

 <p>Biblioteca Nacional de Colombia</p>	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

Guía # 49

Guía de estrategias para la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

1. Introducción

En general desde las bibliotecas públicas nos proyectamos y dedicamos mucho tiempo a pensar, planear y llevar a cabo actividades que sean de interés y disfrute para nuestros usuarios y público en general, sin embargo regularmente perdemos de vista que en nuestra colección tenemos un poderoso recurso para fidelizar a nuestros usuarios y atraer nuevos públicos que probablemente desconocen todas las posibilidades que les ofrece nuestra biblioteca desde los diversos contenidos, temáticas y formatos con los que contamos.

Si queremos que la comunidad visite la biblioteca, haga uso de su colección y sus servicios, es fundamental que la conozca, que sepa que puede encontrar en ella. Por tal razón, acciones que quizás resulten muy simples pueden causar importantes cambios en este sentido y constituirse en dinamizadoras de la biblioteca, sus colecciones y servicios.

En este sentido, las acciones orientadas a promocionar y divulgar las colecciones de una biblioteca pública son diversas e integran actividades cotidianas relacionadas con los servicios básicos de la biblioteca (referencia, préstamo externo, consulta en sala, acceso a Internet, promoción de lectura, entre otros), hasta acciones concretas que buscan generar relaciones de acercamiento, reconocimiento y aprovechamiento de las colecciones por parte de las comunidades usuarias.

En este sentido, es importante comprender que el ejercicio de la promoción y divulgación de las colecciones es un ejercicio que siempre implicará tres dimensiones: la del bibliotecario como “lector” que tiene sus propios gustos e intereses y que es capaz de invitar a otros a explorar sus puntos de vista, su propia sensibilidad y opiniones; la del bibliotecario como “mediador” que hace posible el encuentro entre las comunidades y las diferentes obras, las ideas, el pensamiento universal y local; y el bibliotecario como “intermediario” entre la comunidad y la biblioteca con su capacidad para escuchar y generar diálogos que permitan los intercambios entre los usuarios y la institución enriqueciendo la selección y difusión de sus colecciones.

Una biblioteca pública debe mantenerse viva, en movimiento y constante reinención, y eso incluye la creatividad e imaginación que tengamos para hacer que las colecciones hagan parte de esa constante dinámica activa de la biblioteca pública. Sorprender a nuestros usuarios con títulos, autores, colecciones especiales, novedades, temáticas, entre otros; debe ser parte de las preocupaciones y planeaciones que nos ocupan en nuestras bibliotecas.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

 Biblioteca Nacional de Colombia	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

2. Objetivo

Presentar un panorama general de las estrategias que puede desarrollar una biblioteca pública para promocionar y divulgar sus colecciones tanto desde los servicios básicos como desde el diseño de proyectos o actividades específicos de promoción de las colecciones.

3. Condiciones

Para desarrollar un plan de promoción y difusión de las colecciones de la biblioteca es indispensable cumplir tres condiciones esenciales:

- El personal bibliotecario debe tener un amplio reconocimiento de sus colecciones, ya que solo a través de un conocimiento exhaustivo y riguroso de la colección será posible que el bibliotecario sea un promotor permanente de los recursos existentes, en las diferentes actividades y acciones que adelanta en la biblioteca día a día.
- Es fundamental que entendamos a la biblioteca como cualquier otra organización de servicio que requiere conservar y atraer nuevos usuarios para sobrevivir y crecer. En este sentido el personal bibliotecario debe preocuparse por conocer su entorno y su comunidad, averiguar quiénes son sus usuarios reales y potenciales, que necesidades tienen o que les gustaría encontrar en la biblioteca y, mantener una comunicación permanente y atenta con los usuarios y la comunidad en general.
- Reconocer que las colecciones pueden ser un elemento diferenciador con relación a otras ofertas culturales, posibilitando el desarrollo de productos o servicios que difícilmente podrá ofrecer otra entidad y que responden a las necesidades o intereses de las comunidades.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

4. Estrategias de difusión de las colecciones desde los servicios básicos



a. Servicio de orientación al usuario o referencia:

A través de este servicio la biblioteca tiene una oportunidad única de difundir ampliamente sus colecciones con diferentes públicos, en diferentes áreas del conocimiento y géneros literarios. Cada usuario que llega a la biblioteca a realizar una consulta es un motor para que el personal bibliotecario identifique y descubra los diversos recursos que existen en la colección, los cuales deben ser acordes a los perfiles y las necesidades de información específicas de los

usuarios. Para que el bibliotecario como referencista pueda realmente hacer un ejercicio permanente de promoción de las colecciones es indispensable un amplio conocimiento sobre la colección disponible, así como el interés de descubrir en cada consulta nuevos títulos o recursos (revistas, videos, periódicos, libros, recursos digitales, entre otros) que no estaban identificados.



a. Préstamo externo de los materiales

El servicio de préstamo externo es una de las mejores formas de promover y difundir las colecciones fuera de la biblioteca. Un libro llevado a la casa es probablemente un libro que va a ser compartido con familiares o amigos siendo una estrategia esencial para convocar a nuevos públicos a la biblioteca. Éste es por excelencia el servicio que distingue a la

biblioteca pública por lo que debe ser ampliamente difundido y ofrecido de manera gratuita.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017



b. Consulta en sala

La consulta en sala es el servicio que nos permite pensar la biblioteca como una librería, es decir, como la posibilidad de invitar, seducir y convocar a los usuarios a explorar las colecciones y descubrir la amplia oferta de materiales que la biblioteca tiene disponibles. Una biblioteca innovadora siempre buscará como presentar sus colecciones de manera creativa y con imaginación, promoviendo siempre el mayor uso de los materiales y más

usuarios interesados en lo que ofrece la biblioteca. Otra herramienta esencial para la difusión de las colecciones es el catálogo bibliográfico, ya que este permite identificar todos los recursos disponibles en la biblioteca con relación a un tema, un título o un autor.



c. Acceso a Internet

Es muy importante reconocer que las colecciones no están conformadas únicamente por los materiales físicos, sino que existe una amplia oferta de recursos digitales con los que cuentan las bibliotecas públicas. Desarrollar catálogos de recursos digitales para que los usuarios los conozcan e identifiquen es una sencilla forma de promocionar este tipo de colecciones.



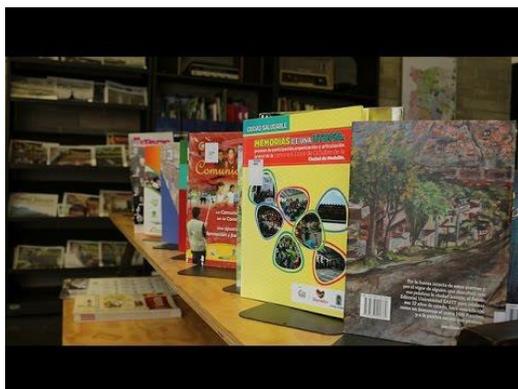
d. Promoción de lectura

El servicio de promoción de lectura es por excelencia uno de los que genera mayor impacto en la promoción y difusión de las colecciones. Por esta razón es fundamental que los reportorios de lectura que selecciona un bibliotecario, promotor de lectura, lector voluntario u otros; sean variados y representes la riqueza de títulos y autores disponibles en las colecciones.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

Cada actividad de lectura es una vitrina para divulgar los títulos que tiene la biblioteca de un autor, una temática, una corriente literaria, entre otros. Del mismo modo, siempre que se finalice una actividad de promoción de lectura se debería invitar a los asistentes a llevar libros en préstamo para la casa sobre el tema abordado o a consultarlos en la biblioteca como una forma de dinamizar la circulación y consulta de nuestras colecciones.



e. Servicio de información local:

A través de los diferentes servicios y actividades en torno a la información local y comunitaria se cuenta con una vitrina muy importante para divulgar los recursos y contenidos de la biblioteca pública tanto de su colección local como de recursos de información asociados a asuntos de interés local (emprendimiento, agricultura, previsión del embarazos adolescentes, prevención en salud, entre otros).

La colección local se constituye en un factor diferencial de las bibliotecas públicas además de que se relaciona con temas de interés permanente de las comunidades, por lo cual tiene un gran potencial para convocar nuevos usuarios a las bibliotecas. Sin embargo es muy importante desplegar acciones permanentes para darla a conocer y gestionar nuevos recursos de acuerdo con los intereses de la comunidad.

