



13° ENCUENTRO DE BIBLIOTECAS ESCOLARES - SILVIA SLEIMEN



# VISIBILIDAD DE LA BIBLIOTECA ESCOLAR



**POSICIONAMIENTO**



**VISIBILIDAD**

## VISIBILIDAD

HACER QUE EL SISTEMA DE  
INFORMACIÓN QUE CONSTRUÍMOS  
**ESTIMULE LOS SENTIDOS DEL  
USUARIO**  
(Y DE LA COMUNIDAD)

**SALIDAS DEL SISTEMA  
PRODUCTOS Y SERVICIOS=  
VISIBLES, AUDIBLES,  
PERCEPTIBLES PARA EL  
USUARIO**

- INTERACTÚA CON EL SISTEMA
- CONSTRUYE IDEA ACERCA DEL SISTEMA MISMO

POSICIONAMIENTO  
ENCONTRAR UN **LUGAR** EN LA  
**MENTE** DE LOS USUARIOS Y DE  
LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE UN  
**MENSAJE SIMPLE**

(JACK TROUT Y AL RIES)

**EL MENSAJE PUEDE (DEBE) SER  
DE UNA SOLA PALABRA  
O POCAS PALABRAS  
(FACILMENTE MEMORIZABLE)**

EL MENSAJE ENCIERRA UN  
**CONCEPTO GENERAL** QUE SE  
TIENE/QUIERE DAR DE LA  
ORGANIZACIÓN

+

ASPIRAMOS A QUE EL USUARIO  
FORME SU PROPIO CONCEPTO  
GENERALIZADO

**TODO MENSAJE ES  
INTERPRETADO POR LOS  
DEMÁS  
(SI ES QUE LO PERCIBEN  
SI LES INTERESA...)**

# INTERPRETACIÓN

TIENE QUE VER CON EL  
**LENGUAJE**, PERO TAMBIÉN CON  
ASPECTOS **CULTURALES Y**  
**SOCIALES**

LOS USUARIOS SIEMPRE SE  
CONTRUYEN UNA **IDEA**  
ACERCA DEL PRODUCTO-  
SERVICIO O DEL CONJUNTO DE  
PRODUCTOS Y SERVICIOS  
**POSITIVA Ó NEGATIVA**

**SI UNA ORGANIZACIÓN  
ESTABLECE SU VISIÓN,  
MISIONES Y FUNCIONES Y  
PLANEA SU GESTIÓN LA  
VISIBILIDAD VA DE SUYO**

**EL MENSAJE DEVIENE DE UNA  
LABOR PLANIFICADA  
(SI NO EXISTE EL PLAN TAMBIÉN  
ESTAMOS TRANSMITIENDO UNA  
IMAGEN, UN MENSAJE NEGATIVO,  
CAÓTICO)**

## IDEAL DE VISIBILIDAD

IDENTIDAD DE LA E  $\Leftrightarrow$  IDENTIDAD DE LA BE

MENSAJE DE LA E  $\Leftrightarrow$  MENSAJE DE LA BE

VISIBILIDAD DE LA E  $\Leftrightarrow$  VISIBILIDAD DE LA BE

PUEDE SUCEDER QUE LA  
ESCUELA NO SEPA/DESEE  
TRABAJAR ESTE ASPECTO Y  
NOSOTROS NOS OCUPEMOS DE  
CREARLO PARA LA BIBLIOTECA  
**¿SERÁ CONTAGIOSO?**

DESARROLLAR Y CONTROLAR LA  
**ESTRATEGIA DE VISIBILIDAD**  
DENTRO DE LA PROPIA ESCUELA  
CLAVE PARA EMBARCARSE EN  
UNA TAREA AMPLIA Y COOR-  
DINADA DE CONSTRUCCIÓN DE  
UNA VISIBILIDAD INSTITUCIONAL

**PALABRA/CONJUNTO DE  
PALABRAS CLAVE  
SURGEN DE LA VISIÓN Y MISIÓN  
INSTITUCIONALES  
IMPREGNAN – TIÑEN –  
CONTAGIAN  
TODO EL TRABAJO DE LA BE**

