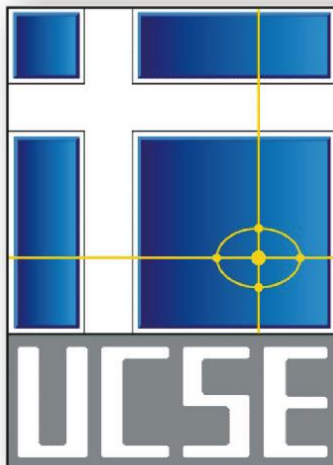


Universidad Católica de Santiago del Estero

Departamento Académico San Salvador de Jujuy

Ciclo de Complementación Curricular de la Licenciatura en Bibliotecología



TRABAJO FINAL DE GRADO

Fortalecimiento de la imagen institucional y de la comunicación de los recursos y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta

Docente Tutor: Dr. Brunet, Marcelo

Alumno: Guzmán González, Ramiro

DNI: 35.478.074

Email: ramiroguzman2010@gmail.com

Año: 2018

San Salvador de Jujuy, Agosto de 2018

Fortalecimiento de la imagen institucional y de la comunicación de los recursos y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta

Tabla de contenido

Agradecimientos	10
Dedicatoria.....	11
Resumen	13
CAPÍTULO I.....	14
Introducción	14
Introducción	15
Justificación	16
Objetivos.....	17
General.....	17
Específicos	17
Metas.....	17
Beneficiarios	18
Productos	18
Localización física y espacial	18
Cronograma.....	18
Metodología.....	19
CAPÍTULO II.....	20
Marco conceptual.....	20
2.1 Comunicación	21
2.2 Comunicación Institucional	22
2.3 Imagen e identidad institucional.....	25
2.4 Marketing bibliotecario	26
2.5 Segmentación del mercado	28
2.6 Promoción en bibliotecas	29

CAPÍTULO III.....	30
Diagnóstico de la Institución.....	30
3.1 Etapa de descripción	32
3.1.1 Universidad Nacional de Salta	32
3.1.2 Facultad de Ciencias Naturales	34
3.1.3 Autoridades actuales	34
3.1.4 Carreras de grado.....	35
3.1.5 Carreras de posgrado	36
3.1.6 Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales	36
3.1.7 Misión	38
3.1.8 Visión.....	38
3.1.9 Estrategias de actualización.....	39
3.1.10 Personal (suficiencia y calificación).....	39
3.1.11 Usuarios de la Biblioteca.....	40
3.1.12 Servicios a los usuarios	41
3.1.13 Nuevos servicios.....	42
3.1.15 Normas Bibliotecológicas que utiliza la Biblioteca	43
3.1.16 Acceso a redes de bases de datos	44
Segunda Parte	45
Etapa de investigación	45
Etapa de Investigación.....	46
3.1.1 Metodología de investigación.....	46
3.1.2. Análisis de datos obtenidos	49
3.2.3 Análisis de los datos proporcionados en las encuestas y conclusiones parciales.....	57

3.2.4 Comentario sobre las entrevistas.....	60
3.2.5 Observación	63
3.2.6 Análisis FODA	70
CAPÍTULO IV.....	72
Propuesta de Mejora.....	72
4. Propuesta de mejora.....	73
4.1 Diseño de piezas gráficas	74
4.1.1 Diseño de un logotipo para la biblioteca	75
4.1.2 Ejemplos de logotipos, isotipos e isologotipos usados en bibliotecas argentinas.....	76
4.1.3 Aplicación del logotipo	77
4.1.4 Diseño de un tríptico impreso de difusión	77
4.2. Implementación de redes sociales para la biblioteca	78
4.2.1 Fan page en Facebook	79
4.2.2 Cuenta en Twitter	85
4.2.3 Cuenta en Instagram	86
4.2.5 Canal en YouTube.....	86
4.3. Proponer una política de señalética en la biblioteca.....	87
4.4. Renovar el diseño de la página web de la biblioteca	87
4.5 Renovar el diseño del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales	90
4.6 Elaboración de productos audiovisuales de difusión	91
4.6.1 Video Institucional.....	91
4.6.2 Videotutoriales	92
4.6.3 Videos de entrevistas a docentes y estudiantes	93

4.7 Nuevo servicio de consultas y renovación de préstamos a través de Whatsapp	93
4.8 Talleres	94
4.9 Buzón de sugerencias y formularios en Google forms	101
5. Análisis y conclusión	103
6. Bibliografía	107
7. ANEXOS	110
7.1.1 Anexo 1: Modelo encuestas	111
7.1.2 Anexo 2: Modelo de entrevistas-semiestructuradas	114
7.1.3 Anexo 3: Logos, isologos e isotipos utilizados por las bibliotecas de la Universidad Nacional de Salta	115
7.1.4 Anexo 4: Modelo final tríptico	116
7.1.5 Anexo 5: Piezas Gráficas de Señalética	118
7.1.6 Anexo 7: Piezas Gráficas de Señalética (Estanterías)	121
7.1.7 Anexo 8: Modelo de formularios para buzón de sugerencias impresas ..	122

Índice de figuras

Figura 1: Plano campus universitario Universidad Nacional de Salta.....	34
Figura 2: Localización de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.....	38
Figura 3: Pantalla de inicio. Sistema Integrado de Gestión de Bibliotecas PMB...	43
Figura 4: Fotografía estanterías sección “Estadística” de la biblioteca.....	45
Figura 5: Boletín informativo de la biblioteca – Año 2012.....	51
Figura 6: Sala de lectura de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales...	65
Figura 7: Inicio de la página web de la biblioteca.....	67
Figura 8: Recursos de la Universidad presente en la página web.....	68
Figura 9: Formulario de solicitud de socio.....	68
Figura 10: Página de inicio del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino.....	69
Figura 11: Enlaces a otros Repositorios argentinos.....	70
Figura 12: Retroalimentación del trabajo.....	74
Figura 13: Isologotipo para la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales....	76
Figura 14: Biblioteca del Congreso de la Nación.....	76
Figura 15: Biblioteca Nacional Mariano Moreno.....	76
Figura 16: Biblioteca Nacional del Maestro.....	77
Figura 17: Portada Fan Page en Facebook.....	80
Figura 18: Ejemplo de post para Facebook.....	81
Figura 19: Facebook Messenger.....	85
Figura 20: Propuesta de diseño para la Página Web.....	88

Figura 21: Propuesta de diseño para el Repositorio.....91

Índice de gráficos

Gráfico 1: Cómo calificaría la atención (servicio de consulta/referencia) de la biblioteca.....	53
Gráfico 2: El personal de la biblioteca muestra predisposición a la hora de atender sus consultas.....	53
Gráfico 3: Conoce la totalidad de los servicios que ofrece la biblioteca.....	54
Gráfico 4: Señale los servicios de la biblioteca que conoce.....	54
Gráfico 5: Utiliza el correo electrónico para enterarse de las novedades de la biblioteca.....	55
Gráfico 6: Conoce la página web de la biblioteca.....	55
Gráfico 7: Señale con qué frecuencia ingresa a la página web de la biblioteca....	56
Gráfico 8: Cómo calificaría el contenido de la página web de la biblioteca.....	56
Gráfico 9: Que aspectos considera que deben modificarse de la página web.....	57
Gráfico 10: Señale que nuevos canales de comunicación prefiere para mantener contacto con la biblioteca.....	57
Gráfico 11: Conoce el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino.....	58

Índice de tablas

Tabla 1: Cronograma de actividades.....	19
Tabla 2: Cuadro FODA – Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.....	71
Tabla 3: Cronograma Taller conoce “Tu biblio”.....	97
Tabla 4: Taller específico para estudiantes avanzados (último año) y tesistas...	100

Agradecimientos

A mi MAMA, por amarme, cuidarme, incomodarme, desafiarme, presionarme y saber que cada día puedo dar más, pero ante todo, por ser artífice del amor que siento por la educación, la bibliotecología y el respeto a la vida. ¡Gracias por no

bajar los brazos nunca pese a las adversidades!

A mis hermanos, Beto, Diana y Susana, por estar conmigo en los momentos de pesadumbre y alegría desde que abrí los ojos en este mundo tan complejo.

A Amanda, Felipe y Uma, destellos de amor y grandes cimientos de la familia.

A mis amigos, hermanos de esta y otras vidas.

A Aldana Díaz, por enseñarme a valorar la familia y por ser un sostén colosal.

A Josefa Sabor, Carlos Victor Penna y Rosa Monfasani, por infundir la pasión y el compromiso por la bibliotecología.

A Wilfredo Chuychuy y su familia, por albergar los fines de semana un salteño extravagante.

Al Dr. Marcelo Brunet, por aceptar ser mi tutor en este trabajo y por su constante asesoramiento.

A la Universidad Católica de Santiago del Estero, por contribuir al desarrollo académico de los profesionales de la Bibliotecología.

A la Universidad Nacional de Salta, por ilustrarme a (re) pensar y cuestionar la realidad.

A la vida, porque sigue siendo una travesía.

Dedicatoria

A Remigia y Felipe, por encauzar el camino de una familia y brindarnos a partir de su educación la fortaleza necesaria para afrontar la vida.

Y en especial a Elsa, mujer tenaz, amorosa y eterna.

“La canalización de la información hacia quien la demanda es el fin primordial de la tarea bibliotecaria y no siempre el que tiene los mejores medios alcanza los mejores fines”.
(Sabor, 2002)

Resumen

Este trabajo final de grado propone analizar la imagen institucional y las formas de comunicación de los recursos y servicios establecidas por la biblioteca de la facultad de ciencias naturales de la Universidad Nacional de Salta. La investigación trabaja categorías propias de las ciencias de la comunicación y el marketing aplicándolas al universo de la bibliotecología, entendiéndola, como una disciplina que se caracteriza por la necesaria incorporación de nuevos repertorios teóricos y prácticos.

En última instancia, se elabora una propuesta de mejora para la biblioteca de la facultad de ciencias naturales a partir de la implementación de nuevas herramientas de comunicación y el desarrollo de instrumentos que contribuyan a fortalecer la imagen e identidad institucional de la misma.

Palabras claves: Comunicación Institucional – Promoción de recursos y servicios - Marketing bibliotecario - Imagen e identidad institucional

Abstract

This final degree project proposes to analyze the institutional image and the forms of communication of the resources and services established by the library of the Faculty of Natural Sciences of the National University of Salta. The research works on categories of the communication and marketing sciences applying them to the universe of librarianship, understanding it, as a discipline that is characterized by the necessary incorporation of new theoretical and practical repertoires.

Ultimately, an improvement proposal is prepared for the library of the Faculty of Natural Sciences from the implementation of new communication tools and the development of instruments that contribute to strengthen the image and institutional identity of the same.

Keywords: Institutional communication – Promotion of resources and services – Library marketing – Image and institutional identity.

CAPÍTULO I

Introducción

“El acto de leer y aprender, como condiciones para una auténtica ciudadanía y transformación del mundo”.

(Freire, 2001)

Introducción

El proyecto se propone sobre la base del diagnóstico realizado durante el año 2016 en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta donde se llevaron a cabo tareas específicas dentro de diferentes áreas que componen la unidad de información. Esta actividad permitió constatar la necesidad de dar visibilidad a cada uno de los recursos y servicios que ofrece la Biblioteca y potenciar el uso por parte de los usuarios de la misma.

Por considerar que la comunicación de las bibliotecas con su entorno debe ser de manera constante y fluida para trabajar tanto con sus usuarios reales como con los usuarios potenciales, se propone en este trabajo, lineamientos básicos para el diseño de un plan comunicacional y visibilidad institucional de esta Unidad de Información.

La escasa promoción de los servicios, es una debilidad que se puede apreciar en un alto porcentaje de las bibliotecas tanto a nivel local como nacional. Como expresa Fernández González (2009) “la biblioteca ha perdido su papel de principal proveedora de información y se encuentra ante una realidad de la que en parte es responsable, ya que no ha sabido promover, difundir, convencer de sus servicios y atraer a los usuarios. Así pues, servicios como los de Google deberían haber sido inventados por los bibliotecarios”.

Sin duda alguna, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación contribuyen a acrecentar la forma de dar a conocer los servicios de las bibliotecas y garantizar una buena comunicación con el entorno. En la actualidad, la prestación de servicios y recursos de información en línea se encuentra ampliamente desarrollada, y las bibliotecas no han estado exentas a este desarrollo, razón por la cual vemos actualmente avances en los Sistemas de Gestión Integral de bibliotecas, la prestación de servicios en línea, la conformación de colecciones electrónicas, la realización de transacciones en línea en tiempo real y la oferta de una amplia gama de recursos de información ofrecidos en red.

Por tal motivo, es preciso diseñar nuevas maneras de comunicar las actividades dentro de la Biblioteca, desarrollar estrategias para fortalecer la

identidad institucional y afianzar los vínculos con la comunidad académica, con el objeto de lograr expandir la comunidad de usuarios, el acceso a los servicios y fortalecer las competencias de todos los beneficiarios.

Justificación

La Biblioteca de la Facultad de Naturales no cuenta actualmente con una política definida de difusión de servicios y tampoco con un área encargada para tal fin. Durante algunos años se diseñaron algunos folletos donde se explicaban los servicios que ofrecía la Biblioteca pero con el paso del tiempo dejó de ser una actividad relevante. El único canal de difusión que tiene la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales con sus usuarios es la página web institucional que contiene información sobre la biblioteca (carnet de biblioteca, tesis, reglamento, contacto, personal), recursos y servicios de acceso público de la universidad (repositorio institucional, editorial, Catálogo unificado) e información sobre catálogos y recursos en línea (repositorios, catálogos y bibliotecas digitales). Un aspecto a destacar es que necesita de una renovación en cuanto a la interfaz que presenta para los usuarios y la didáctica sobre su operatividad (diseño e imagen).

Desde esta perspectiva, resulta imprescindible potenciar la difusión de los servicios que se brindan por la página web institucional con herramientas alternativas a ésta y por los cuales la información pueda circular masivamente de manera inmediata. En los últimos años surgieron nuevas alternativas de comunicación con los usuarios, Como sostiene Castillo Díaz (2014), una manera de dinamizar la comunicación entre la biblioteca y los usuarios es la incorporación de herramientas de la web 2.0 como son las redes sociales, los blogs o las plataformas de fotografías y vídeos, entre otras. Estas son algunas de las nuevas modalidades de comunicación que pueden usar las bibliotecas y que garantizan una óptima recepción de la información por parte de los usuarios destinatarios de la misma en virtud de que son elementos tecnológicos que ya están incorporados en la cotidianidad de las sociedades actuales.

A partir de estas motivaciones, es que el proyecto está destinado a mejorar la comunicación de los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales para obtener productos visibles *in situ* como también herramientas de comunicación en la web. Este trabajo también busca mejorar la interfaz del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales, el cual, presenta un diseño web anacrónico para la búsqueda y recuperación de información.

Objetivos

General

- Renovar la imagen institucional y maximizar la comunicación de los recursos y servicios de la biblioteca de la facultad de ciencias naturales de la Universidad Nacional de Salta.

