

Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas



Material de Autoformación para Bibliotecarios

Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas



Material de Autoformación para Bibliotecarios

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA

Mariana Garcés Córdoba
MINISTRA

Enzo Rafael Ariza
SECRETARIO GENERAL

Consuelo Gaitán Gaitán
DIRECTORA DE LA BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍA EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Cartilla de Autoformación para Bibliotecarios

Biblioteca Nacional de Colombia

Paola Isabel Roa
LÍDER PROCESO DE FORMACIÓN
RED NACIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS*

Sandra Suescún Barrera
COORDINADORA NACIONAL DE SERVICIOS BIBLIOTECARIOS
RED NACIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS*

Luz Adriana Martínez
LÍDER DE ASISTENCIA TÉCNICA
RED NACIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Diego Merizalde Arboleda
COORDINADOR
PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Edwin Muñoz Guerra
ESPECIALISTA EN FORMACIÓN TIC
PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Catalina Melo Ángel
ESPECIALISTA EN FOMENTO DE SERVICIOS BIBLIOTECARIOS TIC
PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Henry García Gaviria
ESPECIALISTA EN PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO
PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Andrea Descans Castro
COMUNICADORA GRÁFICA Y DIGITAL
PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

DESARROLLO DE CONTENIDOS DE FORMACIÓN PROYECTO USO Y APROPIACIÓN DE TIC EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Diego Merizalde Arboleda
COORDINADOR

Edwin Muñoz Guerra
ESPECIALISTA EN FORMACIÓN TIC

Henry García Gaviria
ESPECIALISTA EN PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO

Edwing Arciniegas Carreño
Mauren Ardila Ardila
Vanessa Duque Gil
FORMADORES NACIONALES

Pontificia Universidad Javeriana

Padre José Leonardo Rincón S. J.
DECANO FACULTAD DE EDUCACIÓN

Francisco Rebolledo
DIRECTOR DE CONSULTORÍAS

César Tulio Ossa
DIRECTOR DE EDUCACIÓN CONTINUA

Bernardo Nieto Sotomayor
GESTOR ÁREA ARTES, CULTURA Y EDUCACIÓN

Mónica Brijaldo Rodríguez
DIRECCIÓN DE PROYECTO

Olga Ocampo González
COORDINACIÓN DE PROYECTO

DESARROLLO PEDAGÓGICO Y DE CONTENIDOS PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

Omaira Rojas Cubillos
ASESORA PEDAGÓGICA

Flor Janeth Ardila Reyes
ASESORA EN BIBLIOTECOLOGÍA Y DISEÑO DE CONTENIDOS

Paula Castellanos Cuervo
REVISIÓN DE CONTENIDOS

Beatriz Helena Robledo Botero
ESCRITORA DE CONTENIDOS

Valeria Baena Robledo
ESCRITORA DE CONTENIDOS

Jhon Jairo Arévalo
CORRECTOR DE TEXTOS

Elle
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Mateo Rodríguez
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Mery Yolima Uribe Ríos
DISEÑO PLATAFORMA MOODLE

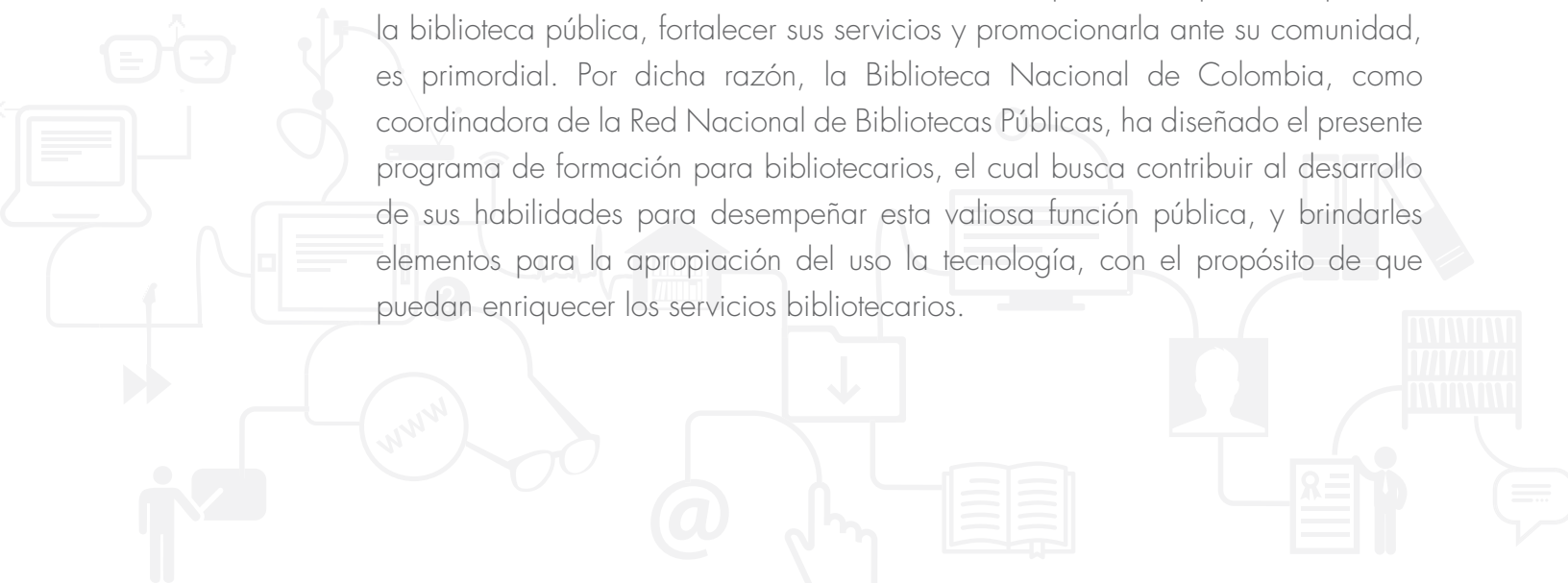
*La Red Nacional de Bibliotecas Públicas de Colombia (RNBP) está compuesta por las bibliotecas públicas que a su vez están agrupadas en redes departamentales, distritales y municipales. Las bibliotecas públicas son departamentales, distritales, municipales, rurales, de consejos comunitarios y resguardos indígenas.

Presentación

La biblioteca pública es una de las instituciones más relevantes para el fomento de la cultura y la educación en una comunidad. Primero, porque es un espacio para todos, donde niños, jóvenes, adultos y adultos mayores encuentran siempre las puertas abiertas. Segundo, porque la biblioteca pública es un escenario ideal para la lectura y un espacio activo de encuentro de ciudadanos y comunidades, que posibilita el diálogo y el intercambio de conocimientos.

Por lo anterior, es fundamental trabajar para que las bibliotecas públicas de Colombia se consoliden como espacios vitales para sus comunidades, dotarlas con los recursos necesarios para que tengan una mayor posibilidad de ofrecer oportunidades de desarrollo a sus usuarios, y procurar que sean más reconocidas y valoradas por todos.

Una de las tareas más importantes en ese sentido tiene que ver con la formación del talento humano de la biblioteca pública. Justamente, por ser el bibliotecario el corazón de su biblioteca, el desarrollo de sus capacidades para comprender la biblioteca pública, fortalecer sus servicios y promocionarla ante su comunidad, es primordial. Por dicha razón, la Biblioteca Nacional de Colombia, como coordinadora de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, ha diseñado el presente programa de formación para bibliotecarios, el cual busca contribuir al desarrollo de sus habilidades para desempeñar esta valiosa función pública, y brindarles elementos para la apropiación del uso la tecnología, con el propósito de que puedan enriquecer los servicios bibliotecarios.



En consonancia, en esta cartilla de formación para bibliotecarios (tres módulos), que reúne los aportes de distintos profesionales expertos en la gestión de las bibliotecas públicas y que se suma a las acciones del Plan Nacional de Lectura y Escritura “Leer es mi cuento”, se abordan las siguientes temáticas:

- i. La biblioteca pública conectada, a partir de una reflexión respecto a la trascendencia de la labor bibliotecaria y el reconocimiento de la misión de la biblioteca pública conectada por las nuevas tecnologías.
- ii. La generación de servicios, a partir de la revisión y el análisis de los servicios que presta actualmente cada biblioteca, el autodiagnóstico y la exploración de diversas herramientas tecnológicas que puedan apoyar procesos de diseño o mejoramiento de servicios bibliotecarios.
- iii. **La promoción y el posicionamiento de la biblioteca pública, a partir de la elaboración de dos productos estratégicos para adelantar acciones sistemáticas de comunicación en y desde las bibliotecas públicas: el portafolio de servicios y el plan de promoción y posicionamiento de la biblioteca.**

Esperamos que los contenidos que componen este material de estudio, junto con el entusiasmo y la motivación del personal bibliotecario de todo el país, logren contribuir al desarrollo de las bibliotecas públicas colombianas y enriquecer su oferta de servicios para que puedan brillar ante sus comunidades.





Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas

Módulo 3

Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas

Descripción del Módulo

Este Módulo explora los conceptos de promoción y posicionamiento, señala la importancia de promocionar la biblioteca pública para lograr su reconocimiento, y ofrece los elementos necesarios para la creación de un **Plan de promoción y posicionamiento de una biblioteca pública**. Además, muestra las partes que componen el **Portafolio de servicios de una biblioteca pública**, núcleo del **Plan de promoción y posicionamiento**, y revisa algunas herramientas útiles para la creación de piezas promocionales y comunicacionales, por medio de las cuales los bibliotecarios puedan generar un registro de las actividades de la biblioteca e integrar la comunidad a las mismas. La sección final, por su parte, estudia el papel de las redes sociales como plataformas y herramientas fundamentales para potenciar la capacidad de la biblioteca de divulgar información y generar nuevas conexiones con su comunidad.

Objetivo

Desarrollar habilidades para el diseño y la implementación de planes de promoción y posicionamiento que potencien la conexión entre la biblioteca pública y su comunidad, y posibiliten su reconocimiento local y nacional.

Competencias a desarrollar

Las siguientes son las competencias que usted podrá desarrollar una vez haya estudiado y puesto en práctica los contenidos y los ejercicios de este Módulo:

1. Entiende la importancia de la promoción sistemática para lograr el posicionamiento de la biblioteca pública.
2. Comprende y aplica los elementos esenciales que componen el **Plan de promoción y posicionamiento de una biblioteca pública**.
3. Usa diversos formatos, medios, canales y mensajes de comunicación para la promoción y el posicionamiento de la biblioteca pública.



Actividad 1

Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas

Propósito: comprender los conceptos de promoción y posicionamiento, así como su importancia en la gestión bibliotecaria y para el desarrollo de una biblioteca pública



Concepto clave: la promoción de las bibliotecas públicas

La promoción incluye las distintas actividades que desarrollan los individuos, las organizaciones, los programas y los proyectos para informar y comunicar los méritos de sus productos, servicios o ideas, con el fin de obtener una imagen favorable ante el público. En consecuencia, supone realizar labores de imagen, comunicación, prensa, publicidad, relaciones públicas y desarrollo de contenidos.