## VISIÓN

**IMAGEN DESEADA DEL FUTURO  
INSTITUCIONAL**

**IDEAL QUE SE QUIERE ALCANZAR  
BASADO EN VALORES COMPARTIDOS  
QUE LA ORGANIZACIÓN ASPIRA A CREAR  
O MANTENER JUNTO CON SU  
COMUNIDAD, A TRAVÉS DE SUS  
ACCIONES Y PROYECTOS (ANELLO)**

## IMPORTANCIA

- **CONOCER EL IDEAL HACIA EL QUE SE DESEA PROGRESAR, PARA LUEGO PODER DEFINIR ACTIVIDADES QUE CONDUZCAN HACIA ALLÍ**
- **REFLEJAR VALORES, ASPIRACIONES Y PROPÓSITOS INSTITUCIONALES COMPARTIDOS (ANELLO)**

# VISIBILIDAD-VISIÓN

**POSIBLES VISIONES= POSIBLES IMÁGENES A TRANSMITIR**

**SOLIDARIDAD CONSTRUCCIÓN CIUDADANA**

**VALORES RELIGIOSOS CUIDADO DEL AMBIENTE**

**EDUCACIÓN CON PRINCIPIOS**

**ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD**

**EXCELENCIA - CALIDAD**

**INNOVACIÓN - INTEGRIDAD**

**INSTITUCIÓN DEMOCRATIZADORA**

**ESAS PALABRAS GUÍAN LA ESTRATEGIA**

**VISIBILIDAD EN LA COMUNIDAD = IDENTIDAD  
EN LA ORGANIZACIÓN**

**CONVENCER + CONVENCERSE**

**EXPONER LA CONSIGNA QUE CONSTRUYE LA  
IDENTIDAD GENERA VISIBILIDAD →**

**VISIBILIDAD GENERA LIDERAZGO – ÉXITO –  
CALIDAD – SUSTANCIA - ENTUSIASMO →**

**AÚN ANTES DE UTILIZAR LOS SERVICIOS**

**CREAR VISIBILIDAD-AFIANZAR IDENTIDAD:  
PROCESOS PARALELOS Y SIMULTÁNEOS**

**VISIÓN ÚNICA Y COMPARTIDA =  
BASE PARA GENERAR IDENTIDAD =  
IDENTIDAD CLARA Y EFICAZ  
SOSTENIDA POR TODOS LOS  
MIEMBROS =  
LIGADA A **CULTURA Y VALORES** QUE  
ENARBOLA LA INSTITUCIÓN  
**IDEA CENTRAL DE LA CHARLA****

**CLAVE PARA CREAR VISIBILIDAD**



**PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD  
EN LA EXPERIENCIA DE CONSTRUCCIÓN  
DE LA IDENTIDAD**

**IDEAL:**

**UN EQUIPO SE DEDICA A  
DESARROLLAR IDENTIDAD  
EL BIBLIOTECARIO LO INTEGRA**

## MISION

**PROPÓSITO PRINCIPAL DE LA  
EXISTENCIA DE LA INSTITUCIÓN**

**CREDO - RAZÓN DE SER**

**PUEDE RESPONDER LA PREGUNTA**

**¿CUÁL ES NUESTRA ACTIVIDAD  
BÁSICA?**

## MISION BE: IFLA-UNESCO

- PROPORCIONA **INFORMACIÓN E IDEAS** PARA FUNCIONAR CON ÉXITO EN NUESTRA SOCIEDAD
- AYUDA A LOS ALUMNOS A **DESARROLLAR DESTREZAS DE APRENDIZAJE** DE CARÁCTER VITALICIO, **IMAGINACIÓN**
- AYUDA A VIVIR COMO **CIUDADANOS RESPONSABLES**

