

La promoción de la biblioteca pública

Contenido

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

LA PROMOCIÓN DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA

IMAGEN QUE PROYECTA LA BIBLIOTECA PÚBLICA

Condiciones físicas

Organización interna y prestación de servicios

LA IMPORTANCIA DEL BIBLIOTECARIO EN LA PROMOCIÓN

EL PROCESO DE LA PROMOCIÓN

1. Programación

Grupo objetivo

Aspectos de la biblioteca pública

La existencia de la biblioteca

Los servicios

Las colecciones

Las actividades de fomento a la lectura

Medios de promoción

Gráficos

Mantas y carteles

Impresos

Folletos y trípticos

Volantes

Invitación a domicilio

Verbales

Invitación escolar

Pláticas comunitarias

Voceo

Comunicación masiva

Radio, televisión y prensa

Lugares para la promoción

Fechas para la promoción

2. Desarrollo

Elaboración de los medios de promoción

Distribución de los medios de promoción

3. Seguimiento

APÉNDICE

Instrucciones de llenado del programa de promoción

Presentación

El óptimo funcionamiento de una biblioteca es el resultado de toda una diversidad de actividades relacionadas con el adecuado manejo de sus múltiples elementos y recursos. Cada una de esas actividades requiere conocimientos específicos, que una buena práctica fija y enriquece para contribuir al mejoramiento constante del bibliotecario, uno de los pilares de la calidad de la biblioteca y sus servicios.

Para introducir al bibliotecario al dominio de estos conocimientos y habilidades, la Dirección General de Bibliotecas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes publica estas series de manuales, instructivos y reglamentos que apoyan los talleres y cursos de capacitación y formación bibliotecarias que imparte año con año en toda la República.

Capacitación y formación de recursos humanos dirigidas a servir cada vez mejor a los miles de usuarios que diariamente acuden a las bibliotecas públicas en busca de información, disfrute y conocimiento a través de la lectura.

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

Introducción

En la actualidad la mayoría de los municipios del país cuenta con una o varias bibliotecas públicas que ofrecen sus servicios de manera gratuita con el objetivo de acercar a la población a los libros, a la información y a la lectura. Para lograrlo es muy importante que el público conozca la existencia de la biblioteca, que asista a ella, que haga uso del acervo y los servicios, que participe en las actividades que realiza y que aproveche todo lo que ésta le ofrece. Por ello es necesario llevar a cabo una campaña permanente de difusión y promoción.

El objetivo de la promoción va más allá de dar a conocer la existencia de la biblioteca y sus servicios; la promoción es el mejor medio para integrar a la comunidad con la biblioteca y para que ésta participe activamente en el desarrollo social y cultural respondiendo a las demandas y necesidades de la población.

El presente instructivo explica el proceso para llevar a cabo la promoción, los medios y lugares más apropiados para realizarla, los diferentes grupos que se pueden atraer a la biblioteca y cómo dirigirse a ellos, así como la importancia del bibliotecario en todo el proceso.

Las puertas de la biblioteca siempre están abiertas y es importante invitar a la gente a entrar en ella.

La promoción de la biblioteca pública

A través de la promoción se da a conocer a la comunidad la existencia de la biblioteca pública, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo.

El objetivo principal de la promoción es convertir a los usuarios potenciales en usuarios reales, atraer a aquellas personas que regularmente no asisten a la biblioteca, brindarles un buen servicio que satisfaga sus necesidades de recreación y de información para que se sientan motivadas a regresar.

Imagen que proyecta la biblioteca pública

La imagen que proyecta la biblioteca es un factor que por sí mismo la promueve dentro y fuera de la comunidad. Si las personas encuentran que la biblioteca les ofrece, además de libros y otros medios y recursos, el espacio adecuado donde pueden hacer uso de ellos, asistirán con mayor frecuencia. Un lector satisfecho no únicamente se sentirá estimulado para volver sino que traerá consigo a otros usuarios.

La gente que asiste regularmente a la biblioteca, que conoce su funcionamiento, los servicios y las actividades que ofrece, contribuye notablemente a darlos a conocer entre su grupo familiar, sus amistades y compañeros de escuela o de trabajo. En muchos casos, el impacto que tiene la promoción a través de estas personas es mayor, porque la invitación resulta más personal y confiable.

Existen diferentes recursos para promover la biblioteca pública; sin embargo, el medio fundamental de promoción será la imagen que ella misma se genere a través de la prestación de sus servicios.



Para proyectar una buena imagen es importante que la biblioteca se encuentre en condiciones físicas, de organización interna y de prestación de servicios óptimos. Para ello es necesario considerar las siguientes recomendaciones.

Condiciones físicas

§ Mantener el local limpio, ventilado e iluminado para que la estancia del usuario en la biblioteca sea más grata y, además, se favorezca la preservación del acervo y del mobiliario.