La promoción es un instrumento fundamental para transmitir las cualidades y las acciones de una organización a sus actores clave, con el propósito de persuadirlos positivamente; para ello, se vale de diversos mecanismos de transmisión de información, espacios de comunicación y escenarios de encuentro orientados a consolidar una imagen favorable o a implementar un cambio político, social, económico o cultural respecto a un tema. En su libro *El Poder de la Promoción*, Jeffrey Sussman afirma que se trata de “distintos métodos que utilizan las organizaciones para promover sus productos, servicios o ideas”.

La promoción significa, entonces, desarrollar comunicaciones informativas, creativas y estratégicas acerca de la biblioteca pública y de su oferta de servicios para incrementar su valor social y su reconocimiento público, poner en evidencia lo que hace y puede hacer una biblioteca pública, e influir en la toma de decisiones públicas y privadas a nivel local, regional, estatal o nacional, que ayuden a implementar acciones de apoyo permanente para su sostenibilidad.



Concepto clave: el posicionamiento de las bibliotecas públicas

El posicionamiento en el contexto de las organizaciones consiste, básicamente, en la forma como unos grupos de interés, integrados por actores clave o públicos objetivos, definen y califican una organización a partir de sus atributos, beneficios, servicios o ideas; es decir, el lugar que ocupa una organización –en este caso las bibliotecas públicas– en la mente de sus públicos de interés, en relación con otras organizaciones o alternativas similares.

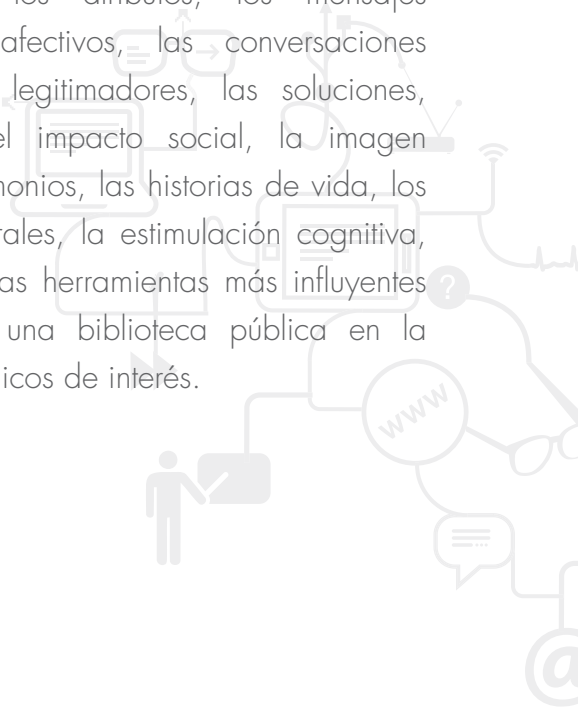
La meta del posicionamiento de las bibliotecas públicas es hacer que estén presentes en la mente, las decisiones, los tiempos y los proyectos de la comunidad, el gobierno, la academia, los medios, el sector privado y los aliados estratégicos. Esto solo es posible mediante un proceso sistemático y permanente de generación de mensajes positivos, de encuentros directos con interlocutores clave, de construcción de ventajas competitivas, de comunicación de beneficios y de promoción de atributos o cualidades de una organización. La biblioteca pública debe comunicar permanentemente lo que es y lo que hace para lograr su posicionamiento local, regional y nacional.



En la actualidad, las gestiones relativas al posicionamiento tienen una gran importancia porque pueden garantizar la demanda sostenible de un bien o de una institución.



Los beneficios, los atributos, los mensajes motivadores y afectivos, las conversaciones estratégicas, los legitimadores, las soluciones, los resultados, el impacto social, la imagen positiva, los testimonios, las historias de vida, los significados culturales, la estimulación cognitiva, son algunas de las herramientas más influyentes para posicionar una biblioteca pública en la mente de sus públicos de interés.



Actividad:

Elabore una tabla con tres columnas en las cuales ubique: primero, una lista de las palabras con las cuales las personas generalmente asocian a su biblioteca, puede preguntar a sus usuarios y a otros miembros de la comunidad; segundo, cree un listado de palabras con las cuales le gustaría que su biblioteca fuera asociada y, finalmente, en la columna tres, haga una lista de los aspectos de la biblioteca que deberían promocionarse, para cambiar la forma como las personas piensan acerca de ella.

Palabras con las que usualmente la biblioteca es asociada	Palabras con las que le gustaría que fuera asociada la biblioteca	Aspectos de la biblioteca pública que deberían ser promocionados





Actividad 2

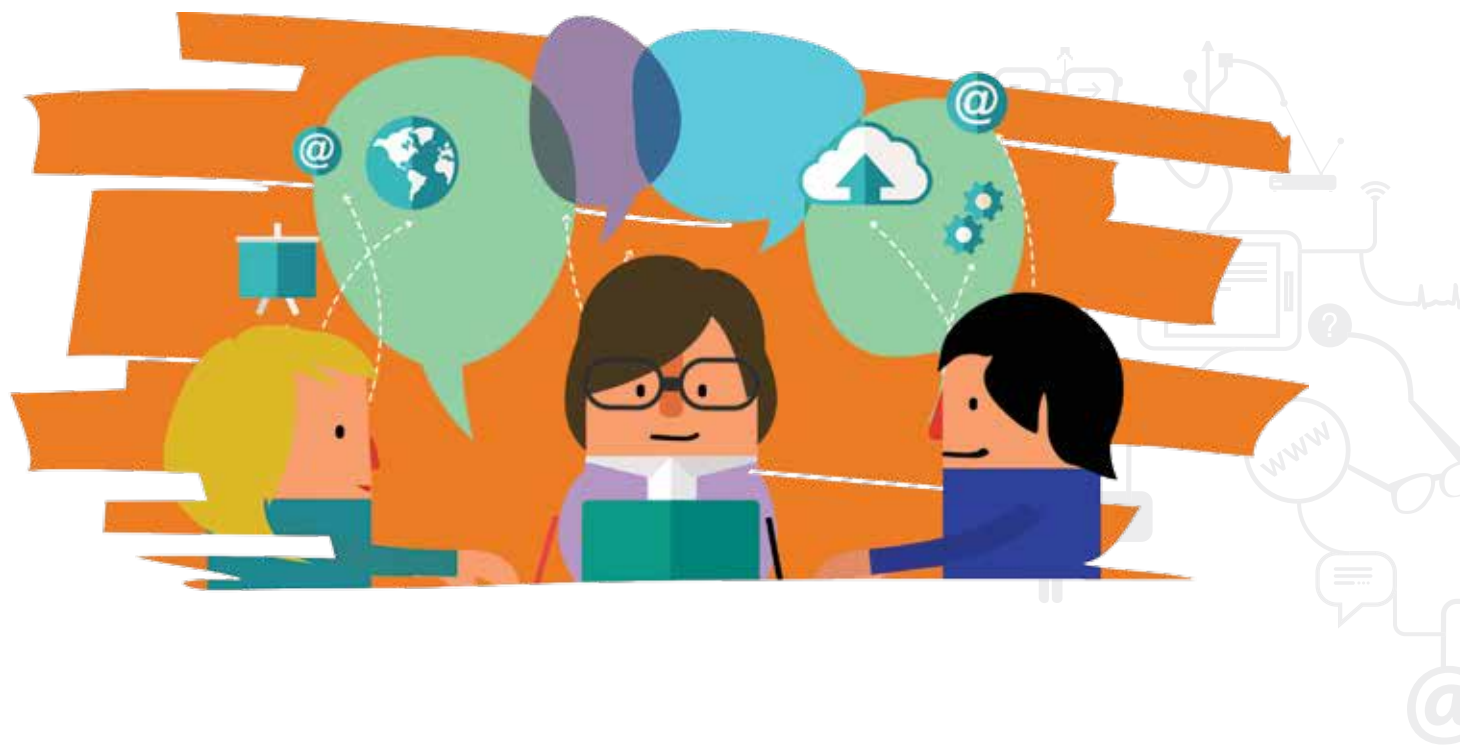
Planes de promoción y posicionamiento de bibliotecas públicas

Propósito: diseñar el Plan de promoción y posicionamiento de la biblioteca pública



Un **Plan de promoción y posicionamiento** es una herramienta de gestión bibliotecaria en la cual se indican y se siguen las acciones por medio de las cuales se busca alcanzar el reconocimiento local y nacional de una biblioteca pública. Su objetivo general es lograr que la biblioteca pública ocupe un lugar destacado en la mente de sus usuarios y de aquellos actores que considera claves; esto se logra mediante distintas estrategias y acciones de imagen corporativa, comunicación, publicidad, prensa, desarrollo de contenidos, marketing, relaciones públicas y proyección institucional.

Un **Plan de promoción y posicionamiento** tiene además **objetivos específicos** como divulgar, difundir, convocar, presentar, exponer y comunicar las acciones que desarrolla la biblioteca pública, según sus necesidades y propósitos, como miras a ocupar un lugar privilegiado en la mente de sus actores clave. Otro requisito clave de un **Plan de promoción y posicionamiento** es la definición de unas **metas** claras y relacionadas directamente con cada uno de los **objetivos específicos** que se hayan planteado; estas metas, además, deben ser medibles y cuantificables, de modo que sea posible evaluar el avance en el logro de los objetivos específicos.



Elementos que integran un Plan de promoción y posicionamiento de una biblioteca pública

- Nombre de la Biblioteca Pública
- Nombre del Gestor del Plan (Bibliotecario)
- Objetivo General del Plan
- Objetivos Específicos del Plan
- Metas del Plan
- Estrategias del Plan
- Tareas del GAB en el Plan
- Mecanismos de realimentación y control



Plan de promoción y posicionamiento



Estrategias para lograr los objetivos de un Plan de promoción y posicionamiento de una biblioteca pública

Las estrategias se entienden como los métodos a desarrollar para cumplir los objetivos del Plan; por ello, deben guardar relación tanto con los objetivos como con las metas definidas. Con el fin de que puedan implementarse, las estrategias deben incluir acciones específicas que, en un tiempo determinado, cumplan las metas del plan y logren los objetivos fijados. Si bien lo ideal es que la biblioteca recurra a la mayor cantidad de estrategias posibles para alcanzar el objetivo del plan, es el contexto el que determina cuales podrán ser implementadas por la biblioteca pública para alcanzar el posicionamiento local, regional o nacional.