## CANALES DE COMUNICACIÓN

**MEDIOS MASIVOS:** COSTOSOS,  
INEFICACES E INEFICIENTES

**MEDIOS ALTERNATIVOS:** SIRVEN PARA  
CREAR RECONOCIMIENTO DE  
NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS  
Y DESARROLLAR BASES DE USUARIOS  
LEALES

## CONSTRUCCION DE IDENTIDAD - VISIBILIDAD EN NIVEL ACTIVIDADES

- BE PARTICIPA EN LA **PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL** ¡CURRÍCULOS!
- **CAPACITACIÓN** PROFESIONAL PARA ENSEÑAR A APRENDER
- BE= **CENTRO** DE INTERDISCIPLINARIEDAD Y TRANSVERSALIDAD, UNIVERSO DE CONOCIMIENTO

- CENTRALIZA **RECURSOS INFORMATIVOS INSTITUCIONALES** = FORTALECIMIENTO Y BASE DE MÚLTIPLES OPERACIONES
- BE= **SERVICIO DE INFORMACIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO**
- OPTIMIZA **RECURSOS DE INFORMACIÓN**, EVITA DISPERSIÓN DE ESFUERZOS (= BIBLIOTECAS DE AULA DISMINUYEN LA VISIBILIDAD RELATIVA)

- **SE RELACIONA CON SU ENTORNO COMUNITARIO A TRAVÉS DE SUS ACTIVIDADES**
- **SE INTEGRA EN UNA RED DE UNIDADES DE INFORMACIÓN EDUCATIVAS**
- **COLABORA CON UNIDADES DE INFORMACIÓN DE OTRO TIPO: BIBLIOTECAS PÚBLICAS, POPULARES, MUSEOS, ASOCIACIONES**

- **REFUERZA Y ORIENTA** TODA LA COLECCIÓN Y ACCESOS TENIENDO EN CUENTA IDEA CENTRAL DE VISIÓN
- UTILIZA CANALES ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN: **CINE, TEATRO, PLASTICA, MÚSICA** Y LOS **SINERGIZA** CON SUS FUNCIONES

- LLEVA ADELANTE **CAMPAÑAS DE IMAGEN** EN EL INTERIOR DE LA ESCUELA
- ADAPTA EL **ESPACIO FÍSICO**=COHERENTE CON LA IMAGEN QUE DESEA DAR
- **CAPACITA** A BIBLIOTECARIOS Y MAESTROS HACIA LA IMAGEN
- DISEÑA **PRODUCTOS Y SERVICIOS IMPREGNADOS**

- OTORGA BENEFICIOS DE **MEMBRESÍA** = PARA QUIENES USEN LA BE
- REALIZA **CONCURSOS** LITERARIOS:  
FICCION – ENSAYOS ; OTRAS ARTES
- ORGANIZA **CLASES ABIERTAS**
- CONSTITUYE **GRUPOS DE USUARIOS**  
QUE DIFUNDAN **BOCA A BOCA** LAS  
ACTIVIDADES

- GENERA **DESAFIOS CULTURALES-EDUCATIVOS** CON INVITACIÓN A FIGURAS RELEVANTES DE UN CAMPO, (PRODUCE COBERTURA MEDIÁTICA DEL EVENTO Y PUBLICIDAD GRATUITA)
- UTILIZA TODOS LOS **CANALES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES** (FOROS, BLOGS, REVISTAS ELECTRONICAS, LISTAS DE DISTRIBUCION DE EMAILS)

## **PREGUNTAS FINALES**

### **¿QUIÉNES QUEREMOS QUE NOS VEAN?**

- LA COMUNIDAD DE LA ESCUELA
- USUARIOS Y NO USUARIOS
- FAMILIAS
- ENTORNO BARRIAL
- ENTORNO LOCAL

## ¿CÓMO QUEREMOS QUE NOS VEAN?

- DEPENDE DE CADA PROYECTO
- LA COMUNIDAD VE LO QUE QUIERE  
RESPECTO DE LO QUE SE PROPONE  
EMISOR NO MANEJA LAS RESPUESTAS  
/INTERPRETACIONES/VALORACIONES
- LIMITACIÓN APARENTE: SE SORTEA  
CONOCIENDO CADA COMUNIDAD