- § Colocar en la fachada de la biblioteca un letrero con el nombre, municipio, número de colección, y el logotipo del Conaculta de modo que todos los usuarios identifiquen su existencia en la comunidad y acudan a ella en el momento que lo deseen.



Organización interna y prestación de servicios

- § Mantener el acervo y el catálogo público ordenados y en un lugar visible para facilitar la búsqueda del usuario y agilizar las actividades del bibliotecario.
- § Otorgar los servicios básicos (préstamo interno, préstamo a domicilio y consulta) además de realizar actividades de fomento a la lectura para que los materiales de la biblioteca se aprovechen al máximo y el usuario satisfaga sus necesidades de información y recreación dentro y fuera de la biblioteca.
- § Contar con letreros y señalamientos que indiquen a los usuarios dónde se encuentran las colecciones y cómo hacer uso de ellas.

La importancia del bibliotecario en la promoción

Uno de los factores que tiene mayor importancia para determinar el éxito de la promoción es el elemento humano. El bibliotecario es la persona idónea para efectuarla ya que conoce, por una parte, el funcionamiento y los beneficios que la biblioteca puede proporcionar a la población, y por otra, las características, intereses y necesidades de su comunidad. Siendo el bibliotecario el enlace entre ambos elementos es indispensable que posea una actitud de compromiso ante su trabajo, la capacidad de organizar la biblioteca, de otorgar los distintos servicios, y la tarea de promoción particular.

La actitud, disposición y responsabilidad que el bibliotecario muestre ante los usuarios repercute en la imagen que proyecta la biblioteca. Ésta es positiva si el usuario encuentra en ella a un

bibliotecario activo, amable, interesado en ofrecer un buen servicio de orientación e información, que conozca el acervo, los servicios y las actividades que ofrece la biblioteca. El bibliotecario, además de cumplir con sus tareas específicas debe estar informado de los asuntos actuales y de tomar en cuenta los intereses y necesidades de los usuarios.

Siendo consciente de su vasta y valiosa labor, comprende la importancia que tiene la promoción para atraer a un mayor número de usuarios y darle presencia a la biblioteca dentro de la comunidad.

Atraer a las personas que no asisten regularmente a la biblioteca sólo se logrará con eficiencia, empeño, constancia y una adecuada promoción. Éste es un proceso lento que requiere de la aplicación de diferentes estrategias que se irán modificando según sea la respuesta de la población.

Una buena labor de promoción que logre sensibilizar a la comunidad respecto a los beneficios que puede obtener de la biblioteca y sus servicios, hará que el trabajo del bibliotecario sea más dinámico y significativo.

El proceso de la promoción

Para obtener resultados satisfactorios de la promoción es necesario desarrollar un proceso que garantice su correcta realización y que, además de facilitar al bibliotecario la ejecución de las actividades, le permita lograr un análisis de los resultados.

El proceso consta de tres fases:

1. Programación
2. Desarrollo
3. Seguimiento

La *programación* consiste en la definición de las actividades y las estrategias que se llevarán a cabo sistemáticamente para realizarlas.

El *desarrollo* estriba en efectuar las acciones previstas, en las fechas programadas y utilizando los medios seleccionados.

El *seguimiento* es la etapa en la que, una vez concluido el desarrollo, se realiza una evaluación basándose en el análisis de las acciones practicadas durante el proceso para determinar posibles omisiones o errores y darles la solución más adecuada, con el fin de mejorar cada vez más los resultados de la promoción.

1. Programación

Para llevar un control adecuado del proceso sin perder de vista los objetivos, es conveniente que el bibliotecario elabore mensualmente un programa de promoción* que dé respuesta a las siguientes preguntas básicas:

- D ¿A quién se dirigirá la promoción? (Grupo objetivo)
- D ¿Qué se promoverá? (Aspectos de la biblioteca pública)
- D ¿Qué medios se utilizarán? (Medios de promoción)

* El formato del programa de promoción puede variar según las características y necesidades propias de cada biblioteca; lo importante es elaborar un programa y llevarlo a cabo.

■ D ¿Dónde se promoverá? (Lugares para la promoción)

■ D ¿Cuándo se promoverá? (Fechas para la promoción)

Al realizar el programa de promoción es útil considerar los resultados de la estadística mensual, que reflejan el incremento o disminución en la asistencia de usuarios y en la utilización del acervo y los servicios.

El contenido de los programas variará de acuerdo con las necesidades y condiciones específicas por las que atraviese la biblioteca; su desarrollo dependerá del ingenio y capacidad del bibliotecario, de los recursos disponibles y del apoyo de las autoridades correspondientes.

No hay que olvidar que también se debe hacer una difusión permanente dirigida al público en general para dar a conocer la existencia, ubicación y horario de la biblioteca. El lograr un balance entre estos aspectos permitirá obtener mejores resultados.