Específicos

- Diseñar piezas graficas de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales para renovar su imagen institucional.
- Generar sistemas de difusión informativa y dispositivos de comunicación de nivel operativo que permitan mejorar el acceso, conocimiento y uso de los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta.
- Crear material audiovisual para difundir los recursos y servicios que ofrece la biblioteca.
- Renovar la imagen web de la página institucional de la Biblioteca y la del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales que depende de la Facultad de Ciencias Naturales.

Metas

- Incrementar la cantidad de usuarios y el uso de los recursos de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales con respecto al año 2016.
- Mejorar el nivel de percepción de los servicios brindados hasta llegar a la calificación de muy bueno o superior, a través de sondeos de opinión efectuados en la población de usuarios.

Beneficiarios

Directos: estudiantes, docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta.

Indirectos: personas de la comunidad educativa de la Universidad Nacional de Salta y otras instituciones vinculadas a las áreas temáticas que abarca la Biblioteca.

Productos

Fortalecimiento de la imagen institucional y de la comunicación de los recursos y servicios de la biblioteca de la facultad de ciencias naturales de la universidad nacional de salta.

Localización física y espacial

Microlocalización: Se llevará a cabo en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta.

Macrolocalización: Salta Capital.

Cobertura espacial: Provincia de Salta.

Cronograma

	MES I	MES II	MES III	MES IV
Diagnóstico y relevamiento de información de la biblioteca				
Formulación del problema de investigación y propuesta de mejora en la biblioteca				
Elaboración del marco				

teórico, búsqueda de antecedentes/estado del arte	■	■		
Marco Metodológico	■	■		
Investigación	■	■	■	
Desarrollo de la propuesta de mejora.		■	■	
Conclusiones finales			■	
Entrega de trabajo final				■

Tabla 1: Cronograma de actividades

Metodología

Este proyecto está enfocado en generar sistemas de difusión informativa y sistemas de comunicación que permitan mejorar el acceso, conocimiento y uso de los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta. Se basa en una investigación descriptiva-exploratoria- proyectiva. En la fase descriptiva se hará una caracterización de la Facultad de Ciencias Naturales. En la fase exploratoria se analizaran las vías de comunicación de los servicios que ofrece la biblioteca. Por último, en la fase proyectiva se diseñaran piezas gráficas, se crearan herramientas comunicacionales y se renovara la imagen web del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales.

CAPÍTULO II

Marco conceptual

“Culto no es aquel que lee libros. Culto es aquel que es capaz de escuchar a otro”.

(Galeano, 2005)

2. Marco conceptual

Este capítulo tendrá por finalidad la presentación de las categorías que resultan operativas para el abordaje del objeto que se pretende indagar a través de este trabajo integrador. Para tal fin, se procurará la articulación de los mismos de tal modo de obtener un acervo teórico que propicie la problematización, el análisis y posteriores consideraciones finales sobre la base de la hipótesis formulada inicialmente.

2.1 Comunicación

Etimológicamente, el término comunicación proviene del latín *communicare* que significa *compartir algo, poner en común*. La comunicación se centra en la interacción, en el intercambio de información a través de múltiples canales de circulación. La sociedad se constituye a través de una gama de sentidos y percepciones sobre la realidad que forman a los sujetos que la integran, por lo tanto, la comunicación determina la producción, circulación y en última instancia, la apropiación de esos sentidos y percepciones. Kaplún afirma que comunicar es una aptitud, una capacidad, pero es sobre todo una “actitud”. Supone ponernos en disposición de comunicar; cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores.

La comunicación es un factor determinante para la constitución de los individuos y de las sociedades debido a que el ser humano necesita establecer relaciones sociales a través del lenguaje, que puede manifestarse de diversas maneras. Las prácticas comunicativas en la vida cotidiana son inconmensurables, se llevan a cabo en distintos ámbitos y muchas veces pasan desapercibidas porque forman parte del hábito de las personas. Vargas y Zapata (2008) citan a Beltrán (1979) cuando manifiestan que todos los seres humanos son comunicadores, ya que estamos atravesados por una necesidad social de comunicarnos, de entrar en interacción con otros. Por lo tanto, cada una de las personas trae consigo desde la niñez herramientas y habilidades para vincular una comunicación con otra.

2.2 Comunicación Institucional

La comunicación en el ámbito de las instituciones es un factor determinante para la obtención de sus objetivos y metas tanto a corto como largo plazo (Weil 1992, Laporte 2005, Chaves 2006). Además, garantiza que cada uno de los sectores que componen la institución, mantengan entre sí una relación fluida y constante mediante la consolidación de la comunicación interna. Sin embargo, se necesita desarrollar una interacción social que impacte externamente para dar a conocer cada una de las actividades que desarrolla la institución y, al mismo tiempo, establecer un vínculo con el público destinatario de los servicios y/o productos que se ofrecen desde la misma.

Castillo Díaz se refiere a la importancia de construir una identidad social desde las universidades como instituciones públicas, para lo cual sugiere lo siguiente:

“En las universidades la comunicación adquiere un papel fundamental a la hora de alcanzar la legitimación social que se les exige por parte de los diferentes públicos. Sólo es posible lograr una diferenciación positiva prestando un servicio de calidad y estableciendo una adecuada estrategia de comunicación que permita a sus públicos estar informados de las excelencias de cada marca universitaria” (Castillo Díaz 2014b, p.2).

Las bibliotecas también necesitan establecer políticas de comunicación a nivel institucional para generar vínculos con sus usuarios y con el contexto social que la rodea. De esta manera, se reforzará tanto la identidad como la imagen institucional que son conceptos que se abordará posteriormente en este trabajo. Uranga expresa que “la comunicación se define por la acción. A través de nuestras acciones vamos configurando modos de comunicación. Pero también la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción” (Uranga, 2005, p. 2). Desde esta perspectiva, todas las acciones u omisiones que se lleven a cabo dentro de la biblioteca tendrán una pronta recepción y una posible respuesta por parte de nuestros usuarios, quienes son en definitiva, el eje central de las actividades de la biblioteca.

Para Laporte la comunicación institucional es “aquella realizada de modo organizado en una institución o sus representantes, dirigida a las personas y grupos del entorno social en donde desarrolla su actividad” (Laporte, 2005: p. 2). El objetivo de la comunicación institucional es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quién se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades. Además, el autor mencionado destaca algunas características importantes que definen a la comunicación institucional y las aglutina de la siguiente manera:

- Está relacionada al marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de las funciones realizadas por ellas, pues busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.
- Posee un carácter dialógico, porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está inserta.
- Debe procurar que su identidad este en armonía con el contenido, los valores y la finalidad de la comunicación.
- Puede ser formal e informal. La primera es la que realizan quienes han sido oficialmente designados para ello. La segunda es la que transmiten quienes conforman la institución con su modo de actuar y proceder ya que, aunque no estén investidos de autoridad, son percibidos como parte representativa de la organización.
- Tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos discursos públicos, sean estos internos o externos.

La comunicación institucional ha sido definida con anterioridad a través del mensaje (el objeto del discurso) para luego prestar mayor atención al emisor (sujeto del discurso) que es la institución (Weil, 1992). Desde entonces, el objetivo de la comunicación fue dar a conocer la voluntad de la empresa y suscitar la adhesión a su proyecto. Además, señala que existieron numerosas maneras de conceptualizar la comunicación institucional, entre las cuales, se destacan las siguientes:

- Campañas de comunicación social, campañas colectivas, campañas para servicios públicos y para empresas. También se llamó institucional a la comunicación que no estaba destinada a vender un producto, sino a modificar un comportamiento, una actitud o a conseguir adhesiones a una idea.
- Discursos que se alejaban de los formatos publicitarios, de los marcos en los cuales la publicidad ha estado siempre encerrada: los videos de empresa, el patrocinio, todo aquello que quedaba fuera de los medios de comunicación de masas.
- La comunicación que no entraba en los presupuestos de los departamentos de publicidad.

Por otra parte, Chaves expresa sobre la comunicación institucional lo siguiente:

“Es un conjunto de mensajes efectivamente emitidos. Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente sobre el entorno por solo existir y ser perceptible un volumen determinado de comunicados. No es una dimensión opcional sino esencial al funcionamiento de toda forma de organización, existiría, aunque no hubiera ninguna forma de intención comunicativa” (Chaves, 2006: p. 26).

A nivel institucional y, vinculándolo con la actividad bibliotecaria, existe un sinfín de maneras de establecer la comunicación con el público (usuarios en el caso de las bibliotecas).

Weil (1992b) describe que en el ámbito institucional circulan cuatro tipos de discursos, refiriéndose cada uno a una determinada identidad:

- El discurso de la soberanía [Digo quién soy], Traduce una identificación con la institución.
- El discurso de la actividad [Digo lo que hago o como lo hago], traduce una identificación con la institución por el conocimiento del oficio, del sector, o del *saber hacer*.

- El discurso de la vocación [Digo para quién lo hago], traduce una identificación con el espíritu de servicio o insiste sobre el beneficio del destinatario.
- El discurso de la relación [Digo a la vez lo que hago y lo que esto le permite hacer], traduce una identificación hacia el compromiso de la empresa y su deseo de establecer un pacto con el destinatario.

2.3 Imagen e identidad institucional

Para Chaves (2006b) existen unas diferencias notorias entre la concepción de la imagen y de la identidad institucional que se evidencian al momento de definir las:

- **La identidad institucional:** Específica y exclusivamente un fenómeno de la conciencia. “Conjunto de atributos asumidos como propios por la institución”, el discurso de la identidad que se desarrolla en el seno de la institución de un modo análogo al de la identidad personal del individuo. La institución a través del diálogo permanente con sus interlocutores genera formas de auto-representación. Este discurso identificadorio no es unidimensional, se desdobra en planos según ejes referenciales básicos: 1. Lo situacional y lo prospectivo, lo inmediato y lo proyectual, 2. El que opone los aspectos internos o latentes a los externos o manifiestos de la institución. De esta forma se va desdoblado y combinando entre sí los planos de identificación cuya complejidad será proporcional a la complejidad real y comunicacional de la institución.
- **La imagen institucional:** Es el registro público de los atributos identificadorios del sujeto social. Es la lectura pública de una institución, la interpretación de la sociedad o c/u de sus grupos, sectores o colectivos tiene o construye de modo intencional o espontáneo. Es el denominado **discurso imaginario**. Además aparece otra acepción irrenunciable, la de **icono**, como significante visual. Nuestro discurso necesitará apelar a ambas acepciones.

Costa (2009) sostiene que la identidad corporativa se define por dos parámetros: *lo que la empresa es y lo que hace*:

- *Lo que es* intrínsecamente consiste, en primer lugar, en su estructura institucional o fundadora: su estatuto legal, el histórico de su desarrollo o de su trayectoria, su directorio actual, su domicilio social, el organigrama de actividades y filiales, la estructura del capital y sus posesiones.
- *Lo que hace* es la actividad mayor alrededor de la cual se crea todo el sistema relacional y productivo: una técnica, líneas de productos o de servicios más o menos coordinados, una estructura de precios y características de distribución, cuyo conjunto de actividades está sancionado en forma de resultados comerciales y financieros.

Asimismo, Capriotti (2009, p. 23) en su desarrollo sobre la identidad corporativa establece que esta tiene dos componentes fundamentales la *cultura corporativa* y la *filosofía corporativa*. La *cultura corporativa* es el conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos. Es decir, la cultura de una organización es el conjunto de códigos compartidos por todos –o la gran mayoría– los miembros de una entidad. Por otra parte, la *filosofía corporativa* es tenida como la concepción global de la organización establecida por la alta dirección para alcanzar las metas y objetivos de la misma. Es aquello que la alta dirección considera que es central, perdurable y distintivo de la organización. En cierto modo, representa los “*principios básicos*” (creencias, valores y pautas de conducta) que la entidad debería poner en práctica para llegar a cumplir sus metas y objetivos finales fijados.

2.4 Marketing bibliotecario

El concepto de marketing proviene del ámbito de la administración y sobre todo abocado al mundo empresarial. Progresivamente, las bibliotecas fueron incorporando algunas características de esta disciplina para lograr una efectiva administración y gestión de los recursos y servicios que ofrece a la comunidad. “El marketing de productos y servicios de información es de gran interés para los

profesionales de la información. Aunque han sido las organizaciones de gran consumo las que le han dado más peso al marketing, recientemente las empresas de servicios están aumentando ese interés (Villaseca-Morales, 2014 citado por Fernández González-Villavicencio, 2015).

Chias (1995) cita, por un lado, a Kotler y Levy (1969) para comentar que los autores criticaban el concepto de marketing como una visión peculiar de las empresas con ánimo de lucro. Por otro lado, cita a Bagozzi (1975) para decir que el mismo sostiene que luego de numeras investigaciones, llegó a la conclusión que el elemento clave del marketing es el *intercambio*. De esta manera, se empezó a acuñar una definición del marketing entendiéndola como *la ciencia del proceso de intercambio*. Este factor de intercambio, se sustenta de cinco condiciones:

- Debe haber al menos dos partes.
- Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
- Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
- Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
- Cada parte debe creer que es apropiado o deseable tratar con la otra.

Kotler expresa desde una mirada contemporánea que el marketing es “un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros” (Kotler, 1992: p. 4).

Fernández González–Villavicencio (2009b) describe que el marketing bibliotecario presenta nuevos retos y al mismo tiempo grandes oportunidades entre las que se destacan:

- En tiempos de escasez de información, las bibliotecas eran las únicas que ofrecían acceso a unos recursos bien organizados y conservados. Con el acceso masivo a la información digitalizada y a través de motores de búsqueda y sitios y redes sociales cada vez más intuitivos y móviles, el interés por los recursos de la biblioteca decrece y se está produciendo una

competición por conseguir el interés del usuario (la economía de la atención) en su búsqueda de información.

- Por otro lado, los usuarios han modificado la forma en la que buscan información. Ahora son más autónomos y dependientes del uso de la tecnología y no necesitan de la intermediación del bibliotecario y de la biblioteca.

2.5 Segmentación del mercado

García y Portugal elaboran un extenso abordaje sobre el marketing bibliotecario y su importancia en el contexto actual de las prácticas bibliotecarias. Desde su perspectiva, existen nuevas demandas impulsadas por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sumado al creciente auge de la interdisciplinariedad que conlleva a redefinir las estrategias a implementar dentro de las bibliotecas para brindar un mejor servicio a sus usuarios.

Respecto a la segmentación del mercado expresan:

“Es la identificación de características similares entre las personas que lo componen. Sobre la base de esas características se agrupan en segmentos de mercado. Una organización es factible que se concentre en varios segmentos al mismo tiempo” (García y Portugal, 2009: p. 116).

Si tomamos como ejemplo estas ideas trabajadas por las autoras, podemos establecer algunas limitaciones que servirán para trabajar en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales:

- Limitación geográfica: Ciudad de Salta, provincia de Salta.
- Limitación demográfica: Edad, sexo, ocupación, nivel socioeconómico, educación, estado civil, nacionalidad.
- Comportamiento en relación a la biblioteca: Frecuencia de uso, tipo de usuario (usuario, no usuario, ex usuario, usuario interno, usuarios externos).