Algunas de las estrategias que pueden desarrollarse desde una biblioteca pública en el marco de un **Plan de promoción y posicionamiento** son las siguientes:

- Identificación de Actores Clave
- Desarrollo de Directorios de Datos
- Organización de la Imagen Corporativa
- Sitio Web de la Biblioteca Pública
- Gestión de Redes Sociales
- Desarrollo del Portafolio de Servicios
- Realización de Piezas Publicitarias
- Gestión de Prensa y Medios Locales
- Visitas Institucionales de la Biblioteca Pública
- Audiovisuales de la Biblioteca Pública
- Boletín de la Biblioteca Pública
- Gestión de Carteleras de la Biblioteca Pública
- Buzones de Cartas y Sugerencias
- Cuadernos de Visitas en las Bibliotecas Públicas
- Producción de Suvenires de la Biblioteca Pública
- Gestión de Medios Institucionales del Municipio
- Desarrollo de Contenidos Digitales Locales
- Efemérides en la Biblioteca Pública
- Concursos en la Biblioteca Pública
- Balance Social de la Biblioteca Pública
- Programación de Extensión Bibliotecaria
- Creación del Grupo de Amigos de la Biblioteca
- Programa Radial de la Biblioteca Pública
- Banco de Fotografías de la Biblioteca Pública
- Realización de Eventos Públicos



Actividad

Con base en los elementos antes mencionados, inicie la creación del Plan de promoción y posicionamiento de su biblioteca; para ello, se sugiere enfocarse en cuatro estrategias: la creación del portafolio de servicios, la gestión de medios locales e institucionales, el desarrollo de piezas publicitarias y la gestión de redes sociales.



Nombre de la Biblioteca Pública

Nombre del Gestor del Plan de promoción y posicionamiento (Bibliotecario)

Objetivo General del Plan de promoción y posicionamiento

Objetivos Específicos del Plan de promoción y posicionamiento



Metas del Plan de promoción y posicionamiento

Nombre de la Estrategia: Creación del portafolio de servicios

Descripción de la Estrategia:	Acciones	Fecha de realización

Nombre de la Estrategia: Gestión de medios locales e institucionales

Descripción de la Estrategia:	Acciones	Fecha de realización

Nombre de la Estrategia: Desarrollo de piezas publicitarias		
Descripción de la Estrategia:	Acciones	Fecha de realización

Nombre de la Estrategia: Gestión de redes sociales		
Descripción de la Estrategia:	Acciones	Fecha de realización





Actividad 3

El portafolio de servicios de la biblioteca pública

Propósito: diseñar el portafolio de servicios de la biblioteca, como parte fundamental del desarrollo del Plan de promoción y posicionamiento



La pieza de comunicación más importante del **Plan de promoción y posicionamiento** es el portafolio de servicios; en este se incluye la información básica y necesaria de la biblioteca pública para que todos los usuarios y los actores claves conozcan todo lo que esta les puede brindar. El portafolio de servicios, además, se constituye como una de las principales herramientas de la gestión bibliotecaria porque es la carta de presentación institucional de la biblioteca pública.

El portafolio de servicios de una biblioteca pública es, entonces, una pieza de divulgación y de promoción para su posicionamiento local, regional y nacional. Es, en sí mismo, una estrategia de comunicación que integra diferentes formatos, considera distintos actores, puede tener tonos disímiles según el destinatario, comunica acerca de la biblioteca pública como espacio de todos, y revela los detalles de los servicios bibliotecarios.



Estructura del portafolio

El objetivo del portafolio de servicios es constituirse como una pieza de comunicación estratégica de la biblioteca pública, por tanto, su información debe estar actualizada y su contenido, además de atender a los aspectos formales de ortografía y sintaxis, debe usar un lenguaje claro, atractivo y creativo para comunicar el contenido; la forma como se nombra o describe una actividad o un servicio puede revelar y mostrar el dinamismo de una biblioteca e influir para que una persona se decida a participar en ella. Es importante que los datos de contacto, tanto físicos como electrónicos, estén resaltados para facilitar la comunicación con la comunidad.

En cuanto al aspecto gráfico y visual, debe evitarse el uso de imágenes desenfocadas, pixeladas o borrosas, además es importante que las fotos incluidas puedan transmitir una impresión agradable de

las acciones que desarrolla la biblioteca y de sus espacios y servicios. El dinamismo, la creatividad, la interacción, los colores, las texturas, las imágenes y la simplicidad, son algunos de los elementos clave que se deben tener en cuenta para la elaboración de los portafolios de servicios. No debe olvidarse que, en caso de incluir logos o símbolos institucionales, es importante validar su uso en las instancias correspondientes.

Tanto para la construcción, como para la divulgación y difusión del portafolio, es importante contar con el apoyo de otras personas, del Grupo de Amigos de la Biblioteca (GAB), de organizaciones sociales, y de la comunidad en general. Todos pueden aportar para que el portafolio de servicios cumpla con su propósito de promocionar y posicionar a la biblioteca pública.

Si bien existen elementos característicos de todo portafolio de servicios, hay algunos que son específicos para las bibliotecas públicas, e incluso, particulares para cada caso. Por tanto, sugerimos la siguiente estructura:

Portada

La portada del portafolio de servicios es la presentación inicial que cada biblioteca desea proyectar a sus públicos, su propósito es llamar la atención de los posibles receptores y despertar todo el interés para que estos conozcan el portafolio en detalle. Se sugiere, entonces, destacar de manera atractiva, el nombre de la biblioteca y el título "Portafolio de Servicios", su slogan, sus números telefónicos, el enlace a su sitio web y los canales de comunicación que tiene la biblioteca en redes sociales.

Presentación de la biblioteca

Busca generar una primera impresión de lo que es la biblioteca, corresponde a una descripción breve y concisa que puede incluir formatos diversos que van desde la reseña histórica hasta la expresión poética.

Misión y Visión

Toda organización necesita tener un norte y directrices o políticas claras que la guíen y que le faciliten saber cuáles son los objetivos que espera cumplir; así mismo, definir su alcance y establecer cuál es su razón de ser como institución. En este sentido, es importante para toda biblioteca pública establecer una misión y una visión.

Se entiende por misión de la biblioteca pública el objetivo principal bajo el cual se constituye esta entidad. Es una declaración de su objetivo central, de su razón de ser en el marco de su contexto específico y de la comunidad a la que sirve. Así, una misión define básicamente tres temas, lo que se propone una institución, lo que hace y para quien lo hace:

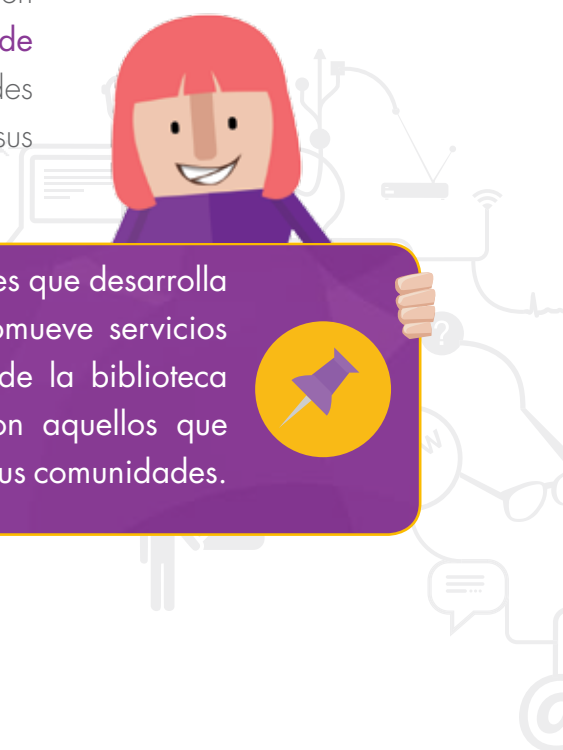
MISIÓN	
Aquellos que la biblioteca pública pretende cumplir en su entorno o en el sistema social en donde actúa	¿Quiénes somos?, ¿Para qué existimos? y ¿Cuál es nuestro propósito?
Aquellos que la biblioteca pública pretende hacer	¿Qué hacemos que nos diferencia de las demás bibliotecas?
Los grupos sociales para quienes la biblioteca pública trabaja	¿Al servicio de quién trabajamos?

La visión de la biblioteca, por su parte, es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen un marco de referencia de aquello que la institución **quiere conseguir y espera alcanzar en el futuro**. Permite, además, el trabajo conjunto de todo el equipo de colaboradores con un horizonte común y le da el rumbo a la institución. La visión debe ser breve, fácil de captar y recordar y muy inspiradora. También, debe transmitir una idea triunfal, algo positivo que resuma la meta a la que se quiere llegar en los próximos años.

Por consiguiente, una visión describe el tipo de biblioteca en la que queremos convertirnos, y recoge las aspiraciones o los sueños de la institución a mediano y largo plazo. Además de realista, la visión debe ser comprendida y compartida por todos los responsables de la gestión de la biblioteca pública.

Los servicios del portafolio

Los servicios incluidos en el portafolio deben corresponder con la lista que reporta su biblioteca pública en la **Llave del saber**, teniendo como base los servicios establecidos en la **Ley 1379 de 2010** y sus equivalentes en el **Modelo de madurez de servicios**. En este apartado se deben enunciar y describir las actividades que se desarrollan, y resaltar sus características más atractivas según sus públicos objetivos.



Servicios innovadores: asigne un papel especial a las actividades que desarrolla en su biblioteca con el apoyo de las TIC, de este modo promueve servicios innovadores y contribuye a construir una imagen renovada de la biblioteca pública. Recuerde que los servicios innovadores también son aquellos que promueven espacios colectivos de encuentro y de diálogo para sus comunidades.

Espacios de la biblioteca

Describa para el público al que esté orientado su portafolio de servicios, cómo está organizado el interior de la biblioteca, en el caso de tener salas diferenciadas (Lectura General, Infantil, Audiovisuales o Internet) es importante que las personas se enteren que esos espacios existen y están a su disposición. Es muy importante incluir registros fotográficos de estos espacios en excelente calidad y estética.



Colecciones

Para muchas personas, la biblioteca pública es un lugar en el que solo hay libros para que los niños realicen sus tareas, por eso es importante comunicar, no solo la diversidad de contenidos que posee la colección de libros de la biblioteca, sino también la existencia de otros materiales, como por ejemplo los audiovisuales o los recursos electrónicos. Recuerde que al ampliar la oferta es más fácil llegar a nuevos públicos.

Reportaje fotográfico

El objetivo de un reportaje fotográfico es contar por medio de imágenes un suceso, una actividad, un espacio o un evento, y transmitir emociones positivas con estos registros. Imágenes que den cuenta de todo lo que es y hace la biblioteca pueden potenciar el reconocimiento y la imagen favorable de la biblioteca pública.

Ubicación de la biblioteca

Incluya en el portafolio la información necesaria para que cualquier persona pueda identificar el lugar en donde se encuentra la biblioteca pública. Un mapa sencillo puede ser de gran ayuda, para quienes jamás han visitado sus instalaciones o para quienes no viven en el municipio.