El programa de promoción se elabora con una anticipación de entre 15 y 30 días, en original y dos copias. El original permanece en la biblioteca y se guarda en el expediente *Programas de trabajo* del archivo administrativo; una de las copias se envía a la Coordinación de la Red Estatal de Bibliotecas Públicas y otra a la Presidencia Municipal.

Programa de promoción

PROGRAMA DE PROMOCIÓN DEL MES DE: _____				
BIBLIOTECA PÚBLICA: _____		NÚM. DE COLECCIÓN: _____		
FECHA DE ELABORACIÓN: _____				
GRUPO OBJETIVO	ASPECTOS DE LA BIBLIOTECA	MEDIOS DE PROMOCIÓN	LUGARES PARA LA PROMOCIÓN	FECHAS PARA LA PROMOCIÓN
Materiales necesarios: _____				
Observaciones: _____				

Grupo objetivo

Al planear un programa específico de promoción es necesario determinar a qué grupo de la comunidad se destinará (niños, jóvenes, adultos, ancianos, amas de casa, empleados, etcétera). Debe considerarse que cada grupo objetivo está directamente relacionado con algún aspecto de la biblioteca.



Una vez elegido el grupo objetivo es necesario delimitar el programa, ya que éste será diferente, según sea el grupo al que se dirige. Con cada uno de ellos habrá que comunicarse de distinta manera y adecuar, además del contenido, el lenguaje, el vocabulario, el tamaño y la forma de letra, la música, los símbolos, etcétera, con el fin de asegurar que el mensaje sea recibido por el sector que nos interesa captar.

Es importante no programar más de dos grupos objetivos en cada mes, para que así el bibliotecario oriente sus esfuerzos y su atención hacia un sólo fin; de otra manera, se verá saturado de actividades y los resultados de la promoción no serán satisfactorios ni claros.

Aspectos de la biblioteca pública

La promoción debe informar a la población sobre:

- § La existencia de la biblioteca
- § Los servicios
- § Las colecciones
- § Las actividades de fomento a la lectura

La existencia de la biblioteca

Independientemente de que la biblioteca sea de reciente creación o que ya tenga algún tiempo funcionando, siempre habrá un porcentaje de la población que desconozca su existencia.

La colocación, en la parte exterior de la biblioteca, de un letrero grande y atractivo con su nombre es el primer elemento de toda promoción.



También es importante que toda la comunidad conozca la ubicación de la biblioteca. Por ello es necesario que en cada actividad de promoción se incluya el domicilio, de ser posible acompañado de un croquis sencillo que permita ubicar la biblioteca y las rutas de más fácil acceso.

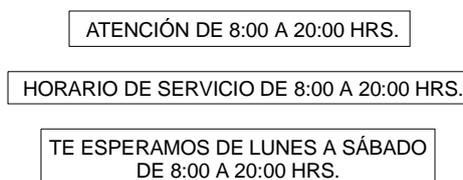
Es conveniente considerar sitios cercanos y conocidos por la población que puedan servir de referencia. Si la biblioteca se encuentra junto, cerca o en el interior de un centro social, educativo, cultural o deportivo conocido, puede aprovecharse esta circunstancia utilizando frases como: Croquis de una biblioteca pública.



Croquis de una biblioteca pública.

La comunidad debe estar informada acerca de los días y el horario en que se prestan los servicios.

El horario siempre deberá ser respetado porque representa un compromiso de la biblioteca con la comunidad. Se puede dar a conocer de las siguientes formas:



Los servicios

Es indispensable que el bibliotecario conozca perfectamente todos los servicios (préstamo interno, préstamo a domicilio, consulta y orientación a los usuarios), su funcionamiento y sus ventajas para difundirlos. Las personas conocerán, así, las alternativas para utilizar la biblioteca.

En algunos casos es conveniente hacer la promoción global de todos los servicios, especificando que son gratuitos y que se proporcionan durante el horario en que la biblioteca permanece abierta. En otras ocasiones es mejor promover sólo uno de los servicios para darle mayor impulso e incrementar su utilización.

Por tal motivo es necesario mencionar sus principales características, con el fin de proporcionar información completa a los miembros de la comunidad.

Si la biblioteca cuenta con servicios adicionales (Internet y talleres de cómputo), éstos también deberán promocionarse.

