination of the photo library contents. In particular, this paper emphasizes on the importance of the local collection for the library users.

Keywords: Libraries, Photographs, Photo Libraries, Library Collections, Document Preservation, Local Collection, Social Networks

IDENTIFICACIÓN

Biblioteca: Biblioteca Pública Pedro Laín Entralgo. Huerta Palacios s/n. 41701 Dos Hermanas. Sevilla.

Contacto y personas que lo presentan: M^a Carmen Gómez Valera y Ana Asencio Rodríguez. E-mail: biblioteca@doshermanas.es. Tlf: 954 919 577.



MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INICIATIVA:

Es verano, el público que viene a la biblioteca se detiene a mirar las fotos antiguas de nuestra ciudad que tenemos expuestas, sobre todo los que viven fuera y aprovechan el verano para pasar unos días con los suyos.

En el largo y ancho pasillo de circulación de la sala de lectura de la biblioteca, hemos habilitado un espacio para exposiciones de material impreso, un total de 30 expositores de metacrilato que pueden albergar impresos de distinto formato. Varias veces al año exponemos material procedente de nuestra Fototeca. Es una de las distintas formas que tenemos de dar a conocer uno de nuestros tesoros, las fotografías antiguas de nuestros antepasados, de los lugares ya desaparecidos, de los oficios de antaño porque si en las bibliotecas no conservamos nuestra propia historia, si no la difundimos y la contamos a las nuevas generaciones, ¿quién lo hará?

¿CÓMO SURGE LA IDEA DE CREAR UNA FOTOTECA?

La vinculación de esta biblioteca con las fotografías como medio de difusión de la historia local se remonta al año 1996, cuando organizamos la exposición “El día de mi boda”.

La biblioteca siempre ha mantenido una estrecha relación con las Escuelas de Adultos del Municipio, se pensó en alguna actividad en la que los alumnos fuesen los protagonistas y al mismo tiempo los que aportasen el material necesario para montar la exposición, así se llegó a la idea de una exposición de fotos, y qué mejor foto que la que todos tenemos en casa, la del día de la boda. Junto con las fotografías, las alumnas del centro nos trajeron algunos objetos relacionados con ese gran día: prendas de vestir, billetes de tren y postales del viaje de novios, enseres procedentes del ajuar y también muchas anécdotas de aquel día escritas en forma de redacción en la escuela.

Con esta actividad no solo nos percatamos del gran valor de la fotografía como reclamo cultural sino que también comprendimos que las fotos cuentan historias de personas, lugares y sucesos de nuestra ciudad y por todo ello decidimos incluirlas en nuestro Fondo Local.

La biblioteca, como institución fundamental de la comunidad en la que se encuentra en lo que se refiere al acopio, la preservación y la promoción de la cultura local en todas sus modalidades, puede hacerlo de diferentes maneras, manteniendo los fondos relativos a la historia del lugar, organizando exposiciones... [i]

i Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de Bibliotecas Públicas.

Inicialmente nuestra fototeca se limitaba a una colección de fotos locales antiguas cedidas por el cronista oficial de la ciudad y por los usuarios de la biblioteca que guardábamos clasificadas en carpetas, posteriormente, gracias a la implementación de las nuevas tecnologías en las bibliotecas, dimos el gran salto.

LA FOTOTECA DIGITAL

La creación de la Fototeca Digital se remonta al año 2005, a raíz de la implementación de las nuevas tecnologías en las bibliotecas y con el nuevo módulo multimedia del SIGB “Absysnet”.

La digitalización nos abrió nuevos horizontes, lo mejor era que las personas ya no tenían que desprenderse de sus queridas fotos antiguas, simplemente cederlas a la biblioteca por muy poco tiempo, el necesario para proceder a su digitalización.

La otra gran ventaja, que pronto pudimos comprobar, fue el amplio escaparate que nos proporcionaban las nuevas tecnologías para poder difundir esta colección y llegar más allá de los límites físicos reales de una colección de fotos en papel.

Por todo ello, decidimos poner en marcha el “Plan de digitalización de la Biblioteca de Dos Hermanas” que contemplaba los siguientes apartados:

1. Selección y búsqueda del material a digitalizar.
2. Localización del contexto histórico.
3. Soporte técnico.
4. Difusión y evaluación.

La fase de recopilación y selección de aquellos documentos que irían a formar parte de la fototeca fue y sigue siendo la tarea más complicada. En una primera fase decidimos seleccionar las fotografías que ya se encontraban publicadas en libros y fondo local existente en la biblioteca, paralelamente elaboramos un listado de particulares que disponían de material fotográfico interesante que pudieran cedernos.

Como ya hemos dicho anteriormente, cada foto cuenta una historia y para ello es vital el conocimiento de fechas, nombres de personas y lugares, sucesos relacionados e incluso autoría de la foto. Para ello contactamos con algunos investigadores locales y formamos un equipo de colaboración.

Para poner en marcha el proyecto adquirimos el siguiente soporte técnico:

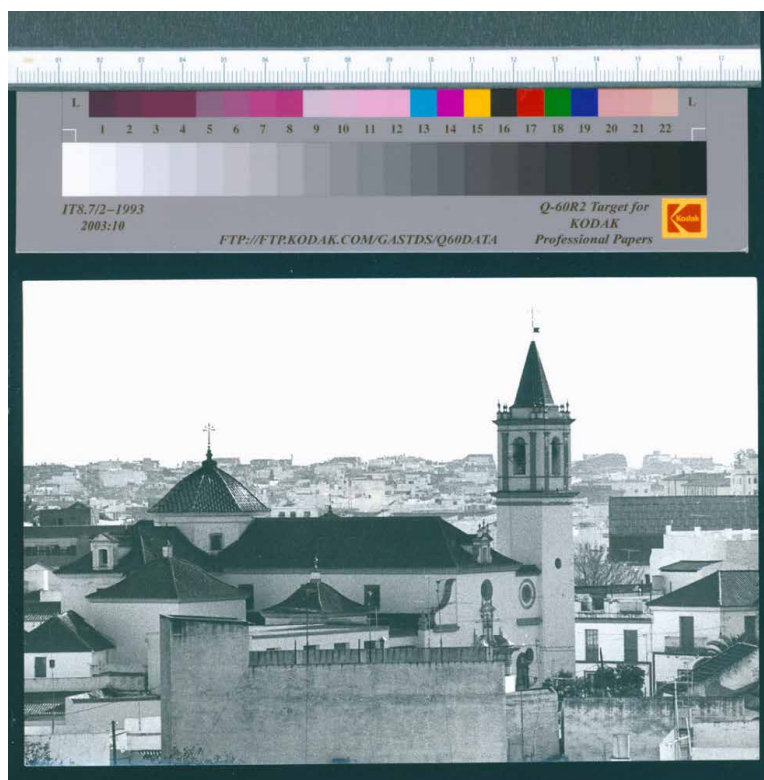
- Escáner Documate 4700 Xerox.
- Fast Stone Photo Resizer.
- Adobe Photoshop.
- Gimp (GNU Image Manipulation Programme). Programa de edición de imágenes digitales en mapa de bits.
- Módulo Multimedia del SIGB Absysnet.

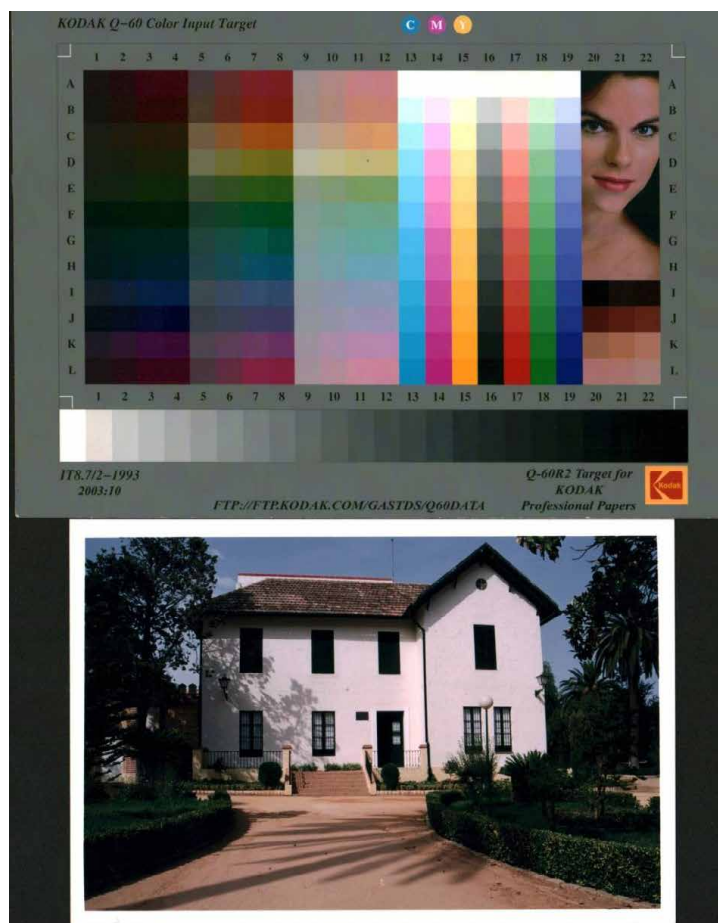
La Fototeca Digital de la biblioteca de Dos Hermanas, fue pionera en usar este módulo y en poner al alcance de todos los usuarios de la Red de Bibliotecas Públicas mediante su OPAC las fotografías, luego vendrían bibliotecas como la de Cabra y Huelva entre otras que hicieron uso de este módulo.

El proceso de digitalización consistía en digitalizar la fotografía e incluir dos tiras de color, añadiendo así al soporte digital ya escala de colores grises y básicos para que a la hora de interpretar la información en ellas contenida no se perdiese ni un solo detalle de su forma original. La gestión del color es uno de los aspectos más importantes de la digitalización. Esto no es más que un conjunto de estándares destinados a dar coherencia a la comunicación del color entre dispositivos y personas.

Los CMM son unas pequeñas herramientas contenidas en todos los sistemas operativos o herramientas de edición de imágenes, que tienen como misión interpretar las instrucciones de los perfiles de color con el fin de realizar adecuaciones en la percepción digital de una imagen que en origen estaba en formato papel.

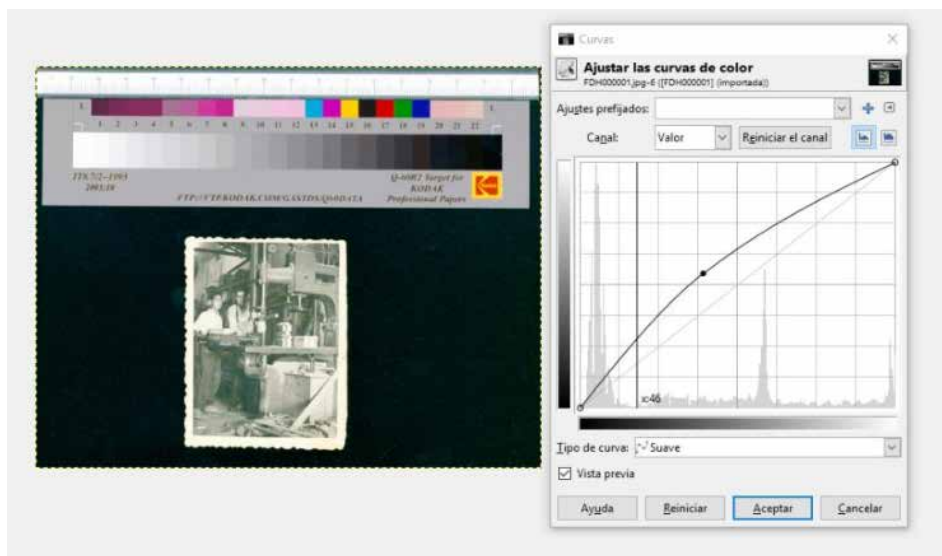
En la biblioteca de Dos Hermanas usamos la carta de color de Kodak.



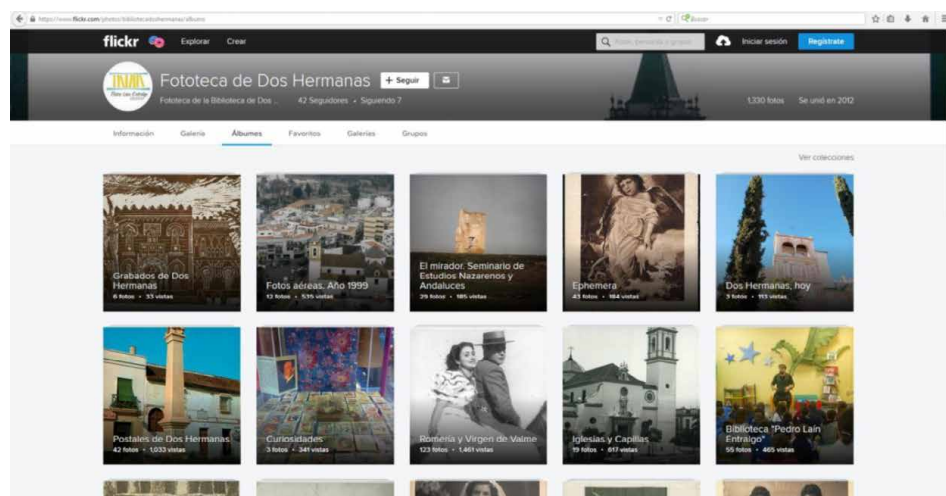


Usamos esta carta de color como herramienta de caracterización de un dispositivo, del escáner con el que digitalicemos nuestra colección. Éstas son herramientas de precisión con las que podemos determinar si nuestro escáner es capaz de registrar ciertos colores. Para ello es necesario hacer mediciones con el escáner y con los valores colorímetros de cada color.

Tener nuestro perfil de color calculado nos ayuda a plasmar la fotografía en formato digital lo más cercanamente que podamos con respecto a los valores del original, intentando nivelar el ruido o el silencio del color para el usuario final. Para ello son necesarias una serie de cálculos y mediciones que necesitamos hacer según la carta de color que usemos y la fórmula Delta-E, para ajustar la diferencia entre los colores que tenemos en el original y en la carta de color.



Una vez ajustadas se suben los documentos a la plataforma Flickr, <https://www.flickr.com/photos/bibliotecadoshermanas/albums/> y clasificarlos por materia, usando un lenguaje natural y por medio de etiquetas. El etiquetado es también uno de los elementos principales de la Web 2.0 y, por supuesto, constituye una base fundamental del funcionamiento de los buscadores en Internet, pues estos utilizan los metadatos para indexar los contenidos de la web.



Una vez que el documento ha sido digitalizado se pasa a ampliar la descripción bibliográfica en formato MARC y atendiendo a las ISBD consolidadas, dentro de nuestro SIGB (Sistema Integrado de Gestión Bibliotecaria). Las materias que se le asignan a cada documento formarán parte de los metadatos y son de especial relevancia a la hora de identificar un documento. Para asignar esa materia utilizamos la Lista de Encabezamientos de Materia y su última transformación al formato SKOS, actualizada y ampliada con encabezamientos de otros registros de autoridad.

El campo que se añade es el 856 de localización y acceso electrónicos; esto permitirá a nuestros usuarios ir desde la ficha bibliográfica del documento, hasta la visualización del mismo dentro del catálogo por medio de un enlace que lleva al nombre del dominio completo (nombre del *host*) de la localización electrónica.

Contiene una dirección de red que se repite si hay más de una dirección para el *host*. Además, se indica la ruta, la serie de nombres del directorio y subdirectorios lógicos que indica dónde está almacenado el fichero. El nombre del propio fichero se consigna en el campo \$f. Éste puede ser una ruta alternativa que conduce al usuario al *host* donde se almacena, en una tabla de localizadores, la información completa y actual del proceso.

La importancia de la correcta catalogación reside en la obtención del documento en XML (*Extensive Mark Up Language*), un lenguaje de marcado por el que pueden ser encontrados los documentos en la web y mediante el uso de los metadatos.

Paralelamente, dispusimos las fotografías originales impresas y las conservamos en cajas de contención especiales y dentro de sobres de papel con ph neutro para mantenerlas en el mejor estado posible, atendiendo a condiciones idóneas de humedad y luz.

En cuanto a la manera de difundirlas, fueron alojadas en la página web municipal del ayuntamiento de Dos Hermanas, siendo tan importante el número de consultas que fue colocada en la cabecera principal. La marca Fototeca de Dos Hermanas daba caché a la web.

A raíz de esta visibilidad, comenzamos a recibir importantes donaciones de material fotográfico no sólo de particulares, sino del mismo ayuntamiento que nos ofreció para digitalizar dos grandes colecciones: una la procedente del archivo del gabinete de prensa municipal que comprendía fotos de importantes eventos y la otra de la Delegación de Igualdad consistente en una importante colección de fotografías antiguas, de los años cincuenta a los



ochenta, cedidas por mujeres que trabajaron en almacenes de aceitunas, industria de vital importancia para el conocimiento de la historia de nuestra ciudad.

Desde el 2012 el servicio creció de manera exponencial, siendo muchas las fotografías y otros tipos de documentos gráficos como Ephemera, Postales, etc que nos llegan de particulares para ser digitalizadas, tantas, que hemos tenido que hacer una selección de las más representativas ubicándolas en diferentes álbumes atendiendo a aquellas temáticas que son más atractivas para los usuarios, tales como “Romería de Valme”, “Vecinos de Dos Hermanas”, “La memoria de las mujeres”, “Plazas, calles y edificios” y subirlas al sitio web Flickr, como ya hemos especificado de manera más técnica en páginas anteriores, que permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías a través de Internet; etiquetándolas y redactando la nota histórica de cada una, permitiendo la conservación y difusión de la colección gráfica local y sirviendo de recurso tanto para ciudadanos como para investigadores y medios de comunicación locales, llegando así a mucha más población y permitiendo que la misma pueda formar parte del proyecto, dentro de un mundo cada vez más “punto cero”.