2.6 Promoción en bibliotecas

La promoción de los servicios en las bibliotecas es un factor determinante para que la comunidad de usuarios reconozca y utilice cada uno de ellos en vistas a satisfacer sus necesidades informativas. Existen diversos estudios vinculados a la evaluación de la promoción de los servicios en las bibliotecas y la mayoría de ellos llegan a la conclusión que este ha sido un elemento olvidado en las últimas décadas dentro de las actividades relevantes dentro de las bibliotecas. Como sostienen García y Portugal (2009) hubo una etapa en las bibliotecas en que el énfasis estaba centrado en el servicio de los usuarios. Era mayor la importancia de lo que se hacía, que para quien se hacía. Se diseñaba un servicio y se asumía que sería adecuado para los destinatarios

En este sentido, la promoción está estrechamente vinculada a otro factor determinante dentro del marketing bibliotecario, la idea de posición o posicionamiento. Al respecto, García y Portugal (2009b) marcan algunas diferencias importantes sobre estos dos fenómenos:

- Posición: Está relacionado con el modo en el que se va a dar acceso a los distintos servicios y productos. Los canales a implementar deberán estar integrados y coordinados (correo electrónico, teléfono, fax, atención personal, otros) lo cual permitirán transmitir un mensaje claro, coherente y preciso. También debe pensarse en los horarios de atención y el lugar físico donde se trabajará.
- Promoción: Es la fase de comunicación del marketing. Bajo ningún concepto puede dejarse de lado la promoción dado que constituye la única forma de dar a conocer servicios o productos. Aquí se prestará especial atención a las muy variadas formas de comunicación existentes. La fase de comunicación del marketing es extremadamente importante y necesaria. Tal vez, por tal motivo es que haya sido identificada como sinónimo de marketing, olvidando todos los restantes componentes.

•

CAPÍTULO III

Diagnóstico de la Institución

“Es muy difícil concebir que haya integración allá donde no hay comunicación, porque para integrarse, es decir, para formar un conjunto hay que conversar, hay que entenderse, hay que colaborar y todo eso se hace a través de comunicación”

(Beltrán, s/f)

Primera Parte

Etapa de descripción

3.1 Etapa de descripción

3.1.1 Universidad Nacional de Salta

La Universidad Nacional de Salta establece dentro de su estatuto que es una institución de derecho público, autónoma y autárquica, que tiene por fines la promoción, la difusión y la preservación de la cultura. Para cumplir con este propósito está en contacto permanente con el pensamiento universal y presta particular atención a los problemas de la región y del país.

La Universidad contribuye al desarrollo de la cultura mediante los estudios humanistas, la investigación científica y tecnológica y la creación artística. Difunde las ideas y las realizaciones artísticas por la enseñanza y los diversos medios de comunicación de los conocimientos. Tiene por misión la generación y transmisión del conocimiento, de la ciencia y sus aplicaciones y de las artes. Su fin principal es la educación desde una perspectiva ética. Además, la Universidad procura la formación integral y armónica de los integrantes de la comunidad universitaria, docentes, estudiantes, graduados y personal de apoyo universitario, e infunde en ellos el espíritu de rectitud moral y responsabilidad ética y cívica.

Está compuesta por 6 Facultades (Ciencias Naturales, Ciencias Exactas, Ciencias Económicas, Humanidades, Ciencias de la Salud e Ingeniería), 3 sedes regionales (Metán, Orán y Tartagal) y 2 institutos de enseñanza media (IEM – Salta y IEM – Tartagal).

Las autoridades actuales son:

Rector: C.P.N Antonio Fernández-Fernández

Vice-rector: Edgardo LING SHAM

Ubicación: Av. Bolivia 5150 Salta, Argentina.

CP: 4400 - **Teléfono:** 387-4255307

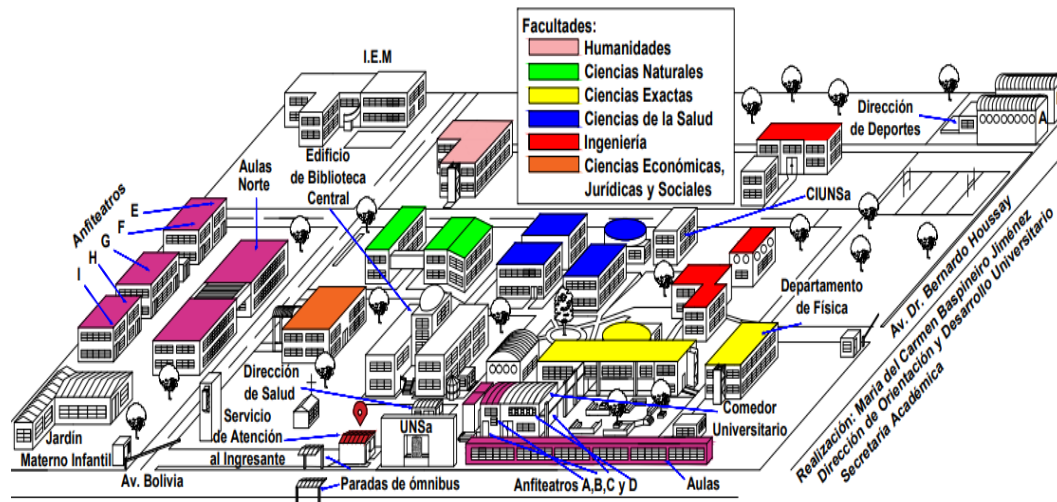


Figura 1: Plano campus universitario
Universidad Nacional de Salta

Fuente: <http://www.unsa.edu.ar/dga/archivos/mapa-unsa.pdf>

Secretarías de la Universidad Nacional de Salta

- Secretaria Académica: Dr. Francisco Pablo ORTEGA BAES
- Secretaria del Consejo Superior: Lic. Claudio Román MAZA
- Secretaria Administrativa: Mg. Miguel Martín NINA
- Secretaria de Extensión Universitaria: Prof. Oscar Darío BARRIOS
- Secretaria de Bienestar Universitario: Lic. Mirella Beatriz PERALTA
- Secretaria de Cooperación Técnica y Relaciones Internacionales: Ing. Margarita ARMADA de ROMANO
- Secretaria de Asuntos Jurídicos: Abog. Guadalupe FERNANDEZ SOLER

Coordinaciones

- Coordinación de posgrado y asuntos académicos: Lic. Silvia Susana SUHRING
- Coordinación administrativo: CPN Sergio VILLALBA
- Coordinación legal y técnico: Abog. Noel Ángel ZARATE

- Coordinación de obras, servicios y mantenimiento: Ing. Jorge BERKHAN
- Coordinación de asuntos estudiantiles: Téc. Soledad FARFÁN

3.1.2 Facultad de Ciencias Naturales

La Facultad de Ciencias Naturales forma parte de las 6 facultades que integran la Universidad Nacional de Salta. Las autoridades de cada facultad son el Decano y el Consejo Directivo. El Decano es el representante de la Facultad en todos los actos civiles, académicos y administrativos. Ejerce y dirige la administración general de la Facultad. El Decano, o en su defecto el Vicedecano, convoca y preside las sesiones del Consejo Directivo.

3.1.3 Autoridades actuales

Decana: Dra. Alicia M. Kirschbaum

Vicedecano: Ing. Agr. Carlos Herrando

Secretario técnico y de asuntos estudiantiles: Ing. en R. N Joel Eliseo Medina

Secretaría administrativa: Mg. Lucía del Carmen Nieva

Contacto:

Teléfono: 0387-4255433, Fax: 0054-0387-4255455

Consejo Directivo

El Consejo Directivo es la autoridad máxima de la Facultad; establece las políticas académicas y ejerce el control. Está integrado por representantes de los estamentos de profesores, auxiliares de la docencia, estudiantes, graduados y personal de apoyo universitario.

Las sesiones del Consejo Directivo tienen lugar los días martes a la hora 15:00. Son presididas por el Decano o el Vicedecano y tienen carácter público, salvo expresa decisión en contrario de la mayoría absoluta de los miembros presentes. El quorum para sesionar no debe ser menor de 9 consejeros. Las Reuniones Extraordinarias se pueden convocar en cualquier momento, con por lo

menos 24 horas de anticipación, por Decanato o a pedido de diferentes consejeros.

3.1.4 Carreras de grado

Sede Central

- Ingeniería en Recursos Naturales y Medio Ambiente. Res. CS 001/06.
- Licenciatura en Ciencias Biológicas. Res. CS 020/14.
- Tecnicatura Universitaria en Viticultura y Enología. Res. CS 522/13.
- Ingeniería Agronómica. Res. CS 231/13.
- Geología. CDNAT 2009-0514 // CS-2010-0140.
- Profesorado en Ciencias Biológicas. Res. CS 0100/15.

Sede Regional Tartagal

- Tecnicatura Universitaria en Perforaciones
- Ingeniería en Perforaciones. Res. CS 328/01.

Sede Regional Orán

- Ingeniería en Recursos Naturales y Medio Ambiente. Res. CS 0462/13.
- Tecnicatura Universitaria en Administración de Empresas Agropecuarias. Res. CS 554/13.
- Tecnicatura Universitaria en Recursos Forestales. Res. CS 683/10

Sede Regional Sur

- Ingeniería Agronómica. Res. CS 231/13

Extensión Áulica Cafayate

- Tecnicatura Universitaria en Viticultura y Enología. Res. CS 522/13.

3.1.5 Carreras de posgrado

- Maestría en Recursos Naturales y Medio Ambiente
- Maestría en Desarrollo de Zonas Áridas y Semiáridas
- Maestría en Riego y Uso Agropecuario del Agua
- Doctorado en Ciencias Geológicas
- Especialidad y Maestría en Turismo Sustentable

3.1.6 Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales, desde la fundación de la Universidad Nacional de Salta, funcionó dentro de la Facultad de Ciencias Naturales en un espacio compartido con el Museo. Luego de una resolución del rectorado, a partir del año 1999, la misma se trasladó al edificio central de la Universidad donde, además de 5 de las 6 Bibliotecas, se encuentran el área contable y administrativa de la misma.

Ubicación

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales está dentro del predio San Martín de la Universidad Nacional de Salta, ubicada en Av. Bolivia 5150 en la ciudad de Salta Capital. La Universidad Nacional de Salta cuenta con 6 Facultades: Facultad de Ingeniería, Facultad de Ciencias Naturales, Facultad de Ciencias Exactas, Facultad de Humanidades, Facultad de Ciencias de la Salud y Facultad de Ciencias Económicas. Cada una de ellas cuenta con una Biblioteca propia que reúne todos los materiales destinados a esa área en particular. Cabe destacar que la mayoría de las Bibliotecas, excepto la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, se encuentran dentro del Edificio Central de la Universidad Nacional de Salta.

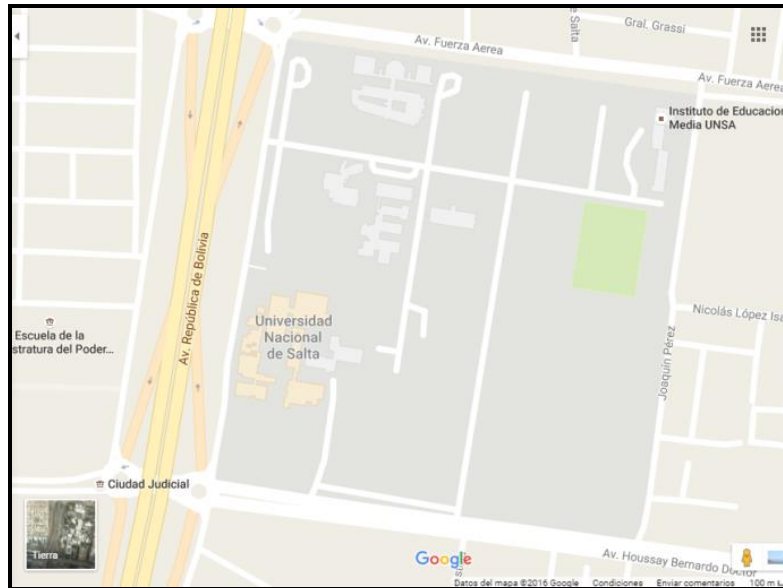


Figura 2: Localización de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.

Fuente Google Maps

La Biblioteca se encuentra en el primer piso del mencionado edificio central, junto a la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Salud, el Departamento de Becas, el Departamento de Títulos y el área administrativa de Rectorado.

Teléfono: 0387 - 4255485

Email: bibnat@unsa.edu.ar

Horario de atención: lunes a viernes de 8:30 a 13:00 y de 15:00 a 19:00 hs.

Funcionalidad de los espacios

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales, se ubica en el primer piso del Edificio de Bibliotecas de la Universidad. Cuenta con una sala de lectura de 25 m² con capacidad para 40 personas, las estanterías se distribuyen en una superficie de 130 m².

Los estudiantes y docentes disponen además, de otros espacios para consulta y estudio: Sala de lectura de las Bibliotecas de la Facultad de Ingeniería, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Humanidades y Facultad de

Ciencias Exactas, sumando a ellas un espacio de aproximadamente de 50 m² localizado en el primer piso del edificio con mesas y sillas para el estudio.

Acervo Bibliográfico

El fondo bibliográfico impreso de la Biblioteca de Ciencias Naturales está formado por 14.800 libros y 991 títulos de publicaciones periódicas. Un 20% de la colección corresponde a obras específicas de la carrera. Del total del material bibliográfico disponible para la carrera, el 50% corresponde a ediciones posteriores al año 2000.

El acceso a las colecciones digitales de la Biblioteca de Ciencia y Tecnología se puede realizar desde cualquier computadora localizada en el Complejo Universitario, Museo de Ciencias Naturales o Centro Cultural de la Universidad. El acceso a las revistas electrónicas que suscriptas por esa Biblioteca Electrónica en muchos casos complementa la existencia de colecciones impresas de la Hemeroteca.

3.1.7 Misión

Satisfacer los requerimientos de información para la enseñanza de grado, postgrado y para el desarrollo de la investigación y la extensión, mediante la selección y adquisición del material necesario, empleando herramientas acordes con la tecnología actual, para el almacenamiento, organización y difusión de la información.

3.1.8 Visión

Contar con acervos bibliográficos y documentales actualizados, organizados y suficientes, infraestructura y equipamiento apropiados para el estudio, búsqueda y recuperación de la información.

Proveer servicios que cumplan las expectativas de los usuarios, a quienes se los formará para que adquieran habilidades informacionales que permitan optimizar su acceso a la información. Procurar permanentemente mejorar la

capacidad de respuesta brindando servicios de calidad basados en la mejora continua.

3.1.9 Estrategias de actualización

Anualmente se asigna las partidas presupuestarias desde el Consejo Superior para la adquisición de bibliografía. Las compras se realizan en forma coordinada por la Dirección de Escuela, docentes de la carrera y personal de Biblioteca, logrando de esta manera unificar criterios para adquisiciones pertinentes y adecuadas. Otra forma de actualización del fondo bibliográfico es por medio del canje o donaciones que se realiza especialmente con publicaciones periódicas. Se considera que el acervo bibliográfico se encuentra actualizado y con un número de ejemplares adecuado.