Datos de contacto

La información de contacto es clave para que las personas se comuniquen con la biblioteca. Por tal razón, los datos deben ser muy visibles en el portafolio de servicios y estar actualizados.

Testimonios de los usuarios

Permita que sea la voz de los usuarios de la biblioteca la que se encargue de promover sus servicios. La recolección y divulgación de experiencias significativas vividas por ellos es una herramienta eficaz para influir en lo que piensan las personas que ocurre en la biblioteca pública.

servicios y las actividades incluidas en el portafolio. “Cine bajo las estrellas”, “Lunadas literarias”, “Sembrando lecturas en el campo”, “Hora del cuento con TIC y contigo”, “Café de letras”, “Pasitos lectores”, “Chicos ingenio”, “Remolinos, chispas y ondas”, “Vacaciones recreativas”, “Creadores de palabras”, son algunos buenos ejemplos de nombres bien pensados y escritos creativamente.

Los públicos objetivos del portafolio de servicios

El portafolio de servicios de una biblioteca pública debe considerar dos aspectos fundamentales con relación a sus públicos: el **tipo de usuarios** a los que están dirigidos los servicios, y a **quienes puede estar dirigido el portafolio de servicios** como pieza de comunicación.

Una actividad de lectura en voz alta puede tener como usuario tipo al público infantil, por lo que el portafolio debe indicar claramente que pretende llegar a ese grupo poblacional; sin embargo, en este ejemplo, no cabe duda que la pieza promocional debe dirigirse a los padres de familia o cuidadores, como público objetivo de las acciones de promoción.

La elaboración del portafolio requiere, entonces, tomar en consideración los públicos objetivos de las acciones de promoción, que no solo serán los usuarios habituales de la biblioteca, sino también grupos o actores claves en el contexto, por ejemplo, la administración municipal, las organizaciones de ciudadanos, los gremios, las instituciones educativas, los medios de comunicación, etc.

Los formatos del portafolio de servicios

Uno de los aspectos más importantes en el desarrollo de un portafolio de servicios es su distribución, ya que no todos los públicos llegan a la biblioteca pública, a sus sitios web o escuchan las emisoras locales. Por lo tanto, el portafolio de servicios de la biblioteca pública debe asumir diversos formatos para efectos de su distribución. Debe pensarse para páginas web, redes sociales, carteleras, actividades de extensión bibliotecaria, reuniones estratégicas, instituciones clave del territorio, medios locales y regionales, entre otras.

En consecuencia, contar con diferentes formatos es fundamental pues permite que el portafolio esté preparado para llegar a cualquier espacio. Un documento en línea, una infografía, un plegable o un video, son opciones válidas a la hora de poner en circulación el portafolio de servicios de una biblioteca.

Las herramientas para la elaboración de documentos en línea hacen posible la creación de portafolios de servicios en forma de presentaciones, infografías, revistas digitales, entre otras. Existen múltiples opciones para crear portafolios de servicios atractivos, entre ellas están: Piktochart, PowerPoint, Canva, Prezi, Easel.ly, Calameo e ISSUU.



También, es posible recurrir a la creación de piezas audiovisuales, como por ejemplo videos cortos, a partir del uso de fotos y mini videos dentro de plantillas preestablecidas. Para el caso de la elaboración del portafolio de servicios, estas herramientas permiten hacer presentaciones cortas y dinámicas incorporando sonidos, fotografías y videos. Para ello, Animoto y Stupeflix son dos recursos recomendados.



Actividad

Ahora que sabe en qué consiste, es momento de iniciar con el proceso de construcción del portafolio de servicios de su biblioteca. Tenga en cuenta los elementos presentados respecto a la forma y a la estructura del portafolio, e inicie la elaboración de sus contenidos; es muy importante que esta fase de redacción esté lista antes de avanzar en la definición de la forma que asumirá la pieza, esto le ahorrará tiempo y esfuerzo. Primero, entonces, defina muy bien los textos y las fotografías e imágenes a utilizar.





Actividad 4

Actividad 4: Herramientas TIC

Propósito: realizar un ejercicio práctico de aplicación de herramientas de trabajo multimedia para la promoción de los servicios de la biblioteca pública



La palabra herramienta tiene su origen en dos raíces latinas, la primera, *ferrum*, que significa hierro, y *mentum* que significa instrumento. El término nos lleva a una época en la cual todos los instrumentos usados por los artesanos estaban contruidos de hierro. Sin embargo, los tiempos cambian y hoy se hace alusión, con mucha frecuencia, a herramientas que no están, ni mucho menos, fabricadas de metal alguno, sino que son puramente intangibles, nos referimos a las herramientas tecnológicas.

Las herramientas digitales son tan diversas como sus usos, sin embargo, podríamos definirlos como todos aquellos programas que nos ayudan a realizar diversas actividades de producción, recuperación, almacenamiento, procesamiento y distribución de información y de contenidos de comunicación. En el caso de las bibliotecas, su uso potencia no solo el acceso a información de calidad, sino también el establecimiento de conexiones entre la biblioteca y sus usuarios. Las nuevas tecnologías hacen posible recibir opiniones o realizar consultas acerca de diversos temas, así como también producir piezas publicitarias que contribuyan a que las bibliotecas públicas comuniquen mensajes, proyecten una imagen positiva, promocionen lo que hacen, y divulguen sus servicios.





Creación de piezas promocionales

La realización de una pieza promocional está ligada, necesariamente, a consideraciones como la selección del tipo de pieza que se requiere (volantes, plegables, rompetaficos, separadores, objetos promocionales, etc.), la definición y gestión de los recursos necesarios para su producción, el diseño y su posible distribución.

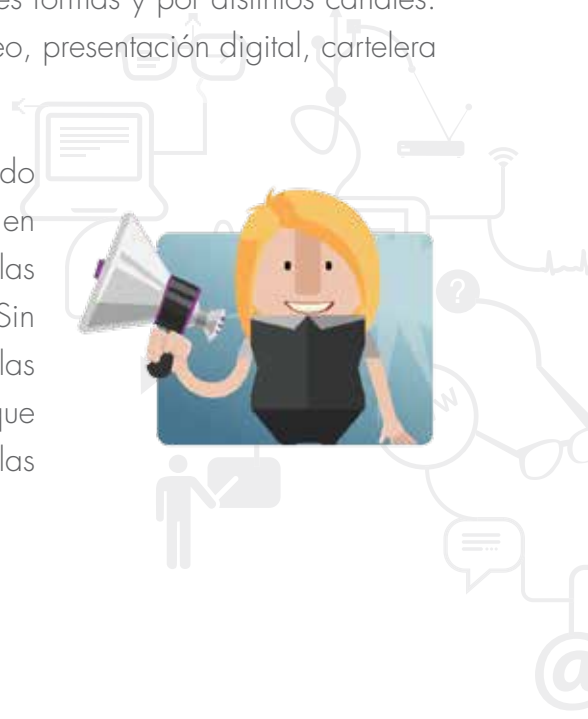
Tanto la producción como la divulgación de piezas promocionales pueden y deben ser apoyadas por miembros de la comunidad y por aliados como el GAB. Contar con el aporte de otros permite llegar a públicos diversos, tener puntos de vista más amplios, poner en consideración nuevas ideas, y facilitar el proceso de creación y edición de las piezas.

Recuerde que en la creación y divulgación de piezas promocionales, así como en todas las demás acciones que desarrolla la biblioteca, el GAB puede ser un aliado muy importante para el logro de los objetivos propuestos.



Como se ha visto, el portafolio de servicios es la principal pieza del **Plan de promoción y posicionamiento**, y si bien cuenta con una estructura definida, sus soportes pueden ser muy variados, toda vez que su propósito es llegar al público de múltiples formas y por distintos canales. En consecuencia, puede asumir la forma de plegable impreso, video, presentación digital, cartelera institucional, presentación multimedia, presentación web, etc.

Llevar el portafolio de servicios de la biblioteca al formato deseado supone conocer las opciones existentes para tal propósito y, en consecuencia, supone un ejercicio de experimentación con las herramientas que se encuentren a disposición en la biblioteca. Sin embargo, es importante tener claro que existe una diferencia entre las herramientas usadas para producir contenidos y las plataformas que pueden apoyar su divulgación. En esta primera parte, se revisan las opciones de producción de contenidos.



Creación de piezas gráficas

Una buena fotografía se puede convertir en un afiche, un volante, un fondo de pantalla o en parte de cualquier otra pieza gráfica. Para lograrlo es necesario tener un banco de imágenes de calidad y bien organizado, y seleccionar las mejores fotografías según lo que se requiera comunicar acerca de la biblioteca. También, existen bancos de imágenes libres de derechos que pueden ser usadas en cualquier pieza promocional de la biblioteca.



Recuerde que las fotografías de primeros planos, especialmente de los menores de edad, requieren siempre de la expresa autorización las personas o de sus responsables legales.



Hay una amplia gama de herramientas que permiten crear piezas gráficas mediante la edición de una determinada imagen, o integrar imágenes y textos en piezas de comunicación gráfica como afiches, volantes, carteleras digitales o infografías.

Dentro de estas herramientas tenemos:

Nombre	Descripción	Tipo
Picasion	Permite crear un archivo animado (gif) a partir de una secuencia de imágenes. Útil para presentaciones de PowerPoint, blogs o sitios web. http://picasion.com	Herramienta en línea
Wordle	Permite crear nubes de palabras a partir de un texto, configurar tipos de letra y diseños, y combinar colores. http://www.wordle.net	Herramienta en línea
Fotor	Permite la generación de collages a partir de un grupo de imágenes. http://www.fotor.com/es/	Herramienta en línea
Aviary	Editor de fotografías gratuito y en línea. Ofrece una amplia gama de posibilidades para el trabajo con imágenes, incluidos múltiples efectos. https://www.aviary.com/	Herramienta en línea
LunaPic	Editor de fotos gratuito, no requiere registro y permite múltiples posibilidades de transformación de las imágenes. http://www191.lunapic.com/editor/	Herramienta en línea