Los usuarios, además, pueden contribuir a al crecimiento del proyecto de Fototeca Digital dejando sus comentarios en cada una de las fotografías, añadiendo fechas, lugares o anécdotas relacionadas con las imágenes y pasando por el filtro de un grupo de historiadores locales antes de ser estos datos publicados.

Gracias a esta herramienta conocemos los datos de visitantes y nos llegan comentarios y anécdotas, como las que nos hacen llegar las personas de Dos Hermanas que viven fuera y siguen con apasionamiento las nuevas publicaciones que vamos colgando como forma de acercamiento a sus raíces, o de aquellos que nos comentan que gracias a la Fototeca han conseguido emocionar a sus abuelos que pueden contemplar fotos de su pasado reciente y por supuesto los agradecimientos de los investigadores locales que necesitan apoyo gráfico para sus publicaciones.

Las RRSS constituyen un buen medio para difundir contenido local gráfico y consolidar así la marca Fototeca de Dos Hermanas, cada cierto tiempo y según la época del año, seleccionamos fotografías y realizamos exposiciones temáticas en la planta baja de la biblioteca, dando a conocer aún más el fondo gráfico local.

Entre las exposiciones de fotografías que más éxito han tenido se encuentran:

- Romería de Valme
- Almacenes de aceitunas
- El día de la nevada
- Los Reyes magos de antaño
- Bellezas nazarenas
- Plazas, calles y edificios
- Oficios del ayer
- Haciendas
- Antiguas Fiestas Patronales



Exposición en la sala de préstamo "Romería de Valme"



Exposición en la sala de préstamo, "La Velada de Santiago y Santa Ana"



Una lectora y su foto en la Exposición "Bellezas Nazarenas", publicada en el FB de la Biblioteca

Dejamos aquí el enlace a la web de Flickr: <https://www.flickr.com/photos/biblioteca-doshermanas/>

La Fototeca aparece en

- Andalucía tu Cultura. Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico.
<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/agendaculturaldeandalucia/comment/reply/47459>
- Directorio de Proyectos Nacionales de Recursos Digitales Hispana. Ministerio de Cultura.
<https://hispana.mcu.es/es/comunidades/registro.do?id=1229>
- ABC de Sevilla.
<https://sevilla.abc.es/provincia-dos-hermanas/20140527/sevi-historia-hermanas-segun-fotografias-201405271129.html>
- Ayuntamiento Dos Hermanas.
http://www.doshermanas.es/dher/opencms/dher/portal/concejalias/juventud_cultura/Cultura/bibliotecas/Pedro_Lain_Entralgo/Fototeca/

Anexo



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE DOS HERMANAS

NORMAS REGULADORAS DE LA ENTREGA Y UTILIZACIÓN DE DOCUMENTACIÓN SONORA O GRÁFICA EN LAS BIBLIOTECAS MUNICIPALES

1.- La Biblioteca Pública Municipal de Dos Hermanas, en su misión de colaborar en la difusión de la cultura local en sus aspectos bibliográficos, documentales, sonoros o gráficos, podrá recibir la cesión de todo tipo de elementos que, a juicio de sus órganos directivos, reúnan las condiciones adecuadas de interés para el cumplimiento de esa finalidad de difusión cultural, integrándolos en su repertorio documental, bibliográfico o en la Fototeca o Fonoteca local.

2.- La Biblioteca podrá exponer, reproducir y difundir dichos elementos cedidos de interés cultural en la forma que estime más oportuna, sin limitación ni reserva alguna y sin que ello genere derecho a percepción económica a favor del cedente, si bien deberá hacerse constar en toda comunicación pública el nombre del cedente.

3.- La Biblioteca se responsabiliza de la debida utilización, de forma respetuosa con la imagen y el contenido del documento, así como de la custodia e integridad del original mientras este permanezca en sus instalaciones, así como del uso que del mismo se pueda hacer por la Biblioteca.

4.- El elemento cedido se entrega a la Biblioteca de forma **temporal para su reproducción o de forma definitiva** (tachar lo que no proceda).

5.- Los elementos cedidos, podrán ser consultados por los usuarios, pero no reproducidos. El Ayuntamiento de Dos Hermanas no se responsabiliza del mal uso que pueda hacerse de las reproducciones en contra de la normativa vigente en materia de acceso a los registros y archivos públicos, así como la ley de protección de datos de carácter nacional. El acceso a las imágenes supone la aceptación de estas condiciones de uso.

6.- La parte cedente garantizará, bajo su responsabilidad, que el elemento cedido es de su propiedad y no precisa ninguna otra autorización para disponer del mismo, correspondiéndole integralmente su propiedad intelectual y su libre disposición.

7.- El cedente, por el mero hecho de la cesión del elemento de interés cultural, autoriza al Ayuntamiento para que, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, lo incorpore junto con sus datos personales y documentales para su tratamiento en un fichero automatizado, que tiene como finalidad facilitar las actuaciones de control y mejora de los procedimientos de gestión, comprobación y seguimiento correspondientes a los órganos que incorporan tales datos personales, sin perjuicio de que, de acuerdo con lo previsto en la citada Ley Orgánica, pueda dirigirse el interesado por escrito a este Ayuntamiento (Plaza de la Constitución núm. 1 Dos Hermanas 41700) para ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de dichos datos.

Y para que así conste, y en prueba de conformidad, ambas partes firman el presente documento en Dos Hermanas, a..... de de 20.....

Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo! #Huevalee+

LAURO ANAYA PENA

LUCÍA BASCÓN ESTEPA

Biblioteca de Diputación de Huelva

MARÍA DEL VALLE RIEGO FERNÁNDEZ

Departamento de Servicios Bibliotecarios Provinciales

de la Biblioteca Provincial de Huelva

Huevalee+ es un proyecto piloto de fomento de la lectura basado en la cooperación interinstitucional, el aprovechamiento equitativo de recursos y objetivos comunes. Supone, en última instancia, una apuesta sin precedentes para revitalizar las bibliotecas municipales y el fomento de la lectura a nivel provincial. Sobre la base de una cuidada selección bibliográfica presentada a los usuarios en atractivas guías de lectura y una política de incentivos personalizada, el objetivo último es revertir las bajas cifras de lectura entre los más jóvenes como nuevo paradigma de relación con los libros.

Palabras clave: Fomento de la lectura; Cooperación bibliotecaria; Literatura infantil y juvenil; Bibliotecas públicas municipales; Guía de lectura

DON'T WAIT TO BE TOLD ABOUT IT... TRY IT FIRST-HAND! #HUELVALEE+

Abstract: Huevalee+ is a pilot project for the promotion of reading habits based on interinstitutional cooperation, a fair exploitation of resources and common objectives. Ultimately, this entails an unprecedented investment to revitalize local libraries and promote reading habits within the province. A carefully assorted bibliographical selection is presented by way of attractive reading guides and a personalized policy of incentives. The ultimate goal is to overturn the low rate of reading habits among the young as a new paradigm of contact with books.

Keywords: Promotion of reading; Library cooperation; Children and youth literature; Local public libraries; Reading guide





© Desirée Acevedo

**PROYECTO COLABORATIVO DE
FOMENTO DE LA LECTURA EN LA
PROVINCIA DE HUELVA**

Una lluvia de libros cae sobre la provincia para alojarse en nuestras bibliotecas, muy cerca de ti. Libros que cuentan historias que te conmoverán, te informarán o te sorprenderán, pero que no te dejarán indiferente. Libros que hablan de tiempos pasados que no volverán, de otros tiempos que están por venir, de mundos soñados contruidos a base de palabras. Libros que buscan tu complicidad para revelarte la magia que atesoran sus páginas. Porque todo lo que te gusta, te divierte y te interesa está en los libros. No dejes que te lo cuenten: entra en tu biblioteca y descúbrelolo tú.

Esta guía está ilustrada por artistas onubenses. Desirée Acevedo, Miguel Montaner y Eveline Rodríguez, han creado un mundo sugerente y atractivo, donde cada ilustración es una invitación a la lectura. Sumérgete en esta guía, disfrútala. Y cuando hayas decidido qué libro vas a leer, búscalo en tu biblioteca.



IDENTIFICACIÓN

Nombre de la biblioteca: Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva y Biblioteca Provincial de Huelva, de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía.

Datos de contacto:

- Lucía Bascón Estepa (Avda. Martín Alonso Pinzón, nº 9. C.P. 21003 Huelva. Teléfono: 600 24 54 67. Correo electrónico: lbasccon@diphuelva.org)
- María del Valle Riego Fernández (Avda. Martín Alonso Pinzón, nº 16. C.P. 21003 Huelva. Teléfono. 652 85 91 15. Correo electrónico: mariav.riego@juntadeandalucia.es)
- Lauro Anaya Pena (Avda. Martín Alonso Pinzón, nº 9. C.P. 21003 Huelva. Teléfono. 629 62 93 05 Correo electrónico: lanaya@diphuelva.org)

MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INICIATIVA

Huevalee+ es un proyecto piloto de fomento de la lectura basado en la cooperación interinstitucional, el aprovechamiento equitativo de recursos y objetivos comunes. Supone, en última instancia, una apuesta sin precedentes para revitalizar las bibliotecas municipales y el fomento de la lectura a nivel provincial. Sobre la base de una cuidada selección bibliográfica presentada a los usuarios en atractivas guías de lectura y una política de incentivos personalizada, el objetivo último es revertir las bajas cifras de lectura entre los más jóvenes como nuevo paradigma de relación con los libros.

Justificación del Proyecto

#Huevalee+ surge como experiencia piloto después de una reflexión conjunta sobre los libros, las bibliotecas y la cooperación interinstitucional en materia de fomento de la lectura en la provincia de Huelva. Este proyecto presenta como novedad inicial la colaboración entre dos instituciones que aúnan recursos y esfuerzos con el fin común de elevar la tasa de lectura y fomentar el uso de los servicios bibliotecarios entre la población infantil y juvenil de la provincia de Huelva.

Paralelamente, esta colaboración entre *Fomento de la Lectura*, unidad adscrita al Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva y la Biblioteca Pública Provincial, dependiente de la Consejería de Cultura y Patrimonio de la Junta de Andalucía, ha sido una apuesta sin precedentes para fortalecer y dinamizar el fomento de la lectura a través de las bibliotecas municipales. La colaboración entre las dos instituciones se cimentó sobre un trabajo conjunto de sus técnicas, Lucía Bascón y M^a del Valle Riego, que diseñaron la actividad, propusieron la logística,

confeccionaron el material de la campaña y establecieron la estrategia de comunicación, de gran importancia en este tipo de iniciativas. Una vez madurada la idea y confirmados los recursos, se trasladó el proyecto a todos los municipios de la provincia. Finalmente, la iniciativa, concebida inicialmente para 20 municipios, se extendió a 29, con la consecuente multiplicación de recursos económicos y logísticos necesarios para desarrollarlo.

La puesta en marcha de un proyecto de esta envergadura requiere un respaldo económico considerable. El grueso de la inversión ha sido asumido a partes iguales por la Diputación de Huelva y por la Consejería de Cultura y ha ido destinada a la adquisición de fondos bibliográficos para los pueblos participantes. Se ha suministrado un lote de 44 libros a cada municipio. Además de este gasto, la Diputación de Huelva ha asumido el coste derivado de la ilustración, diseño e impresión de una Guía de Lectura y del material de *merchandising* (marcapáginas, chapas, cartelería, libretas y camisetas). Por su parte, los ayuntamientos han aportado también una cantidad económica mínima –en función de unos tramos de población establecidos–, para la compra del resto de libros incluidos en la Guía que no han sido suministrados por la Organización.

El alma máter de #Huelvalee+ ha sido la elaboración de la Guía de Lectura impresa “Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo”, que se ha realizado a partir de una cuidada selección bibliográfica de libros publicados recientemente, tanto de ficción como informativos, y entre los que se han incluido obras de autores onubenses.

La Guía está formada por un total de 112 títulos y ha sido ilustrada por tres artistas onubenses con tanto acierto que cada página es un mundo sugerente que invita a la lectura.

Formalmente, la guía está estructurada en cuatro tramos de edad, dando cobertura a todos los usuarios de la Sala Infantil y Juvenil:

- Primeros lectores.
- A partir de 7 años.
- A partir de 9 años.
- A partir de 12 años.

Además de libros en papel, siguiendo la misma segmentación de edad, se ha incluido una selección de libros electrónicos disponibles en el servicio gratuito de préstamo *eBiblio Andalucía*, con el fin de ofertar también la lectura en dispositivos electrónicos.

Se han diseñado unas fichas muy sencillas con el título “¡Me lo he leído!”, que los lectores complimentan cuando han leído un libro, con datos básicos que sirven tanto para comprobar que el niño o niña ha leído el libro como para contabilizar estadísticamente los libros más leídos de todos los ofertados. Estas fichas deben

cumplimentarlas cada vez que lean un libro y es imprescindible para que se les de una pegatina con la cubierta del libro leído, que pegarán en su “Diario de lectura”, localizado al final de la Guía.

Se ha establecido un sistema de incentivos que refuerce el préstamo de libros, entendiéndolo como un medio, pero en ningún caso como un fin en sí mismo. Con la lectura del primer libro se entrega un marcapáginas con ilustraciones de la Guía; con la lectura del tercer libro se les entrega una chapa; con el sexto libro una libreta y, al completar la lectura de 10 libros, se les hará entrega de una camiseta alegórica del Proyecto. A los tres primeros lectores/lectoras de cada municipio participante que cumplimenten dos Guías de Lectura se les entregarán 4 entradas para acceder de manera gratuita al Muelle de las Carabelas y al Parque Celestino Mutis, en el entorno de La Rábida, situado en el municipio de Palos de la Frontera.

Finalidad del Proyecto (objetivos)

El objetivo principal de este Proyecto es *acercar la lectura a la población infantil y juvenil de la provincia de Huelva, fomentar el uso de sus bibliotecas públicas municipales y aumentar sus fondos bibliográficos*. Para poder alcanzar este objetivo final, se han programado otros objetivos secundarios, no por ello menos importantes, y que han motivado la puesta en marcha de #Huelvalee+:

- Incrementar y actualizar las colecciones bibliográficas infantiles y juveniles de las bibliotecas públicas municipales de la provincia de Huelva.
- Concienciar a los ayuntamientos de la importancia de invertir en las bibliotecas para actualizar y renovar sus colecciones bibliográficas y demostrar que el ROI (retorno de la inversión) en bibliotecas es beneficioso para la sociedad.
- Elaborar una Guía de Lectura atractiva, cómplice de los intereses de los lectores, con una cuidada selección bibliográfica, actualizada, variada y de calidad.
- Dar a conocer la producción bibliográfica infantil y juvenil onubense.
- Contar con la participación de los ilustradores de libros onubenses. Para ello se hizo una oferta pública a la que presentaron sus propuestas de diseño diversos profesionales de la provincia. Finalmente, los tres que participaron en la convocatoria diseñaron en colaboración la guía: Desirée Acevedo, Miguel Montaner y Eveline Rodríguez.
- Promocionar *eBiblio Andalucía*, importante servicio de préstamo gratuito de libros electrónicos que se ofrece a los usuarios de las bibliotecas públicas de nuestra comunidad.
- Implicar a los bibliotecarios en el proyecto como dinamizadores de la actividad en sus municipios, donde deberán diseñar un mínimo de dos actividades para dar a conocer el Proyecto.

- Llenar las bibliotecas de niños y jóvenes atraídos por la temática y actualidad de los libros adquiridos para sus bibliotecas.
- Aumentar las actividades de fomento de la lectura en las bibliotecas municipales de la provincia.
- Implicar a las familias y centros educativos como agentes activos en la tarea de fomentar la lectura entre los más pequeños.
- Aumentar el número de socios infantiles y juveniles de las bibliotecas públicas municipales.

Acciones realizadas

- Diseño de equipos de trabajo formado por Técnicos del Servicio de Publicaciones y Biblioteca de la Diputación de Huelva y la Biblioteca Pública Provincial de la Consejería de Cultura y Patrimonio de la Junta de Andalucía.
- Selección bibliográfica para conformar y diseñar la Guía de Lectura.
- Contacto oficial con Ayuntamientos y con los responsables de las bibliotecas públicas municipales.
- Selección de ilustradores de la Guía de Lectura.
- Propuesta y diseño del material de merchandising.
- Adquisición de 29 lotes de libros compuestos de 44 títulos cada uno, con destino a los 29 municipios participantes.
- Compra de un lote adicional de 43 libros, formado por un ejemplar del total que componen la Guía de Lectura, con el fin de que si alguna biblioteca participante no tiene algún libro, pueda pedirlo como préstamo interbibliotecario.
- Establecimiento de pautas de funcionamiento general del Proyecto para facilitar su implantación en cada uno de los municipios participantes.
- Presentación del Proyecto en rueda de prensa con todas las instituciones participantes el 1 de abril de 2019.
- Remisión de lotes bibliográficos y material complementario a los 29 municipios participantes.
- Asesoramiento continuado a los bibliotecarios y bibliotecarias sobre la mecánica del Proyecto y su mejor ejecución.
- Presentación del Proyecto en cada uno de los municipios participantes antes de finales de junio de 2019, con excepción de algunos municipios que lo han hecho en la primera quincena de julio de 2019.
- Programación por parte de la Organización de actividades de dinamización lectora para realizar una en cada uno de los municipios participantes.
- Los bibliotecarios participantes deben realizar antes de fin de 2019 dos actividades de dinamización lectora relacionadas con el Proyecto, siendo obligatoria la actividad de presentación del mismo antes de finales de junio de 2019.

- Cada bibliotecario realizará una memoria del desarrollo y funcionamiento del Proyecto en su municipio, ilustrado con fotografías y datos de asistencia a las actividades, número de libros prestados, e impresiones sobre la aceptación del Proyecto por los niños y jóvenes, con vistas a la valoración general del Proyecto y su posible realización en años sucesivos.

Destinatarios y qué les ha aportado

En mayor o menor medida, consideramos cuatro beneficiarios principales del Proyecto.