3.1.10 Personal (suficiencia y calificación)

La planta permanente del personal de Biblioteca está compuesto por 4 miembros del Personal de Apoyo Universitario (PAU): Una Directora General, un responsable de Procesos Técnicos, un responsable de Informática, y un responsable de Servicio de Circulación (turno matutino). También se cuenta con dos personas contratadas, uno cumple funciones en el Servicio de Circulación en turno tarde y otra como auxiliar de procesos técnicos. En total hay 5 Bibliotecarios y 1 Informático.

El personal realizó cursos específicos en: Catalogación, Recursos Electrónicos, Redes de Información bibliográfica, Gestión de Bibliotecas, Winisis, Conservación de papel, Biblioteca Digital y Tesis Electrónicas, Edición y Evaluación de Revistas Científicas, Capacitación en Uso de los Servicios de la Biblioteca Electrónica de Ciencia y Tecnología del MINCyT, Deontología, Gestión del Capital Humano, Gestión y Publicación de Revistas Científicas en Internet: OJS (Open Journal System), Sistemas de Gestión de Calidad en Bibliotecas Universitarias y concurre en forma continua a Jornadas, Congresos y Reuniones de Trabajo en la temática específica. La capacitación obtenida se traduce en los servicios que constantemente se actualizan.

- Participación en grupos de trabajo y comisiones

El personal de Biblioteca forma parte de los grupos de trabajo de la REDIAB (Red Interuniversitaria Argentina de Bibliotecas) en la cual la Universidad Nacional de Salta tiene la Coordinación Regional.

Participa activamente en la Red de Bibliotecas y Servicios Accesibles para Personas con Discapacidad, en noviembre de 2011, esta Universidad fue sede del 2º Encuentro Universitario de Bibliotecas Accesibles “Universidad y Discapacidad. El acceso a la información académica y científica” Resolución Rectoral N° 0864/11.

El personal participa del PICTO-CIN N° 168 “Promoción Científica, Tecnológica y Académica en la Región NOA Mediante Repositorios Digitales”. Desde la Unidad Académica se ha apoyado económicamente la capacitación del personal de Biblioteca en distintas actividades realizadas dentro y fuera de la provincia.

3.1.11 Usuarios de la Biblioteca

- ❖ Estudiantes de la Facultad de Ciencias Naturales: Usuarios internos de la Facultad. Las consultas están vinculadas a documentos referidos a las materias del año que están cursando.
- ❖ Estudiantes en proceso de elaboración de tesis final de grado de la Facultad de Ciencias naturales: Usuarios internos. Requieren de material vinculado a la temática abordada en su tesis de investigación.
- ❖ Docentes de la Facultad de Ciencias Naturales: Usuarios internos. Las consultas están relacionadas con documentos referidos a la cátedra en la que se desempeñan.
- ❖ Personal de apoyo de la Facultad de Ciencias Naturales: Usuarios internos. Sus consultas son variadas con fines de aprendizaje y ocio. Es necesario destacar que en los últimos años se profundizó las consultas de material vinculadas a las carreras que se ofrecen dentro de la Universidad

destinadas al personal de apoyo. Por ejemplo: Tecnicatura Superior en Gestión Universitaria.

- ❖ Estudiantes, Docentes y Personal de Apoyo de otras Facultades de la Universidad: Usuarios externos. Consultas de diversa índole según el perfil de cada usuario.

3.1.12 Servicios a los usuarios

La Biblioteca es pública en su sala de lectura, con la presentación del Documento Nacional de Identidad el lector puede acceder a los servicios *in situ*. Para retirar obras a domicilio requiere poseer el carnet correspondiente que se tramita desde el sitio web de la Biblioteca (<http://www.unsa.edu.ar/bibnat/>)

El Carnet de Biblioteca permite el acceso a los servicios que brindan todas las Bibliotecas de la Universidad. Desde el año 2011, se ha implementado el carnet de usuario con código de barras que agiliza el proceso de préstamo a domicilio. Los alumnos y docentes de la carrera disponen de los siguientes servicios:

- ❖ Préstamos de material bibliográfico en sala y a domicilio: Con la presentación del carnet actualizado, los interesados pueden retirar material bibliográfico en carácter de préstamo por el plazo máximo de una semana, renovable. En el caso de los docentes este plazo se extiende a treinta días. Este servicio está automatizado en forma integral a través del Sistema Integrado de Gestión de Bibliotecas PMB.
- ❖ Servicio de Atención Telefónica: para consultas y renovación de préstamos
- ❖ Catálogo en línea (OPAC) de acceso público: ofrece información sobre las colecciones de la Biblioteca.
- ❖ Servicio de lectura en sala: De acuerdo a la reglamentación vigente la biblioteca es pública en su sala de lectura, a este servicio pueden acceder personas que no pertenecen a la comunidad universitaria con la sola presentación de su documento de identidad.

- ❖ Servicio de provisión de documentos impresos y electrónicos: por medio de convenios con bibliotecas afines y la participación de la Biblioteca en redes nacionales e internacionales soluciona la demanda de artículos científicos en los casos que no son localizados en la Biblioteca Electrónica de Ciencia y Tecnología ni en acceso abierto.
- ❖ Préstamos inter-bibliotecarios: Se realizan especialmente entre bibliotecas cooperantes de la BDU del SIU (Sistema de Información Universitaria), que permite por medio de su catálogo unificado localizar el material bibliográfico y la biblioteca depositaria. Otras redes a las que también pertenece esta Biblioteca constituyen un eficaz medio para la prestación este servicio.
- ❖ Referencia Electrónica: facilita la obtención de información por medio de correo electrónico.

3.1.13 Nuevos servicios

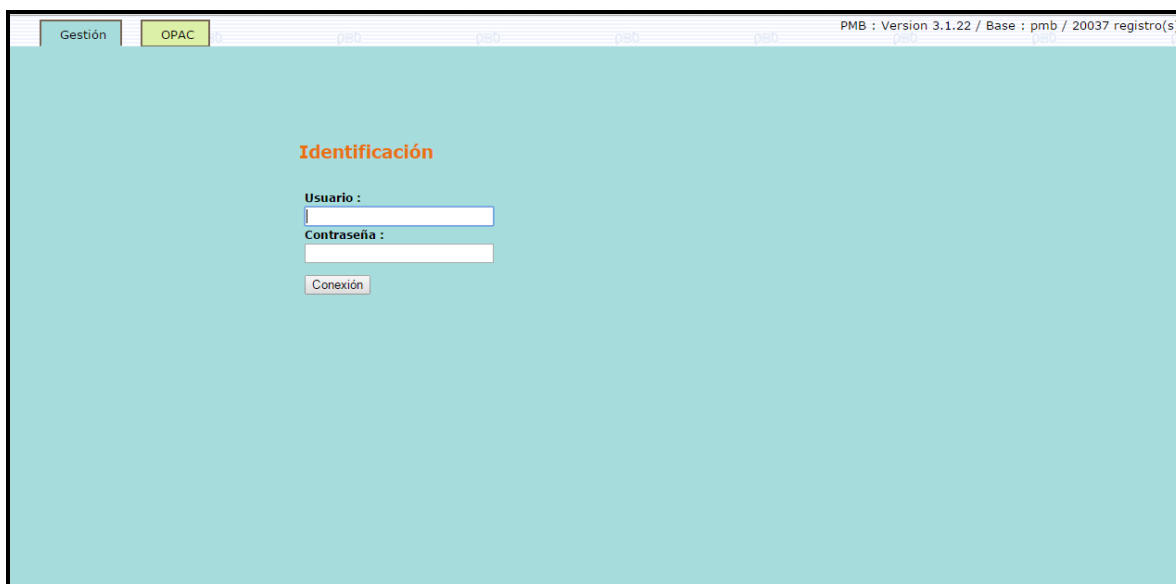


Figura 3: Pantalla de inicio. Sistema Integrado de Gestión de Bibliotecas PMB

La implementación del Sistema Integral de Gestión Bibliotecaria PMB, en el año 2011, permitió optimizar la eficiencia de los servicios en: Préstamo automatizado, Carnet con código de barras, Catálogo Público de Acceso en línea,

Alerta y Diseminación Selectiva de Información. El mencionado sistema fue adaptado para el funcionamiento de nuevos servicios:

- ❖ Consulta en línea con validación de usuario: para obtener información sobre la situación de los préstamos solicitados
- ❖ Catálogos en Línea de las Bibliotecas de Cátedras: Facilita el acceso público a los registros de material bibliográfico que los docentes disponen para su consulta en las Cátedras.
- ❖ Estanterías Virtuales por Asignatura: Contienen los registros de la bibliografía recomendada en las matrices curriculares que se encuentra en Biblioteca.

La incorporación de estos nuevos servicios favorece el acceso a la información de la totalidad de la bibliografía recomendada en los programas vigentes, constituyendo un valor agregado a la misión de la Biblioteca.

3.1.14 Equipamiento informático

Esta unidad de información cuenta con 5(cinco) computadoras personales para el trabajo interno, 4 (cuatro) terminales para consulta de catálogos y acceso a recursos de información académica y científica y 1 (un) scanner para la digitalización de textos e imágenes. Esto ha sido incrementado a partir del año 2010.

3.1.15 Normas Bibliotecológicas que utiliza la Biblioteca

- ❖ Clasificación Decimal Dewey (CDD)
- ❖ Reglas de Catalogación Angloamericana AACR2
- ❖ ISBD (International Standard Bibliographic Description)
- ❖ Tablas de Cutter
- ❖ SEARS - Lista de encabezamiento de materias

Segunda Parte

Etapa de investigación

Etapa de Investigación

3.1.1 Metodología de investigación

La investigación estuvo centrada en la obtención de datos que permitieran tener un acercamiento profundo sobre el estado actual de la imagen institucional de la biblioteca a partir de la percepción de los usuarios sobre la biblioteca en general y, además, sobre el estado de los recursos y servicios que ofrece la biblioteca tanto in situ como en línea.

Para realizar esto, se acudió a herramientas propias de la metodología cuantitativa y cualitativa dentro de la investigación, es por ello que se optó por una complementariedad metodológica. Se realizaron encuestas dentro de la biblioteca, entrevistas semi-estructuradas a personas involucradas con la biblioteca, se analizaron los medios de difusión de los servicios que uso y utiliza la biblioteca a través de un análisis documental y por último se realizó una observación directa del espacio físico de la biblioteca, de la página web y del repositorio de ciencias agropecuarias y ambientales dependiente de la Facultad de Ciencias Naturales junto al trabajo con otras Facultades de otras Universidades de la Argentina.

Encuestas

La encuesta es definida en general como una técnica para la obtención de datos mediante la interrogación de sujetos que aportan información relativa al área de la realidad a estudiar. Durante el período de febrero a julio del año 2017 se realizó el sondeo sobre el estado actual de la comunicación y la difusión de los recursos y servicios de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la UNSa. Las encuestas (ver Anexo) se efectuaron en la sala de lectura de la biblioteca donde acuden diariamente estudiantes y docentes de la facultad. El número final de encuestas realizadas fue de un total de 100 (cien).

Entrevistas semi-estructuradas

Las entrevistas aportan a la investigación descripciones e informaciones que proveen las mismas personas que actúan en una realidad social dada y permite indagar sobre el pasado, el presente y también sobre las anticipaciones del futuro. El objetivo de las entrevistas llevadas a cabo fue ampliar la mirada sobre los datos obtenidos en las encuestas realizadas dentro de la sala de lectura de la biblioteca de la facultad de ciencias naturales. Para ello, se realizaron entrevistas a las personas que se detallan a continuación:

Datos de los entrevistados

Entrevista 1

INFORMANTE 1

Estamento/función: PAU (Personal de Apoyo Universitario) – Jefa de Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.

Lugar: Biblioteca

Fecha: septiembre de 2017

Entrevista 2

INFORMANTE 2

Estamento/función: PAU (Personal de Apoyo Universitario) – Jefe de Procesos Técnicos de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.

Lugar: Biblioteca

Fecha: septiembre de 2017

Entrevista 3

INFORMANTE 3

Estamento/función: Estudiante Carrera de Ingeniería Agronómica de la Facultad de Ciencias Naturales.

Lugar: Predio Universitario

Fecha: Diciembre de 2017

Observación

“La observación es una técnica de recolección de información consistente en la inspección y en el estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos) conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador” (Yuni y Urbano, 2014).

En este caso, se optó por una observación directa la cual consiste en ponerse en contacto con el fenómeno de estudio a partir del empleo de los sentidos como instrumentos de recolección de la información. Una característica importante de este tipo de observación tiene en cuenta la situación en su ambiente natural.

Observación de los espacios virtuales (página web – Repositorio Institucional de Ciencias Agropecuarias y Ambientales dependiente de la Facultad de Ciencias Naturales)

Dentro de este apartado, se analizó el estado actual de la página web de la biblioteca, los recursos que ofrece y la información de la que dispone. La página contiene en primer lugar información sobre la biblioteca (carnet de biblioteca, tesis, reglamento, contacto, personal), recursos y servicios de acceso público de la universidad (repositorio institucional, editorial, Catálogo unificado) e información sobre catálogos y recursos en línea (repositorios, catálogos y bibliotecas digitales).

El Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales contiene información académica, científica y técnica de las siguientes universidades:

- Facultad de Ciencias Agrarias (Universidad Nacional de Catamarca).
- Facultad de Ciencias Agrarias (Universidad Nacional de Jujuy).
- Facultad de Ciencias Naturales (Universidad Nacional de Salta).
- Facultad de Agronomía y Agroindustrias (Universidad Nacional de Santiago del Estero).
- Facultad de Agronomía y Zootecnia (Universidad Nacional de Tucumán).
- Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales (Universidad Nacional de la Rioja).

El repositorio utiliza el software E-Print como plataforma para incluir archivos electrónicos y el cual permite el manejo en general del sistema. Cabe destacar, que este software es uno de los más utilizados en la actualidad junto al software Dspace, ambos de código abierto lo que permite modificar las características del mismo según las necesidades y criterios de las instituciones.

3.1.2. Análisis de datos obtenidos

Medios de difusión utilizados por la biblioteca hasta el año 2017

Luego de un análisis de todos los medios de difusión utilizados por la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales se pudo comprobar que el principal medio de difusión de los recursos y servicios fue el correo electrónico. La biblioteca cuenta con un correo electrónico (bibnat@unsa.edu.ar), el cual es el principal medio de comunicación con los usuarios de la biblioteca y la comunidad educativa en general de la universidad. En la actualidad, el correo electrónico sigue manteniendo mucha relevancia para la biblioteca al momento de mantener una comunicación efectiva con los estudiantes, docentes y personal de apoyo tanto de la facultad como de la universidad.

Es menester destacar que durante el año 2012 la biblioteca emitió un boletín informativo de formato electrónico difundido a través de correo electrónico el cual incluía aspectos vinculados a noticias en general y un espacio para las novedades bibliográficas sobre publicaciones periódicas, libros y tesis de grado

ingresadas en biblioteca durante ese periodo. Este boletín garantizaba que los usuarios estén informados sobre todas las novedades y actividades que llevaba a cabo la biblioteca, además de informar sobre actividades propias de la Facultad de Ciencias Naturales.