Nombre	Descripción	Tipo
Befunky	Editor de fotos y creador de collages en línea. https://www.befunky.com/es/	Herramienta en línea
Inkscape	Editor gráfico de vectores, gratuito y de código libre. Puede crear y editar gráficos vectoriales como ilustraciones, diagramas, líneas, gráficos, logotipos, e ilustraciones complejas.	Programa de PC
Gimp	Editor de imágenes digitales libre y gratuito. Permite trabajar con fotos y dibujos de forma avanzada, cambiar los formatos, crear fotomontajes e incluso imágenes animadas. Está disponible en español.	Programa de PC
Quozio	Creador de imágenes con texto o "Quotes"; útil para dar relevancia a una cita o una información breve. http://quozio.com/	Herramienta en línea
Recitethis	Creador de imágenes con texto o "Quotes"; útil para dar relevancia a una cita o una información breve. http://www.recitethis.com/	Herramienta en línea
Canva	Creador de diseños para imprimir o compartir en la red. Canva es sencillo, configurable y permite el uso de los recursos del sitio, así como también subir imágenes propias. https://www.canva.com/	Herramienta en línea
Piktochart	Herramienta de diseño para crear infografías, afiches, informes y presentaciones. https://piktochart.com/es/	Herramienta en línea
Easelly	Permite crear y compartir infografías creativas para distintos usos. http://www.easel.ly/	Herramienta en línea
Kaboompics	Banco de imágenes que se pueden descargar de forma gratuita. http://kaboompics.com/	Página web
Public Domain Clip Art	Banco de imágenes de dominio público clasificadas en colecciones. http://www.pdclipart.org/	Página web
Freepik	Una base de datos de íconos, imágenes vectoriales y fotografías, muchas de ellas libres. http://www.freepik.es/	Página web
Flaticon	Base de datos de íconos gratuitos en diferentes formatos. http://www.flaticon.com/	Página web
Prezi	Servicio en línea que permite crear presentaciones muy visuales. Es una herramienta gratuita, pero requiere registro. https://prezi.com/	Servicio en línea
Issuu	Servicio en línea que permite visualizar diferentes materiales digitalizados de forma realista y personalizable. Es ideal para crear revistas digitales a partir de archivos pdf. https://issuu.com/	Servicio en línea
Calameo	Una opción para la creación de revistas digitales a partir de documentos e incluye posibilidades de edición de los contenidos. https://en.calameo.com/	Servicio en línea

Creación de piezas audiovisuales

La promoción de la biblioteca no solo se realiza por medio de comunicaciones gráficas, también es posible diseñar y crear piezas de audio y video que permitan a las personas conocer las actividades que se desarrollan en la biblioteca pública o en los espacios y colecciones que esta posee.



La creación de una cuña, un video tutorial, un programa radial o de televisión, una emisora por Internet, un audio cuento, una guía turística, una recopilación de coplas o dichos populares, un recital poético, un *booktrailer*, o cualquier otro material audiovisual, no solo ayuda a promocionar la biblioteca, también aporta al conocimiento de la historia, la cultura, los sitios de interés o cualquier otro aspecto de un determinado municipio; en ese sentido, es clave el **licenciamiento** de las piezas que se producen, en consonancia con las orientaciones del Módulo 1, para que los productos comunicacionales de la biblioteca se puedan hacer públicos y circulen más fácilmente.

La creación de piezas audiovisuales puede realizarse mediante diferentes herramientas, lo más importante es tener muy claro lo que se quiere comunicar, de modo que pueda elegirse la opción más adecuada.

Con una conexión buena a Internet, una cámara y una computadora, puede incluso transmitirse en vivo un evento organizado por la biblioteca, a través de YouTube, para que este sea disfrutado por cualquier persona alrededor del mundo o para que pueda ser descargado y compartido por todos. Solo es necesario estar dispuesto a experimentar con los recursos tecnológicos existentes en la biblioteca y a sorprender a la comunidad con los increíbles resultados que pueden producirse con diferentes herramientas TIC.

Dentro de las mejores opciones para producir piezas audiovisuales están:

Nombre	Descripción	Tipo
Audacity	Editor de sonido gratuito que permite grabar, editar y mezclar audios. Tiene una versión en español, e incluso cuenta con una versión portable para poder usarlo sin tener que instalarlo en el equipo. http://www.audacityteam.org/	Programa de PC
Ocen Audio	Programa multiplataforma con el que es posible editar archivos de audio. Cuenta con un espectrograma que facilita la visualización. https://www.ocenaudio.com/	Programa de PC
Hay-Wave	Sencilla herramienta en línea para editar audio que ofrece la opción de añadir efectos. https://wav.hya.io	Herramienta en línea

Nombre	Descripción	Tipo
123APPS	En este sitio web se encuentran múltiples herramientas para la edición de audio, todo en español, gratis y en línea. Aquí puedes grabar, cortar, mezclar o convertir pistas de sonido, e incluso extraer el sonido de una pista de video. http://123apps.com/es/	Sitio web
Apowersoft	Desde esta página web puede accederse a una amplia gama de herramientas para la captura y la edición de audio y video. Incluso es posible realizar grabaciones de pantalla como las que se realizan en los tutoriales. http://www.apowersoft.es/	Sitio web
YouTube	Este sitio web cuenta con un editor de video fácil de usar y una extensa base de datos de pistas de audio que pueden ser usadas de forma libre. Desde el editor, es posible compartir el video a través del canal de YouTube. Incluso es posible la transmisión de video en vivo por Internet. https://www.youtube.com/editor	Sitio web
Windows Movie Maker	Programa de edición de video para Windows. Su descarga es gratuita y permite la creación de videos utilizando imágenes, videos, pistas de audio y textos. http://go.microsoft.com/fwlink/?LinkID=255475	Programa de PC
Filmora	Permite la creación y edición de videos. El programa tiene una versión gratuita y una de pago, la diferencia está en la presencia de marcas de agua en la versión gratuita. Su interfaz está en español. https://filmora.wondershare.es/	Programa de PC
Freemake	Programa gratuito que permite la edición de archivos de video y pistas de audio. Recortar, girar, extraer sonido, convertir a otros formatos son acciones que se pueden realizar con este programa. http://www.freemake.com/es/	
Spreaker	Permite crear programas radiales para transmitir en <i>streaming</i> o grabar para reproducir en otros dispositivos. Es una excelente opción para crear emisoras por Internet. https://www.spreaker.com/	Sitio web
ZaraStudio	Este proyecto tiene disponibles varias herramientas libres para la producción y la automatización de emisoras en Internet. http://www.zarastudio.es/	Herramienta en línea
VivaVideo	App para la edición de videos y diapositivas, funciona sobre la plataforma android desde teléfonos inteligentes.	Herramienta en línea
Stupeflix	Permite la creación de videos en línea de forma sencilla, con video, texto, música o imágenes. Cuenta con un conjunto de plantillas libres para cada video y permite descargar y compartir libremente los resultados. La aplicación está disponible en español. https://studio.stupeflix.com/es/	Herramienta en línea
Moovly	Permite crear videos y presentaciones animadas utilizando los recursos de la plataforma o imágenes, videos o pistas de audio propias. Las piezas creadas pueden ser compartidas y exportadas de forma instantánea. https://www.moovly.com/	Herramienta en línea
Storybird	Herramienta para promover actividades de escritura a partir de imágenes. Permite crear cuentos ilustrados y compartirlos en la red. https://storybird.com/	Herramienta en línea

El blog: un espacio para crear

Un blog es una página web que aloja artículos breves acerca de diversos temas de interés para el público y al cual se agregan continuamente nuevas publicaciones. La palabra en inglés para referirse a cada una de estas publicaciones es "post", que equivale a "publicaciones".



Dentro de un blog es posible no solo compartir un texto, sino también publicar audios, imágenes o videos, así como agregar enlaces que permitan el acceso a contenidos de otros sitios web. Existen múltiples plataformas para crear un blog y la mayoría son de carácter gratuito. Dentro de las plataformas más conocidas se encuentran Blogger, Wordpress, Weebly y Blog.

La creación de un blog es una excelente opción para las bibliotecas públicas que carecen de una página web, pues les permite compartir sus contenidos e información. Como espacio de publicación, un blog posibilita el despliegue de la creatividad del bibliotecario y la centralización de los contenidos que produce la biblioteca pública. Cuando la gestión del blog se articula con un buen manejo de redes sociales dedicadas a divulgar contenidos de la biblioteca, se logran importantes resultados en la labor de promoción y posicionamiento.

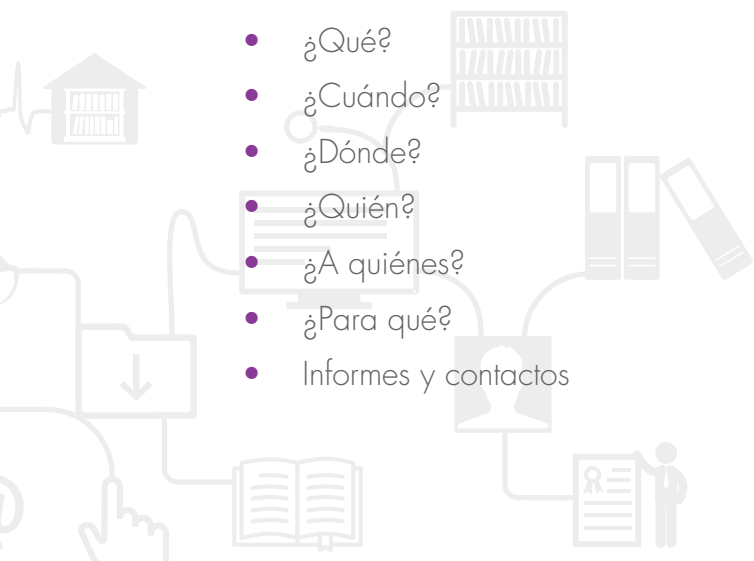
Recomendaciones para informar y comunicar en las piezas promocionales

En términos generales, existen dos tipologías de piezas promocionales: aquellas piezas que informan, publicitan, invitan y anuncian, y aquellas piezas que cuentan, documentan, registran, narran.

Las piezas que informan, publicitan, invitan y anuncian se utilizan para comunicar lo que va a suceder o lo que sucede todo el tiempo. Las piezas que cuentan, documentan, registran, narran se usan para comunicar lo que ha pasado, y que estuvo muy bien.

Para informar, publicitar, invitar y anunciar, recuerde responder en la pieza promocional las siguientes preguntas, y utilizar un lenguaje emotivo y creativo en su elaboración:

- ¿Qué?
- ¿Cuándo?
- ¿Dónde?
- ¿Quién?
- ¿A quiénes?
- ¿Para qué?
- Informes y contactos



Para contar, documentar y registrar, recuerde responder las siguientes preguntas y utilizar un lenguaje informativo y narrativo:

- ¿Qué se hizo?
- ¿Cuándo fue?
- ¿Dónde fue?
- ¿Quiénes estuvieron?
- ¿Cuántos estuvieron?
- ¿Qué resultados se obtuvieron?
- ¿Qué testimonios tenemos?
- ¿Qué imágenes quedaron?
- Informes y contactos



Actividad 1

A partir de la información anterior, desarrolle un ejercicio de creación de piezas promocionales para su biblioteca pública; puede producir un video, un gráfico o un audio, lo importante es que la pieza promocióne su biblioteca o alguno de sus servicios o actividades, de acuerdo con los objetivos trazados en el **Plan de promoción y posicionamiento**.