En primer lugar, y objetivo básico del programa:

- Los niños y niñas de los municipios, que con frecuencia no acuden a las bibliotecas porque los libros están obsoletos, no son actuales ni atractivos o no recogen los temas que más les interesan. A la hora de hacer la selección bibliográfica se ha realizado un exhaustivo estudio de la oferta editorial infantil y juvenil más actual, optándose por la calidad, la variedad y el equilibrio entre la ficción y la información en cada tramo de edad.

En segundo lugar:

- Los profesionales de las bibliotecas públicas municipales de la provincia de Huelva. Muchos municipios hace ya años que no destinan presupuesto a la renovación de los fondos bibliográficos de sus bibliotecas. Este proyecto ha supuesto una inyección importante en la renovación de fondos y también ha retomado el protagonismo del bibliotecario/a en el panorama cultural local.

En tercer lugar:

- Los ayuntamientos, y nos referimos especialmente al *staff* político, han tomado conciencia de la importancia de la biblioteca y de un cierto compromiso económico que supone participar en el Proyecto. Posiblemente, el impacto mediático también ha contribuido al interés, como lo atestigua el número de municipio que solicitaron participar después de la presentación del proyecto.

Y finalmente, los padres. Todos los que nos dedicamos al fomento de la lectura sabemos la importancia de los padres como respaldo en el hábito lector. Por los sectores de edad implicados, un número considerable de niños se acercan con sus padres o hermanos mayores a la biblioteca, donde son informados de los incentivos y dinámica del Proyecto. Previamente, muchos padres ya habían acudido a reuniones informativas en el colegio, AMPA, Guadalinfo, para que supieran de la actividad. La implicación de las familias en la formación y consolidación de lectores es fundamental.

Temporalización: fecha de implementación

El Proyecto se comenzó a gestar en julio de 2018 y su presentación oficial se realizó el 1 de abril de 2019, de forma que estará en funcionamiento hasta el 31 de diciembre de 2019.

Se han realizado numerosas sesiones de trabajo en equipo entre los Técnicos de Biblioteca de Diputación de Huelva (Lauro Anaya y Lucía Bascón) y del Departamento de Servicios Bibliotecarios Provinciales de la Biblioteca Provincial de Huelva (M^a del Valle Riego Fernández), desde el mes de julio de 2018 hasta la actualidad, que el Proyecto se está desarrollando.

Una vez que se tenía vía libre por parte de los responsables políticos de cada institución para llevar a cabo en común el Proyecto, se hizo una primera toma de contacto durante agosto y septiembre de 2018 con los bibliotecarios municipales de la provincia de Huelva vía correo electrónico, para ver si había disponibilidad e interés en participar en el Proyecto.

Tras obtener una respuesta afirmativa, se procedió a solicitar dotación de presupuesto en cada una de las dos instituciones principales implicadas. Además, los técnicos de la Organización comenzaron a realizar una ardua labor de selección de libros por diferentes tramos de edades, eligiendo libros actuales y de temática de interés para cada edad, y seleccionando tanto libros de ficción como informativos, que son los menos presentes en las bibliotecas públicas municipales de la provincia.

De manera simultánea a la selección bibliográfica, en *diciembre de 2018* se realizó una primera información oficial a los alcaldes de todos los ayuntamientos mediante carta postal nominativa, firmada por la Delegada Provincial de Cultura en Huelva y por la Diputada de Cultura de Diputación. Los ayuntamientos interesados debían manifestar su interés por escrito para recibir información complementaria sobre cuáles serían los beneficios recibidos y su implicación. Como hemos indicado anteriormente, se establecieron tramos de población, y en función de dichos tramos, el ayuntamiento debía invertir el dinero que le correspondiese en la compra de libros de un listado suministrado por la Organización. Ese listado estaba formado por los libros de la Guía de Lectura “Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo!” que no habían sido incluidos en el lote de 44 títulos proporcionados a cada municipio. Todo ello con la idea de que cada biblioteca tuviese el mayor número posible de títulos incluidos en la Guía de Lectura.

En enero de 2019 se inició el proceso de selección de los ilustradores que diseñarían la Guía de Lectura, y a finales de febrero de 2019 se decidió el reparto del trabajo entre los tres artistas que aparecen en la Guía. Se hizo un reparto equitativo de las ilustraciones necesarias, de forma que los tres tuviesen en mismo protagonismo gráfico.

Durante los meses de febrero y marzo de 2019 se adquirieron los títulos seleccionados y se procedió a su catalogación en el programa de gestión bibliotecaria AbsysNET, para facilitar a los bibliotecarios añadir los datos de sus ejemplares una vez que recibieran sus respectivos lotes bibliográficos.

El 1 de abril de 2019 se presentó el Proyecto *#Huelvalee+* en rueda de prensa, que contó con Lourdes Garrido, Diputada de Cultura de Diputación de Huelva, y con José Manuel Correa, Delegado Provincial de Cultura en Huelva. Además, asistieron los alcaldes y alcaldesas, concejales y responsables de las bibliotecas de los 29 municipios adheridos al Proyecto, junto con los miembros de la Organización del Proyecto y los ilustradores de la Guía de Lectura. Con posterioridad a la rueda de prensa, el personal técnico responsable del Proyecto, tuvo una reunión con los bibliotecarios y bibliotecarias que pudieron asistir al evento para explicarles en persona el funcionamiento del Proyecto, y además se les entregaron unas pautas que se redactaron con los puntos principales a tener en cuenta. Al día siguiente, dichas pautas fueron remitidas por correo electrónico a todos los bibliotecarios participantes, para que quienes no pudieron asistir dispusieran desde un principio de la misma información.

En los días siguientes también se envió el listado de títulos de la Guía de Lectura que debían adquirir los municipios en función de su población y el plazo para adquirirlos (finales de abril) y enviar copia de la factura de compra a la Organización del Proyecto.

Durante el mes de abril se formaron los lotes bibliográficos adquiridos por la Organización y a finales de abril de 2019 se comenzó la remisión a cada uno de los municipios participantes.

Se produjo un atraso indeseado debido a que varios de los títulos comprados estaban agotados y hubo que esperar en algún caso a una nueva edición, lo cual retrasó el envío de los libros. A principios de junio de 2019 todos los municipios ya tenían tanto el lote remitido por la Organización del Proyecto como los libros adquiridos por sus ayuntamientos, de forma que tenían todo el mes de junio para realizar la presentación del Proyecto en sus municipios.

#Huelvalee+ por tanto, ha llegado al público destinatario en junio de 2019, y en todos los municipios ha sido muy bien recibido por los centros educativos, familias y usuarios.

Tras la presentación oficial en cada municipio, ha habido una gran acogida por parte de todo el público infantil y juvenil, produciéndose el préstamo de gran parte de los libros y un aumento de los asistentes a las bibliotecas participantes así como un aumento del número de socios para poder participar en la lectura de los libros que integran *#Huelvalee+*.

Seguimiento y resultados obtenidos

El 19 de julio fue el día marcado para que las bibliotecas municipales remitiesen a la Organización los primeros datos sobre la campaña, en especial de las presentaciones y remisión de las fichas de lectura. Estos datos, aún larvarios, han servido para adelantar que la campaña está siendo un éxito sin precedentes, multiplicando el número de lectura y la asistencia de usuarios a las bibliotecas con un aumento considerable del número de socios de las bibliotecas participantes.

¿En qué medida el proyecto es innovador?

El gran logro del Proyecto, más allá de su diseño y ejecución, ha sido la colaboración institucional franca, que definía claramente los objetivos perseguidos. Una colaboración que franquea lo político y lo económico. Por primera vez en la provincia de Huelva, Diputación, Junta de Andalucía y ayuntamientos han asumido un compromiso que confiere al libro y a las bibliotecas un protagonismo cultural poco habitual en relación con otras disciplinas.

INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA

A continuación vamos a relacionar las URLs de las menciones al Proyecto en las redes sociales y otras fuentes *online*. En primer lugar figuran las menciones generales al Proyecto, y a continuación se citan las publicaciones que mencionan de manera individualizada a cada uno de los 29 municipios participantes; esta relación se lista por orden alfabético del nombre de los municipios. Así mismo, se incluyen algunas fotografías y otro material.

REFERENCIAS GENERALES EN RR. SS. AL PROYECTO #HUELVALEE+

- Diputación de Huelva (1 de abril de 2019). La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee+ llega a 29 municipios de la provincia de Huelva Recuperado de <http://www.diphuelva.es/prensa/La-campana-de-fomento-de-lectura-infantil-y-juvenil-Huelvalee-llega-a-29-municipios-de-la-provincia-de-Huelva/>
- Diputación de Huelva [@DipuHU] (1 de abril de 2019) La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee+ llega a 29 municipios de la provincia de Huelva [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/DipuHU/status/1112696893669298176>

- EuropaPress (1 de abril de 2019) La campaña de Diputación de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee+ llega a 29 municipios de la provincia. Recuperado de <https://www.europapress.es/andalucia/huelva-00354/noticia-campana-diputacion-fomento-lectura-infantil-juvenil-huelvalee-llega-29-municipios-provincia-20190401150916.html>
- Huelva Televisión (4 de abril de 2019). Gran Vía Magacine. Recuperado de <http://s403294485.mialojamiento.es/VIDEOS/2019/GRAN%20VIA/ABRIL/GV%2003-04-19%20BLQ2.mp4>

REFERENCIAS EN RR. SS. A LOS MUNICIPIOS PARTICIPANTES

Almonte

- *Doñana Comunicación* (28 de junio de 2019). Programa Fomento de Lectura. [Archivo del video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=c06OJTr9n3g>
- *Biblioteca Municipal Almonte “Ana M^a Matute”-CER* [@bibliotecaanamariamature] (17 de julio de 2019). Te invitamos a que leas. Desde primeras edades hasta 14 años. En biblioteca de Almonte [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/bibliotecaanamariamature/?ref=br_rs

Aracena

- *Ayuntamiento Aracena* [@AytoAracena] (2 de abril de 2019). #ARACENA SE SUMA A LA CAMPAÑA DE FOMENTO DE LA #lectura INFANTIL Y JUVENIL #Huelvalee+ de @DipuHU y @bibhuelva A la presentación de la campaña en #Huelva asistieron la Concejala de #Cultura y #educacion Ana Torres y la bibliotecaria mpal Chus Martín [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoAracena/status/1113016673827786753>
- *BibliotecaAracena* [@BibliotecaAracena] (18 de junio de 2019). En unos días tod@s los niñ@s de Aracena y sus aldeas (+ de 3 años hasta + 12 años) podrán apuntarse al programa de Fomento a la Lectura #Huelvalee+. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/BibliotecaAracena/>
- *BibliotecaAracena* [@BibliotecaAracena] (19 de junio de 2019). El jueves 20 de junio a las 10 y las 11 horas de la mañana, tod@s los que quieran informarse del programa de lectura más refrescante del verano #Huelvalee+ podrán hacerlo en la Biblioteca Pública Municipal. ¡Aracena ciudad lectora con los niñ@s! [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/BibliotecaAracena/>

- *BibliotecaAracena* [@BibliotecaAracena] (20 de junio de 2019). Cuando la mañana trae este tipo de “regalos” el resto del día lleva una sonrisa. Presentación de #Huelvalee+ en compañía de los alumn@s y profesor@s del Colegio José Nogales... ¡una acogida impresionante!. También ayer el Club de Lectura Infantil del colegio acogió el proyecto con mucha ilusión. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/BibliotecaAracena/>

Ayamonte

- *HuelvaYa.es* (10 de julio de 2019). Ayamonte presenta el proyecto Huelvalee+ Que no te lo cuenten. *HuelvaYa.es: el periódico digital de Huelva*. Recuperado de <https://huelvaya.es/2019/07/10/ayamonte-presenta-el-proyecto-huelvalee-que-no-te-lo-cuenten/>

Beas

- *Ayuntamiento de Beas* [@aytobeas] (2 de abril de 2019). #HUELVALEE+. El Ayuntamiento de Beas se ha sumado, junto a otros 28 Ayuntamientos de la provincia, al programa de fomento de la lectura #Huelvalee+ puesto en marcha por la Diputación Provincial de Huelva y la Delegación de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/aytobeas/posts/1169858916512801?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D
- *Ayuntamiento de Beas* [@aytobeas] (5 de junio de 2019). Presentación programa #Huelvalee+ [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/aytobeas/posts/1169858916512801?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D

Calañas

- *Ayuntamiento de Calañas Información* [@aytocalanas] (2 de abril de 2019). Un lunes cargado de actividad y gestión municipal... En esta misma mañana José Manuel Borrero, concejal del Ayuntamiento de Calañas asiste a la presentación del Proyecto de Fomento de la Lectura #Huelvalee+ [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/aytocalanas/posts/1028695397340678>

Campofrío

- *Tinto Noticias* [@tintonoticias] (1 de abril de 2019). La localidad campurriana es una de las 29 de la provincia que acogerá #Huelvalee+, un proyecto en el que participan la Diputación, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Campofrío y que cuenta con una guía elaborada por los diseñadores

Miguel Montaner, Desirée Acevedo y Eveline Rodríguez Cuesta. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/permalink.php?id=135892437098953&story_fbid=307969593224569

- Tinto Noticias (1 de abril de 2019). Un proyecto piloto fomenta la lectura en Campofrío. *Tinto Noticias: el periódico de la Cuenca Minera*. Recuperado de <https://tintonoticias.com/un-proyecto-piloto-fomenta-la-lectura-en-campofrio/>

Cartaya

- Carmen Sara Floriano [@carmensarafp] (10 de junio de 2019). Este miércoles 12 de junio, a las 19.00 h, estaré “Descubriendo un mundo de historias” en la Biblioteca de Cartaya (Huelva) en la presentación de la Campaña de Fomento de la Lectura #Huelvalee+ ¡te esperamos! @Ayto_Cartaya @AndaluciaJunta @DipuHU [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/carmensarafp/status/1137990852427571203>
- Ayuntamiento de Cartaya: el espacio de encuentro con la gestión de la ciudad. (14 de junio de 2019). Campaña de Fomento de la Lectura en la Biblioteca de Cartaya. Recuperado de <http://cartaya.es/es/noticias/campana-de-fomento-de-la-lectura-en-la-biblioteca-de-cartaya>

Corteconcepción

- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (21 de junio de 2019). Presentación de la campaña de fomento a la lectura, *Huelvalee+* !!!Nos acompaña Diego Magdaleno, el mejor cuentista!!!! [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1142030504281202688>
- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (28 de junio de 2019). #huelvalee+ #corteconcepcion#bibliotecamunicipal#leer [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1144540931590414336>
- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (16 de julio de 2019). #huelvalee+ #bibliotecacorteconcepcion#gymkana [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1151083061079105536>
- Ayuntamiento de Corteconcepción [@corteconcepcion] (25 de julio de 2019). #Huelvalee+ #gymkanadivertda#leeresdivertido#bibliotecamunicipalde-corteconcepcion [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/corteconcepcion/status/1154351396482945025>
- Ayuntamiento Corteconcepción [@ayuntamiento.corteconcepcion] (25 de julio de 2019). GYMKANA DEPORTIVO LITERARIA, #Huelvalee+ [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/pg/ayuntamiento.corteconcepcion/posts/>

Galaroza

- *Línea verde Galaroza*. (14 de junio de 2019). Llega a la Biblioteca Pública de Galaroza el Programa de Fomento de la Lectura #Huelvalee+ “Que no te lo cuenten... ¡Descúbrelo!” Recuperado de <http://www.lineaverdegalaroza.es/lv/comunicaciones.asp?comunicacion=14853>
- *Blas Infante* (@blasinfante) (17 de junio de 2019). Un día maravilloso con el alumnado del CEIP Hnos Arellano #Huelvalee+ este verano tenemos la mejor de las opciones... la lectura!!!. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.blasinfante>
- *Blas Infante* (@blasinfante) (20 de junio de 2019). Este miércoles ha sido el primer día que los usuarios podían acceder a los libros de #Huelvalee+ ha sido un éxito total, la biblioteca nunca ha estado tan llena por el único motivo de llevarse un libro. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.blasinfante>
- *Blas Infante* (@blasinfante) (3 de julio de 2019). Muy buenos días, Acabo de realizar estadística mensual de biblioteca andaluzas, hemos duplicado los usuarios inscritos y los préstamos de infantil Efectos colaterales #Huelvalee+ no puede ser más positivo!!! [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.blasinfante>

Hinojos

- *Ayuntamiento Hinojos* (@AytoHinojos) (17 de junio de 2019). Nos sumamos al proyecto de la @DipuHU #HuelvaLee+. Mañana a las 11:00h en la Casa de la Cultura se organizará un evento para fomentar la lectura. Participarán los alumnos del @colehinojos pero también queda abierto a familiares y vecinos. Están invitados! [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoHinojos/status/1140584143035731968>

Isla Cristina

- *Isla Cristina*: toda la información local. (1 de abril de 2019). La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee+ llegará a Isla Cristina. Isla Cristina: toda la información local. Recuperado de <http://isla-cristina.com/tag/huelvalee/>
- *La Higuera.com* (2 de abril de 2019). La campaña de fomento de lectura infantil y juvenil #Huelvalee+ llega a 29 municipios onubenses. Recuperado de <https://www.lahiguerita.com/la-campana-de-lectura-infantil-y-juvenil-huelvalee-llega-a-29-municipios-onubenses/>
- *La Higuera.com* (2 de abril de 2019). Presentada la campaña de fomento de la lectura #Huelvalee+. Recuperado de <https://www.lahiguerita.com/presentada-la-campana-de-fomento-de-la-lectura-huelvalee/>