The image shows the cover of an informational bulletin. At the top, it reads 'BIBLIOTECA FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES BOLETIN INFORMATIVO MAYO 2012'. Below this, the title 'BIBLIOTECA FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES BOLETIN INFORMATIVO - MAYO 2012' is displayed in large, bold, green letters with a red outline. The central part of the cover features a table with a light green background and a black border, titled 'INDICE'. The table lists the contents and their corresponding page numbers. At the bottom of the cover, it provides the library's name, 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA', and its website, 'www.unsa.edu.ar/bibnat'.

<u>INDICE</u>	
CONTENIDO	Pág.
NOTICIAS	2
NOVEDADES BIBLIOGRAFICAS	
PUBLICACIONES PERIODICAS	4
SEMINARIOS Y TESIS	6
LIBROS	10

BIBLIOTECA FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
www.unsa.edu.ar/bibnat

Figura 5: Boletín informativo de la biblioteca – Año 2012

Se emitió desde febrero a diciembre del año 2012, siendo ese el único año en que se evidenció una plena constancia del uso de esta herramienta de comunicación.

Dentro del análisis, se pudo constatar que no hubo una política de comunicación definida en cuanto al desarrollo de folletería y avisos impresos. Tampoco se evidencia el uso de recursos alternativos a la página web de la biblioteca y el correo electrónico como blogs, wikis o redes sociales.

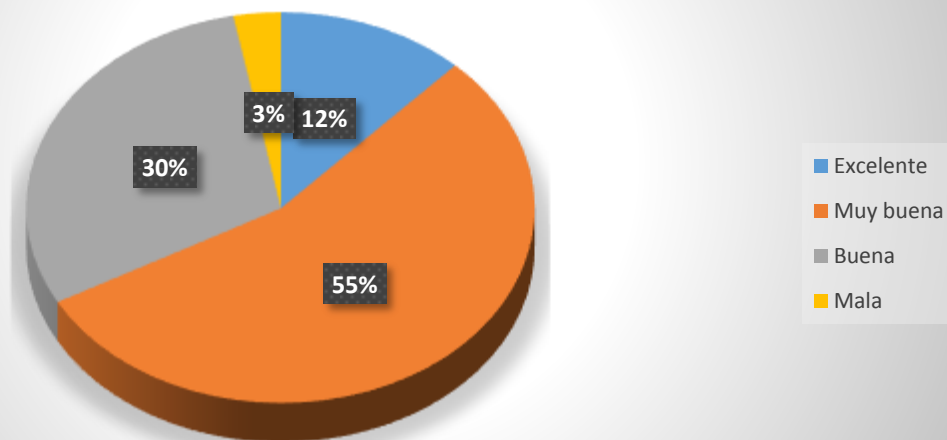
Encuestas

Se llevaron a cabo un total de 100 encuestas dentro de la sala de lectura de Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales donde se trazaron axiales para indagar sobre:

- Recursos y servicios que ofrece la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales
- Consulta sobre la página web de la biblioteca
- Canales de comunicación de la biblioteca utilizados y recomendaciones de implementación
- Conocimiento sobre el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino.

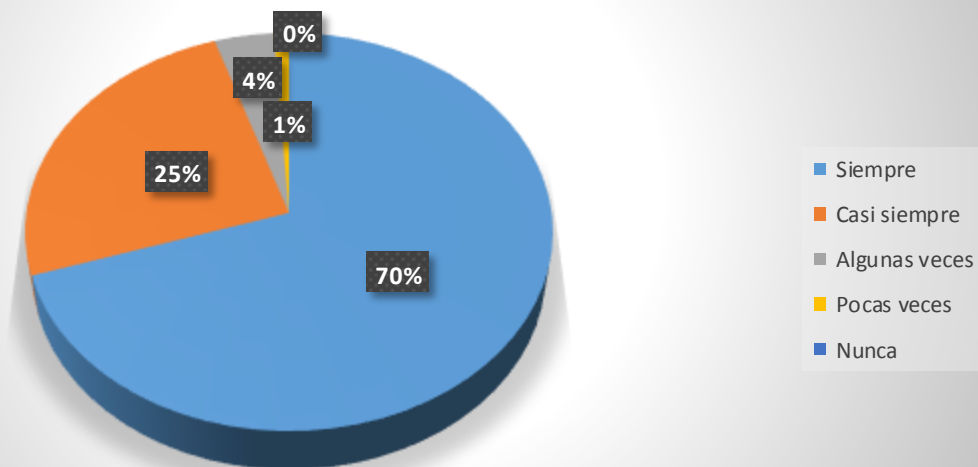
A continuación se presentan los resultados obtenidos dentro de las encuestas a través de representaciones gráficas que expresan los datos y los valores considerados al momento de realizar este estudio:

Sobre la atención (servicio de referencia) en la biblioteca



Gráfica 1: Cómo calificaría la atención (servicio de consulta/referencia) de la biblioteca

Predisposición del personal de la biblioteca para atender consultas



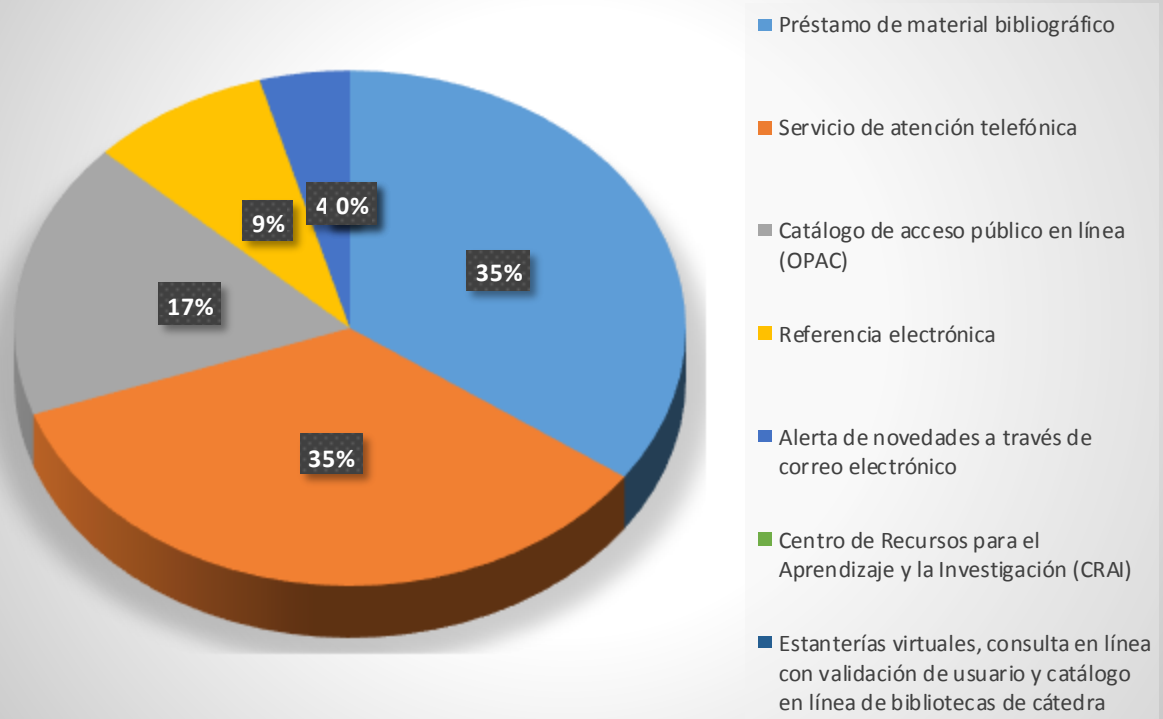
Gráfica 2: El personal de la biblioteca muestra predisposición a la hora de atender sus consultas

Conoce la totalidad de los servicios que ofrece la biblioteca



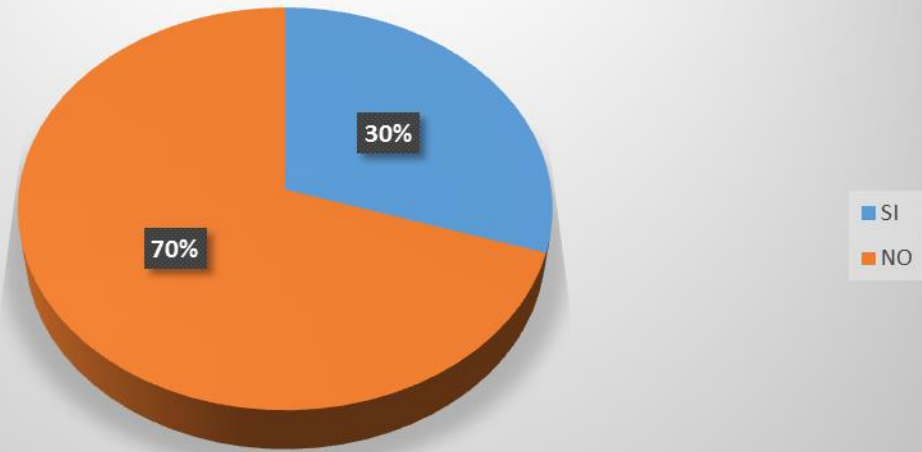
Gráfica 3: Conoce la totalidad de los servicios que ofrece la biblioteca

Señale los servicios de la biblioteca que conoce



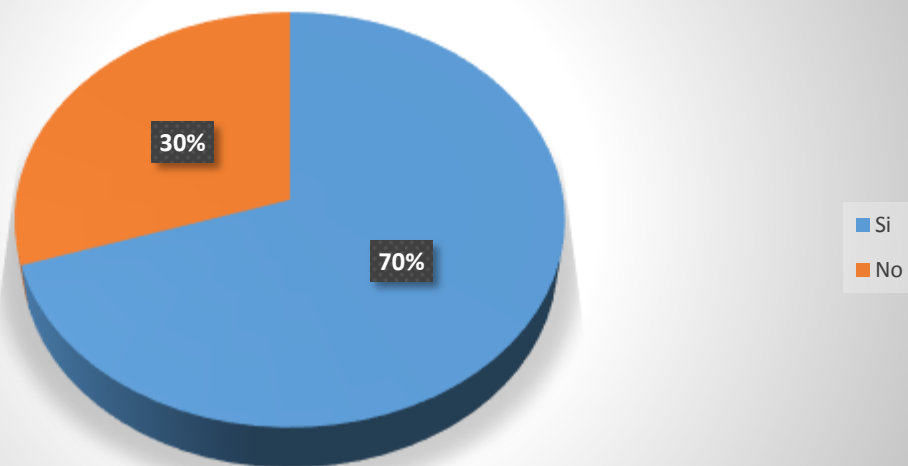
Gráfica 4: Señale los servicios de la biblioteca que conoce

Utiliza el correo electrónico para enterarse de las novedades de la biblioteca



Gráfica 5: Utiliza el correo electrónico para enterarse de las novedades de la biblioteca

Conoce la página web de la biblioteca



Gráfica 6: Conoce la página web de la biblioteca

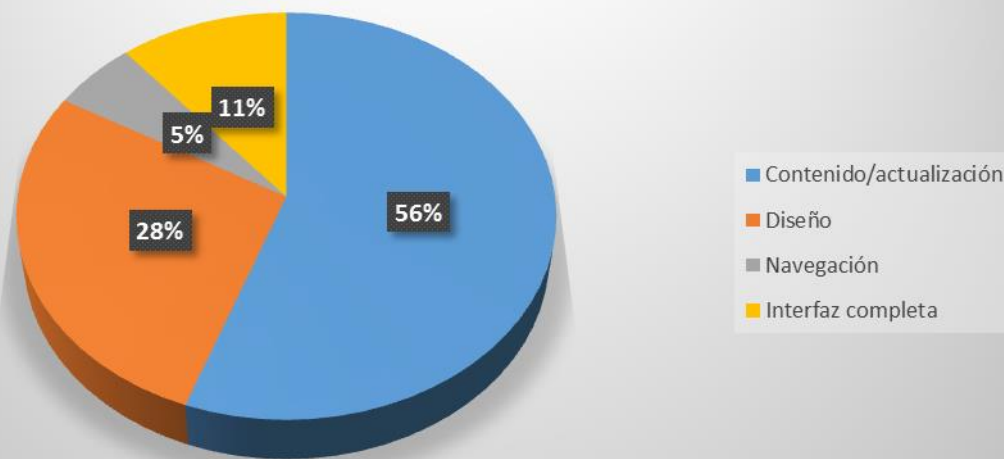


Gráfica 7: Señale con qué frecuencia ingresa a la página web de la biblioteca



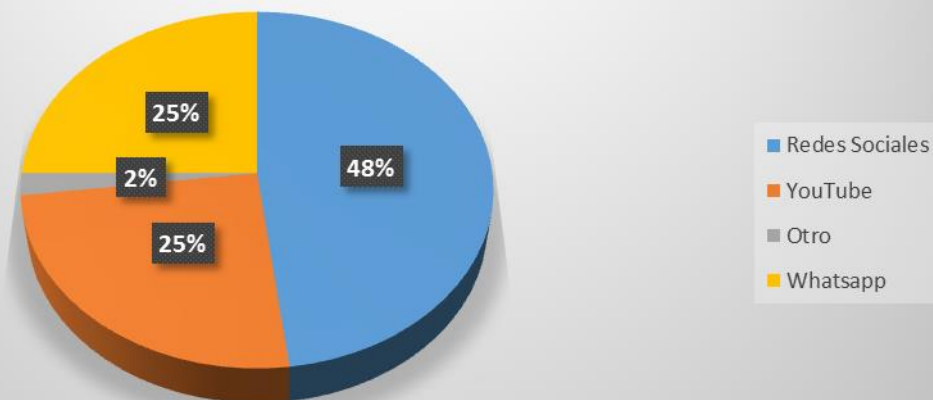
Gráfica 8: Cómo calificaría el contenido de la página web de la biblioteca

Que aspectos considera que deben modificarse de la página web

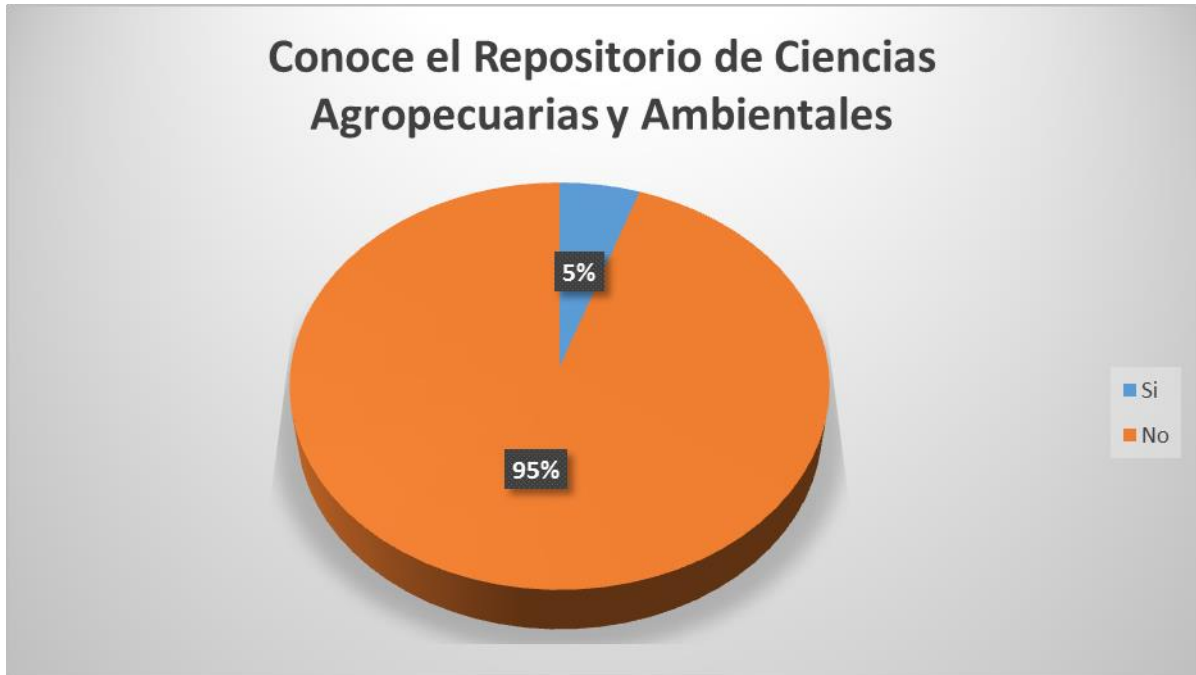


Gráfica 9: Que aspectos considera que deben modificarse de la página web

Señale que nuevos canales de comunicación prefiere para mantener contacto con la biblioteca



Gráfica 10: Señale que nuevos canales de comunicación prefiere para mantener contacto con la biblioteca



Gráfica 11: Conoce el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino

3.2.3 Análisis de los datos proporcionados en las encuestas y conclusiones parciales

Sobre el servicio de referencia proporcionado por el personal de la biblioteca un 55 % de los encuestados afirmó que es muy buena, un 30 % que es buena, un 12 % que es excelente y un 3 % que es mala. Estos números son relativamente importantes para analizar uno de los servicios que se brinda dentro de la biblioteca que es el de atención a los usuarios y lo que motiva a mejorar los datos estadísticos vertidos en la encuesta.