Para promover el préstamo interno con estantería abierta se pueden utilizar frases como las siguientes:

El servicio de préstamo a domicilio se puede promover de la siguiente manera:

¿NECESITAS LIBROS DE TEMAS
DIFERENTES Y NO TIENES TIEMPO
DE QUEDARTE EN LA BIBLIOTECA?
PREGUNTA POR EL SERVICIO DE
PRÉSTAMO A DOMICILIO

EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA TENEMOS
LIBROS DE TODOS LOS TEMAS.
SI AÚN NO CUENTAS CON TU CREDENCIAL
DE PRÉSTAMO A DOMICILIO SOLICÍTALA
GRATUITAMENTE; ES MUY SENCILLO

Los siguientes son ejemplos para promover el servicio de consulta:

EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA
ENCONTRARÁS PERSONAL
CAPACITADO QUE TE AYUDARÁ EN
LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

¿TIENES PROBLEMAS PARA
ENCONTRAR LA INFORMACIÓN QUE
NECESITAS? VEN A LA BIBLIOTECA
PÚBLICA,
AQUÍ TE AYUDAREMOS

En la promoción del servicio de orientación a los usuarios se puede motivar al público de la siguiente manera:

LA BIBLIOTECA PÚBLICA
CUENTA CON PERSONAS QUE TE
MOSTRARÁN LO QUE HAY EN ELLA.
ASISTE A UNA VISITA GUIADA

VEN A TU BIBLIOTECA PÚBLICA;
AQUÍ TE ENSEÑAREMOS CÓMO
CONSULTAR EL MATERIAL

Las colecciones

El material que se encuentra en la biblioteca también se tiene que promover, dando a conocer las diferentes colecciones que existen: general, de consulta, infantil y de publicaciones periódicas, enfatizando que están a disposición del público en general.

Muchas veces la gente necesita consultar o leer algunos libros específicos o sobre ciertos temas en particular y desconoce que en la biblioteca lo puede hacer. Es el bibliotecario el que informa que en la biblioteca puede encontrar este material y consultarlo, utilizando frases como:

EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA TAMBIÉN
ENCONTRARÁS LIBROS PARA NIÑOS;
VEN Y CONSÚLTALOS GRATUITAMENTE

TENEMOS LIBROS PARA TODOS:
NOVELAS, CUENTOS,
DICCIONARIOS Y MÁS.
VEN A LA BIBLIOTECA PÚBLICA;
EL SERVICIO ES GRATUITO

Las actividades de fomento a la lectura

Las actividades de fomento a la lectura, tanto permanentes como complementarias, también se dan a conocer mediante la promoción. La importancia que el bibliotecario otorgue a esta tarea redundará en un mayor interés de la población por la biblioteca y todo lo que ella ofrece, y constituirá una motivación constante para acercarse a la misma.

Todas las actividades de fomento a la lectura que sean permanentes pueden promoverse al mismo tiempo, o bien tratarlas por separado, como en los siguientes ejemplos:

LA BIBLIOTECA PÚBLICA TE INVITA A PARTICIPAR EN LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZA ESPECIALMENTE PARA TI. SON GRATUITAS Y SE LLEVAN A CABO LOS MARTES Y JUEVES DE 14:00 A 16:00 HRS.

LA BIBLIOTECA PÚBLICA INVITA A LA EXPOSICIÓN BIBLIOGRÁFICA QUE CON TEMAS RELACIONADOS CON LA MUJER TENDRÁ LUGAR DURANTE EL MES DE JULIO. LA ENTRADA ES GRATUITA

Las diferentes actividades que realiza la biblioteca pueden promoverse conjuntamente, especificando cada una de ellas. Un ejemplo de este tipo de promoción es:

LA BIBLIOTECA PÚBLICA TE INVITA A LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES		
PARA JÓVENES Y ADULTOS:		
TEATRO EN ATRIL	LUNES Y JUEVES	12:00 A 13:00 HRS. 17:00 A 18:00 HRS.
TERTULIAS	MIÉRCOLES Y VIERNES	11:00 A 12:00 HRS. 18:00 A 19:00 HRS.
PARA NIÑOS:		
HORA DEL CUENTO	MARTES	16:00 A 17:00 HRS.

Cuando se requiere dar a conocer la realización de una actividad específica, se señala: el grupo al que va dirigida, el tema que se va a tratar y el nombre de la actividad.

Para este tipo de promoción resulta atractiva la utilización de pasajes de una obra literaria, comentarios que se han hecho respecto a un libro, algún dato desconocido e interesante sobre el tema que se va a investigar, etcétera. Ejemplos para promover una actividad:

¿HAS ESCUCHADO HABLAR DE LA DÉCIMA MUSA?
TE INVITAMOS A SABER QUIÉN ES.
VEN A LA BIBLIOTECA PÚBLICA DONDE SE LLEVARÁ A CABO EL CÍRCULO DE LECTURA EL PRÓXIMO 11 DE JUNIO A LAS 18:00 HRS.
ASISTE.
TE ESPERAMOS

¿SABÍAS QUÉ VITAMINAS SE PIERDEN EN EL PROCESO DE PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS?
ASISTE A LA PLÁTICA QUE SE LLEVARÁ A CABO EL 12 DE JUNIO A LAS 14:00 HRS.

TE ESPERAMOS.
ENTRADA LIBRE

Para motivar la asistencia y la participación de la comunidad habrá que realizar la promoción a manera de invitación. Mientras más atractiva e innovadora resulte, mayor influencia tendrá en la comunidad.