- *Ayuntamiento de Isla Cristina* (4 de abril de 2019). Presentada la campaña de fomento de la lectura #Huelvalee+. Recuperado de <http://wp.islacristina.org/2019/04/04/presentada-la-campana-de-fomento-de-la-lectura-huelvalee/>
- *La Higuera.com* (10 de junio de 2019). Isla Cristina se suma a la campaña #Huelvalee+ para el fomento de la lectura entre niños y jóvenes. Recuperado de <https://www.lahiguera.com/isla-cristina-se-suma-a-la-campana-huelvalee-para-el-fomento-de-la-lectura-entre-ninos-y-jovenes/>
- *Biblioteca Municipal de Isla Cristina* [@BibliotecaMunicipalDeIslaCristina] (13 de junio de 2019). Compartimos la entrevista realizada ayer por Canalcosta Tv en nuestra biblioteca, para informar un poco más sobre la Campaña de Fomento a la Lectura #Huelvalee+ <http://www.canalcostatv.es/video/aW5s-bHA=/> [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/BibliotecaMunicipalDeIslaCristina/posts/?ref=page_internal
- *Biblioteca Municipal de Isla Cristina* [@BibliotecaMunicipalDeIslaCristina] (24 de junio de 2019). 15 días después del inicio de la campaña #Huelvalee+ en nuestra biblioteca...¡Los estantes se están quedando vacíos por la buena acogida que ha tenido el proyecto! #Huelvalee+ #IslaCristinalee+. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/BibliotecaMunicipalDeIslaCristina/posts/?ref=page_internal

Moguer

- *Ayuntamiento de Moguer* (2 de abril de 2019). Moguer participa en la campaña de fomento de lectura #Huelvalee+ impulsada por Diputación y Biblioteca Provincial. Recuperado de <http://www.moguer.es/es/ayuntamiento/noticias/Moguer-participa-en-la-campana-de-fomento-de-lectura-Huelvalee-impulsa-da-por-Diputacion-y-Biblioteca-Provincial/>
- *Ayuntamiento de Moguer* [@AytoMoguer] (17 de junio de 2019). Presentación Guía HuelvaLee. El martes 18 a las 7 de la tarde se presenta en la Biblioteca Pública de Moguer la guía para incentivar la lectura infantil y juvenil #Huelvalee+, una iniciativa de la Diputación a la que se ha sumado nuestro municipio. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/AytoMoguer/posts/?ref=page_internal

Niebla

- *Ayuntamiento de Niebla* [@ayuntamientoniebla.gabineteprensa] (1 julio de 2019). Se da a conocer la campaña Que no te lo cuenten.... ¡Descúbrelo! #Huelvalee+ [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/ayuntamientoniebla.gabineteprensa/photos/nueva-exposici%C3%B3n-en-la-casa-de-la-cultura-nieblaescultura/1777755152293524/>

Paymogo

- *Ayuntamiento de Paymogo* [@Ayuntamiento-de-Paymogo] (24 de junio de 2019). El Ayuntamiento de Paymogo, a través del Área de Cultura, pone en marcha el proyecto #HuelvaLee+, impulsado por la Diputación de Huelva, para el fomento de la lectura infantil y juvenil en el municipio. [Publicación de Facebook] Recuperado de https://www.facebook.com/pg/Ayuntamiento-de-Paymogo-476956009126143/posts/?ref=page_internal

Puebla de Guzmán

- *Biblioteca Pública Municipal Puebla de Guzmán* [@biblioteca.puebladeguzman] (1 de abril de 2019). Pistoletazo de salida al proyecto de animación a la lectura #Huelvalee+ que Diputación Provincial de Huelva, Junta de Andalucía y 29 Ayuntamientos de la provincia, entre los que se encuentra el nuestro, van a hacer posible en este 2019. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.puebladeguzman/>
- *Biblioteca Pública Municipal Puebla de Guzmán* [@biblioteca.puebladeguzman] (14 de junio de 2019). Una vez presentado a los alumnos del CEIP Sebastián García y del IES del Andévalo (1º ESO) e informado a los padres y madres a través de una carta, la puesta en marcha del Programa de Fomento de la Lectura #Huelvalee+ está siendo un éxito. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/biblioteca.puebladeguzman/>

Rociana del Condado

- *Ayuntamiento de Rociana del Condado* [@ayuntamientoderociana] (1 de abril de 2019). Rociana, uno de los 29 municipios onubenses que participan en #Huelvalee+, la campaña de fomento de lectura infantil y juvenil de la Diputación de Huelva. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/ayuntamientoderociana/posts/1181582952013098/>
- *Ayuntamiento de Rociana del Condado* [@AytoRociana] (25 de junio de 2019) #HuelvaLee+ #RocianaLee+ Un proyecto que esta tarde se presentará en la Plaza de España en el acto de entrega de reconocimientos académicos y de la presentación de Microrelatos realizados por los mismos alumnos de los centros educativos. A las 20,30h, os esperamosii [Tuit] Recuperado de <https://twitter.com/AytoRociana/status/1143450818072469508>

San Silvestre de Guzmán

- *Ayuntamiento San Silvestre de Guzmán* [@sansilvestredeguzman.es] (1 de abril de 2019). LA CAMPAÑA DE LA LECTURA INFANTIL Y JUVENIL #Huelvalee+ LLEGA A NUESTRO PUEBLO. El proyecto de fomento a la lectura #Huelvalee+, una experiencia piloto promovida conjuntamente por el Servicio de

Publicaciones y Biblioteca de la Diputación y la Biblioteca Pública Provincial. [Publicación de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/sansilvestredeguzman.es>

Trigueros

- *Trigueros Cultura* [@CulturaTrigueros] (28 de junio de 2019) El pasado 20 de junio desde la Concejalía de Cultura, tuvo lugar la presentación del proyecto de animación lectora entre la población infantil y juvenil #Huelvalee+. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/CulturaTrigueros/>

Villarrasa

- *Biblioteca Municipal de Villarrasa* [@bibliotecamunicipaldevillarrasa] (1 de abril de 2019). En la mañana de hoy, hemos estado presente en la presentación del proyecto #Huelvalee+, donde la biblioteca municipal de Villarrasa es una de las 29 bibliotecas de la provincia que se suman a esta iniciativa. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevillarrasa/posts/1130952410420748>
- *Biblioteca Municipal de Villarrasa* [@bibliotecamunicipaldevillarrasa] (10 de julio de 2019). Continuamos divirtiéndonos, con el Proyecto de fomento de la lectura #Huelvalee+, hoy hemos recibido algunos títulos muy interesantes y seguimos premiando a todos los lectores. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevillarrasa/posts/1130952410420748>
- *Biblioteca Municipal de Villarrasa* [@bibliotecamunicipaldevillarrasa] (18 de julio de 2019). En la ludoteca de Villarrasa, también se fomenta la lectura, en la mañana de ayer acudieron niños y niñas a la Biblioteca para recoger sus “Guías de lectura” y así poder formar parte de este Proyecto tan divertido #Huelvalee+ Villarrasalee+. El verano siempre es más entretenido con un buen libro.. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldevillarrasa/posts/1130952410420748>



Nuestro proyecto

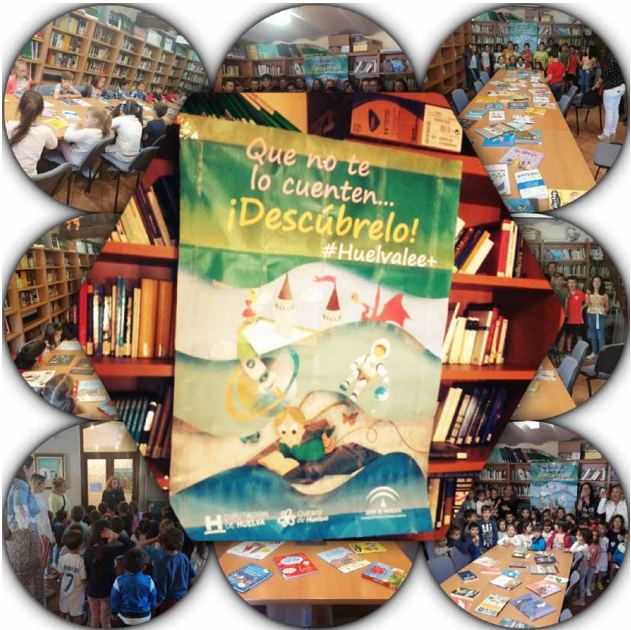
MERCHANDISING





#HUELVALEE+ EN LOS MUNICIPIOS







Marca: #Biblioteca@

ANGÉLICA CABELLO CORDERO

Biblioteca Pública Municipal de Pozoblanco

La historia de la Biblioteca de Pozoblanco y su evolución, a lo largo de los años, ha estado basada en varias premisas fundamentales que la han hecho crecer: la escucha atenta y constante de la ciudadanía para conocer sus demandas y la participación ofrecida a la comunidad de forma generalizada para atender sus necesidades. Para ello, los profesionales de la biblioteca se han tenido que adaptar y asumir los cambios que estas necesidades han provocado reinventándose, día a día, y visibilizando su transformación a la población. Un cambio en sus instalaciones, y de la mano de profesionales del diseño gráfico, ha permitido presentar una imagen corporativa acorde a las necesidades actuales que define la identidad de la Biblioteca de Pozoblanco. Un lema, “Tú y yo hacemos biblioteca”, y una imagen clara adscrita a este concepto imprimen el carácter abierto, innovador y comunicativo que identifica a la biblioteca. Uno de sus grandes activos son los usuarios. La biblioteca levanta los pilares que la sostienen según la ciudadanía va dictando. Mantiene una continua sinergia con la colectividad. Su personal ha aprendido a trabajar pautas comunes y cuidar la marca corporativa con normas que regulan la imagen de forma sencilla, unitaria y coherente e impedir, así, su deterioro. En los tres años de rodaje con la marca se ha podido comprobar que el cuidado estricto de su tratamiento ha influido notablemente en su éxito y asentamiento mejorando, con creces, el acercamiento de la ciudad a este servicio. Su sello personal le ha conferido personalidad, seriedad, calidad y profesionalidad. La biblioteca municipal sigue en constante escucha y atenta a nuevas demandas pero, sin lugar a dudas, hoy, la Biblioteca de Pozoblanco también dicta a su población muchas consignas y mensajes de lo que es a través de su identidad corporativa.

Palabras clave: Biblioteca, Marca Corporativa, Identidad, Comunicación, Visibilizar, Marketing, Innovación, Actual, Feedback

BRAND: #LIBRARY@

Abstract: Over the years, the history and evolution of Pozoblanco's Library has been based on several fundamental premises that have led to its growth: the attentive and constant listening to the people to meet their demands and the boundless participation offered to the community to meet their needs. To this effect, library



professionals have had to adapt themselves and undertake the changes emerging from those needs by reinventing themselves, day by day, and by making their transformation visible to the public. A change in the library facilities made by graphic design professionals has allowed the display of a corporate image, suited to the current needs, which defines the identity of Pozoblanco's Library. A motto, "You and I make the library", and a distinct image ascribed to this concept throw a spotlight on the open, innovative and communicative features that characterize the library. Users are one of the library's great assets. The library raises its supporting pillars according to what society dictates. It maintains a continuous synergy with the community. The library staff has learned to work following common guidelines and to take care of the corporate brand with rules that regulate the image in a simple, unitary and coherent way to prevent its deterioration. Over the three years of experience with the brand, it has been proven that the strict care of its implementation has influenced significantly its success, thus improving the way in which the community approaches this service. Its personal seal has given the library character, seriousness, quality and professionalism. The local library is still constantly listening and attentive to new demands. However, there is no doubt that Pozoblanco's Library also dictates today many slogans and messages about its identity to its people through its corporate image.

Keywords: Library, Corporate Brand, Identity, Communication, Visibility, Marketing, Innovation, Current, Feedback

IDENTIFICACIÓN

Biblioteca Pública Municipal de Pozoblanco. C/ Peatonal Pío Baroja, nº 22, 14400 Pozoblanco. angelicacabellocordero@gmail.com. Teléfono 957770921.

Directora de la Biblioteca Pública Municipal: Angélica Cabello Cordero.

MEMORIA

Pozoblanco, ciudad situada al norte de Córdoba con un población de 17. 400 habitantes y cabecera de la Comarca de Los Pedroches, cuenta con una Biblioteca Pública Municipal que, aunque existen referencias en documentos históricos que ubican un servicio bibliotecario en los años 50, abrió sus puertas en 1970 para no cerrarlas jamás salvo en ocasiones muy puntuales y de forma transitoria por inundaciones en las instalaciones. Desde sus inicios, contó con autonomía en el organigrama municipal del ayuntamiento dotándola con una concejalía y presupuestos propios, situación excepcional e insólita que ha prevalecido hasta el día de hoy. ¿Qué ha supuesto esta apuesta política de forma continuada en el municipio? Que la presencia de la biblioteca ha ido creciendo en paralelo a la población, al municipio, creando en

torno a ella un espacio e identidad propios, ejerciendo como un servicio público más e imprescindible en la comunidad como cualquier otro, que la biblioteca aporta un valor añadido al desarrollo de Pozoblanco y, lo más importante, que sus habitantes son conscientes de ello.

La historia de la biblioteca y su evolución, a lo largo de estos años, ha estado basada en varias premisas fundamentales: la escucha atenta y constante de la ciudadanía para conocer sus demandas y la participación ofrecida a la comunidad de forma generalizada en su funcionamiento. En base a esto nos hemos reinventado, día a día, y hemos creado un estado de permanente “mimetismo bibliotecario” con los usuarios generando habilidades que gestionen sus necesidades. En definitiva, hemos trabajado un continuo arraigo de la biblioteca municipal en la colectividad sin dar opción, en ningún momento, a su impensable desaparición pero sí a una incesante transformación.

Ni que decir tiene, y todos debemos ser ya conscientes de esta realidad, que las bibliotecas han sufrido un cambio extraordinario en conceptos, en novedosas formas de trabajar, de comunicarse y en la diversidad de objetivos marcados. Todo ello ha acontecido no sólo por los cambios surgidos en la propia sociedad, sino en las economías y en los avances tecnológicos que van sucediéndose de manera vertiginosa. Ante ello, a los profesionales de las bibliotecas sólo nos cabe la obligación de adaptarnos y asumir estos cambios como nuevas oportunidades para seguir creciendo como lo que somos, emblemas de la biblioteca pública capaces de cubrir las necesidades de la comunidad a la que atendemos y a la que está esperando a conocernos para ser acogida. En consecuencia, no nos queda otra que el compromiso de saber visibilizarnos y hacer biblioteca, crear marca. Como bien refiere D. Julián Marquina ante todas las metamorfosis que estamos viviendo, “La marca biblioteca debe seguir creciendo y mostrando su importancia, como viene haciendo siempre ante la sociedad”.

Consideramos que la Biblioteca de Pozoblanco, posiblemente sin ser conscientes de ello al no encuadrar conceptualmente en el término “marca” el trabajo que hemos realizado, ha ido creando a lo largo de todo el tiempo una biblioteca con identidad propia, con personalidad, continuidad y presencia bien definidas no sólo en el conjunto de la comunidad local, sino en el ámbito comarcal al que atiende en un incesante darse a conocer y ser reconocida.

Hemos hecho biblioteca durante todo un pasado con marchamo propio, reinventado un presente para seguir existiendo. Por lo que se refiere al primero, a lo largo de su historia, la unanimidad de las políticas municipales aplicadas a la biblioteca con un apoyo explícito a las acciones que han impulsado su funcionamiento y continuo desarrollo, han posicionado a la biblioteca municipal como una institución visiblemente reconocida en la localidad, con una vida y mecanismos propios que su personal ha sabido demostrar con gran profesionalidad y tesón. La labor de las personas

que se han hecho cargo de la biblioteca ha sido irremplazable para convencer de esa necesaria existencia de la que hablamos, a la que continuamente hay que alimentar en un constante *feedback* con la comunidad.

En tiempos pasados hacíamos biblioteca saliendo a la calle, buscando aliados que incorporar en busca de sus preciadas colaboraciones, redactábamos numerosas cartas para informar, el teléfono nos acercaba a futuros “socios”, revelábamos fotos que nos identificaran escudriñando un espacio en prensa escrita, las imprentas y medios de comunicación locales eran nuestras más leales apuestas para difundir lo que hacíamos y justificar que seguíamos existiendo, que éramos necesarios. Los políticos también nos tenían en consideración, obtenían su rentabilidad. Estábamos atentos a nuestros buzones de sugerencias, charlábamos con nuestros usuarios a diario, los escuchábamos e intentábamos detectar qué había más allá de sus mensajes, qué necesitaban realmente. La red que íbamos tejiendo con ellos se ha hecho inquebrantable. Emocionar ha sido siempre una palabra mágica para todo el personal. Teníamos fe ciega en el boca a boca, otro gran aliado. Ante todo esto, la biblioteca respondía con un servicio serio y de calidad. La biblioteca seguía haciendo biblioteca, continuaba imprimiendo su sello, se la seguía aceptando, se la seguía necesitando, se la seguía reconociendo. Ahora, todo este proceso de analogía queda definido bajo el término “marca”.

Hoy, en nuestra biblioteca, seguimos acometiendo casi las mismas cosas, además de muchas más, incluso en algunas actuamos con un patrón casi similar, pero la gran mayoría las hemos adaptado. Seguimos en continua posición de escucha pero los mensajes que nos llegan son otros, nos demandan cosas diferentes y, por tanto, debemos ofrecer cosas distintas que preserven la identidad de la biblioteca pública. Hay que remover sus entrañas si la sociedad nos lo está pidiendo, debemos sentir ese cambio en nuestro interior profesional para ir en consonancia a lo que la colectividad nos reclama y no podemos perder ninguna oportunidad que nos lleve hacia esa transformación. Lo preciso: recocer, crear, actuar, visibilizar y evaluar. En la biblioteca de Pozoblanco, todas las partes cómplices de su progreso, somos coherentes con esta realidad. Seguimos haciendo marca, seguimos siendo necesarios, pero nos visibilizamos de forma muy diferente.

En ese devenir histórico que ha definido la importancia de la existencia de la biblioteca en nuestro municipio, ha habido un punto de inflexión que ha marcado un antes y un después en las formas de entender, trabajar y mostrar la marca biblioteca. Nos referimos a la ampliación de sus instalaciones que se acometieron en el año 2016. En el día de hoy la marca biblioteca, su imagen corporativa, ha sufrido una metamorfosis brutal adaptada a los tiempos presentes y preparada para los venideros, basada tanto en la nueva concepción de biblioteca como en una forma visual moderna que se presenta ante la comunidad como una biblioteca actual.