Las redes sociales

El concepto “social media” precede, incluso, a la Internet y a las herramientas tecnológicas, aunque el término no era popular y globalmente conocido en el pasado. Se trata, entonces, de la producción de contenidos de manera descentralizada y sin el control editorial de los grandes grupos. Dicho de otro modo, es la producción de muchos para muchos.

Las múltiples “herramientas de los medios sociales” son sistemas en Internet diseñados para posibilitar la interacción social a partir del intercambio de mensajes y de la creación, en colaboración, de contenidos en diversos formatos. Las redes sociales permiten la publicación de contenidos por parte de cualquier persona, con una notable reducción en el costo de producción y distribución, lo que democratiza la participación y moviliza la acción comunicativa de las personas y los grupos sociales.

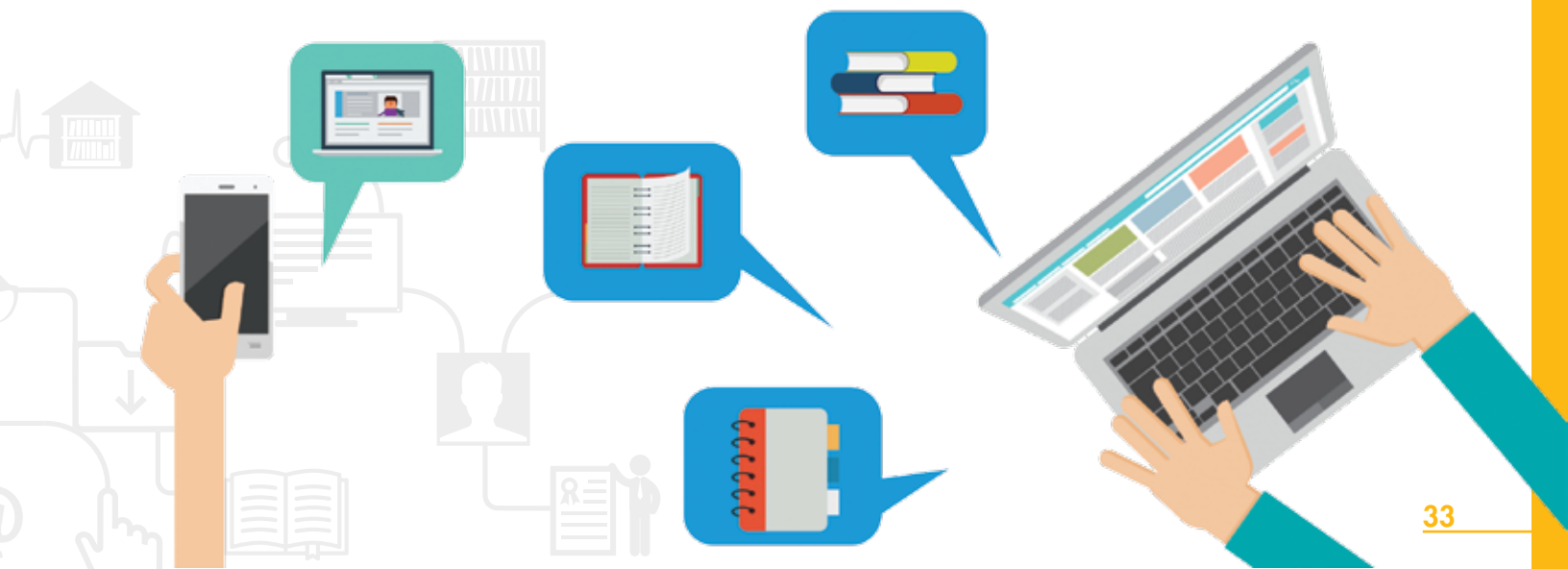
Las bibliotecas de hoy cuentan con muchas herramientas para promocionar sus servicios. El uso creciente de dispositivos electrónicos, las herramientas digitales y los sitios de la web social potencian el alcance de sus mensajes y les permiten llegar a más y más personas.

Promocionar los servicios bibliotecarios mediante las TIC significa, por tanto, aprovechar los **nuevos canales** de divulgación para dar a conocer los programas, los espacios y las actividades que se ofrecen a los usuarios en las bibliotecas públicas. Es así como, por ejemplo, si antes era preciso recurrir a las carteleras, las visitas a las escuelas y el “voz a voz” para promocionar una franja de lectura como la hora del cuento, ahora a esos medios de convocatoria se suman archivos electrónicos compartidos en las pantallas informadoras, el envío de mensajes a través de correos electrónicos, entradas en blogs y microblogs, y publicaciones sistemáticas en redes sociales.

Así, al generar contenidos y presentaciones digitales, compartir fotos o textos relacionados con los servicios bibliotecarios por la web e interactuar con los usuarios por medio de la red, la biblioteca pública logra posicionarse en la vida de los usuarios, no solo cuando la visitan físicamente sino a partir de la interacción digital.

Las tecnologías no solo permiten acceder a contenidos diversos, también hacen más fácil compartir los resultados de las actividades creativas que desarrollan las personas. La biblioteca pública tiene entonces en las diferentes redes sociales un medio para conectarse con las personas y para promover el encuentro entre los miembros de una comunidad. Un *booktrailer* en el que se muestra un libro que forma parte de la colección de la biblioteca, un video que promociona los lugares más interesantes de un municipio, un audio que recoja la riqueza oral de un territorio, no solo son piezas que promocionan la biblioteca pública, sino también contenidos que hacen que las personas descubran en sus expresiones culturales aquellos elementos que los integran, que los unen, que los identifican y que los convierten en una comunidad.

Mediante las tecnologías puede potenciarse la capacidad de la biblioteca para tejer relaciones entre los miembros de una comunidad, unir personas, descubrir historias y movilizar el capital social de los municipios.



Las redes sociales más utilizadas por las bibliotecas públicas

Facebook: incluye funcionalidades de otros sitios web diferentes. Por medio de este, por ejemplo, es posible montar bases de seguidores (como con Twitter), y realizar publicaciones sin límite de caracteres. A esto se le suma también la posibilidad de agregar fotos, videos, enlaces, y de utilizar diferentes aplicaciones (juegos, animaciones, textos editoriales). Además de comentar publicaciones realizadas por terceros, Facebook permite que los usuarios puedan hacer clic en los botones llamados “Me gusta” para indicar que contenido les agrada.



En este medio se centraliza la comunidad, y están a la vista imágenes, videos, conversaciones y comentarios. El perfil de los usuarios permite identificar hábitos, preferencias, grupos, eventos y compartir fotografías. Los comentarios y “likes” están a la vista de personas que muchas veces no pertenecen al mismo grupo, por lo tanto la divulgación de cada publicación es mayor. Facebook es la red más versátil para publicar los contenidos propios de las bibliotecas públicas, tanto de sus programaciones y agendas como de sus resultados y proyectos.

Facebook es una red social concebida para vincular personas; por tanto, instituciones como las bibliotecas públicas no pueden crear perfiles allí. Para las organizaciones, la red social cuenta con las “Fan Page”, que además de hacer más visible la información, permiten desarrollar acciones constantes de medición.

Twitter: se trata de una herramienta de microblog que permite que los usuarios publiquen mensajes cortos (de hasta 140 caracteres) para expresar opiniones acerca de los temas de su preferencia. Dentro de la red, cada usuario puede escoger “seguir” a otros usuarios; es decir, hacer seguimiento de sus publicaciones en Twitter. Cada vez que un determinado usuario realiza una publicación, todas las personas que hayan escogido seguirlo tienen acceso a ese mensaje, lo que genera una red cruzada de formación de opinión que, hoy, alcanza a centenas de millones de usuarios en todo el mundo.

Twitter es una herramienta para compartir información en tiempo real (pensamientos, opiniones y posturas), hacer contacto con aliados, compartir noticias, interactuar con los seguidores y crear temas de moda (tendencias - TT). Los seguidores comparten temas y crean comunidad por medio de mensajes que deben ser relevantes y estar muy bien escritos. Cada mensaje tiene un límite de caracteres, de modo que el titular debe resultar llamativo, claro, conciso y muy creativo para cautivar la atención y propiciar su difusión. Los mensajes pueden acompañarse moderadamente de etiquetas asociadas al tema publicado para que sean observados por más lectores.

Mediante esta red, las bibliotecas pueden invitar a sus seguidores a participar de sus programaciones y a compartir contenidos e invitaciones de otras organizaciones, así como poner en circulación su opinión acerca de temas de interés relativos al sector de la lectura y las bibliotecas públicas.

YouTube: red dedicada exclusivamente a los videos. Permite que los usuarios puedan publicar, visualizar y compartir videos gratuitamente. Actualmente, YouTube es la mayor videoteca existente en el mundo, con extractos de películas, trailers y un sinnúmero de filmaciones personales acerca de todos los temas. Este canal de almacenamiento de videos es complemento y fuente audiovisual de las redes de contenido textual. Para tener mayor difusión, los contenidos de este canal se deben replicar en otras redes.

Los videos compartidos por esta red pueden ayudar a divulgar todo el acontecer de las bibliotecas públicas, siempre que se realicen videos informativos, promocionales, documentales, entre otros.

Flickr: es una red para el almacenamiento y el intercambio de fotografías, y se puede aprovechar como un banco de recursos fotográficos para periodistas y emisores de información. Este canal permite almacenar y descargar fotografías en alta resolución y es accesible desde cualquier dispositivo. Las fotografías pueden estar almacenadas de acuerdo con diferentes parámetros como tema, cronología, alcances, entre otros.

Esta red permite la organización de colecciones de imágenes y la promoción, por medio de fotografías, de lo que es y hace la biblioteca pública.



Principios de comunicación para la gestión de las redes sociales de una biblioteca pública

La información compartida por la biblioteca en redes sociales no solo debe ser de calidad, sino que además debe ser comprensible para el público al que se dirige y se debe actualizar de forma permanente, de modo que pueda mantener el interés de sus seguidores.

También, debe considerar un conjunto de lineamientos editoriales para lograr una gestión eficiente. Así:

Brevedad: no puede confundirse con transmitir información incompleta; la brevedad se refiere en este caso a la contundencia y la eficiencia en la presentación de los mensajes. En Internet, la mejor manera de garantizar que el ciclo de la información se complete no se logra con la publicación de textos explicativos o descriptivos, sino con contenidos simples, fáciles, directos, propositivos, y con una extensión razonable.