Es importante especificar los requisitos, en caso de que los haya. Por ejemplo: cupo limitado, inscripciones a partir de una fecha determinada, tipo de población a la que va dirigida: niños, padres de familia, adolescentes, adultos mayores, mujeres.

Medios de promoción

Los medios de promoción son los recursos a través de los cuales se dará a conocer a la comunidad, de forma agradable, amena, sencilla y clara la información acerca de diversos aspectos de la biblioteca pública.

Existen diferentes medios de promoción, mismos que han sido agrupados por el tipo de material o equipo que se requiere para su elaboración.

MEDIOS DE PROMOCIÓN	
Gráficos	Mantas Carteles
Impresos	Folletos y trípticos Volantes Invitación a domicilio
Verbales	Invitación escolar Pláticas comunitarias Voceo
Comunicación masiva	Radio, televisión y prensa

Con la utilización de estos medios de forma individual o simultánea se pretende abarcar la atención de un amplio número de personas, por lo que será necesario emplear diferentes estrategias.

Gráficos

Mantas y carteles

La manta es una pieza de tela rotulada con pintura textil con la información que se desea dar a conocer; se coloca en lugares públicos, sujeta de los cuatro extremos.

La información contenida en este medio debe ser muy general, ya que es vista por gente de diversas edades y ocupaciones. Se buscará que las personas obtengan la información en cuestión de segundos, sin que requieran detenerse a descifrarla.



El cartel es un medio gráfico más pequeño que la manta, en el que el texto se presenta plasmado sobre una pieza de papel o cartulina con colores vivos; a diferencia de la manta la información puede dirigirse a un grupo específico.



Una de las características principales del cartel y la manta es el tamaño, pues tendrán que ser lo suficientemente grandes para ser vistos de lejos.

El siguiente es un cartel de promoción dirigido al público infantil; su diseño, lenguaje, información e ilustración fueron pensados para atraer a este tipo de población.

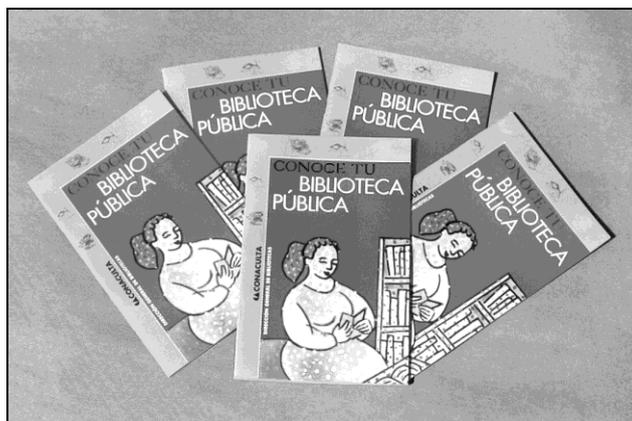


Impresos

Folletos y trípticos

Los folletos y los trípticos son instrumentos informativos que permiten explicar ampliamente algún aspecto de la biblioteca, por ejemplo el servicio de préstamo a domicilio, la colección de consulta, etcétera. También pueden ser tratados varios aspectos a la vez, de una manera más breve, como los servicios o las diferentes colecciones.

La mayor ventaja que ofrecen estos medios es que las personas pueden conservarlos para volver a leerlos cuando lo deseen, por ello no se recomienda utilizarlos para promover actividades que se realizan esporádicamente porque la información perdería vigencia y se desaprovecharían estos recursos.



Volantes

Al igual que el folleto y el tríptico, el volante es un recurso que, distribuido adecuadamente, permite que la información llegue a un gran número de personas.

Se elabora en hoja tamaño media carta y la información es breve, apoyada con recursos visuales.

Este medio permite promover actividades permanentes o aspectos generales de la biblioteca, así como actividades que se realizan en fechas determinadas.



Invitación a domicilio

Este medio consiste en elaborar invitaciones por escrito que se distribuyen casa por casa, dirigidas a toda la familia para motivar su interés por visitar y conocer el acervo, los servicios y actividades que se realizan en la biblioteca. Se redactan en hojas tamaño carta y se introducen en un sobre en el que se colocan el nombre y sello de la biblioteca.

Es preferible que lo reciba alguna persona que habite el domicilio.

Las invitaciones a domicilio son un medio eficaz de promoción que puede hacer llegar información a los distintos grupos de la comunidad.

Verbales

Invitación escolar

Consiste en una visita que realiza el bibliotecario a las escuelas primarias y secundarias de la localidad, con el fin de invitar a los maestros y a la población estudiantil a conocer los distintos aspectos relacionados con la biblioteca.

Durante la primera visita es importante que el bibliotecario solicite los planes de estudio, a fin de elaborar una bibliografía específica del material en la biblioteca.