Cuando hace años supimos del propósito de su ampliación, decidimos preguntar a los usuarios cómo querían que fuera su nueva biblioteca, sus servicios, sus espacios, etc. Fue una labor de tiempo, pero nos definió muy bien las líneas de trabajo. Gratamente la población pedía cambios que coincidían con el nuevo prototipo de biblioteca. Las nuevas tecnologías acaparaban las reivindicaciones, nuevos espacios cobraban protagonismo, cualquier punto de la biblioteca se convertía en centro de trabajo, de encuentro, de reunión, de cooperación. La presencia y fidelidad del usuario se convirtió en el objetivo preferencial. Esta prioridad fue comiendo terreno a lo material, a las estanterías, a los libros, a lo tradicional. En bloque, teníamos la necesidad y la obligación de reinventarnos. Quedaron expuestas las necesidades y el proyecto tomó su rumbo, no sin antes anteponer qué recursos íbamos a destinar para visibilizar la nueva identidad, la nueva marca, una imagen corporativa que reconociera por sí misma a la biblioteca.

En todo momento fuimos conscientes de que continuar haciendo biblioteca con una imagen totalmente distinta que nos siguiera definiendo, requería de profesionales del diseño gráfico. Había que buscar procedimientos con los que obtener una imagen clara y unitaria de cara a nuestra población. Establecer unas normas de actuación para garantizar el funcionamiento de la marca. Y a ellos acudimos.

Tras muchas y variadas reuniones para definir las directrices de lo que queríamos transmitir y de lo que la población debía percibir, nos facilitó la labor el tener muy bien diseñada la parte conceptual de lo que representa nuestra biblioteca mediante un mensaje corto y directo, un lema. “Tú y yo hacemos biblioteca” es nuestra mejor definición de la Biblioteca de Pozoblanco. No somos nada sin nuestros usuarios, sin nuestra población. Levantamos los pilares que nos sostienen y nos transforman según la ciudadanía va dictando. Somos sinergias de toda una colectividad.

Si bien hemos interiorizado lo que somos con el lema, no menos importante es concretar una imagen adscrita al concepto que visibilice su identidad. Para ello, los profesionales del diseño gráfico hicieron propuestas de imatipos y logotipos que consensuaron con nosotros. Fijamos colores corporativos, adquirimos licencia de la tipografía, definimos recursos y aplicaciones dinámicas y versátiles para imprimir un carácter abierto y comunicativo de la biblioteca. Nos enseñaron a trabajar pautas comunes y cuidar la marca corporativa con normas que regulan la imagen de forma sencilla y coherente. Igualmente, a entender cómo la aplicación correcta en los diversos materiales de difusión ayuda a reafirmar y obtener una imagen transparente e inseparable de cara a los destinatarios. Sin lugar a dudas, el absoluto respeto a estas normas ha constituido la única garantía de que la imagen se aplique rigurosamente, impidiendo el deterioro de la imagen original.

En los tres años de rodaje con la marca hemos podido comprobar que el cuidado estricto de su tratamiento ha influido notablemente en su éxito y en su asentamiento, pero este celo ha de mantenerse no sólo en las acciones de gran envergadura, sino en el más insignificante detalle.

Cuando optamos por la creación de una imagen totalmente renovada, fuimos conscientes de que el cambio tenía que afectar, en conjunto, a todo lo que concierne a la biblioteca, a cualquiera de sus secciones, espacios o referentes con los que se venían trabajando con anterioridad. Por indicar un ejemplo muy esclarecedor, además de considerarlo un recurso recurrente en las biblioteca para dinamizar actuaciones dirigidas a los usuarios más pequeños, la existencia de la mascota infantil sufrió una mutación extraordinaria. Tras más de 15 años conviviendo con ella, nuestros pequeños han tenido que asimilar el cambio del icono que los representaba, más tradicional y fácilmente identificativo, a uno más imaginativo y versátil provocando un dinámico *feedback* entre ambos, acorde siempre a las líneas originales señaladas por la nueva identidad corporativa.

El cambio en bloque al que antes nos referíamos incumbe también a la labor de los profesionales de la biblioteca. El reciclaje continuo en las nuevas demandas de los usuarios, especialmente en nuevas tecnologías y los recursos que devienen de ellas, es imprescindible. La profesión también debe saber venderse, sus nuevos servicios, sus nuevas formas de trabajar. No puedes presentar una imagen actual y moderna de la biblioteca desde el punto de vista conceptual y visual, promocionar esta imagen por doquier para luego, una vez acerques a los usuarios a ella, no encuentren cobertura a sus peticiones o encuentren un personal con una idea de biblioteca obsoleta. Es todo un *tándem* único. Siempre hemos considerado que uno de los grandes activos de nuestra biblioteca es su personal. En general, responden a un perfil vocacional, con formación específica en bibliotecas, en constante actitud de aprendizaje (nuevas tecnologías, nuevos soportes de lectura, redes sociales, páginas web de interés, novedades de editoriales, recomendaciones, etc) y con un trato excepcional y estrecha relación con el usuario que ha repercutido, positivamente, en nuestro servicio, no sólo en el incremento de usuarios, sino en el de su fidelización. El personal es un sincero ejemplo de *branding* bibliotecario. Imprimen y acuñan su personalidad para reforzar un valor eficiente al servicio.

Sin lugar a dudas, la decisión de presentar una marca corporativa aprovechando unas nuevas instalaciones ha sido un gran acierto y ha mejorado, con creces, el acercamiento de la población. La comunidad nos ha demostrado su aprobación de la nueva identidad y de los cambios operados en el funcionamiento de la biblioteca, así como la creación de nuevos espacios, nuevas formas de comunicarnos o de interactuar con ellos.

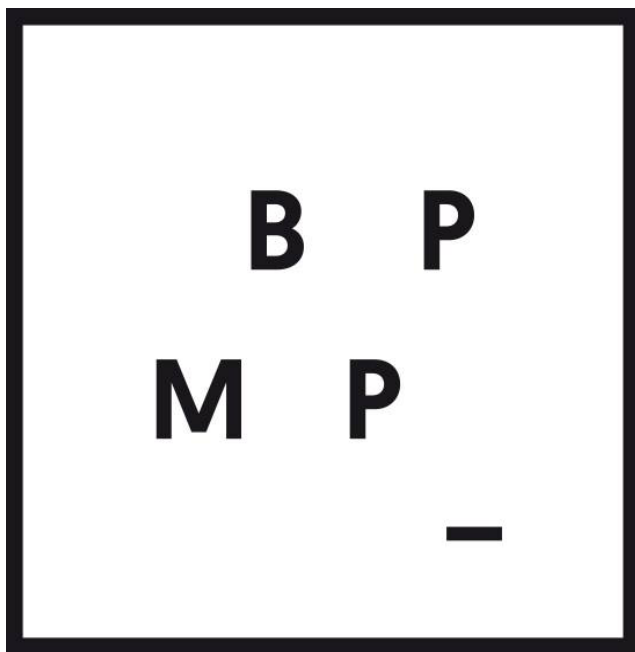
El simple hecho de determinar la importancia que reporta a nuestro servicio la creación de una imagen corporativa, imprime innovación. Pero también lo es el hecho de acudir y confiar esta labor a profesionales del diseño gráfico. Su intervención da un valor añadido más amplio porque aporta garantía en el tratamiento y funcionamiento de la marca propiciando su éxito y evitando su deterioro. Hoy, la colectividad a la que nos dirigimos ha hecho suya nuestra identidad a través de

nuestros referentes más visuales, nuestros colores, nuestros logos, nuestras figuras, en definitiva, nuestra marca.

Por último, pero no menos importante, el esfuerzo económico que ha supuesto la implantación de la marca corporativa ha reforzado el posicionamiento de la Biblioteca Municipal como servicio público en el conjunto de todos los que se ofrecen a la población. Su sello personal le ha conferido personalidad, seriedad, calidad y profesionalidad.

La biblioteca municipal sigue en constante escucha y atenta a nuevas demandas pero, sin lugar a dudas, la Biblioteca Municipal de Pozoblanco, actualmente, también dicta a su población muchas consignas y mensajes de lo que somos a través de su identidad corporativa.

INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA



Biblioteca
Pública
Municipal de
Pozoblanco



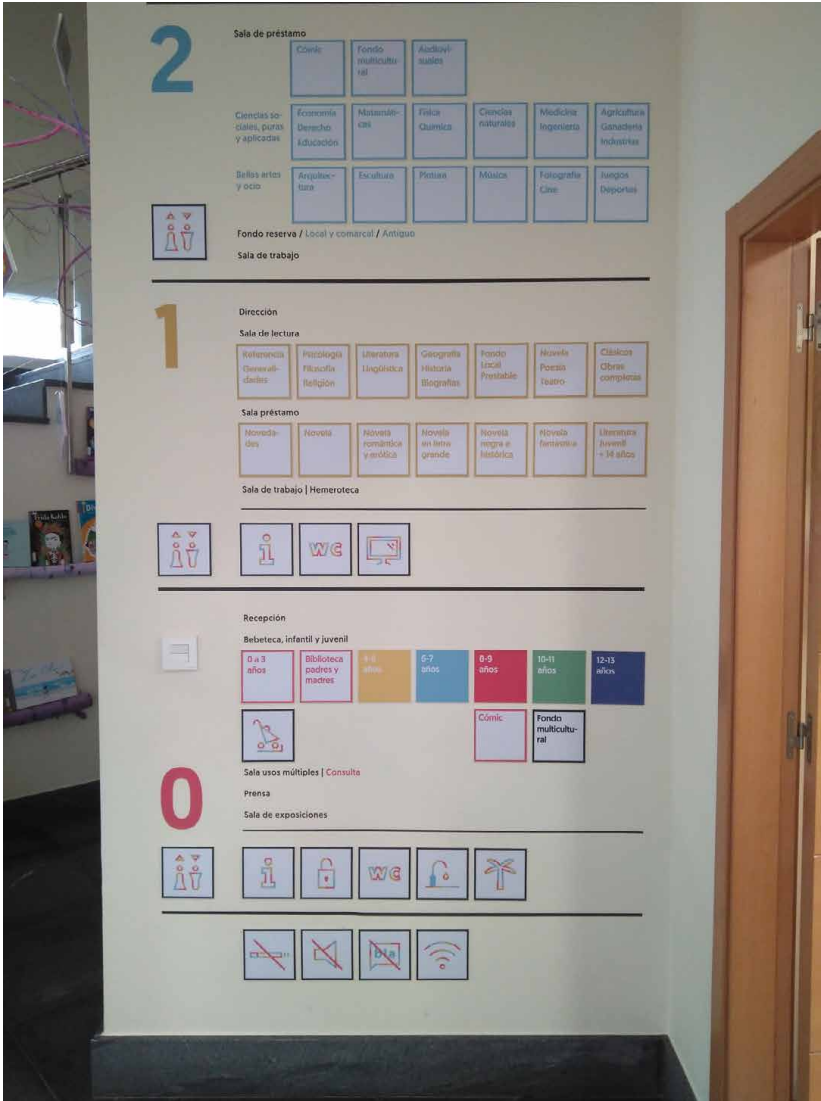
Marca corporativa en el exterior de la biblioteca



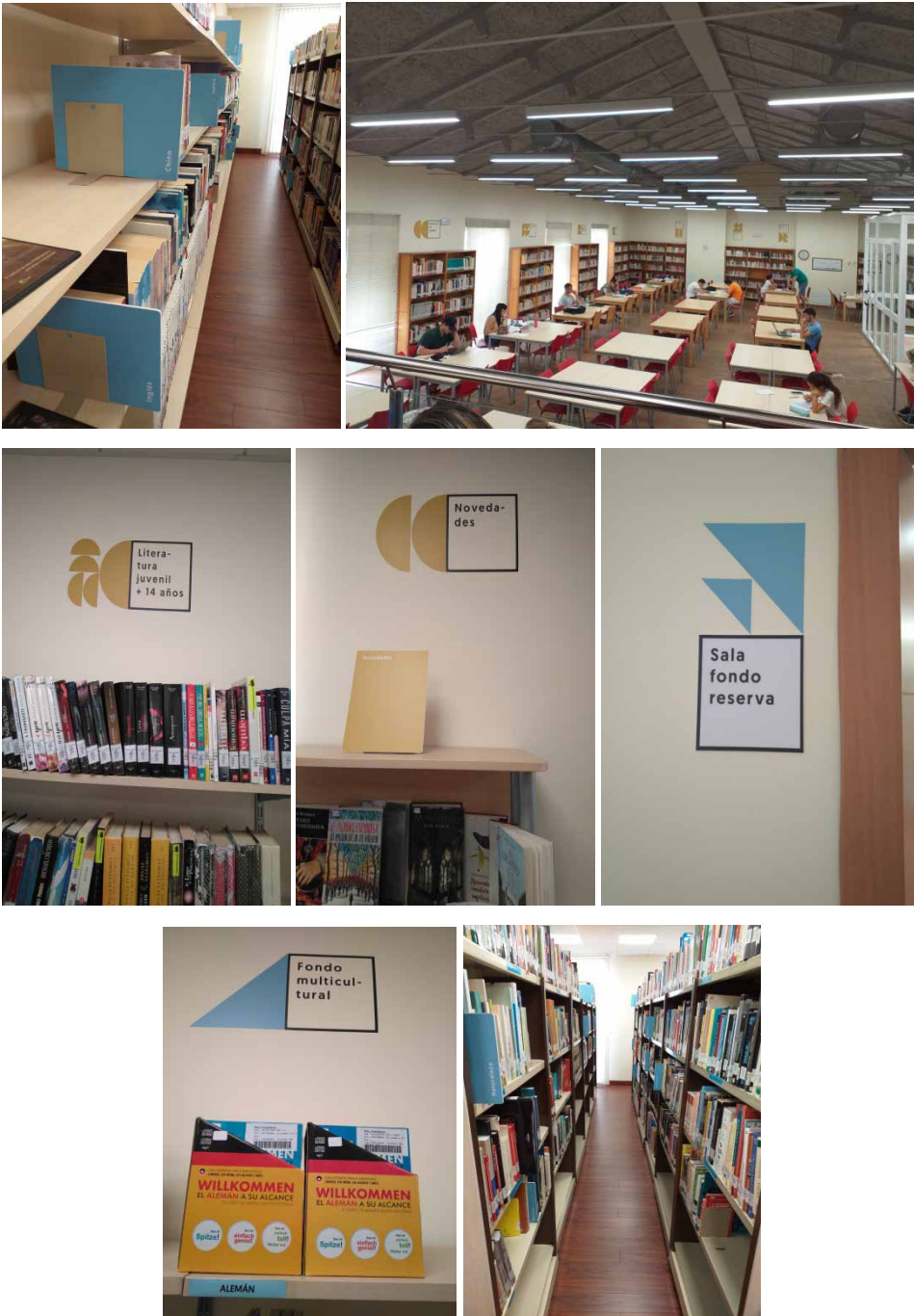


Marca corporativa en el interior de la biblioteca

Directorio entrada principal

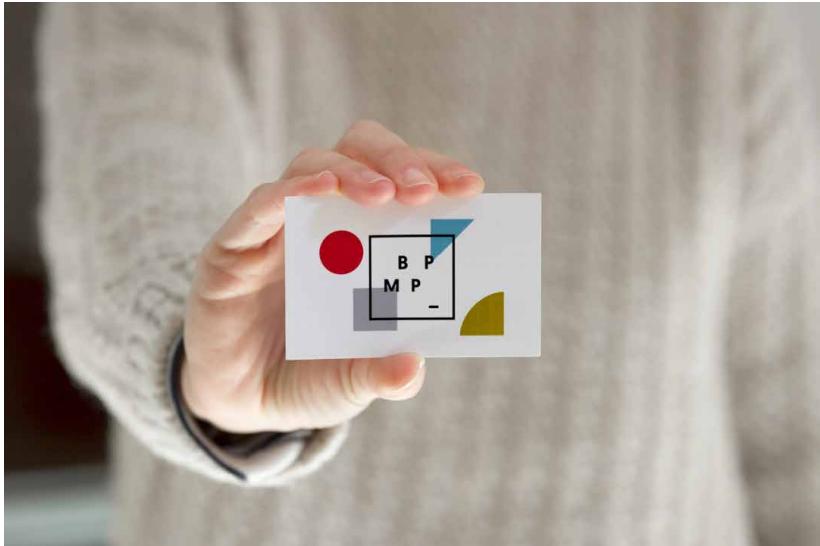








Marca corporativa en la difusión de actividades y otros




CELEBRA CON NOSTROS

EL DÍA DE LA BIBLIOTECA

24 de Octubre

PARTICIPA EN EL JUEGO DE LA BIBLIOTECA DEL 22 AL 26 DE OCTUBRE, Y PODRÁS CONSEGUIR UN E-BOOK (ADULTO) O UN LOTE DE LIBROS (INFANTIL).

TÚ Y YO HACEMOS BIBLIOTECA



Usuarios y Usuarías

El 24 de octubre con motivo del "Día de la Biblioteca" estamos organizando varias actividades para compartirlas con vosotros:

Juegos, actividades, visitas guiadas...

Os lo iremos anunciando por esta página o en la misma Biblioteca.

¡¡No te lo pierdas!!

Tú y yo hacemos biblioteca



Cuentacuentos para bebés

(+6 meses a 3 años)



Día: 21 de marzo
Hora: 11:30 a 12:30

¡Plazas limitadas!