La predisposición del personal de la biblioteca a atender consultas estuvo calificada en siempre en un 70%, en un 25% como casi siempre, un 4% en a veces, un 1% en pocas veces y un 0% en nunca. Los resultados parciales dan cuenta que hasta el momento el servicio de atención al público y de referencia general es un servicio que obtuvo una buena recepción por la población encuestada.

En cuanto al conocimiento sobre la totalidad de los servicios que ofrece la biblioteca un 75% de los encuestados marco el desconocimiento de los mismos y un 25 % conoce los servicios de la biblioteca. Este apartado será reforzado con el siguiente ítem en el que se menciona que servicios de la biblioteca conocen los encuestados.

Dentro de la encuesta se enumeró cada uno de los recursos y servicios que proporcione la biblioteca hasta el año 2017. Los resultados respecto al conocimiento de cada uno de ellos fue el siguiente:

- Los servicios que más conocen los usuarios son: 35 % préstamo de material bibliográfico y 35% el servicio de atención telefónica (consultas en general). Con un 17 % se encuentra el catálogo de acceso público en línea, el servicio de referencia electrónica obtuvo un 9% y, un 4% del total, el conocimiento sobre el alerta de novedades a través del correo electrónico. Tanto el Centro de Recursos para el Aprendizaje (CRAI) y la Investigación como el servicio de estanterías virtuales por asignatura, catálogo de bibliotecas de cátedras y la consulta en línea con validación de usuario (para saber sobre préstamos y deudas) no reflejo ningún porcentaje.

Estos datos reflejan la necesidad de confeccionar estrategias de comunicación para difundir los recursos y servicios con los que cuenta la biblioteca con el fin de que cada uno de los usuarios haga un uso real de los mismos. El CRAI es un servicio orientado para los usuarios en general de la biblioteca con computadoras habilitadas para tal fin y cuenta con el personal de la biblioteca para ayudarlos en la búsqueda de información académico-científica y el acceso a bases de datos nacionales e internacionales en el marco de la Biblioteca Electrónica de la Universidad Nacional de Salta y resulta un recurso imprescindible para investigadores, docentes y alumnos que quieran obtener información para las cátedras.

Las estanterías virtuales por asignatura tienen como objetivo permitir que los alumnos y docentes tengan conocimiento del material que dispone la biblioteca

en relación al programa presentado por las asignaturas, y además, cuenta con material complementario. Las bibliotecas de cátedra es un trabajo que se llevó a cabo desde la biblioteca para poner a disposición los materiales que las cátedras poseen para que sean consultados por los alumnos que están cursando las mismas.

Otro ítem que se tuvo en cuenta para el análisis fue el uso de la página web de la biblioteca para enterarse de novedades, donde un 70% expreso que no usa la página web con este fin y un 30% que si la usa. Continuando con la página web de la biblioteca como eje de análisis, los resultados sobre el conocimiento de esta expresan que un 70% conoce la página y un 30% desconoce la misma. Es menester destacar que los ingresantes en el momento de solicitar su carnet de biblioteca deben ingresar a la página para descargar el formulario y presentarlo posteriormente en la biblioteca para iniciar el trámite y, por lo tanto, existe un conocimiento mínimo sobre esta. La frecuencia del ingreso estuvo distribuida en: 70% los que entran **a veces**, un 20% entre los que **nunca** entran, un 5% entre los que lo hacen **siempre** y un 5% que lo hacen **casi siempre**.

Uno de los aspectos centrales de esta encuesta era obtener datos precisos sobre la percepción de los usuarios respecto al contenido de la página. En este caso, un 60 % expreso que es bueno, un 35% que es malo y un 5% que es muy bueno. No hubo elecciones para el apartado excelente. En relación a esto, se solicitó a los encuestados que indicaran que aspectos debían modificarse de la página: un 56% indico que debe modificarse el contenido de la misma en relación a la actualización de los mismos, un 28% remarco que el diseño debe modificarse, un 11% eligió la opción de que la interfaz completa debe modificarse y un 5% que lo que debe cambiarse es la navegación dentro de la página.

Entre los últimos ítems de la encuesta se consultó sobre la necesidad de indagar en las formas de comunicación que prefieren los usuarios para mantener contacto con la biblioteca. Las redes sociales fueron las más elegidas por los

encuestados con un 45%, YouTube¹ y Whatsapp (para la renovación del material) fueron elegidas en un 25%, y finalmente, con un 2% otros canales de comunicación.

Finalmente, y como se anunció como parte de esta investigación, el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales forma parte de la encuesta realizada. El porcentaje es sin duda significativo: sobre el conocimiento del mismo los encuestados respondieron en un 95% que desconocen el repositorio y solo un 5% que lo conocen.

3.2.4 Comentario sobre las entrevistas

Sobre los entrevistados se buscó obtener reflexiones sobre la importancia de la comunicación y promoción en bibliotecas, la imagen institucional y sobre nuevas formas de contacto con los usuarios. En primer lugar la entrevistada fue la Informante 1, jefa de biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales, la cual se desempeña desde hace más de 30 años dentro de la misma. Se mantuvo una ardua conversación sobre los recursos y servicios con los que cuenta la biblioteca actualmente y sobre la comunicación en bibliotecas. Al respecto menciono lo siguiente:

“La comunicación y difusión de los recursos y servicios de la biblioteca... dado el escaso personal, creo que en algún momento fue dejada de lado para avanzar en la concreción de los proyectos, tal vez no lo tuvimos en cuenta o era importante institucionalizar las acciones que se estaban desarrollando en ese momento y todo quedo centrado en la institución y también en otras instituciones vinculadas con la universidad como ser el ministerio de ciencia y tecnología de la nación”. (Informante 1. Septiembre de 2017).

En este sentido, la entrevistada expresó que el trabajo de la biblioteca estuvo abocado plenamente a fortalecer a la Universidad Nacional de Salta tanto a nivel regional como a nivel nacional. Es menester destacar que el personal de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales colabora con la gestión y desarrollo de la Biblioteca Electrónica de la Universidad Nacional de Salta, el

¹ En este trabajo de investigación se prefirió analizar por separado las redes sociales de YouTube pese a que gran parte de la teoría considera a esta plataforma como una red social.

Portal de Revistas Científicas y Académicas de la Universidad, y el soporte técnico de edición digital de las Revistas Científicas Andes y la Revista de la Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades.

Con respecto a la imagen institucional la entrevistada remarco algo significativo para el análisis de esta investigación:

“La imagen de la biblioteca se estancó (...) entre los usuarios hemos perdido protagonismo con el correr de las décadas, en los 80 éramos muy importantes, en los 90 también y en el 2000 con un sitio web bastaba, pero hoy en día creo que la comunicación se ha ido decayendo un poco porque ya no existe tanto el trato personalizado, en la institución no se tiene en cuenta los perfiles y a veces hay que recibir a personal que no está capacitado”. (Informante 1. Septiembre de 2017).

Actualmente el personal de planta permanente está conformado por 3 personas y el resto es personal en carácter de contratado, por lo que están sujetos a la renovación o no de sus respectivos contratos. Siguiendo con la entrevista realizada, la informante 1 expreso lo siguiente respecto a la comunicación de las acciones llevadas a cabo en la biblioteca:

“A veces es útil la folletería y las redes sociales pueden contribuir hasta un programa de radio o un spot publicitario pero lo importante son las acciones el boca a boca a pesar de que es la comunicación más antigua más allá de las señas da resultado porque es lo que cada uno ha vivenciado y experimentado. La comunicación es importante el acompañamiento de una difusión realizada por profesionales es importante, pero además, es importante el accionar según lo requieren los momentos institucionales para que una biblioteca tenga un espacio un lugar dentro de todo lo que puede ser una estructura institucional no un espacio físico sino un espacio que la biblioteca genera en el día a día en la visión del usuarios, sea una autoridad, un estudiante o un docente. Entonces esa imagen es tenida en cuenta cuando es necesaria y se recurre a sus servicios”. (Informante 1. Septiembre de 2017).

Este fragmento de la entrevista se vincula mucho con lo abordado dentro del marco teórico sobre la imagen institucional de la biblioteca, es decir, cual es la percepción de los usuarios sobre la biblioteca en todos sus aspectos.

El Informante 2 expreso que “*es importante la comunicación y difusión de los recursos y servicios de la biblioteca a través de las tecnologías de la información y la comunicación*”. Manifestó además que un gran complemento de la página web serían las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Remarcó la importancia de un boletín informativo, lo cual en su área, contribuiría a incrementar la difusión de tesis y materiales bibliográficos que ingresen. Se refirió también a la actualización de los contenidos que se publiquen en los diversos medios donde se establezca que los mismos serán actualizados al menos trimestralmente.

La informante 3 expuso una amplia mirada focalizada en los estudiantes donde se destacó su aporte respecto a las concepciones y representaciones existentes en los estudiantes ingresantes en relación a la biblioteca. Con respecto a las representaciones de la biblioteca de los estudiantes ingresantes expuso lo siguiente:

“Desde que uno ingresa lo único que le interesa es poder ir y retirar un libro, es lo único que le puede interesar. Además desde que yo ingrese y veo que mis compañeros también no consultan la página ni tampoco se interesan demasiado por la biblioteca, lo único que significa para ellos y, para mí en ese momento, es que era un lugar para prestar libros”. (Informante 3. Diciembre de 2017):

Asimismo, enfatizó sobre la necesidad de mejorar la difusión de los servicios y principalmente de la página web de la biblioteca la cual necesita de un proceso de alfabetización previa para saber su uso y conocer a fondo cada uno de los recursos y servicios que ofrece dentro de ella. Se destaca lo siguiente:

“Uno cuando ingresa en la página ve tantas cosas, tantos carteles, tanta información que nadie entiende lo que hay, nadie se da cuenta de toda la información que hay, uno lo que hace cuando ingresa a la página es solo para solicitar el carnet y renovar el carnet. La consulta del catálogo y todo lo que hay ahí ni yo ni mis compañeros sabemos la información que hay”. (Informante 3. Diciembre de 2017).

En relación con la implementación de nuevas herramientas de comunicación de la biblioteca sostuvo que las redes sociales son el medio adecuado para poder complementar los servicios que se ofrecen de manera presencial dentro de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales y al mismo tiempo remarco la importancia de que en ese espacio se realicen consultas generales. En este sentido, la interacción dentro de las redes sociales es un factor determinante para amoldarse a las nuevas demandas de los usuarios de la biblioteca y, sobre esto, explicó que existen momentos en los cuales los

estudiantes están tan pendientes de las materias, en las obligaciones personales, en la rutina diaria de un estudiante universitario, que hasta pueden llegar olvidarse del horario en que está abierto la biblioteca y la única forma de corroborar esto es acudiendo a la biblioteca.

“Si se cambia la visión y difusión de la biblioteca se notaría el cambio, la biblioteca por momentos parece muerta”. (Informante 3. Diciembre de 2017).

A modo de corolario, se refirió a que efectivamente si este cambio respecto al uso de nuevas herramientas de difusión se implementa se notaría el cambio y la biblioteca tendría otra imagen hacia el usuario en general, sobre todo hacia a aquellos que ingresan a la universidad a realizar sus estudios. Es necesario que exista un acompañamiento al estudiante durante el cursado de la carrera que va más allá del suministro de libros, es importante que exista un dialogo constante tanto de manera presencial como virtual.

3.2.5 Observación

Observación del espacio físico:

Dentro de esta instancia se procuró observar el espacio físico de la biblioteca priorizando la señalética dentro de la biblioteca. La señalética es uno de los principales aspectos a tener en cuenta dentro de las bibliotecas y unidades de Información porque son un recurso indispensable tanto para bibliotecarios como para los usuarios para tener un sentido de orientación dentro del espacio físico. Al mismo tiempo, la señalética contribuye a mejorar la organización y distribución dentro de ese espacio y ser la base de futuras implementaciones que se lleven a cabo.

Sánchez Avillaneda (2005) considera que la señalética es una parte de la “ciencia de la comunicación visual”. Esta se encarga de las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos y agrega que, de modo simultaneo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

En general, no se evidencia una clara política respecto a la señalética. Los espacios no cuentan con una orientación. Es importante destacar que el espacio de sala de lectura de la biblioteca dispone de 25 m² con capacidad para 40 personas y el resto de las estanterías están en la parte interior de la biblioteca detrás del mostrador de referencia.

La puerta principal de acceso a la biblioteca solo cuenta con un cartel de horarios de atención, no existe ningún tipo de descripción sobre la biblioteca perteneciente a la facultad de ciencias naturales. En la sala de lectura hay banners de tamaño medio vinculados a jornadas y capacitaciones llevadas a cabo por el personal de la biblioteca. Los mismos no suelen estar en todo momento teniendo en cuenta el escaso espacio con que se cuenta dentro de la sala de lectura.



Figura 6: Sala de lectura de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales.