Por otra parte es fundamental que la biblioteca participe activamente de las actividades educativas, culturales, sociales y económicas que se desarrollen en la comunidad (campañas de salud, ferias de servicio ciudadano, ferias de emprendimiento, festivales culturales, entre otros) con el fin de promover las colecciones relacionadas con asuntos de interés de la comunidad, así como la colección local.



f. Actividades culturales

Teniendo en cuenta que la actividad cultural de la biblioteca se relaciona con una oferta regular y variada de actividades que facilitan el acceso y disfrute de las diversas expresiones de la cultura local y universal, se convierte en un escenario muy importante para promover las colecciones de la biblioteca relacionadas con las diversas

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

manifestaciones artísticas y culturales, así como aquellas de carácter recreativo orientadas al aprovechamiento del tiempo libre.



g. Formación de usuarios y alfabetización informacional:

Los servicios de formación de usuarios en el uso y aprovechamiento de la biblioteca y sus recursos, la información y las TIC son fundamentales para visibilizar los recursos tanto físicos como digitales que existen en la biblioteca. Las bibliotecas cuentan con una oferta amplia y variada de recursos que pueden apoyar estos procesos y promover la formación autónoma por parte de los usuarios. Es muy importante que al diseñar cualquier proceso de formación a usuarios o de

alfabetización informacional en la biblioteca, definamos un espacio para identificar los intereses de los usuarios y vincularlos a estos procesos integrando una selección de recursos de nuestras colecciones que sean pertinentes.



h. Extensión bibliotecaria

Al realizar actividades de extensión bibliotecaria se apuesta por llegar a aquellas poblaciones alejadas o que aún no son usuarias de las bibliotecas públicas. A través de la extensión bibliotecaria se despliegan los diferentes servicios de la biblioteca fuera de ella, lo que denominamos la “biblioteca sin muros”. Estos servicios de extensión son ideales para

promover las colecciones de la biblioteca pues permite que personas que no llegan a la biblioteca puedan conocer los recursos disponibles y acceder a ellos. Es muy importante que para cada actividad de extensión bibliotecaria se haga una cuidadosa selección de materiales, buscando siempre responder a los perfiles e intereses de las poblaciones a atender.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

5. Estrategias de promoción y difusión de las colecciones

A continuación relacionaremos algunas de las estrategias más comunes para promover y divulgar las colecciones en las bibliotecas públicas.



Centros de interés:

La organización por centros de interés consiste en que la biblioteca agrupa una serie de recursos que giran en torno a un tema específico en común, organizándolos y presentándolos a los usuarios de una manera alternativa a la organización tradicional.

La intención de la biblioteca es conseguir que los usuarios puedan acceder a unos fondos específicos con tema común, de una manera sencilla y rápida, para lo cual se utilizan criterios de organización cercanos a la forma de pensar y preguntar del público.

Los centros de interés son espacios vivos cuya razón de ser son las demandas y gustos de los usuarios. Este tipo de organización de los recursos de la biblioteca no es algo estático ni rígido y debe evolucionar a medida que cambien los intereses de los usuarios.

Algunas características de los centros de interés son:

- Sus temáticas (la actualidad, los intereses específicos de una comunidad, la novedad).
- La disposición creativa e invitadora de estos materiales para despertar el interés en los usuarios.
- La ubicación cercana para facilitar la visualización de los fondos escogidos.
- La coincidencia de todos los tipos de materiales (libros, revistas, audiovisuales,...).

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017



Cita a ciegas con un libro:

Esta estrategia surgió en las bibliotecas de Estados Unidos como una forma de motivar a los usuarios a acercarse a títulos de muy buena calidad que por alguna razón nadie tomaba de las estanterías.

Parte de la idea de seleccionar un libro sin los prejuicios que puede generar una portada o un título sugestivo, así como proponerle a los lectores alternativas diferentes a las novedades, los éxitos editoriales, los grandes clásicos u otras apuestas seguras.

La idea es realizar una selección de libros interesantes y de calidad pero que casi no circulan que se envuelven en papel kraft, periódicos, revistas o similares; a cada libro se le marca con frases o reseñas que guíen al lector sobre su contenido y se disponen en un lugar especial para que los usuarios puedan seleccionar aquel que despierte su interés y llevarlo en préstamo externo.



Booktubers y/o booktrailers:

Los booktubers surgen como un movimiento de adolescentes que a través de videos realizan recomendaciones literarias.

Por otro lado, los booktrailers buscan aprovechar este recurso del cine y aplicarlo a la recomendación de libros, especialmente de ficción con el objetivo de lograr que otros se interesen por leer el libro que se busca promover.