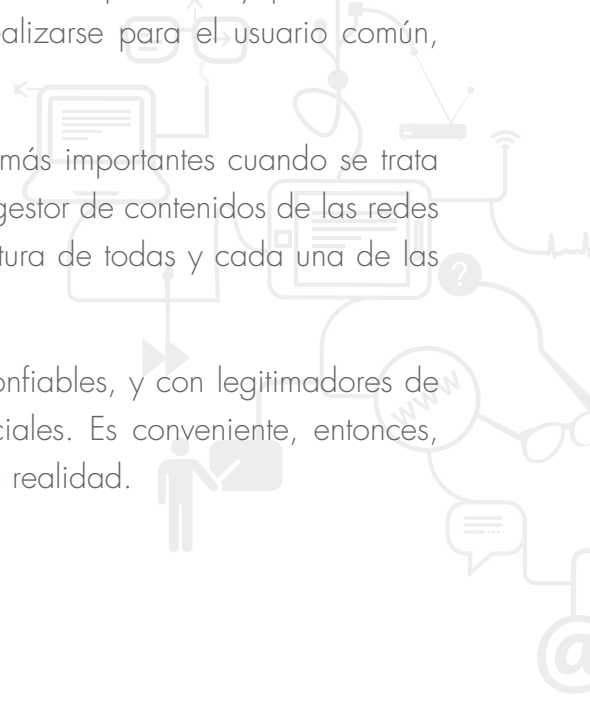
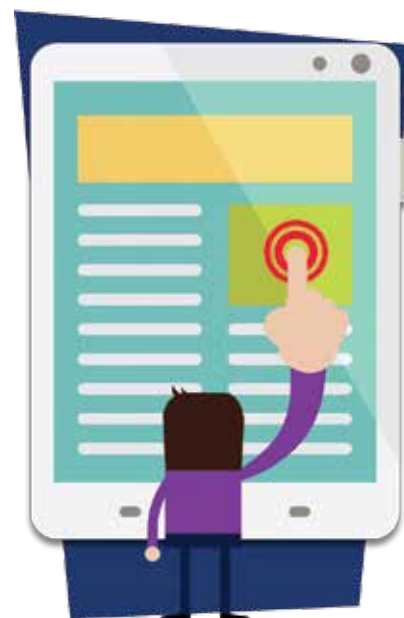
Veracidad: la publicación de contenidos en las redes sociales de la biblioteca pública debe estar fundamentada en la verdad y en la veracidad de los datos.

Tono: se privilegia un tono cercano, inspirador, cálido, amable y social. El tono determina las relaciones que se pueden generar en la comunidad, y define la posibilidad de aumentar interlocutores y seguidores para la biblioteca pública. Es vital alejarse de formalismos, protocolos, jergas y tecnicismos, aunque sin caer en las expresiones coloquiales.

Proximidad: por su naturaleza, una red social debe aproximar a las personas y promover su participación. El contenido de cada uno de los perfiles debe realizarse para el usuario común, evitando términos complejos y alejados de su realidad.

Ortografía: el uso correcto del lenguaje es una de las variables más importantes cuando se trata de liderar y de construir una comunidad en red. En ese marco, el gestor de contenidos de las redes sociales de una biblioteca pública debe verificar la correcta escritura de todas y cada una de las palabras que se utilizan en una u otra publicación.

Credibilidad: el uso de contenidos con fuentes de información confiables, y con legitimadores de opinión, genera valoraciones especiales dentro de las redes sociales. Es conveniente, entonces, mantener y publicar comunicaciones creíbles y argumentadas en la realidad.



Estilo y estética: las publicaciones en las redes sociales deben mantener un respeto por los aspectos formales del lenguaje, así como por los aspectos básicos del uso de imágenes. Cada gráfico debe contar con criterios mínimos de calidad en términos de estética visual.

Institucionalidad: citar en las publicaciones los aportes y apoyos de las diferentes instituciones (como por ejemplo, Alcaldía Municipal, Gobernación Departamental, Ministerio de Cultura de Colombia, Biblioteca Nacional, Red Nacional de Bibliotecas Públicas) es fundamental.

Derechos de autor: citas, imágenes y textos que pertenezcan a otro autor u organización deben llevar los créditos correspondientes, en consonancia con el Derecho de Autor.

Categorías temáticas y editoriales para la publicación de contenidos en las redes sociales de una biblioteca pública

Si bien cada biblioteca asumirá las categorías que considere importantes para sus seguidores, es fundamental que estas sean producto de una reflexión consciente, pues construirán la imagen de la biblioteca en las redes sociales. Algunas categorías recomendadas son las siguientes:



Categorías	Descripción
Actualidad de la biblioteca pública	Todo lo que sucede en la biblioteca pública en términos de programación educativa y cultural: cursos, talleres, concursos, festivales, encuentros, reuniones, horarios.
Servicios de la biblioteca pública	Todo lo relacionado con la oferta de servicios de la biblioteca pública. Invitaciones a los usuarios, cambios o innovaciones en los servicios bibliotecarios, nuevos proyectos en los servicios.
Lo que hace la biblioteca pública	Resultados de los programas, servicios, proyectos, eventos y actividades que adelantan las bibliotecas públicas, y que hablan de su gestión.
Historias de vida en la biblioteca	Historias que representen el impacto de las bibliotecas públicas en la vida de las personas. Testimonios de usuarios en distintos formatos.
Testimonios que inspiran	Referencia al trabajo de personas, organizaciones, grupos comunitarios, que desarrollen acciones para el fortalecimiento de las bibliotecas públicas.



Categorías	Descripción
Oportunidades para bibliotecas	Convocatorias, premios, talleres, entre otros, que estén abiertos para el sector de las bibliotecas públicas.
Contenidos de la biblioteca	Contenidos digitales que sean resultado del trabajo realizado por las bibliotecas públicas. Producciones de la biblioteca o de los usuarios de la biblioteca.
Innovando en la biblioteca	Ejemplos de servicios innovadores con el uso de TIC desarrollados en las bibliotecas públicas.
Recomendados de las bibliotecas	La biblioteca pública puede recomendar libros, ensayos, películas a sus seguidores y lectores.
Avances y logros de la biblioteca	Se puede hacer referencia a logros de la biblioteca pública: dotaciones recibidas, premios, capacitaciones realizadas por el personal bibliotecario, estímulos obtenidos, entre otros.

Gestión de contenidos en las redes sociales de una biblioteca pública

Es fundamental establecer, en cada una de las redes sociales, el volumen de contenido que se maneja, el tono y otras recomendaciones específicas; lo anterior, aporta a la planeación editorial de los medios sociales y a la gestión objetiva del contenido en la red.

Las redes de una biblioteca pública deben estar relacionadas unas con otras para complementarse entre sí, cada una con una función y una interacción diferente, por eso se recomienda que el propio ecosistema de redes se interrelacione. Es decir, si para una determinada publicación fue utilizado un video, ese video debe estar publicado en YouTube e integrarse en otros espacios en Internet propios de la biblioteca pública (blog, página de la Alcaldía Municipal).



A continuación, algunas recomendaciones para la correcta gestión de contenidos en redes sociales:

Red Social	Volumen de Contenido	Recomendaciones para el contenido	Observaciones
Facebook	1 publicación por día hábil	<ul style="list-style-type: none"> » Invitación a la interacción (comparta, vea, disfrute, participe, etc.) » Tono emotivo e inspirador, que involucre al usuario en el tema » Textos de presentación de, como máximo, 250 caracteres 	<ul style="list-style-type: none"> » Al menos una imagen por publicación » Posibilitar el enlace con otras redes sociales de la biblioteca pública » Procurar el uso de hipervínculos de ampliación de información » Privilegiar el uso de contenidos audiovisuales y multimedia » Publicar contenidos variados asociados a la biblioteca
Twitter	1 a 2 publicaciones por día hábil	<ul style="list-style-type: none"> » Invitación a la interacción (retuitee, lea más, comparta) » Tono emotivo e inspirador, que involucre al usuario en el tema » Textos de, como máximo, 130 caracteres (para que los usuarios comenten, compartan o agreguen enlaces) 	<ul style="list-style-type: none"> » Enlace para que el usuario vea más información » Publicar contenidos variados asociados a la biblioteca
YouTube	Mínimo uno por mes	<ul style="list-style-type: none"> » Descripción completa del video en un tono más formal » Título atractivo para el video » Creación de listas de videos en el canal 	<ul style="list-style-type: none"> » Posibilidad para incluir el video liberado para los usuarios » Permitir el enlace con otras redes sociales de la biblioteca pública » Publicar videos con contenidos variados asociados a la biblioteca
Flickr	Mínimo dos galerías de imágenes por mes	<ul style="list-style-type: none"> » Descripción completa de los álbumes de imágenes » Realización de álbumes de diversos temas asociados a la biblioteca (servicios, espacios, usuarios, extensión bibliotecaria) 	<ul style="list-style-type: none"> » Posibilidad para incluir las imágenes liberadas para los usuarios » Permitir el enlace con otras redes sociales de la biblioteca pública » Publicar imágenes de temas diversos asociados a la biblioteca

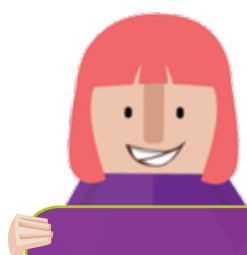
Recomendaciones para la publicación de contenidos en las redes sociales de una biblioteca pública

En términos generales, una publicación en redes sociales exige el uso de imágenes de calidad e incluir los créditos correspondientes cuando las imágenes y los contenidos lo requieran; es importante mantener la unidad en el uso de logos y elementos de identidad gráfica, pues esto contribuye a transmitir una imagen de solidez y confianza de la biblioteca pública.

Es necesario prestar atención a la ortografía y a la redacción de los textos; además, es importante ser concisos en el mensaje, agregando enlaces para que las personas interesadas puedan ampliar la información. Otras recomendaciones específicas para las redes sociales son:

Facebook:

- En Facebook no deben crearse perfiles para la biblioteca; en su lugar, deben crearse páginas de seguidores o "Fan Page".
- Usar títulos para las publicaciones.
- Escribir una frase de presentación de la publicación; en casos especiales, se pueden añadir un par de frases adicionales.
- Procurar la publicación de videos y contenidos multimedia.



En este enlace se presenta, paso a paso, el proceso de creación de un Fan Page.
<http://bit.ly/2bSnipH>

Twitter:

- Escribir mensajes precisos y objetivos en los 140 caracteres.
- Utilizar acortadores de direcciones para los enlaces.
- Para obtener retweets, se debe dejar el espacio suficiente en los 140 caracteres.
- Al hacer un retweet, es pertinente mencionar el original.
- Enviar mensajes de bienvenida a cada nuevo seguidor.

Los mensajes se componen de un texto, a modo de titular, cuando sea apropiado, y llevarán también una etiqueta o hashtag, introducida con el símbolo #. A saber: Texto + enlace acortado + #hashtag

Tipos de contenidos que se pueden publicar en las redes sociales de una biblioteca pública

En las redes sociales de una biblioteca se pueden publicar contenidos de la siguiente tipología:



- Noticias
- Invitaciones
- Bibliotecas virtuales



- Perfiles
- Ponencias
- Editoriales



- Infografías
- Reseñas bibliográficas
- Campañas



- Eventos
- Citas o frases
- Reportajes gráficos



- Artículos
- Notas periodísticas
- Videos



- Crónicas
- Multimédias



Públicos objetivos en las redes sociales de una biblioteca pública

Cada biblioteca definirá cuáles son los públicos que le interesa impactar mediante sus redes sociales, y desarrollará las gestiones pertinentes para lograrlo. Existen diferentes públicos objetivos: los estudiantes, los docentes, los padres de familia, etc., pero cada biblioteca es responsable de definir los suyos, y de hablarles con precisión.