Pláticas comunitarias

Un recurso que es posible emplear para promover la biblioteca dentro de la comunidad es la plática informal con los diversos grupos de la población.

Con frecuencia, en las comunidades se realizan diversas reuniones con diferentes motivos y en varios lugares: escuelas, centros de salud, comisaría ejidal, etcétera. El bibliotecario debe estar pendiente de estos eventos y aprovechar que la gente se encuentre reunida para darles a conocer distintos aspectos de la biblioteca.

La plática tiene la ventaja de propiciar que el bibliotecario y miembros de su comunidad se conozcan mutuamente, estableciendo así un enlace con la biblioteca.

Otra ventaja es que en ellas los asistentes reciben la invitación de manera verbal, directa y personal; se pueden resolver sus dudas acerca de la biblioteca, y el encargado, al conocer las necesidades de información del grupo podrá encauzarlas.

Voceo

Es la transmisión del mensaje amplificando la voz de quien emite la información, a través de un equipo de sonido o un altavoz; con ello se pretende atraer la atención de la gente y ser escuchado a mayor distancia. El voceo se puede realizar en aquellos lugares donde hay mayor afluencia de personas como: afuera de las escuelas, mercados, centros comerciales, plaza municipal o recorriendo las calles o avenidas de la comunidad.

Para conseguir el equipo de sonido o altavoz será necesario contar con el apoyo de la Presidencia Municipal, de la asociación pro biblioteca pública o de alguna institución que cuente con él.

Comunicación masiva

Radio, televisión y prensa

La radio, la televisión y la prensa son medios de comunicación cuyo potencial y capacidad de penetración entre la población es enorme. Por tal razón, constituyen una vía por la cual la biblioteca pública puede darse a conocer masivamente.

Muchos estados cuentan con sus propios medios de comunicación masiva que el bibliotecario puede aprovechar para promover la biblioteca.

En una campaña en medios masivos se dará información general sobre la biblioteca, invitando a toda la población a que la visite. El propósito es crear una imagen de accesibilidad y apertura de la biblioteca para el beneficio de todos.

Hacer uso de un medio de comunicación masiva implica una gran responsabilidad, por lo que su utilización tendrá que ser cuidadosa e inteligente.

<p>Cursos y talleres</p> <p>Escuela de creatividad en Dirección Dirigido por los señores Pablo, Álvaro y Ana. Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc. Dirigido por los señores Pablo, Álvaro y Ana. Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc.</p> <p>Problemas en su relación de pareja? Seminario de trabajo a punto de vista del psicólogo Dr. Ramón M. de la Cruz. Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc.</p> <p>La escuela de escritores de la SOSEM Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc.</p>	<p>Curso avanzado en cámara de video profesional para interesados Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc.</p> <p>Curso Cultural La Pirámide Incluye: Creación de ideas, desarrollo de proyectos, técnicas de dirección, etc.</p>	<p>AVISO A TODOS LOS NIÑOS</p> <p>La Biblioteca Pública Municipal Guatemalco No. 343 invita a todos los niños de 7 a 12 años a su curso "MIS VACACIONES EN LA BIBLIOTECA 2000", que dará inicio el 17 de julio al 18 de agosto. Las inscripciones están abiertas de 9:00 am a 3:00 pm a 4:00 pm a 7:00 pm</p> <p>¡INSCRIBETE YA! Hay cupo limitado Este curso es totalmente gratuito</p> <p>¡NO FALTES!</p> <p>Atte. LA DIRECCION</p> <p>Dirección: Brevo y priv. Dr. René Marín Rivera. Per el Gimnasio 30 de noviembre, Tel. 2130923</p>
---	---	--

Cualquiera que sea el medio de promoción que se utilice será de gran utilidad buscar apoyos externos. Cuando existe una asociación pro biblioteca pública (club de amigos o patronato) constituida por diversos ciudadanos representativos de varios sectores de la población, cada integrante en su respectivo grupo de influencia puede difundir y promover los servicios y las actividades de la biblioteca.

La asociación pro biblioteca pública es una instancia de apoyo muy importante para las labores bibliotecarias, pues constituye un vínculo entre la biblioteca pública y la comunidad, y puede ser una vía para la promoción.

Lugares para la promoción

Un aspecto fundamental para que la promoción tenga efectos positivos es que el lugar y la hora en que se va a efectuar sean los adecuados. La decisión de estos factores depende básicamente del sector de la población al que se desea atraer, ya que los lugares de reunión son diferentes para cada uno de ellos. La intención es que alcance al mayor número de personas en el menor tiempo posible.

El bibliotecario puede hacer una lista de los sitios de mayor afluencia dentro de la comunidad y de quiénes son los que asisten a ellos. La lista resulta más funcional si se eligen los lugares considerando los diferentes grupos de la población: niños, jóvenes, adultos, ancianos, amas de casa, profesionistas. Esta lista considerará los parques, mercados, cines, centros de asistencia social, etcétera.