Fuente: Propia

Algunos de los puntos importantes dentro de esta observación fueron:

- El espacio del mostrador de referencia no cuenta con señalética

- El espacio de las computadoras para consultas generales y búsquedas bibliográficas tampoco dispone de una señalética
- Los sectores de procesos técnicos y el sector de dirección general no cuentan con una señalética.
- La hemeroteca dispone de un cartel que está ubicado en la parte superior de una las estanterías principales.
- El sector de mapoteca cuenta también con una señalética.

Observación virtual

Página web de la biblioteca

Como se sostuvo dentro de la justificación de este proyecto, la página web presenta un diseño anticuado en términos de uso por parte de los usuarios, la interfaz que tiene necesita de mejoras para que resulte amigable en términos de búsqueda y contenga una buena didáctica para su operatividad.





Figura 7: Inicio de la página web de la biblioteca

Se analizaron algunos aspectos importantes que se describen a continuación:

Contenido: La página web presenta un amplio contenido de recursos y enlaces a otros sitios de interés para los usuarios y sin duda este es el aspecto más relevante de la página web. La misma contiene información sobre la biblioteca (personal, institución, cuenta con un apartado destinado a los recursos y servicios de acceso público de la universidad e incluye enlaces a otros sitios especializados de información académica y científica. Además, dispone de un espacio para el acceso a los diferentes catálogos disponibles en la universidad (catálogo de la biblioteca, catálogo unificado y el catálogo de la biblioteca de cátedras de la facultad).



Figura 8: Recursos de la Universidad presente en la página web

La página incluye un espacio para descargar los formularios necesarios para solicitar y renovar el carnet de socio de biblioteca para alumnos y docentes. Este formulario debe presentarse en biblioteca junto al resto de los requisitos establecidos previamente para iniciar el trámite de socio.

Figura 9: Formulario de solicitud de socio

Actualización: La actualización de la página web es uno de los factores negativos dentro de la gestión de la página. Se puede corroborar en el análisis realizado que la página no se actualiza periódicamente y tampoco existe una planificación sobre los contenidos vertidos en la misma. La última actualización de los contenidos data de mediados del año 2016 y hasta el momento no se efectuó ningún trabajo sobre la página.

Diseño: Presenta una interfaz sencilla acorde al contenido que presenta. Se puede constatar que no hay una armonía en cuanto a la presentación de los logotipos y de los isologotipos de los recursos y servicios que se presentan en la página.

Usabilidad: En primer lugar, la interacción con respecto al usuario es óptima. El acceso a cada uno de los recursos no presenta demoras y cada uno de los mismos tiene una correcta localización en términos de búsqueda. La navegabilidad de la página es buena aunque se podría apelar a otros formatos y recursos como los mencionados en el análisis del diseño con el fin de garantizar una experiencia positiva por parte de los usuarios que utilicen la página.

Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino



Figura 10: Página de inicio del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino

El repositorio ofrece la posibilidad de buscar los archivos que contiene por: autor, título, provincia – institución y por tipo de documento. Esta posibilidad se repite tanto en las pestañas principales como en su parte central donde ofrece la posibilidad de realizar una búsqueda general.

Otra característica es que ofrece un espacio destinado al registro para guardar búsquedas, recibir alertas de los últimos ítems depositados y al mismo tiempo la posibilidad de depositar elementos con la supervisión del personal bibliotecario quién se encarga de la revisión de ese depósito.

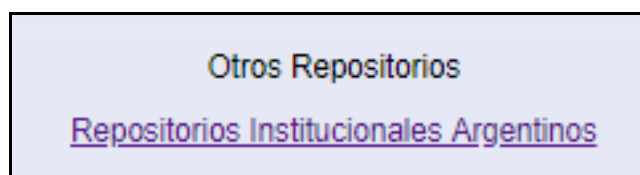


Figura 11: Enlaces a otros Repositorios argentinos

El repositorio cuenta con un enlace a otros repositorios a partir de la cosecha (recuperación de metadatos) que realiza de cada uno el SIU (Sistemas

de Información Universitaria) BDU2, el cual recupera los registros contenidos en 40 repositorios y bibliotecas digitales nacionales.

Hasta la fecha el repositorio cuenta con la siguiente cantidad de documentos disponibles en acceso abierto:

- 226 Artículos
- 214 Capítulos y secciones de libros
- 4 Conferencias
- 2 Informes Técnicos
- 5 libros
- 3 revistas
- 3 Tesis

3.2.6 Análisis FODA

<p>FORTALEZAS</p> <p>Personal capacitado y comprometido con la Unidad de información.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>Falta de comunicación efectiva, de los recursos y servicios que ofrece la biblioteca a la comunidad universitaria.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Un agente incorporado hace un año, posee formación específica en bibliotecología y en ciencias de la comunicación. El mismo promete potenciar la comunicación de los servicios, que ofrece la biblioteca, con la comunidad universitaria.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Cese del contrato del agente con formación específica en bibliotecología y ciencias de la comunicación, por decisión de las autoridades de la Facultad de Ciencias Naturales.</p>

Tabla 1: Cuadro FODA – Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

- **Reflexión respecto de la gestión interna basada en FORTALEZAS Y DEBILIDADES**

La fortaleza que prima en esta Unidad de Información es el Personal capacitado y comprometido esta Unidad de información. Sin embargo, a pesar de ofrecer nuevos servicios, se evidencio que parte de la comunidad universitaria, desconoce la existencia de los mismos. Por lo tanto, es una debilidad de esta Biblioteca, la promoción de los servicios que presta a la comunidad universitaria.

- **Reflexión respecto del entorno basada en OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

Con la reciente incorporación de un agente con formación en bibliotecología y en ciencias de la comunicación, se vio plasmada la oportunidad de contrarrestar el desconocimiento de la comunidad universitaria, con respecto a los servicios que presta esta Unidad de Información. Sin embargo, una clara amenaza es el cese del contrato de este agente, por lo cual se vería interrumpido de este, para la promoción de los servicios.

CAPÍTULO IV

Propuesta de Mejora

“Un sistema de bibliotecas bien articulado, integrado en los planes de educación nacional y, en consecuencia, en los de desarrollo económico y social, constituye una de las garantías de que las sumas invertidas en educación e investigación rendirán justos dividendos”.

(Penna, 1968)

4. Propuesta de mejora

A partir de los datos obtenidos de la investigación, se pudo constatar la necesidad de fortalecer la comunicación de los recursos y servicios (desde ahora RyS) que se ofrecen desde la biblioteca. Es importante destacar, que se debe lograr una resignificación de los mismos, una nueva manera de pensar el contacto con los usuarios a partir de otras herramientas que garanticen por un lado el crecimiento en el uso de los RyS que ofrece la biblioteca pero también para atraer a potenciales usuarios.

En este sentido, y tal como se planteó inicialmente dentro del diseño del proyecto, se propone elaborar un trabajo exhaustivo para renovar la imagen de la biblioteca de la facultad de ciencias naturales y maximizar la comunicación de los RyS que se ofrecen a partir de la incorporación de nuevas herramientas comunicativas y visuales que sirvan de aditamento del trabajo que realiza la biblioteca de forma presencial. Asimismo, el factor determinante para que la propuesta pueda materializarse, es la interacción constante que se debe suscitar con cada uno de los usuarios de la biblioteca porque, en definitiva, ese fue el factor principal del decaimiento de la imagen institucional y la escasez en el uso de la biblioteca.

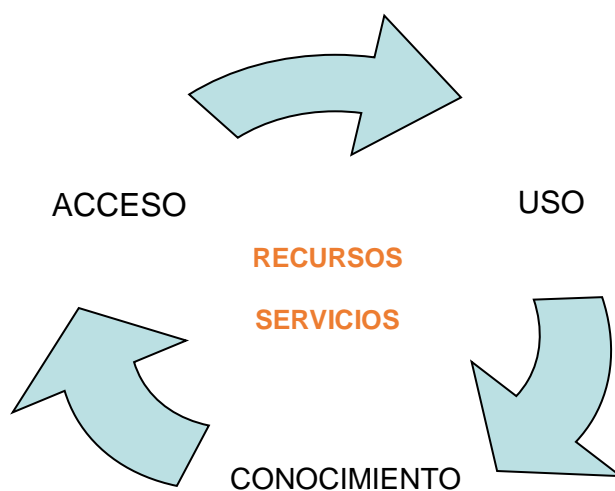


Figura 12: Retroalimentación del trabajo

La interacción que se propone consiste en mantener un contacto frecuente con los usuarios a través de los nuevos espacios mediados por tecnologías y, teniendo en cuenta que para la implementación de los mismos, deben seguirse normativas y lineamientos como se establecen para la interacción de forma presencial. En términos generales, se busca continuar las recomendaciones expuestas por Rodríguez Briz quien explica que el hecho de asistir a alguien remotamente no nos debe hacer parecer un robot. Por el contrario, expresa que se debe mantener una actitud cordial, afectuosa y abierta. “Aunque el usuario no vea nuestra sonrisa, debemos hacérsela sentir a través de nuestra actitud abierta y nuestras palabras” (Rodríguez Briz, 2006).

Finalmente, dentro de esta propuesta se busca aplicar los conocimientos incorporados en el marco del ciclo de complementación curricular de la Licenciatura en Bibliotecología, nutriéndose específicamente, de materias como:

- Tecnologías de la Información y la Comunicación
- Evaluación y Gestión de calidad en Unidades de Información
- Gestión y Administración de Unidades de Información
- Informática para la Gestión
- Alfabetización Informacional

4.1 Diseño de piezas gráficas

Dentro del marco teórico se desarrollaron los conceptos de imagen e identidad institucional. En este apartado, se busca reforzar ambos a partir de la creación de piezas gráficas que serán utilizadas dentro de los diferentes espacios de comunicación tanto de forma física como virtual que se formulan en esta propuesta.

Sobre la comunicación visual, García y Portugal manifiestan:

“La comunicación visual se plantea a nivel arquitectónico, gráfico, industrial y de ambiente. Implica a la biblioteca en su conjunto y requiere de una

planificación a largo plazo. Sirve al público externo e interno: personal de la biblioteca y de la institución mayor, usuarios reales y potenciales”. (García y Portugal, 2009b: p. 122).

El aspecto visual juega un papel preponderante para la identificación del usuario con la biblioteca, sus servicios y cada uno de los elementos que la conforman. La disposición que presenta el mobiliario, la iluminación del espacio físico, los colores dentro de la biblioteca, la documentación administrativa, entre otras, determinaran la comunicación visual entre biblioteca y usuario.

4.1.1 Diseño de un logotipo para la biblioteca

El logotipo es uno de los elementos constituyentes de un plan estratégico de identidad institucional. Para Costa (2009b) es *el primero de los signos visuales de identidad* y, además, la forma que toma la palabra escrita con la cual se designa y también se caracteriza una marca comercial, un grupo o una institución.

Desde esta perspectiva, se espera que el diseño de un logotipo para la biblioteca de la facultad de ciencias naturales contribuya a reforzar la identidad que se trabaja en esta propuesta de mejora. Luego de un análisis de variables a diseñar, se optó por la creación de un isologotipo. A continuación, se presenta el diseño del isologotipo a incorporar:



Figura 13: Isologotipo para la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

4.1.2 Ejemplos de logotipos, isotipos e isologotipos usados en bibliotecas argentinas

A nivel nacional, existen bibliotecas que han incorporado logotipos que marcan una clara identidad institucional. Cabe destacar que estas bibliotecas son las de mayor relevancia dentro de la república argentina:



Figura 14: Biblioteca del Congreso de la Nación



Figura 15: Biblioteca Nacional Mariano Moreno



Figura 16: Biblioteca Nacional del Maestro

4.1.3 Aplicación del logotipo

El logotipo se aplicara a los diferentes espacios de comunicación de la biblioteca como un recurso para crear una identidad institucional. El primer lugar donde se incorporará será la página web de la biblioteca, luego se lo agregara al correo electrónico y en última instancia en los nuevos medios de comunicación que se detallan posteriormente en esta propuesta de mejora. Igualmente, se espera que la implementación del mismo contribuya a mejorar la imagen institucional de la biblioteca.

4.1.4 Diseño de un tríptico impreso de difusión

Dentro del ámbito de la publicidad, el tríptico oficia como un folleto que canaliza información referida a una institución, historia, objetivos, misión, contacto, entre otros datos. En esta oportunidad, se desarrollara un tríptico de difusión para la biblioteca el cual se repartirá in situ a los usuarios que visiten la misma. El mismo se ubicará dentro del sector de referencia donde el personal encargado del área se encargara de indicar su presencia. Este folleto informativo será de utilidad para los usuarios que se acerquen por primera vez a la biblioteca y también para los usuarios reales que utilizan los RyS. Como complemento, para realizar una efectiva difusión de los RyS de la biblioteca, se entregará los trípticos a las siguientes áreas:

- Centro de estudiantes de la Facultad de Ciencias Naturales
- Departamento de alumnos de la Facultad de Ciencias Naturales:
- Departamento de atención al ingresante de las carreras de la Facultad de Ciencias Naturales
- Biblioteca de la Facultad de Ingeniería, Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Salud, Biblioteca de la Facultad de Humanidades, Biblioteca de la Facultad de Ciencias Exactas, Biblioteca de la Facultad de Ciencias

Económicas, Jurídicas y Sociales y Bibliotecas de las Sedes de la Universidad Nacional de Salta

- Coordinación de Asuntos Estudiantiles de la Universidad Nacional de Salta
- Comisión de Inclusión de Personas con Discapacidad
- Centro Cultural Holver Martínez Borelli de la Universidad Nacional de Salta

4.2. Implementación de redes sociales para la biblioteca

Las redes sociales se constituyeron como una herramienta indispensable de las bibliotecas para establecer nuevos vínculos con sus usuarios y generar un medio complementario a los canales de difusión tradicionales como el correo electrónico y el servicio de referencia presencial. Con respecto a esto, Alonso Arévalo expresa lo siguiente:

”Son un magnifico escaparate para ofrecer los servicios bibliotecarios a los usuarios, y para que desde la biblioteca se organicen comunidades en torno a sus temas de interés, que irían desde la lectura social con recomendaciones de libros entre usuarios hasta la creación de grupos vinculados con los temas de interés del centro”. (Alonso Arévalo, 2014).

Merlo Vega (2014) expresa que la biblioteca actúa a partir de las redes sociales como community manager y como “content curator” (curadora de contenidos). Es community manager cuando está presente en redes sociales y participa en las mismas enviando información, aportando contenidos y empleando los medios sociales como un sistema de relación con su comunidad de usuarios. La biblioteca es gestora de comunidades cuando se convierte en un agente de coordinación de las relaciones que se establecen con su comunidad a través de plataformas sociales. Es “content curator” cuando emplea herramientas participativas para la recepción de información, su posterior filtrado, revisión, reelaboración, y difusión mediante redes y medios sociales. La biblioteca es curadora de contenidos cuando establece procedimientos para el proceso de agregación, revisión y promoción de la información que considera de interés para sus usuarios.

En primera instancia se realizará un plan de mejora de la comunicación a través de la implementación de cuentas dentro de diferentes redes sociales. Los datos obtenidos en las encuestas y entrevistas dan cuenta de la importancia de las redes sociales para potenciar tanto la imagen institucional de la biblioteca como la promoción de los RyS. La inmediatez en los mensajes como así también las múltiples posibilidades de interacción hacen que las redes sociales sean un elemento fundamental en toda gestión de comunicación institucional. Desde esta propuesta, se espera que los usuarios sean contribuyentes activos de la biblioteca por medio del uso de las redes sociales.