Actividad 2

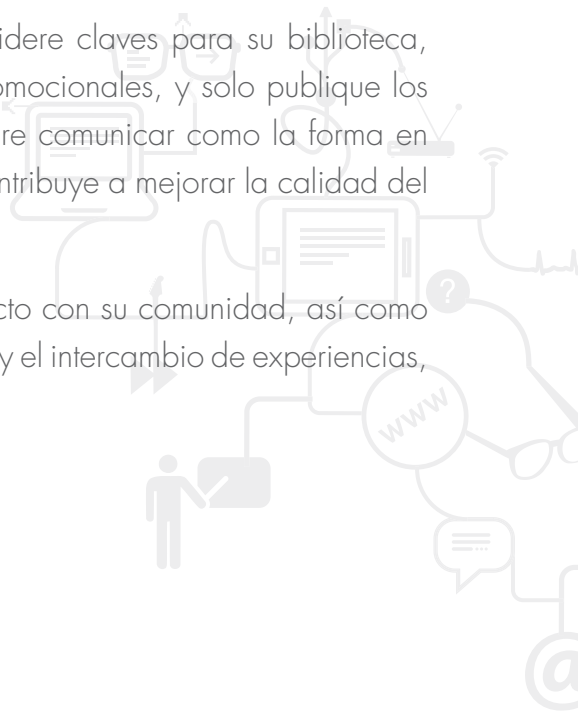
Ahora, examine el caso de su biblioteca e identifique las redes sociales con las que cuenta, los criterios de publicación que sigue y la periodicidad de actualización de sus contenidos. A partir de este examen, podrá elaborar un cuadro que consolide la información, y le permita avanzar en la creación o el fortalecimiento de la presencia de la biblioteca en las diferentes redes sociales.

Actividad final de socialización

Una vez desarrolladas las diferentes piezas promocionales de la biblioteca, es momento de compartir, no solo los productos, sino también la experiencia vivida en este proceso de creación. Recuerde que antes de publicar cualquier tipo de pieza promocional, es importante permitir que otras personas la examinen, esto asegura que lo publicado esté libre de ciertos errores que comúnmente escapan a quien diseña y escribe.

Invite siempre a los miembros del GAB, o a los actores que considere claves para su biblioteca, a participar del diseño, la creación y la revisión de sus piezas promocionales, y solo publique los materiales cuando tenga la certeza de que tanto aquello que quiere comunicar como la forma en que lo comunica, son pertinentes. Esta sencilla norma de acción, contribuye a mejorar la calidad del resultado final.

Recuerde que usted no está solo, procure siempre establecer contacto con su comunidad, así como con otros bibliotecarios de la región y el país. El trabajo colaborativo y el intercambio de experiencias, son fundamentales para hacer que su trabajo sea cada vez mejor.



Autoevaluación

La evaluación de esta formación busca que usted desarrolle las competencias esperadas con la práctica constante de lo aprendido en la ejecución diaria de su labor. El nivel de dominio que usted alcance en cada competencia, dependerá del compromiso con que asuma su aprendizaje.

Para la **autoevaluación**, haga una valoración reflexiva de su proceso de aprendizaje, la cual le indicará los aspectos en los que está fortalecido y los aspectos en los que debe hacer refuerzos para mejorar el desempeño de su rol. Apóyese en las afirmaciones que encuentra a continuación, marque **SÍ** en el caso que cumpla con lo afirmado, o marque **NO** en el caso contrario.

Competencia 1: Entiende la importancia de la promoción sistemática para lograr el posicionamiento de la biblioteca pública.	SÍ	NO
Reconozco el valor de la promoción dentro de la gestión bibliotecaria para lograr el posicionamiento de mi biblioteca pública.		
Competencia 2: Comprende y aplica los elementos esenciales que componen el Plan de promoción y posicionamiento de una biblioteca pública.	SÍ	NO
Aplico los elementos fundamentales para crear el Plan de promoción y posicionamiento de mi biblioteca pública.		
Reconozco el portafolio de servicios como un medio de divulgación y promoción de una biblioteca pública.		
Comprendo los elementos básicos que componen el portafolio de servicios de una biblioteca pública.		
Competencia 3: Usa diversos formatos, medios, canales y mensajes de comunicación para la promoción y el posicionamiento de la biblioteca pública.	SÍ	NO
Utilizo herramientas TIC para elaborar el portafolio de servicios de la biblioteca en formato digital.		
Aplico los conceptos de promoción, posicionamiento, público objetivo y estrategia de comunicación para la comunicación de los servicios de la biblioteca.		
Uso diferentes herramientas multimedia para la promoción de los servicios y el posicionamiento de la biblioteca pública.		
Reconozco las posibilidades que ofrecen las redes sociales como instrumento que potencia la conexión entre la biblioteca y su comunidad.		





Promoción

Se refiere al conjunto de comunicaciones integradas de marketing que desarrolla una organización (la biblioteca pública) en procura de lograr el reconocimiento por parte de sus públicos de interés, construir una imagen positiva de “marca” o implementar un cambio de pensamiento.

Posicionamiento

Consiste en la forma como unos grupos de interés definen y califican una organización a partir de sus atributos, beneficios, servicios o ideas; es decir, el lugar que ocupa una organización, en este caso las bibliotecas públicas, en la mente de sus públicos de interés, en relación con otra tipología de organizaciones o de alternativas similares.

Meta

Una meta es el fin hacia el que se dirigen las acciones. Por tal razón, debe estar relacionada con los objetivos que persigue. Para efectos del seguimiento y la evaluación, es ideal que las metas sean fácilmente medibles y cuantificables.

Misión

Se entiende por misión de la biblioteca pública el objetivo principal bajo el cual se constituye esta entidad. Es una declaración de su objetivo central, de su razón de ser en el marco de su contexto específico y de la comunidad a la que sirve.

Visión

La visión de la biblioteca es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen un marco de referencia de aquello que la institución quiere conseguir y espera alcanzar en el futuro.

Estrategia

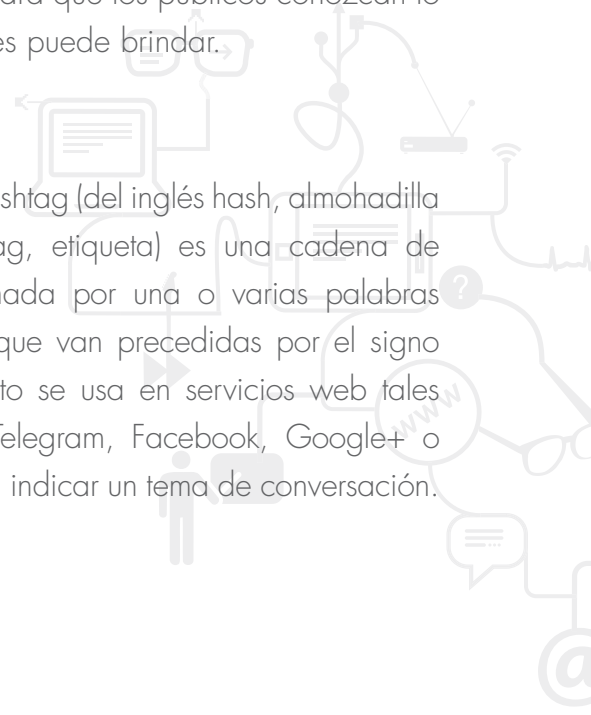
Las estrategias se entienden como los métodos a desarrollar para cumplir un determinado objetivo, puede afirmarse que corresponden al cómo se van a lograr los objetivos. Una estrategia siempre debe formularse en relación con ciertos objetivos y en función del logro de una determinada meta.

Portafolio de servicios

Es la pieza de comunicación más importante del plan de promoción, en ella se incluye la información básica y necesaria de una organización para que los públicos conozcan lo que esta es y les puede brindar.

Hashtag

Una etiqueta hashtag (del inglés hash, almohadilla o numeral y tag, etiqueta) es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas que van precedidas por el signo numeral (#). Esto se usa en servicios web tales como Twitter, Telegram, Facebook, Google+ o Instagram, para indicar un tema de conversación.



Público objetivo

Destinatario de una acción de promoción desarrollada por la biblioteca pública.

Usuario tipo

Personas a las cuales se dirige un determinado servicio o actividad de la biblioteca pública.

Herramientas digitales

Las herramientas digitales son tan diversas como sus usos; sin embargo, podríamos definir las como todos aquellos programas que nos ayudan a realizar diversas actividades de producción, recuperación, almacenamiento, procesamiento y distribución de información y comunicaciones.

GIF

La extensión .gif corresponde a Graphics Interchange Format: formato de compresión de imágenes que hace posible crear imágenes y animaciones que pueden visualizarse en diferentes programas y plataformas.

Licencia

En el campo de la propiedad intelectual, una licencia es un acuerdo gracia en el cual una persona otorga a otra el derecho a usar, copiar, distribuir o modificar, un producto del que es propietario. Este permiso puede incluir o no el pago de un monto determinado.

Freeware

Tipo de licencia de software en la que se autoriza el uso gratuito de un programa.

Shareware

Tipo de licencia de software que autoriza la distribución gratuita de un programa.

Software libre

Licencias de software caracterizadas por autorizar no sólo el uso sino también la modificación de un determinado programa. De acuerdo con la propuesta de Richard Stallman, el software libre debe garantizar 4 libertades: uso, estudio, distribución y mejora.

Blog

Es una página web que aloja artículos breves sobre diversos temas de interés para el público y a la cual se agregan continuamente nuevas publicaciones. La palabra en inglés para referirse a cada una de estas publicaciones es "post", que equivale a "publicaciones".



 **Biblioteca Nacional de Colombia**

 **@BibliotecaNalCo**

 **Biblioteca Nacional de Colombia**

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍA EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Cartilla de Autoformación para Bibliotecarios

República de Colombia, Ministerio de Cultura, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá. Octubre de 2016

Preprensa e Impresión: Zetta Comunicadores

Impreso en Colombia, 2016





Biblioteca Pública



Este programa está organizado en tres módulos básicos por medio de los cuales usted reflexionará acerca de la biblioteca pública y desarrollará las competencias básicas necesarias para fortalecer los servicios y programas de su biblioteca. Lo anterior, a partir del uso y la apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Módulo 1: Biblioteca Pública Conectada

Módulo 2: Servicios bibliotecarios que unen comunidades

Módulo 3: Promoción y Posicionamiento de Bibliotecas Públicas