Cualquier espacio público por donde circule mucha gente es un buen lugar para hacer la promoción de la biblioteca pública.



Fechas para la promoción

Las fechas para la promoción comprenden el periodo en que se van a pegar o distribuir, o se va a hacer uso de los medios elegidos, así como el tiempo en que permanecerán expuestos al público. Al momento de programar la fecha para la promoción es necesario tener en cuenta las actividades que

se van a promover y si éstas tienen una vigencia determinada, ya que una vez realizada la actividad, los medios de promoción utilizados (carteles o mantas) deben ser retirados.

También es importante considerar cuál es la circunstancia oportuna para la realización de las actividades, puesto que se pueden aprovechar los días previos a ciertas fechas conmemorativas (Independencia de México, Revolución mexicana, etcétera), festividades regionales o locales y fechas significativas (Día de Muertos, Navidad, etcétera) para llevar a cabo actividades relacionadas con ellas.

El horario en que se programen las actividades cobra también importancia ya que, con el fin de facilitar la asistencia del público, deben considerarse aquellos lapsos en que las personas a las que se dirigen las actividades se encuentran menos ocupadas.

La promoción de una actividad debe efectuarse por lo menos con dos semanas de anticipación. De esta manera las personas interesadas en asistir pueden organizar su tiempo.

2. Desarrollo

En esta fase se llevan a cabo las actividades planteadas en el programa de promoción, es decir, la elaboración y distribución de los medios que se han elegido.

Elaboración de los medios de promoción

En este punto se diseñan y elaboran los medios de promoción anotados en el programa para lo cual es básico considerar todos los elementos contenidos en él (grupo objetivo, los aspectos que se promoverán, los lugares para la promoción, etcétera); asimismo, no hay que olvidar que los medios de promoción deben de ser suficientes para hacer llegar la información al mayor número de personas posible.

Para iniciar la elaboración de los medios resulta necesario preparar, o solicitar anticipadamente, los materiales que se utilizarán en el o los medios elegidos.

El ingenio del bibliotecario es fundamental en esta parte del proceso; le permitirá aprovechar y adecuar los recursos disponibles, elaborar mensajes atractivos, motivadores y elegir el momento y el lugar adecuados para la promoción.

Independientemente del medio de promoción que se haya elegido, en la estructura del mensaje se toman en cuenta las siguientes condiciones:

- § Utilizar el lenguaje adecuado al grupo objetivo.
- § Ser claro y completo.
- § Ser motivante, innovador y atractivo.
- § Utilizar algunas frases que identifiquen a la biblioteca y se vuelvan familiares para la comunidad.
- § Mencionar que el servicio es gratuito y para todo público.
- § Contener el nombre y domicilio de la biblioteca.

Respecto a la elaboración de los medios de promoción gráficos o impresos es importante:

- § Utilizar el tamaño de letra adecuado al medio elegido.
- § Utilizar un tipo de letra que sea atractivo y a la vez legible.
- § Combinar armónicamente los elementos que se han de emplear: texto, color, forma e imagen.

§ Distribuir de forma lógica y atractiva la información.

Los medios de promoción verbales y de comunicación masiva requieren elaborar un esquema que facilite la transmisión ordenada de la información.

Algunos medios de promoción resultan más efectivos si se utilizan en combinación con otros; por ejemplo:

§ Si se realiza una visita escolar se pueden repartir folletos y trípticos o pegar un cartel, de igual forma si la actividad que se realiza es el voceo.

§ La promoción se lleva a cabo afuera de la biblioteca pública; implica que se repartan volantes y folletos, que se peguen carteles en diferentes establecimientos públicos, que se coloquen mantas, que se establezcan contactos con diferentes miembros de la comunidad a través de pláticas, que se acuda a la prensa, radio o televisión local, etcétera.

Es importante que los carteles permanezcan expuestos el tiempo suficiente para que sean vistos por el mayor número posible de personas. Por esto, cuando se van a colocar en un establecimiento público, en una institución o en algún centro comunitario el bibliotecario debe procurar comprometer a las personas que ahí trabajan para que los mantengan a la vista durante varios días; cuando el medio de promoción que se utiliza es el volante será conveniente colocarlo en el mostrador y que las personas lo tomen. De esta manera se ahorrará tiempo y se tendrá la seguridad de que el material se distribuye.

Distribución de los medios de promoción

Para realizar la distribución se destinarán algunos días dentro del periodo establecido en el programa, y en cada día se dedicará un tiempo de la jornada de trabajo; la distribución debe realizarse en poco tiempo y buscar la manera de que los medios permanezcan en los lugares seleccionados por más días. Se debe verificar cuidadosamente que los lugares para la promoción correspondan al grupo objetivo al que se desea atraer.