Estos dos recursos que surgen de la interacción de los adolescentes y jóvenes en las redes sociales y como estrategia de mercadeo de las editoriales, puede ser aplicado por las bibliotecas. Por ejemplo, es posible invitar a autores para que ellos mismo promuevan sus obras, generar videos con los clubes de lectura sobre los libros leídos, invitar a los lectores más asiduos a que hagan sus recomendaciones, crear un club audiovisual en el cual se lean libros y se realicen los booktrailers de los mismos. Estos recursos son ideales para promover las colecciones a través de redes sociales o de las pantallas informadoras de las bibliotecas.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017



Cada libro con su lector: A través de una exposición fotográfica divertida para la biblioteca, se le propone a un grupo heterogéneo de usuarios que se fotografíen con su libro preferido, de manera individualizada.

Es importante hacerles firmar una autorización para poder hacer un uso posterior de las imágenes. Posteriormente se puede crear una exposición física, audiovisual o virtual con escenas de los usuarios y sus libros preferidos, además —por ejemplo— del porqué de la elección, o en qué basan la recomendación.

Esta exposición requiere de toda la imaginación y creatividad del equipo de la biblioteca, inclusive puede convocarse a algún colectivo de artistas locales. Se pueden adicionalmente utilizar estas imágenes después

en las estanterías de los libros, en las campañas de promoción de la biblioteca, en la web, etc.

De esta manera la biblioteca puede contribuir a crear "comunidad" entre vecinos, y hasta a fomentar intereses comunes entre los usuarios.



Exhibiciones de libros fuera de la biblioteca

Esta estrategia requiere identificar que espacios públicos o eventos pueden ser una vitrina para divulgar y promocionar las colecciones de la biblioteca. De acuerdo con la población objetivo debe realizarse una cuidadosa selección de materiales que puedan despertar el interés de los asistentes.

Entre los espacios a elegir se encuentran los parques públicos, las oficinas de las alcaldías, los centros médicos, eventos locales, entre otros.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017



Difusión de novedades o recomendados de la biblioteca a través de las redes sociales:

Ya desde hace un buen tiempo las redes se han convertido en aliadas de las bibliotecas, brindándonos herramientas accesibles que favorecen a brindar nuevos productos y servicios. Pinterest es un ejemplo de red web 2.0 que permite difundir colecciones de una manera atractiva a través de fotos.

Del mismo modo se pueden utilizar otras redes como Facebook o Twitter.

Esta estrategia requiere establecer un plan que garantice que de manera regular se realicen las recomendaciones en la red social escogida, además debe contar con un comité editorial que defina los

públicos y títulos que se van a promover.



La página web de la semana

No debemos olvidar los recursos que ofrece Internet y que se convierten en un importante recurso de información para nuestros usuarios. La selección puede incluir sitios web desde los temas más locales hasta los más universales. Es importante que el personal bibliotecario evalúe la veracidad, la actualidad o la calidad global de una página web antes de recomendarla a los usuarios.

Las páginas seleccionadas deben responder a los intereses de los usuarios, por ejemplo: turismo, educación, cocina, juegos, museos, entre otros. Entre más diversos sean los temas seleccionados es posible llegar a un mayor número de usuarios interesados.

La divulgación se puede realizar a través de las terminales de cómputo o las pantallas informadoras de la biblioteca.

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

	BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA	Guía de estrategias la promoción de las colecciones en bibliotecas públicas
		Código: G-BNA-GBP-49
	GRUPO DE GESTIÓN REGIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS	Versión: 1.1
		Fecha: 15 de diciembre de 2017

6. Ficha de planeación, seguimiento y evaluación de estrategias de promoción y difusión de las colecciones

FICHA DE PLANEACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE COLECCIONES	
Biblioteca Pública	
Fecha	
A. Planeación	
Nombre de la actividad o estrategia	
Objetivo	
Descripción	
Temática (s) seleccionada (s)	
Público objetivo	
Periodicidad	
Selección Bibliográfica (Detalle la información de los títulos seleccionados con Título, Autor, Editorial y Formato)	
Actividad (es) complementaria (s)	
Responsable(s) de la estrategia	
Recursos necesarios (Detalle los insumos, tecnología o elementos requeridos)	
Resultados esperados	
B. Seguimiento	
Acciones de mejora implementadas en el desarrollo de la estrategia	
A. Evaluación	
Resultados obtenidos	
Evaluación general de la estrategia	

Elaboró Sandra Suescún Barrera	Revisó Sandra Suescún Barrera	Aprobó Sandra Suescún Barrera
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------