SALA INFANTIL

HORARIO DE VERANO (de julio a septiembre)



LUNES A VIERNES

Mañanas: 11:00 - 14:00
Tardes: 17:30 - 21:00 (EXCEPTO VIERNES QUE SE CERRARÁ A LAS 20:00)

[*] Deberá recoger diez minutos antes de la hora del cierre





INVITACIÓN

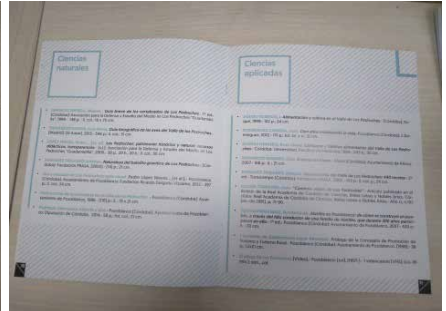
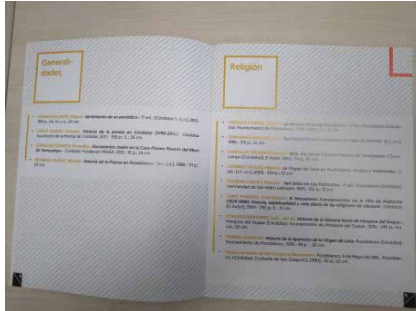
Rincón del Cuento

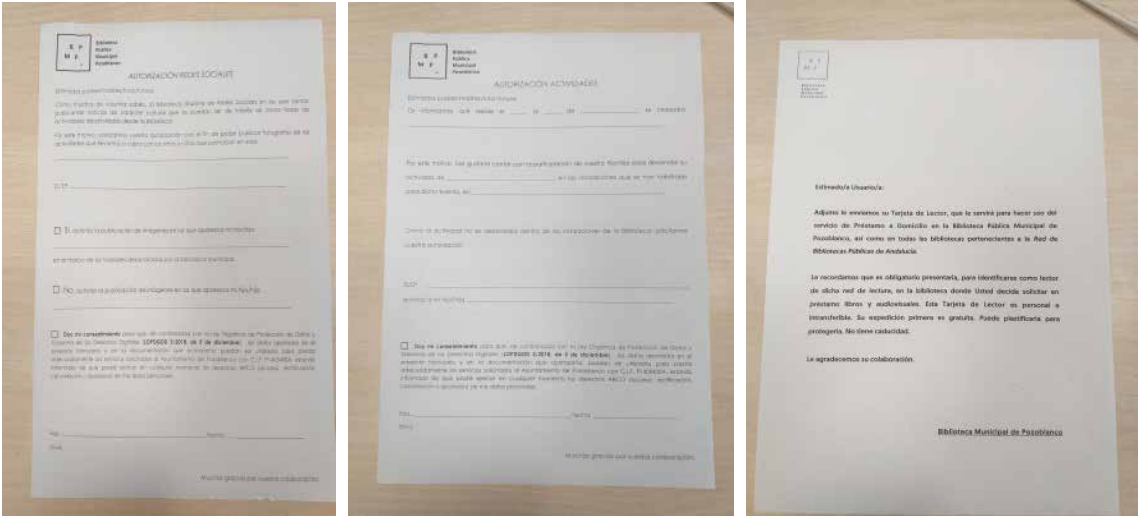
Día **23 de abril**
Hora **18:00 h.**
Lugar **Biblioteca Pública Municipal**



Por favor, durante la representación absténgase de comer y guarde silencio por respeto a sus hijos/ hijas y a las personas que participan en la actividad.

"Cuentos para que mañana lean"





¿Qué necesita?

- ✓ Inventario y localización de ejemplares con RFID



- ✓ Anti hurtos sin arcos



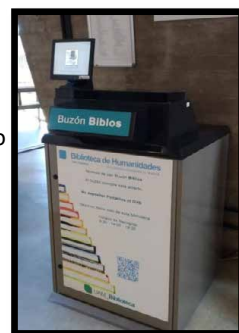
- ✓ Auto préstamos personalizables



- ✓ Buzones inteligentes para devolución y préstamo de ejemplares



- ✓ Autopréstamo de portátiles y dispositivos móviles



- ✓ Aplicación para gestión automática de puestos de consulta, servicio de impresión, gestión de salas de trabajo y eventos en la biblioteca

LO TENEMOS, CONSÚLTENOS

Web: www.serdoc.es

Tel: 91 689 65 73

Mail: info@serdoc.es



Difusión de la Biblioteca de la Diputación de Almería: líneas de actuación

ANA GONZÁLEZ SÁNCHEZ
Bibliotecaria Documentalista
Diputación Provincial de Almería

Se exponen las estrategias adoptadas por la Biblioteca de la Diputación de Almería para darse a conocer entre la población y conseguir mayor difusión de sus fondos. Sus líneas de actuación son la creación de un perfil en la red social Facebook, su participación en Hispana y Europeana, la celebración de exposiciones temporales y el aprovechamiento de los medios de comunicación locales cuando sea posible.

Palabras clave: Difusión bibliotecaria, difusión de la colección, bibliotecas especializadas

PROMOTION OF ALMERIA'S COUNCIL LIBRARY: COURSES OF ACTION

Abstract: The strategies adopted by Almeria's Council Library are presented in order to make them known to the population and to achieve a wider promotion of the library collection. The courses of action are the creation of a profile on the social network of Facebook, the participation in Hispana and Europeana, the holding of temporary exhibitions and the exploitation of the local media whenever possible.

Keywords: Library promotion, promotion of collection, specialized libraries

IDENTIFICACIÓN

Nombre de la biblioteca: Biblioteca de la Diputación Provincial de Almería

Datos de contacto (dirección, correo electrónico, teléfono): C/ Navarro Rodrigo, 17 – 04071 Almería, Biblioteca@dipalme.org, 950 21 12 09.

Persona de contacto/persona que lo presenta: Ana González Sánchez, Bibliotecaria Documentalista, Diputación Provincial de Almería. Tfno: 950 21 11 73.

MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INICIATIVA

Título de la práctica, proyecto o experiencia

Difusión de la Biblioteca de la Diputación de Almería: líneas de actuación.

Justificación. En qué medida la práctica es innovadora

La Biblioteca de la Diputación de Almería es una biblioteca especializada en temática almeriense que cuenta con una gran colección de monografías, publicaciones periódicas, imágenes, material cartográfico y recursos sonoros y audiovisuales relacionados con Almería y su provincia.

Dispone de fondos digitalizados accesibles de forma libre y virtual por cualquier usuario.

La biblioteca se encuentra ubicada en la segunda planta de uno de los edificios de la Diputación de Almería, el Palacio Provincial. Al ser una biblioteca que no dispone de edificio propio y tener una temática muy especializada, no es conocida por toda la población.

Con el fin de dar a conocer la biblioteca y ampliar su público, este año se han llevado a cabo diferentes estrategias que no se habían realizado con anterioridad en esta biblioteca y que han llevado consigo un aumento del número de usuarios.

Finalidad, objetivos de la práctica. Qué se pretendía mejorar

El objetivo del proyecto es el de dar a conocer la biblioteca, no solo entre la población almeriense, sino en toda Europa, para que las personas aprovechen los recursos presenciales y virtuales que ésta ofrece.

El objetivo del proyecto es doble:

- En primer lugar, dar a conocer la biblioteca, no solo entre la población almeriense, sino en toda Europa.
- En segundo lugar, conseguir que las personas aprovechen los recursos presenciales y virtuales que la biblioteca ofrece.

Acciones realizadas

Para cumplir con los objetivos fijados se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

1. Creación de una red social, en este caso ha sido Facebook.
2. Participación de la biblioteca en Hispana y en Europeana.
3. Celebración de exposiciones en las vitrinas del hall del edificio de la Diputación, antes de entrar a la biblioteca.
4. Participación en los medios de comunicación locales cuando es posible.

Implantación de Facebook

Las bibliotecas deben aprovechar las ventajas de difusión que ofrecen las redes sociales y sus posibilidades de interacción con los usuarios, por ello una de las primeras medidas para conseguir que la biblioteca sea más conocida por la comunidad es su participación en una red social. En este caso, la herramienta seleccionada ha sido Facebook.

Es importante la constancia en las publicaciones y la calidad del contenido que se publica. La biblioteca utiliza esta herramienta para darse a conocer y para difundir recursos que pueden ser de interés para los usuarios.

En las dos publicaciones que se observan a continuación se realiza una difusión de los fondos digitalizados disponibles en la biblioteca, y se recuerda que además de libros, pueden consultarse otros recursos.

En la publicación se incluyen dos fotografías en las que se aprecia el cambio experimentado por la ciudad a lo largo del tiempo.



Ilustración 1- Post en Facebook 1



Diputación de Almería (Biblioteca y Archivo)

...

23 de mayo · 🌐

Queremos continuar dando a conocer nuestra Biblioteca Digital, a la que se puede acceder desde cualquier parte del mundo. Esto es lo que podéis encontrar en ella:

¡Os animamos a visitarla!

<http://www.dipalme.org/.../cmsdipro/index.nsf/informacion.xsp...>

BIBLIOTECA DIGITAL



1.- Monografías XVI-XX.



2.- Prensa almeriense S.XIX-XX



3.- BOPA, 1835- .



4.- Imágenes de Almería.

Ilustración 2- Post en Facebook 2

Además de difundir fondos de la biblioteca, también resulta interesante publicar otro tipo de información relacionada con el mundo de la lectura y las bibliotecas.

Por último, también se deben aprovechar las festividades y días destacados para difundir material que tenga relación con acontecimiento en cuestión. Esto se puede observar en la siguiente publicación, en la que mientras se informa de los establecimientos de Almería que participan en el Día Mundial de la Tapa, se da a conocer un libro y un artículo relacionado con el tema de las tapas en Almería.



Ilustración 3- Post en Facebook 3

Un aspecto común a todas las publicaciones es el lenguaje cercano y la inclusión de las urls y enlaces para acceder directamente al catálogo de la biblioteca o al registro mencionado.

Participación en Hispana y Europea

Las bibliotecas digitales son fundamentales para ofrecer un servicio ininterrumpido a todas las personas, independientemente del país en el que se encuentren. Cumplen una importante labor de difusión y preservación de la memoria histórica de las comunidades.

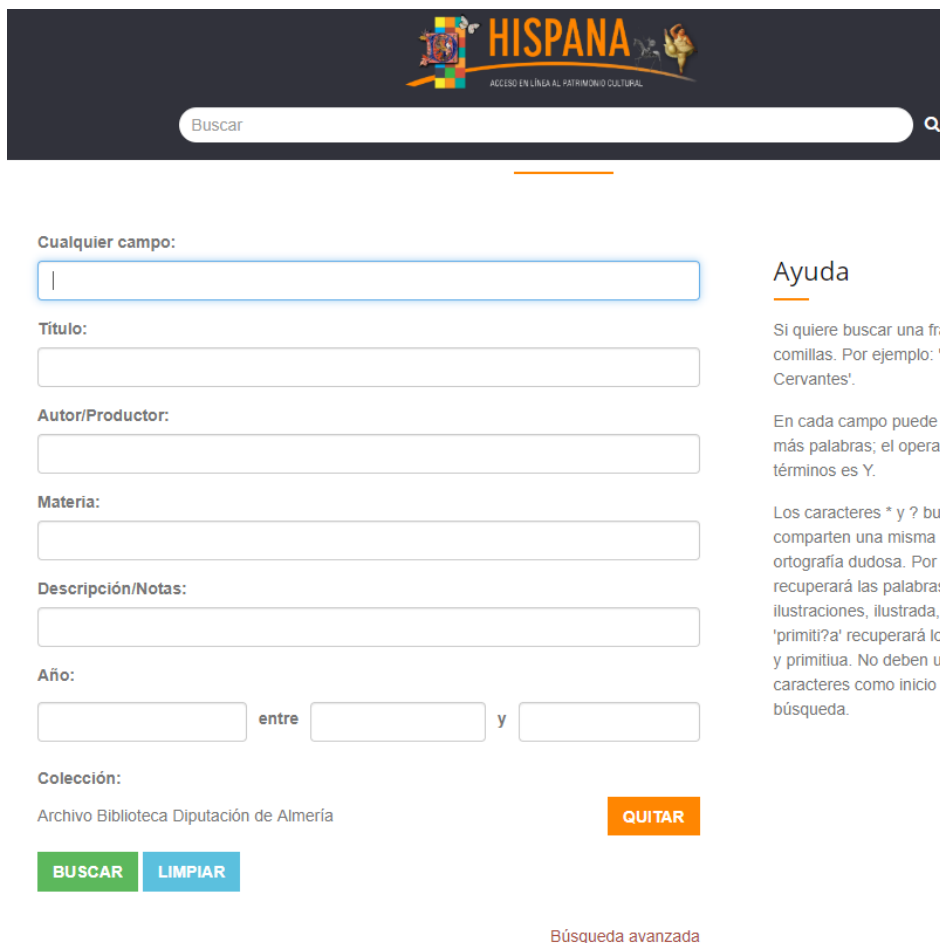


Ilustración 4- Post en Facebook 4

Actualmente, algunas bibliotecas digitales ofrecen su catálogo bibliográfico en un servidor OAI (Open Archives Initiative), accesible por medio del protocolo OAI-PMH, gracias al cual se pueden consultar las colecciones digitalizadas, no solo a través del propio catálogo de la biblioteca, sino también desde portal de acceso al patrimonio digital Hispana y desde la biblioteca digital Europea.

Es el caso de la Biblioteca de la Diputación de Almería, que desde el mes de abril participa tanto en Hispana como en Europea con el nivel más alto de participación. Los fondos digitales de la biblioteca están volcados a ambos repositorios por lo que no es necesario acceder al catálogo de la biblioteca para su consulta.

Como se observa en la imagen, desde el mismo portal de Hispana se pueden consultar los fondos digitalizados de la Biblioteca de la Diputación de Almería.



HISPANA
ACCESO EN LÍNEA AL PATRIMONIO CULTURAL

Buscar

Cualquier campo:

Título:

Autor/Productor:

Materia:

Descripción/Notas:

Año:

entre y

Colección:

Archivo Biblioteca Diputación de Almería

BUSCAR **LIMPIAR**

[Búsqueda avanzada](#)

Ayuda

Si quiere buscar una frase entre comillas. Por ejemplo: 'Fuente de Cervantes'.

En cada campo puede introducir más palabras; el operador para combinar términos es Y.

Los caracteres * y ? buscan palabras que comparten una misma ortografía dudosa. Por ejemplo, *recuperará las palabras ilustraciones, ilustrada, ilustrado, etc. 'primitiva' recuperará los términos primitiva y primitiva. No deben usarse caracteres como inicio o fin de línea en la búsqueda.

Ilustración 5- Búsqueda desde el Portal de Hispana

De esta forma la biblioteca consigue dar mayor visibilidad a la biblioteca y a sus colecciones.

Organización de exposiciones

La Biblioteca de la Diputación Provincial de Almería se ha propuesto la organización de exposiciones cada cierto tiempo con el fin de dar a conocer la biblioteca a las personas que acudan a la Diputación de Almería. Por ello las exposiciones de libros se realizan en vitrinas que están ubicadas en la planta baja, al entrar en el edificio.

Las exposiciones podrán ser de cualquier material que forme parte de la colección. Se aprovecharán las festividades o días señalados para exponer fondos relacionados con el acontecimiento.

El 8 de marzo, para conmemorar el Día Internacional de las Mujeres, se seleccionaron monografías, artículos y revistas, de autoras almerienses, y postales de época de mujeres trabajadoras.



Ilustración 6- Vitrina 1. Exposición Día Internacional de las Mujeres



Ilustración 7- Vitrina 2. Exposición Día Internacional de las Mujeres

Otro ejemplo que se puede citar es la exposición realizada el 23 de abril, Día del Libro, en la que aprovechando que Almería ha sido nombrada Capital Gastronómica 2019, se seleccionó una muestra de monografías sobre la gastronomía almeriense.



Ilustración 8- Vitrina 1. Exposición Día del Libro



Ilustración 9- Vitrina 2. Exposición Día del Libro

Intervención en medios de comunicación locales

Los medios de comunicación locales, como son la radio o la prensa, también son una potente herramienta para dar a conocer la biblioteca en nuestra comunidad.

Estos medios se aprovecharán para difundir las exposiciones y actividades más relevantes que se organicen.

En el mes de marzo, la radio de la Diputación realizó una entrevista a una técnico de la biblioteca. La entrevista se realizó cuando estaba culminando la recolección de la biblioteca digital por Hispana y coincidiendo con la implementación de una nueva versión del Sistema Integrado de Gestión bibliotecaria AbsysNet. El objetivo de la entrevista fue el de dar a conocer la biblioteca, los servicios que ofrece y las nuevas funcionalidades del catálogo.

El enlace a la entrevista es el siguiente: https://drive.google.com/file/d/1fYImC0Hn01_TbErYCJzHXqlcaak_SbaQ/view

Destinatarios y beneficios que les ha aportado

Estas prácticas van destinadas a todas las personas que estén interesadas en hacer uso de la biblioteca, ya sea de la sala de lectura, de los fondos objeto de préstamo o de las colecciones digitalizadas de imágenes, prensa y monografías que pueden consultarse de manera virtual.

Temporalización: fecha de implementación

En enero de 2019 se empezaron a llevar a cabo los trámites necesarios para poner en marcha estas buenas prácticas en materia de difusión. En abril de 2019 se comenzaron a implantar las herramientas para llevar a cabo las estrategias de difusión.

Seguimiento y resultados obtenidos

A través de las estadísticas disponibles en AbsysNet se ha observado:

- Incremento del número de préstamos.
- Incremento de los usuarios inscritos en la biblioteca.

A través de Google Analytics se ha observado hasta ahora:

- Aumento del número de consultas al catálogo.
- Aumento de las consultas a los fondos digitalizados.
- Incremento de visitas online por parte de usuarios de otros países, sobre todo de Francia, Alemania, Reino Unido e Italia.

También se ha observado el aumento de las consultas en sala.

¿En qué medida la práctica, proyecto o experiencia es innovadora?

Aunque este proyecto de difusión ya es frecuente en muchas bibliotecas, en la Biblioteca de la Diputación de Almería es una experiencia innovadora y necesaria. A pesar de ser una biblioteca pública, abierta a cualquiera que quiera visitarla, al ser su temática especializada y no disponer de un edificio propio es necesario ampliar su conocimiento.

Biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín EEZ-CSIC

CARMELO RUIZ TORRES

FELÍCITAS RAMÍREZ MALO

Biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín EEZ-CSIC

Con la intención de visibilizar el servicio de biblioteca en el centro de trabajo y en el contexto urbano se puso en práctica una exposición-intervención. Invitamos a participar en una propuesta a un grupo heterogéneo de individuos en edades y profesiones: debían definir qué era la Ciencia y aportar un objeto de dimensiones determinadas que materializase su respuesta. Desde que la hemeroteca es de consulta on line, espacio y revisteros, destinados a publicaciones seriadas en papel, estaban infrutilizados. Se intervino esta zona reciclando el mobiliario obsoleto para exhibir piezas y opiniones. La idea continua en desarrollo como exposición itinerante de la institución (EEZ-CSIC).

Palabras clave: bibliotecas especializadas; divulgación científica; extensión bibliotecaria; cultura científica; intervenciones artísticas; exposiciones

BIBLIOTECA DE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL DEL ZAIDÍN EEZ-CSIC

Abstract: This paper presents the results of the setup of an art exhibition-intervention carried out with the intention of raising awareness on the role played by libraries in the workplace and in the urban context. A heterogeneous group of individuals of different ages and occupations were invited to participate in a proposal. They were asked to define the notion of "Science" and to provide an object of determined dimensions to materialize their answers. Since the newspaper library is now an online tool, both the space and the magazine racks intended for serial print publications were underused. Thus, this space was remodelled by transforming the out-dated furniture into a place to display art pieces and opinions. The idea continues to be developed as the institution's travelling exhibition (EEZ-CSIC).

Keywords: specialized libraries; popular science; library outreach; scientific culture; art interventions; exhibitions



IDENTIFICACIÓN

Biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín EEZ-CSIC, <https://www.eez.csic.es/es/biblioteca>

Contactos: Carmelo Ruiz Torres (Carmelo.Ruiz@eez.csic.es) y Felicitas Ramírez Malo (Licy.ramirez@eez.csic.es)

INTRODUCCIÓN

Antes de desarrollar esta memoria consideramos necesario presentar la biblioteca describiéndola muy brevemente en tipología, características y función.

La biblioteca de la estación Experimental del Zaidín EEZ, en Granada, es una biblioteca pública de investigación que pertenece a la Red de Bibliotecas del Consejo Superior de Investigaciones Científicas CSIC, dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades. Sus fondos se integran dentro de las ciencias agrarias y afines (Edafología, Microbiología, Ecología, Bioquímica, Biología Molecular, Nutrición Animal y Humana...). Además de prestar servicio al personal investigador y técnico del centro (la cifra total del personal adscrito gira en torno a los doscientos), está orientada a estudiantes universitarios fin de grado y master, docentes, doctorandos y, en general, investigadores en área del sector agropecuario, biotecnología de plantas, protección vegetal y ambiental y materias relacionadas.

Sabido es que el canal de comunicación de la Ciencia son los artículos publicados en revistas especializadas, primando esta tipología documental, más dinámica y actualizada, por encima de cualquier otro material en la biblioteca. En relación a las técnicas de trabajo que empleamos cambiaron radicalmente hace años automatizándose todos los procesos. Las necesidades de información demandadas por los usuarios de nuestro servicio corren paralelas al desarrollo y uso de la tecnología de las comunicaciones. A estas características hay que sumarle un hecho decisivo: el abandono del soporte papel por parte del mundo editorial que monopoliza la industria de la información científica (*journals*). Ante la escalada de precios de esos editores internacionales, para racionalizar el gasto, la institución optó por la suscripción centralizada a revistas electrónicas y el acceso compartido para las bibliotecas de la Red de áreas de investigación similares. Como consecuencia, la nuestra se ha ido posicionando como un centro de documentación e información especializado *on line*, mientras que su función como conservadora de fondo bibliográfico de libros y, sobre todo de publicaciones periódicas, ha ido perdiendo relevancia. Somos pues una biblioteca “híbrida” donde se gestiona el acceso a documentos en formato electrónico libros y que cohabitan con material en papel.

Con estos antecedentes nos planteamos realizar una *intervención* sobre una zona, la *hemeroteca*. Utilizamos el recinto donde se ubicaban los *revisteros* en la antesala

de los despachos. Con anterioridad este fue el espacio más relevante pues los investigadores venían a consultar los últimos números publicados de sus revistas de interés (alertas informativas) y también almacenábamos los ejemplares del año en curso de los diferentes títulos. Los expositores empleados para esta función llevaban tiempo en desuso y teníamos la certeza de que no volverían a tener la finalidad de antaño.

MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INICIATIVA

Título de la práctica, proyecto o experiencia

Para dar a conocer la intervención elegimos un momento adecuado a nuestra actividad. La *Semana de la Ciencia* se proyecta a escala nacional por parte del CSIC y otros OPIS (Organismos Públicos de Investigación) anualmente; a nivel autonómico, en las diferentes provincias de Andalucía, las universidades y otros agentes implicados en el sistema C+T+I (Ciencia, Tecnología e Innovación) programan actividades de divulgación científica de todo tipo junto a Jornadas de puertas abiertas.

Una de las misiones primordiales de la biblioteca pública es la función social que desempeña dentro de la comunidad (urbana, rural, académica, etc.) a la que pertenece. Para ello adecúa sus fondos y actividades a la demanda cultural y de información de la población a la que presta servicio. Una biblioteca especializada no deja de carecer de función social sólo que orientada a otro tipo de público. Contextualizar en su entorno cívico a una *biblioteca de investigación*, con alto grado de especialización temática, con fondos en lengua inglesa primordialmente y que trabaja con usuarios no presenciales, resulta algo más complejo. Observando esta naturaleza, y sumándonos a los eventos de la *Semana de la Ciencia* 2018, desde la biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín decidimos mostrar los resultados de una experiencia (experimento) que previamente habíamos ido trabajando. El título fue: ¿Qué es la Ciencia para usted?

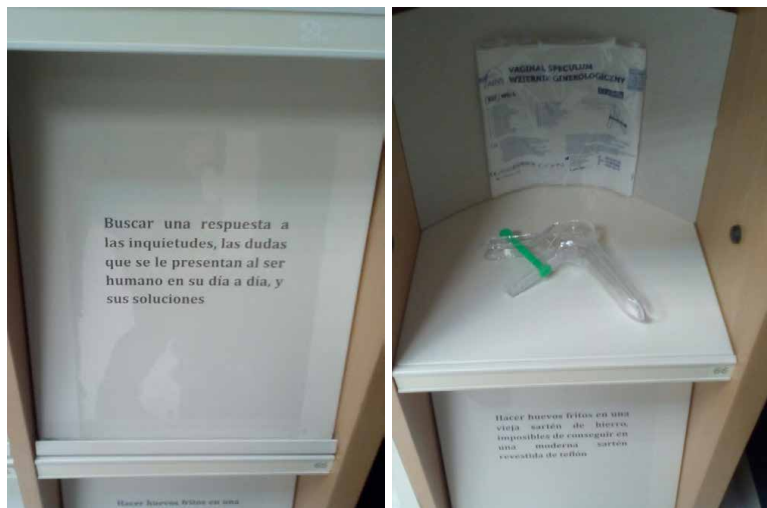
Pusimos en marcha una *exposición-intervención* con el objetivo de dinamizar nuestra biblioteca en el entorno científico en el que se inscribe, el propio centro, el resto de las bibliotecas de nuestra Red y otros centros del CSIC. También queríamos darle visibilidad de cara al municipio, la ciudad de Granada.

Para desarrollar este proyecto establecimos varias fases y la primera arrancó con una encuesta. A una muestra de individuos elegidos al azar de diferentes ocupaciones y edades se les lanzó la siguiente pregunta propuesta: “¿Qué es la Ciencia para usted? Responda con una palabra o frase corta; y facilítenos un objeto asociado a su respuesta que represente lo que es para usted la Ciencia”. En principio se solicitó a los participantes profesión y año de nacimiento pero un elevado porcentaje de encuestados decidió ampararse en el total anonimato.

Las piezas sugeridas no debían exceder unas dimensiones concretas por imperativo del espacio expositivo (hemeroteca y su equipamiento). En función de las características del mobiliario normalizado de la sala de revisteros seleccionamos 90 respuestas textuales emparejadas a 90 piezas prestadas o donadas a la biblioteca. Se instaló una exposición que usaba como materiales los comentarios recogidos vinculados a los objetos recopilados. Las palabras y frases de los encuestados se presentaron en los expositores de revistas, los objetos en el hueco interior. El público lee y contempla mientras interactúa abriendo y cerrando casilleros para descubrir u ocultar una gama de elementos dispares sobre la idea de *Ciencia*.



Presentación de los textos de los participantes en los expositores de los revisteros y objetos en el interior de los casilleros



Presentación de una frase de respuesta y el objeto propuesto

En ocasiones autor y espectador se confunden pues ha sido una muestra participativa en la que el personal del centro ha intervenido con sus propias aportaciones. Individuos ajenos al campo laboral del CSIC también han querido ofrecernos sus objetos y disfrutar de la exhibición. La lectura y observación de esta exposición invita a la reflexión, la curiosidad o la sonrisa, de la misma manera que contemplar ciertos objetos incita a la negación y el desconcierto, a la seriedad o la broma. Pero en todos los casos las propuestas, tanto verbales como iconográficas, no nos dejan indiferentes y adquieren en su conjunto otros valores añadidos: el *didáctico* y el *estético*.

Superadas las primeras fases, recopilación de frases y objetos y ejecución de procesos técnicos sobre ellos (inventariado, descripción, fotografiado, etc.), se procedió al montaje. La inauguración de la muestra abrió otra parte del desarrollo del proyecto que se consiguió tras la exhibición: a partir de ese momento la exposición era prestable (como los libros en préstamo interbibliotecario) e itinerante.

Justificación

Desde que se promulgó la nueva *Ley de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación* (2011), Ciencia y científicos salen de laboratorios y lugares de trabajo para contar sus actividades dejándose ver en escenarios ajenos al mundo de la investigación. La divulgación de conocimiento cobra cuerpo en un intento de que vaya calando en la sociedad. En este contexto quisimos indagar desde el punto de vista inverso. Nos interesaba saber qué piensan las personas de diferentes entornos (urbano, laboral, familiar, de ocio...) sobre la *Ciencia*, e incluso, qué concepto tienen de ella los propios especialistas en la materia.



Viendo la exposición

En qué medida la práctica es innovadora

Es fácilmente deducible de los anteriores objetivos en qué manera un proyecto de estas características se sale de la práctica bibliotecaria convencional, máxime en una biblioteca de investigación.

1. Es *innovadora* porque trabaja con objetos reales en tres dimensiones y no con material librario (en papel o electrónico) específico de biblioteca.
2. Es una exposición *interactiva* y sorpresiva porque las piezas exhibidas no están a la vista, idónea para despertar curiosidad en el visitante, especialmente en el infantil.
3. Es *participativa* porque está abierta a las opiniones de personas de cualquier edad y profesión.
4. Es *democrática* porque se han presentado las opiniones recogidas sin modificación alguna, literalmente.
5. Es *abierta*, cambiante y renovable porque se pueden agregar o eliminar respuestas y objetos dando cabida a nuevas aportaciones.
6. Es *aplicable* a cualquier ámbito del saber o cuestión de interés social bajo la pregunta “¿Qué es...para usted?”.
7. Es *rentable* porque el montaje es un reciclado y no hay inversión en piezas.
8. Es *transportable* y adaptable a diferentes espacios y soportes.
9. Es *actual* porque tiene una correspondencia en una exposición virtual distribuida por los canales de comunicación contemporáneos a través de redes sociales y páginas webs.
10. Es *aglutinadora* porque ha permitido relacionarse a múltiples agentes: bibliotecarios, técnicos de laboratorio, músicos, artistas, fotógrafos... en torno a la biblioteca y la idea de Ciencia.
11. Es una idea *original* que responde a las premisas de la información en *acceso abierto* cuya consulta es pública a través del repositorio institucional Digital CSIC.



Visitantes-participantes de la exposición

Finalidad: objetivos de la práctica. Qué se pretendía mejorar

Para justificar esta exposición-intervención perseguíamos dos objetivos generales a largo plazo que, en definitiva, pretendían potenciar la biblioteca. Podrían resumirse en:

1. Recuperar la *función social de la biblioteca* de la Estación Experimental del Zaidín. Implicando a los participantes en la actividad éstos han podido observar (en su mayoría por primera vez) cómo es una biblioteca de un centro de investigación.
2. La colaboración, difusión y eco social han propiciado la *revalorización* ya que se recupera la “imagen real” de una “biblioteca virtual”, tanto dentro como fuera del centro de trabajo.

De otro lado buscábamos unos objetivos específicos que concretaban el proyecto en acciones, participación y metodología:

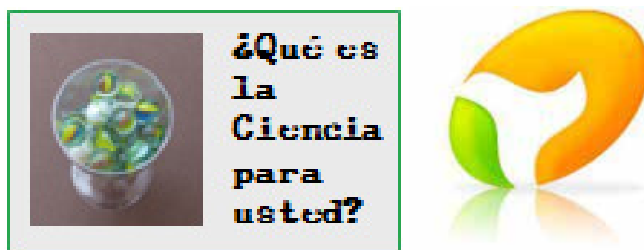
1. *Reorientar los espacios* de la biblioteca: cambio de sala hemeroteca con revistas en papel a espacio expositivo en relación a la actividad investigadora del centro.
2. *Dinamizar* la biblioteca para poner en valor este servicio de cara al centro, para ello fomentamos la participación del personal.
3. Inaugurar una sala de exposiciones permitiría *visibilizar la biblioteca en la ciudad* porque iba a facilitar el acceso de un público heterogéneo que de otra forma no hubiera tenido contacto con nuestro trabajo y, por ende, con la actividad científica del nuestro centro de investigación.
4. Tenía que ser *abierto a todo tipo de público*, independientemente de nivel académico, y el acceso gratuito.
5. La idea debía *minimizar costes* puesto que el material es cedido o donado y los soportes en los que se exhibe mobiliario era reutilizado.
6. La exposición tenía que tener un equivalente en otra *muestra virtual* con la que se ha hecho la difusión (“*branding* bibliotecario”) a través de los canales en redes sociales y tecnologías de comunicación actuales.
7. Se ha trabajado sin interrumpir el servicio ni los procesos técnicos en la biblioteca, desinteresadamente, por parte de los comisarios.

Acciones realizadas

Las primeras acciones a una práctica con alto porcentaje de intuición y otro tanto de empatía. A través de la encuesta inicial buscábamos compactar un grupo heterogéneo al par que receptivo que hiciera extensible a manera de cluster nuestra pregunta-propuesta. Este conjunto tenía que entender la biblioteca de la Estación Experimental del Zaidín como punto de referencia. Una vez conseguido un número razonable de participantes éstos serían los encargados de la redistribución de la actividad por medio de las RRSS personales.

Establecimos contacto directo con los responsables pertinentes buscando lugares donde exhibir la exposición. Como se exportaba un objetivo cultural definido (la Ciencia) y nada tenía que ver con intereses personales la comunicación ha sido fluida y la confianza mutua entre colaboradores.

Tanto *branding* bibliotecario como el *merchandising* (no lucrativo) se han desarrollado teniendo como imagen el logo de la exposición ¿Qué es la Ciencia para usted?, junto al logotipo del centro y los de las instituciones que la han acogido. Esta marca se adjunta en toda la cartelería, mensajería, paquetería y documentación que genera el acuerdo de préstamo.



Logos de la exposición y de la Estación Experimental del Zaidín

Como garantía cartel <http://hdl.handle.net/10261/177754> y folleto-plegable <http://hdl.handle.net/10261/177751> han sido presentados a Depósito Legal en Andalucía. Texto y diseño de ambos elementos ha sido fruto de la colaboración desinteresada de los autores. El vídeo de la exposición virtual, alojado en el canal YouTube del centro, se presenta con título y nombre de la “biblioteca”. Está disponible públicamente también. <http://hdl.handle.net/10261/178208>



Carátula de presentación del vídeo de C. Fernández. Rico (fotógrafo)

Los canales internet empleados para difusión, así como los de redes sociales, han sido:

1. De la Estación Experimental del Zaidín: lista de distribución de correo electrónico, página web, canales RRSS (Facebook, Twitter, Instagram) y canal YouTube.
2. De la Red de bibliotecas del CSIC: lista de distribución de correo electrónico, página web, canales RRSS (Facebook, Twitter).
3. De la Unidad de Cultura Científica del CSIC: página web, canales RRSS (Twitter).
4. De la Biblioteca de Andalucía: página web y canal Facebook.

Ha sido determinante establecer una alianza con la Vicepresidencia Adjunta de Cultura Científica del CSIC, posicionándonos a nivel institucional junto a otras acciones de divulgación científica y conservando nuestra naturaleza original <https://www.csic.es/es/ciencia-y-sociedad/iniciativas-de-divulgaci%C3%B3n/exposiciones-itinerantes/que-es-la-ciencia-para-usted> Bajo esta entrada se ofrecen todas las características de contenido, técnicas y condiciones de préstamo de la exposición.

Llegamos a un muy grato acuerdo de colaboración con la Biblioteca de Andalucía, cabecera del sistema bibliotecario autonómico. Sus bibliotecarios nos permitieron entrar en contacto con unos usuarios muy diferentes a los nuestros. Espacio expositivo y franja horaria de visita eran más amplios. Este edificio es compartido con la Biblioteca Pública Provincial de Granada, de excelente actividad y con muchos lectores. La Exposición se instaló en el vestíbulo de acceso a la sala Val Del Omar, sede en Granada de la Filmoteca de Andalucía. La Ciencia fue el tema de los talleres de ese mes.



Vestíbulo de la Biblioteca de Andalucía e inauguración (fot. Derecha) de la exposición por parte de Carmelo Ruiz, a su derecha Javier Álvarez, director, y el Dr. Espinosa de la EEZ y a la izquierda la bibliotecaria de la EEZ.

Como medida de difusión ha sido inestimable la colaboración de Canal Sur Televisión que utilizó ¿Qué es la Ciencia para usted? como tema de cierre de las noticias en el informativo del día 4 de febrero (la noticia a partir del minuto 12) <http://www.canalsur.es/television/programas/csn-granada/detalle/201.html>

Al margen de quienes han venido a título individual hemos realizado vistas guiadas con la participación de colegios de primaria, institutos, asociaciones culturales, universitarios del grado de Biblioteconomía y Documentación de la UGR, etc.