# ¿DURANTE CUÁNTO TIEMPO PROYECTAREMOS UNA IMAGEN?

- DE ACUERDO CON EL HORIZONTE DE  
PLANEACIÓN

## **¿CÓMO SE PUEDEN FIDELIZAR USUARIOS EN UN MUNDO CON DEMASIADA COMPETENCIA?**

- HAY QUE ENCONTRAR LA MANERA DE SIMPLIFICAR EL MENSAJE
- LOS PROGRAMAS MÁS PODEROSOS SON LOS MÁS SIMPLES
- UN MENSAJE COMPLEJO SE ENCAMINA AL FRACASO

## **¿POR QUÉ ESA PALABRA O FRASE IDENTIFICATORIA ES TAN IMPORTANTE?**

- EL POSICIONAMIENTO ES EL ENGANCHE EN LA MENTE, ALLÍ CADA USUARIO LIBRARÁ SUS BATALLAS PREFERENCIALES

## ¿CUAL ES EL ROL QUE JUEGA LA TECNOLOGÍA?

ES ESENCIAL VALERNOS DE LA  
TECNOLOGÍA PARA GENERAR  
PRESENCIA DINÁMICA DE PARTE DE LA  
INSTITUCIÓN

## ¿SON IMPORTANTES LOS ESTUDIOS DE USUARIOS ACTUALIZADOS?

ES FUNDAMENTAL SABER CÓMO LA COMUNIDAD NOS PERCIBE, CÓMO NOS VE Y CÓMO PERCIBE OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMPITEN CON LOS NUESTROS

MUCHAS VECES LOS USUARIOS NO SABEN LO QUE QUIEREN, SIGUEN TENDENCIAS O IMITAN COMPORTAMIENTOS

## **¿ES NECESARIA UNA CAPACITACION ESPECIAL PARA ABOCARSE A ESTA TAREA?**

**LOS BIBLIOTECARIOS DEBEN  
CAPACITARSE EN TÉCNICAS DE  
GESTIÓN INSTITUCIONAL CON MIRAS A  
PODER ABORDAR EXITOSAMENTE  
PROCESOS DE POSICIONAMIENTO**

## BIBLIOGRAFIA

- Anello, Eloy. Planificación estratégica. Bolivia : Universidad Núr, Instituto superior de educación rural, 1994.
- Bazán, Irene Olga del Valle ; Griffero, María de las Mercedes. – Las unidades de información frente al nuevo milenio : posicionamiento y diferenciación de servicios. Mar del Plata, 1998. (apunte de cátedra)
- Directrices de la Ifla/Unesco para la biblioteca escolar. París, 2002.– En: [www.ifla.org/VII/s11/pubs/sguide02-s.pdf](http://www.ifla.org/VII/s11/pubs/sguide02-s.pdf). -- Consultado 10 de abril de 2006.
- Gómez Hernández, José A. – Biblioteconomía general y aplicada : conceptos básicos de gestión de bibliotecas. – Murcia : La Universidad, 1997.
- Joachimsthaler, Erich ; Aaker, David A. – Cómo construir marcas sin usar medios masivos. – En: GESTION (2, 3) may.-jun. 1997. – pág. 138-150.
- Kotler, Philip. – Dirección de marketing. – México : Pearson Educación, 2001.
- Quigley, Joseph V. -- Visión : cómo la desarrollan los líderes, la comparten y la sustentan. -- Buenos Aires : Mc Graw Hill, c1997.
- Ries, Al ; Trout, Jack. – Posicionamiento : el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y el marketing. – Madrid, Buenos Aires : Mc Graw hill, 1989.
- Trout, Jack. – Tomar posición : cómo librar la batalla en la mente del consumidor y no morir en el intento. – En: GESTION (1, 6) nov.- dic. 1996. – pág. 92-94.