3. Seguimiento

Una vez que se ha realizado la programación y el desarrollo de las actividades, es necesario efectuar el seguimiento, por medio del cual se llevará a cabo una evaluación basada en el análisis de la forma y el tiempo en que se ejecutó el proceso. De esta manera será posible determinar algunos aspectos importantes como:

§ ¿Se logró una respuesta positiva por parte del grupo objetivo elegido?

§ ¿Los medios y los lugares seleccionados fueron los adecuados para el grupo objetivo?

§ ¿Las actividades de promoción se desarrollaron en la fecha y tiempo previstos?

Es necesario que éstas u otras preguntas que se consideren importantes se anoten en el reverso del programa de promoción, y que se respondan en una autoevaluación objetiva una vez concluido el proceso. La autoevaluación será un antecedente de futuros resultados.

Realizar análisis de éstos y otros aspectos que el bibliotecario considere convenientes, permitirá tomar en cuenta elementos que hagan que el programa de promoción se desarrolle de una manera más adecuada y se cumpla con los objetivos del mismo.

El seguimiento, como la parte analítica del proceso, hará posible realizar un balance con el fin de mejorar gradualmente los resultados de la promoción, que se reflejarán directamente en la biblioteca por el incremento del número de usuarios, del uso del acervo, de credenciales expedidas, de libros prestados a domicilio y de visitas guiadas.

Si bien la promoción puede dar resultados a corto plazo, al ser una actividad constante y planeada permitirá obtener también resultados a largo plazo, lo que enriquecerá la labor del bibliotecario y reafirmará la función social de la biblioteca dentro de la comunidad. Este recurso potencial, aprovechado adecuadamente, otorga a la población el acceso a la lectura y al uso de los materiales con los que cuenta la biblioteca.

La promoción amplía todas las posibilidades de acceso a la información; además es la forma más eficiente de atraer a los usuarios gracias a la creación de mensajes atractivos y sugerentes, que el personal bibliotecario tendrá que elaborar con toda habilidad basándose en la selección y combinación de estrategias ventajosas que cumplan específicamente su objetivo. Es importante mencionar que el apoyo de la Coordinación de la Red Estatal de Bibliotecas Públicas y de las autoridades municipales es fundamental para lograr los objetivos establecidos a lo largo del proceso de la promoción.

APÉNDICE

Instrucciones de llenado del programa de promoción

El siguiente es un ejemplo de un programa de promoción.

1. Anotar el mes y el año en los que se van a realizar las actividades.
2. Colocar el nombre de la biblioteca y el número de colección que le corresponde.
3. Anotar la fecha en la que se está elaborando el programa, considerando que éste debe realizarse con un tiempo de anticipación de entre 15 y 30 días.
4. Seleccionar y anotar el grupo objetivo que se desea atraer a la biblioteca: trabajadores, amas de casa, estudiantes, etcétera.
5. Elegir y colocar los aspectos de la biblioteca que se van a promover, de acuerdo con el grupo objetivo seleccionado: existencia de la biblioteca, servicios, colecciones o actividades.

Programa de promoción

PROGRAMA DE PROMOCIÓN DEL MES DE: <u>septiembre de 2001</u>				
BIBLIOTECA PÚBLICA: <u>"Profra. Rosario María Gutiérrez"</u>		NUM. DE COLECCIÓN: <u>5363</u>		
FECHA DE ELABORACIÓN: <u>6 de agosto</u>				
GRUPO OBJETIVO	ASPECTOS DE LA BIBLIOTECA	MEDIOS DE PROMOCIÓN	LUGARES PARA LA PROMOCIÓN	FECHAS PARA LA PROMOCIÓN
Adolescentes	Colecciones: General Consulta	Volantes Carteles	Escuela: "Sor. Juana Inés de la Cruz" Deportivo Municipal Tienda: "La Conchita"	10 al 28 de septiembre
Adultos	Existencia de la biblioteca Servicios Colecciones	Pláticas comunitaria Folleto	Junta ejidal	24 de septiembre
Materiales necesarios: <u>5 cartulinas, 2 lápices, 2 cajas de colores, 1 marcador negro, 1 marcador azul, 1 marcador rojo, 100 hojas tamaño carta, 1 maskin, tape y 1 tijeras</u>				
Observaciones: _____				

6. Anotar el nombre de los medios que se consideren más adecuados, según los aspectos que se van a promover y el grupo objetivo elegido: gráficos, impresos, verbales o de comunicación masiva.
7. Anotar los sitios donde se colocarán o repartirán los medios de promoción, (escuelas, mercados, parques, centros de salud, etcétera) o los lugares que se han de visitar.

8. Consignar el lapso en el que se repartirán, distribuirán o colocarán los medios seleccionados o se llevarán a cabo las visitas o pláticas.
9. Anotar la cantidad y los materiales requeridos para elaborar y colocar los medios de promoción.
10. En caso de ser necesario, anotar comentarios o aclaraciones acerca del programa.