El último número de la revista electrónica de la Red de Bibliotecas CSIC se ha hecho eco de esta actividad <http://sitios.csic.es/web/enredadera/ramirez-ruiz-que-es-ciencia>. A través de esta publicación se conecta con el colectivo profesional que tiene abierta suscripción.

Destinatarios y beneficios que les ha aportado

En el caso de esta práctica los destinatarios, como ya hemos expresado, no se limitan a los usuarios de la biblioteca de nivel académico universitario, la muestra está abierta a todo tipo de personas. El público infantil ha participado muy activamente.

Una importante aportación es que el visitante reflexiona y piensa mientras lee y observa. Tras la mirada detenida *eleva el nivel de cultura científica* porque se le presentan propuestas bastante especializadas. Además de poner en valor a la biblioteca ha servido para dar a conocer la actividad del centro.

Pero quizá el beneficio más significativo de este “experimento” es la *reciprocidad*: de la misma manera que el visitante descubre y aprende, también optimiza el conocimiento de los investigadores del centro, el colectivo científico, que por primera vez ve ha visto representadas las opiniones ajenas sobre su trabajo. (Similar al “mutualismo” en Biología, individuos de distinta naturaleza se benefician entre si mejorando su actitud biológica). Es notable que los investigadores del centro, de alto espíritu crítico, hayan mostrado interés en una actividad ajena a sus inercias de trabajo.

Temporización: fecha de implementación

(Enero-septiembre 2018) Mailing en el que se envía por correo electrónico la encuesta y la propuesta a diferentes listas de *e-mail* del centro y otros colectivos. Preparación y distribución de documentación relativa a datos de los encuestados, consentimiento, bases de la participación, etc.

Se refuerza re-enviando la encuesta por otros canales RRSS y *whatsapp* por parte de los participantes implicados.

(Enero-septiembre 2018) Procesos internos en la biblioteca en relación al inventariado, descripción, instalación, fotografiado, etc. de las piezas y textos recopilados. Preparación de los productos virtuales.

(Octubre 2018) Montaje de la exposición, nuevo *mailing*, se comienza el *branding* bibliotecario en relación a la exhibición.

(Noviembre 2018) Inauguración de la muestra en un evento participativo.

(Noviembre 2018-enero 2019) Exhibición en la hemeroteca de la biblioteca en horario de biblioteca y vistas públicas guiadas.

(Febrero 2019) Embalaje, traslado, montaje, inauguración y exhibición durante el mes de marzo en la Biblioteca de Andalucía. Nueva difusión por canales CSIC y Biblioteca de Andalucía (Junta de Andalucía).

(Marzo 2019) Exposición en el hall de acceso a la sala Val del Omar de la sede en Granada de la Filmoteca de Andalucía y también sede de la Biblioteca Pública Provincial. Allí se realizaron talleres en relación al tema *Ciencia* con los colegios que concertaron la visita.

(Marzo 2019) ¿Qué es la Ciencia para usted? Es alojada como exposición itinerante en la web de la Unidad de Cultura Científica del CSIC.

(Abril 2019-... La exposición está sujeta a préstamo bajo condición de gratuidad en la exhibición y finalidad educativa y cultural; sigue recibiendo propuestas para su desarrollo.

Seguimiento y resultados obtenidos

El seguimiento corre paralelo al anterior apartado *Temporización* los resultados al punto ...*beneficios que les ha aportado*. Ya se ha explicado en el anterior párrafo que es una experiencia con continuidad que no está cerrada. Cada vez que gestionamos una propuesta de exhibición a hay que poner en marcha todo el proceso de montaje, cartelería, difusión, exhibición y visitas guiadas.

A partir del mes de septiembre se prevé que esta muestra viaje fuera de Granada. Como exposición itinerante del CSIC está disponible a cualquier institución que la solicite en préstamo mediante el protocolo establecido para ello.

El resultado más satisfactorio de la experiencia es comprobar que *hemos conseguido dinamizar el servicio de biblioteca* dentro y de puertas afuera de una institución pública muy exclusiva, el CSIC. Recibir opiniones críticas de los visitantes manifestando interés por participar nos motiva como profesionales.

Pretendemos repetir experiencias de este tipo y difundirlas en un futuro a través de la literatura especializada en nuestro ámbito de trabajo.

¿En qué medida la práctica es innovadora?

Véase epígrafe *En qué medida la práctica es innovadora*.

INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA

A lo largo de la memoria se muestran algunas fotografías, enlace a vídeo y páginas webs. El inconveniente para documentar esta información es que la actividad de la web es inestable y cambiante. Esta época del año es poco oportuna porque estamos en periodo de vacaciones y no nos pueden proporcionar las direcciones http de los archivos históricos. No obstante, sencillamente interrogando el buscador de Google, por ejemplo, bajo el epígrafe “que es la ciencia para usted” se obtienen resultados. Lo mismo sucede con otros canales de redes sociales.

Cabeceras de webs

(Noviembre 18 y permanente en apartado exposiciones 2019)

<https://www.eez.csic.es/es/que-es-la-ciencia-para-usted>
<https://ucc.eez.csic.es/que-es-la-ciencia-para-usted/>

(19-11-18)

http://bibliotecas.csic.es/historico-2018?p_p_id=contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet&p_p_lifecycle=1&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=3&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_struts_action=%2Fcontentviewer%2Fview&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_nodeRef=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2F9013a8d7-b36c-4859-b323-7fea8a1f6614&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_gsa_index=false&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_title=DESTACADOS+2018&contentType=article

(4-1-19)

http://bibliotecas.csic.es/historico-2018?p_p_id=contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet&p_p_lifecycle=1&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=3&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_struts_action=%2Fcontentviewer%2Fview&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_nodeRef=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2Faba7015f-b07c-4594-aed2-73517382cb0e&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_gsa_index=false&_contentviewerservice_WAR_alfresco_packportlet_title=IM%C3%81GENES+INICIO+2018&contentType=article

Otras webs

(julio 2019)

<http://www.grnadaciencia.es/actividades/inauguracion-exposicion-que-es-la-ciencia-para-usted/>
<https://granadaplus.eu/evento/exposicion-que-es-la-ciencia-para-usted-24/>

<https://www.google.es/search?sa=N&q=%22que+es+la+ciencia+para+usted%22&tbm=isch&source=univ&ved=2ahUKEwixpMX3itrjAhUqz4UKHfaGDvc4ChCwBHoECAYQAQ&biw=1894&bih=916>

Twitter

<https://twitter.com/EEZCSIC/status/1102524336076775424?s=20>
<https://twitter.com/EEZCSIC/status/1102525401547579392?s=20>
<https://twitter.com/EEZCSIC/status/1105399324220026880?s=20>
<https://twitter.com/bibliotecasCSIC/status/1101086738443841537?s=20>
<https://twitter.com/CSICdivulga/status/1102910355758551041?s=20>
<https://twitter.com/bibliotecasCSIC/status/1062690269928271872?s=20>
<https://twitter.com/granadaciencia/status/1102533899026980866?s=20>
<https://twitter.com/bibliotecasCSIC/status/1064430207858352128?s=20>
<https://twitter.com/granadaciencia/status/1100842252383879169?s=20>
<https://twitter.com/CSICAndalExtrem/status/1093144300282658816?s=20>
<https://twitter.com/bibliotecasCSIC/status/1065189054004817920?s=20>
<https://twitter.com/BibAndalucia/status/1102899510349582337?s=20>
<https://twitter.com/extampitas/status/1064477150865166336?s=20>
<https://twitter.com/BibAndalucia/status/1102569303096872966?s=20>





Visitas guiadas institutos y colegios.



Visitas en Biblioteca de Andalucía

Las mamás y papás nos cuentan. Leer en familia

ANUNCIATA VINUESA PONS

Biblioteca Pública Municipal “Casa de la Palma”

A través de esta actividad queremos poner en relieve la importancia del trabajo colaborativo de las tres entidades relevantes en el aprendizaje y fomento del hábito lector de los niños y niñas: Familia, colegio y Biblioteca Pública. Así se pone en activo un proyecto integral y formativo, donde se han elaborado tres secuencias de actuación con una temporalidad anual.

Palabras clave: Familias lectoras. Lectura, familia, escuela y Biblioteca. Triángulo lector: familia, escuela y Biblioteca

MUMS AND DADS TELL US: FAMILY READING

Through this action we aim at highlighting the importance of collaborative work carried out by the three relevant entities in the promotion of children's learning and reading habits: family, school and Public Library. Thereby, an instructional and comprehensive project is set in motion, for which three stages of implementation have been arranged over the course of one year.

Keywords: Reading families. Reading, family, school and Library. Reading triangle: family, school and Library

IDENTIFICACIÓN

Nombre de la biblioteca: Red de Bibliotecas Municipales de Motril

Datos de contacto: Avda. Marquesa de Esquilache, 4. 18600 Motril Granada.
biblioteca-lapalma@motril.es. Tel. 958 60 47 11.

MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INICIATIVA

Proyecto colaborativo con el AMPA del Colegio de Infantil Río Ebro de la localidad de Motril. Taller formativo educo familiar.

Se pretende desde el marco educativo promover la participación de las familias en colaboración con la Biblioteca Municipal.

Nº 119, Enero-Junio, pp. 322-328

Partimos de la base de corresponsabilidad que ha de existir entre las familias y las escuelas, lo hacemos extensible a las bibliotecas públicas y desde ellas trabajamos elaborando un proyecto de actuación con iniciativas que promuevan la colaboración mutua entre los tres sectores, tendiendo puentes entre estos tres pilares básicos, favoreciendo, estimulando y potenciando el papel que los padres y madres pueden ejercer desde el ámbito bibliotecario y fortaleciendo los lazos entre los distintos profesionales implicados.

Desde las bibliotecas públicas se buscan los recursos y materiales disponibles para el acercamiento de las familias y su asesoramiento, ofreciendo actividades para el desarrollo de destrezas que generen hábitos lectores en las familias.

Importante remarcar y puntualizar el seguimiento y asesoramiento individual a cada familia, establecer lazos donde fluyan el conocimiento mutuo, las sugerencias, aportaciones, trabajar las competencias lectoras, crear hábitos y actitudes positivas, posibilitar contextos adecuados, vincular las emociones a favor de la lectura.



JUSTIFICACIÓN. EN QUÉ MEDIDA LA PRÁCTICA ES INNOVADORA

Partimos de la base del papel fundamental que ejerce la familia en la creación del hábito lector, habida cuenta que los niños y niñas requieren de los tres árbitros fundamentales para su formación y aprendizaje:

familia — escuela — administración (Bibliotecas P.)

Es importante impulsar proyectos colaborativos donde los tres estamentos establezcan conexiones de participación para la obtención de los mismos objetivos; que los niños y niñas adquieran hábitos lectores.

Las familias han de tener conocimiento y formación para crear esos hábitos por lo cual es necesario un conocimiento previo del papel fundamental que la lectura ocupa en el desarrollo intelectual y afectivo, con una educación y estimulación temprana, considerándose como básica para el fortalecimiento de la acción lectora.

Por ello destacamos la importancia del proyecto innovador entre los tres agentes, diseñando estrategias que favorezcan el acercamiento y el enriquecimiento mutuo

Las bibliotecas públicas trabajamos directamente con la comunidad educativa de la población elaborando hojas de ruta de interés convirtiéndose en Programas Globales de Fomento a la Lectura.

FINALIDAD. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA. QUÉ SE PRETENDÍA

La finalidad de la práctica lleva una doble dirección, se fundamenta en la capacitación, asesoramiento y formación de las familias en las prácticas lectoras, los objetivos llevan implícitos la doble formación llevada a cabo en la ejecución de la práctica, la formación de los niños y niñas y la de las familias, es decir:

1. La formación de los niños y niñas con la actividad La Hora del Cuento.
2. La formación de los padres en la charla-taller.
3. La realización de la actividad "Las mamás y papás nos cuentan".



ACCIONES REALIZADAS

El proyecto se ha llevado a cabo con el Colegio de Educación Infantil Río Ebro. El Colegio es línea tres, teniendo tres grupos de 3 años, tres de 4 y tres de 5 años

La experiencia se está realizando desde hace unos 8 cursos ininterrumpidos.

Se temporaliza en 3 acciones claramente diferenciadas con grupo-clase:

1. Visita a la Biblioteca José López Rubio, grupo-clase para la actividad "Hora del cuento", realizándose 9 sesiones.
2. Charla-Taller con el AMPA, 1 sesión a llevar a cabo en la Biblioteca López Rubio.

3. Actividad realizada por las familias dentro del espacio bibliotecario, Biblioteca López Rubio, “Las mamás y papás nos cuentan” realizándose nuevamente 9 sesiones.

La suma por curso de sesiones es de 18.

Se han utilizado distintos recursos metodológicos para cada actividad.

Charlas formativas a las familias

Se trabaja la formación y el asesoramiento, se les facilita herramientas para acceder a creación de hábitos lectores en los niños y niñas. Se proporciona un espacio de participación y reflexión para aprender adquirir herramientas lectoras y formarse como agentes y mediadores lectores, y para aprender acompañar en la lectura, a compartir, estimular y alentar.

Se fomenta y refuerza la relación entre las bibliotecas y las familias, utilizando la escuela como vehículo de transmisión.

Se les facilita los libros adecuados a sus necesidades individuales:

- Libros formativos y divulgativos.
- Álbumes ilustrados.
- Libros adecuados a las distintas edades: materiales, tamaños formatos, intereses, etc.

Se trabaja la inteligencia emocional:

- Celos.
- Adopciones.
- Enuresis.
- Demencias seniles de los abuel@s.
- Adquisición de buenos hábitos.
- Ritos iniciativos: entrada al colegio, quitar chupete, orinal, etc.
- Otros niñ@s: TDH, Down, Autismo.
- Distintas unidades familiares.

Se trabaja la educación en valores:

- No-violencia: Bibliotecas Espacio de paz.
- Coeducación.
- Contra la homofobia.
- Sostenibilidad.
- Interculturalidad.
- Hábitos de convivencia.

En la Bebeteca se visualiza un espacio adecuado a los libros que han de necesitar las familias.



DESTINATARIOS

Los destinatarios finales son los niños y niñas en edades comprendidas entre 3 y 5 años.

Los agentes y mediadores son los maestros y maestras y los bibliotecarios participantes.

Durante el curso 2018-2019, participaron:

- “Hora del cuento” unos 225 nin@s con sus respectivas maestras y monitoras acompañantes.
- Charla-coloquio: una media de 20 a 30 participantes.
- “Las mamás y papás nos cuentan”:
 - 16 mamás.
 - 2 papás.
 - 5 abuelas.
 - 2 abuelos.
 - 1 tía.
 - 2 bebés acompañantes.

TEMPORALIZACIÓN

El proyecto global se lleva a cabo una vez en el curso escolar, cada año el equipo directivo del Colegio Río Ebro planifica los horarios de actuación junto a la biblioteca que lo realiza.

Salida a Biblioteca “Hora del Cuento”				
1 ^{er} trimestre	4 años	4 años	4 años	6 sesiones
	5 años	5 años	5 años	
2º trimestre	3 años	3 años	3 años	3 sesiones
Total sesiones:				9 sesiones
Charla Taller Padres:				1 sesión
3 ^{er} trimestre	“Los papás y mamás nos cuentan”			9 sesiones

Seguimiento y resultados obtenidos

Cada niño y niña participante se hace el carnet de la biblioteca así como sus familias.

Cabe destacar que esta actividad capacita a las familias participantes a crear los hábitos lectores en sus hijos, utilizando de forma individual los espacios, recursos y servicios bibliotecarios, realizando así mismo otras actividades de Animación a la Lectura que la Red de Bibliotecas les ofrece, como son *Hora del cuento* por las tardes, fuera del horario lectivo y la participación en los distintos Talleres de Verano que la Red de Bibliotecas del municipio lleva a cabo.

Así mismo las familias utilizan los servicios bibliotecarios para las actividades del Colegio dentro de su currículo y programaciones, utilizándose así la biblioteca como centro de recursos e investigación, trabajando por proyectos en colaboración con las familias.

¿En qué medida la práctica, proyecto o experiencia es innovadora?

Se pretende crear un alto grado de implicación de las familias involucrándolas en el proceso de aprendizaje de sus hijos, en la mejora de los hábitos lectores y en la búsqueda adecuada e



individualizada del nivel lector de cada niño o niña. La biblioteca posibilita y proporciona herramientas necesarias para su ejecución, así como el seguimiento individual de cada una de las familias atendiendo a sus necesidades y demandas para lo cual se elabora una guía así como la visualización en un espacio específico de la Bebeteca de los libros adecuados al desarrollo madurativo, atendiendo las distintas etapas y necesidades y abordando los temas de interés particulares y específicos, presentándoles los materiales que deseen, dando respuesta la biblioteca a dichas necesidades.

La biblioteca como agente social educativo da respuesta a las demandas del colegio y de su AMPA con una acción abierta, colaborativa y participativa dándole a la lectura el valor en sí misma.

Otras actividades realizadas con el Colegio

- Taller de sostenibilidad con el cuento “Besuguito está enfermo”.
- *Leer en la calle*. Lectura en la calle : piscina municipal, Policía Local, Centro de la Mujer, plazas y calles, mercado, Centro de Servicios Sociales, Dependencias Municipales, cafeterías...
- Participación en la Cabalgata de la Lectura.

Página web y facebook de la Red de Bibliotecas:

<https://www.bibliotecaspublicas.es/motril/>

<https://es-es.facebook.com/bibliotecasdemotril>

iPad

09:45 pm



Jornadas



Asociacionismo



Publicaciones



Asesoramiento



TIC



Formación

¡ASÓCIATE!
Nuestro compromiso, los profesionales



Asociación Andaluza
de Bibliotecarios



C/ Ollerías 45-47, 3º D; 29012 Málaga; Tlf y Fax: 952 213 188; www.aab.es; aab@aab.es

Síguenos en