Se crearan cuentas en Facebook, Twitter e Instagram, como complemento de estas redes, se creara un espacio dentro de YouTube para difundir videos, tutoriales y las producciones audiovisuales realizadas tanto por la biblioteca como por la facultad de ciencias naturales. Se establecerá una política de uso dentro de cada una de las redes sociales, en este sentido, se pretende establecer criterios para cada una en cuanto a tipo de publicaciones, frecuencia de actualización de los contenidos, estilo de mensajes, interacción con los usuarios, etc., los cuales serán desarrollados posteriormente dentro de esta propuesta. De igual manera, es importante destacar que según la necesidades de la biblioteca habrá contenido compartido entre las redes sociales según corresponda el lenguaje semiótico del mismo (auditivo, visual, lingüístico, etc.).

4.2.1 Fan page en Facebook

Se creará una fan page en Facebook que oficie de manera institucional y donde se articulen los contenidos plasmados en la página web de la biblioteca pero al mismo tiempo se ofrezcan consultas a través del chat que ofrece esta red social. Este será el modelo de fan page que se creará para la biblioteca de la facultad de ciencias Naturales:



Figura 17: Portada fan page en Facebook

Los servicios que se ofrecerán a través de esta cuenta en Facebook serán:

- Alerta de novedades relevantes para la biblioteca y la comunidad educativa.
- Alerta de novedades bibliográficas: se ofrecerá a través de diversos recursos (imágenes, videos, GIFs) una difusión permanente de cada uno de los materiales que ingresen a la biblioteca teniendo en cuenta aspectos como título autor/es año editorial cantidad de ejemplar disponibles y una breve descripción sobre los títulos.
- Se ofrecerá el servicio de chat durante los horarios de atención de la biblioteca ante consultas de los usuarios.

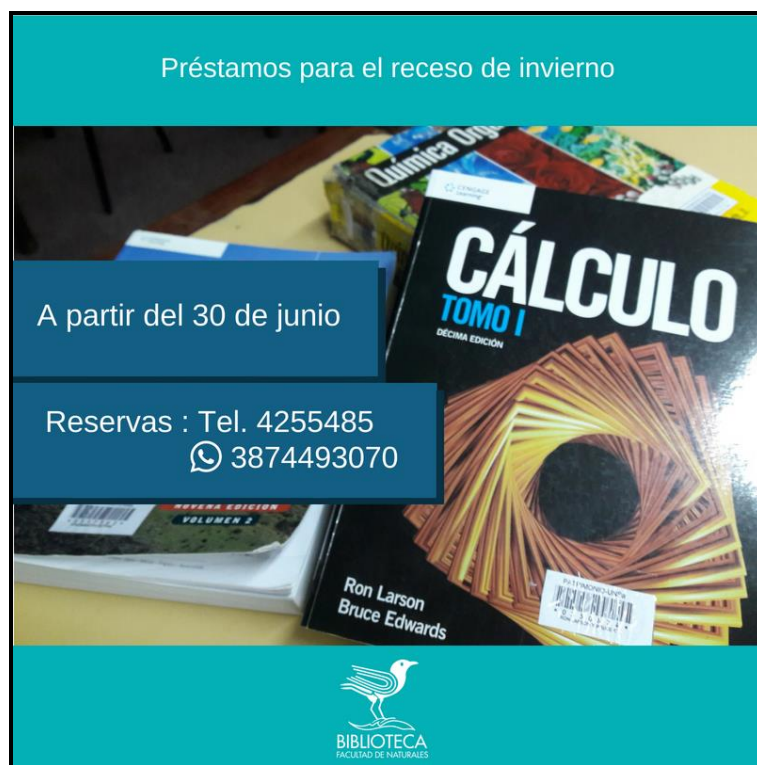


Figura 18: Ejemplo de post para Facebook

Políticas respecto a las publicaciones

Contenido

- Las publicaciones que se realicen tendrán entre 5 y 10 líneas como máximo
- En caso de ser necesario, se adjuntarán enlaces
- Se debe respetar las normas gramaticales y ortográficas
- Se establece a modo general el siguiente esquema de publicación:

+ Entrada: [BIBLIOTECA - AVISOS]

[BIBLIOTECA - NOVEDADES BIBLIOGRÁFICAS]

[BIBLIOTECA - CARNET DE SOCIO]

[BIBLIOTECA - HEMEROTECA]

[BIBLIOTECA - CURSOS]

+ Texto

+ Enlace

+ Imagen

- Las entradas de mayor relevancia se anclaran en la parte superior del muro de la fan page con una duración máxima de 5 días
- La información que se publique debe ser fehaciente y chequeada
- Se podrá compartir publicaciones de otras instituciones siempre y cuando el contenido sea de interés para nuestros seguidores
- El contenido que se publique estará protegido por los derechos de autor y propiedad intelectual. Siempre que se publique información de otra página se deberá citar la fuente de la misma
- Las imágenes y videos que no sean propios deben estar bajo licencias *copyleft* y *creative commons*
- Todo el contenido producido estará bajo las licencias *Creative Commons*:



Atribución (*Attribution*): En cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia será necesario reconocer la autoría (obligatoria en todos los casos).



No Comercial (*Non commercial*): La explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.



Sin obras derivadas (*No Derivate Works*): La autorización para explotar la obra no incluye la posibilidad de crear una obra derivada.



Compartir Igual (*Share alike*): La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

Estas licencias permiten realizar las siguientes combinaciones:



Atribución (by): Se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo la explotación con fines comerciales y la creación de obras derivadas, la distribución de las cuales también está permitida sin ninguna restricción. Esta licencia [es una licencia libre según la Freedom Defined](#).



Reconocimiento – Compartir Igual (by-sa): Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original. Esta licencia [es una licencia libre según la Freedom Defined](#).



Atribución – No Comercial (by-nc): Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga con fines comerciales. Tampoco se puede utilizar la obra original con fines comerciales. Esta licencia no es una licencia libre.



Atribución – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original. Esta licencia no es una licencia libre.



Atribución – Sin Obra Derivada (by-nd): Se permite el uso comercial de la obra pero no la generación de obras derivadas. Esta licencia no es una licencia libre.



Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada (by-nc-nd): No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas. Esta licencia no es una licencia libre, y es la más cercana al derecho de autor tradicional.

Actualización

- Se debe tener un seguimiento constante de las publicaciones. Por día se subirán de una a tres publicaciones como máximo teniendo en cuenta la importancia del tema tratado.
- Si se trata de diferentes temas, la cantidad de publicaciones puede incrementar pero sin cargar de información el muro del Facebook. Se espera que los seguidores puedan interactuar con las publicaciones, y para ello, se debe esperar que lean el contenido

Lenguaje

- Se mantendrá un lenguaje coloquial y respetuoso
- No se emitirán opiniones personales dentro de la fan page. Es una cuenta institucional, por lo que debe responder a los objetivos y misiones de la biblioteca.
- Los comentarios que no respeten los criterios establecidos de respeto serán eliminados

Sincronía con Twitter, Instagram y página web

- Se podrá compartir contenido de las cuentas de la biblioteca en Twitter e Instagram
- Los contenidos de la página web de la biblioteca también serán compartidos en la fan page

Interacción

- El intercambio con los seguidores (y no seguidores) se realizará a través de la opción de chat de la red social.
- Se utilizará también la aplicación FACEBOOK MESSENGER
- Se podrá seguir otras cuentas de bibliotecas, universidades, organismos especializados, personas y cualquier cuenta que mantenga relación con la biblioteca en general (Ej: CONICET, CAICYT, Biblioteca del Congreso de la Nación, Biblioteca de Maestros, Latindex, SCIELO, E-LIS, SEDICI, UBA, UNJu, etc)
- Este espacio servirá para responder consultas referidas exclusivamente a la biblioteca. En caso de ser necesario se enviará el contacto de la

dependencia encargada de responder la consulta de los seguidores. Ej: Facultad de Ciencias Naturales, Departamento de alumnos, Mesa de entradas, Departamento de posgrado, etc.



Figura 19: Facebook Messenger

- Se pretende que las consultas de los usuarios/seguidores tenga una respuesta inmediata
- El tiempo de respuesta de las consultas no debe exceder las 12 horas

Indicadores

- Alcance de la publicación (cantidad de personas que visualizaron la misma)
- Cantidad de “Me gusta” obtenidos por día, semana y mes
- Cantidad de post compartidos por los seguidores
- Cantidad de visitas a la página
- Métricas de Facebook

4.2.2 Cuenta en Twitter

Se utilizara para realizar encuestas, trivias y avisos informativos cortos. Se aprovechara el uso de los *#hashtag* para difundir información de la biblioteca y para que los usuarios puedan interactuar sin la necesidad de que cada uno siga la cuenta de otro.

Durante los talleres que forman parte de esta propuesta, los cuales serán desarrollados posteriormente, se incluirán *hashtags* donde los participantes puedan interactuar antes, durante y después de los mismos. Del mismo modo, se utilizará como un medio de contacto directo no solo con los usuarios de la biblioteca en general sino con la comunidad y otras bibliotecas de la región, nacionales e internacionales.

En cuanto a las políticas de contenidos, se seguirá con los lineamientos establecidos para la fan page en FACEBOOK adecuándolos a las características de publicación en TWITTER.

4.2.3 Cuenta en Instagram

Dentro de esta cuenta se compartirán:

- Imágenes para promocionar actividades de la biblioteca
- Imágenes de la sala de lectura y los usuarios
- Imágenes de los egresados de las carreras con las correspondientes felicitaciones
- Videos para mostrar actividades de la biblioteca
- Videos (1 min) sobre los RyS que ofrece la biblioteca
- Recomendaciones de lecturas
- Ingresos de material bibliográfico (sincronización de cuenta con Facebook y Twitter)

Además, se aprovechara la herramienta del “vivo” que proporciona esta red social para visibilizar las actividades, acciones y otros eventos que se realicen tanto en la biblioteca como en la facultad de ciencias naturales. También desde este espacio, se realizarán sorteos de bibliografía, concursos para que la comunidad de usuarios interactúe, participe y mantenga un vínculo activo con la biblioteca.

Dentro de Instagram, también se continuara con las disposiciones en cuanto a las políticas de los contenidos mencionados anteriormente adaptándolas a esta red social.

4.2.5 Canal en YouTube

En la actualidad contar con un canal dentro de YouTube tiene muchos beneficios, siendo el principal, la visibilización de las actividades que realizan tanto personas físicas como jurídicas. Dentro de esta plataforma se subirán todas las piezas audiovisuales que se produzcan desde la biblioteca y serán sincronizados

con las diferentes redes sociales que se crearán dentro de esta propuesta y en la página web de la biblioteca. El canal contará con:

- Video institucional
- Video sobre el personal de la biblioteca y sobre los RyS de la biblioteca
- Micros audiovisuales (Storytelling)
- Videotutoriales
- Entrevistas a Docentes de la Facultad de Ciencias Naturales
- Entrevistas a Estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Naturales

4.3. Proponer una política de señalética en la biblioteca

La señalética es uno de los principales aspectos a tener en cuenta dentro de las bibliotecas y unidades de Información porque constituye un vínculo que se crea con los usuarios de la biblioteca con el fin de que estos se desenvuelvan con autonomía por los espacios dentro de la biblioteca.

“La señalética es parte de la ciencia de la comunicación visual encargada de estudiar las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. De modo simultáneo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones” (Sánchez Avillaneda, 2005).

Esta propuesta de trabajar la señalética en la biblioteca propone, por un lado, aplicarla a las distintas áreas de la biblioteca y, por otro, proponer una señalética para las estanterías en la cual se consignara cada una de las áreas del conocimiento que proporciona el sistema de clasificación utilizado en la biblioteca que ayudara a los bibliotecarios en el proceso de búsqueda del material en los anaqueles, y al mismo tiempo, visualizara el proceso de trabajo de clasificación del material que realiza la biblioteca y generara un mayor acercamiento a la disposición del material.

4.4. Renovar el diseño de la página web de la biblioteca

Como se expuso dentro de la investigación, la página necesita renovar su diseño para poder tener mayor impacto en los usuarios que la consulten. Para ello, se trabajara conjuntamente con el personal encargado del área de informática

para elaborar un cronograma de acciones destinadas a mejorar el diseño, acceso y actualización de los contenidos que se publiquen en la página.



Figura 20: Propuesta de diseño para la Página Web





Elección de los colores

Dentro del diseño de la página web, se propone la elección de una gama de colores que identifiquen el contexto de la biblioteca de la facultad de ciencias naturales. Es por ello, que la página dispondrá de los siguientes colores:

- Verde: Vinculado a la naturaleza, la tranquilidad y el movimiento
- Azul: Utilizado para reflejar un ámbito de paz, armonía y confianza
- Marrón: Se lo asocia a la tierra y la naturaleza

Tour virtual 360

Actualmente existen aplicaciones de celulares y en la web (gratuitas y por suscripción) que permiten realizar experiencias inmersivas por parte de los usuarios que se encuentren de manera remota. Se busca generar un momento interactivo con los usuarios para que conozcan la biblioteca a partir de la realidad virtual. Este es un recurso muy utilizado en otras instituciones de memoria como por ejemplo los museos desde el enfoque contemporáneo de los museos interactivos.

Procedimiento:

- Selección: Este apartado incluye el proceso de captura de imágenes 360° que serán la base para poder crear el tour virtual.

- Producción: Esta instancia reunirá el acervo de imágenes tomadas para elaborar el tour virtual por medio de un programa seleccionado previamente.
- Publicación: Una vez finalizada la producción del tour virtual se lo publicará en la página web de la biblioteca y se compartirán los enlaces del mismo en las redes sociales.

4.5 Renovar el diseño del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales

Con relación al Repositorio se pretende realizar un trabajo análogo al propuesto para la página web. En este sentido, se busca que se incremente el acceso al mismo para la consulta de los documentos que alberga a partir de la difusión del mismo pero también a partir de una reestructuración del contenido que presenta para los usuarios.

La renovación del diseño, estará ligada a la implementación concreta de los criterios establecidos por el Sistema Nacional de Repositorios Institucionales los cuales forman parte de los estándares establecidos a nivel internacional para garantizar la interoperabilidad de cada uno de los repositorios.



Figura 21: Propuesta de diseño para el Repositorio

4.6 Elaboración de productos audiovisuales de difusión

Un aspecto importante dentro de la propuesta de mejora es fortalecer la comunicación de los servicios a través del desarrollo de material audiovisual que será efectuado por la biblioteca de la facultad de ciencias naturales. Esta producción está destinada a reforzar la promoción de cada uno de los RyS que ofrece la biblioteca como así también se brindarán tutoriales sobre el manejo de algunos de ellos.

4.6.1 Video Institucional

En primera instancia, se desarrollara un video institucional sobre la biblioteca de la facultad de ciencias naturales que sirva como carta de presentación a los usuarios. El mismo tiene como objetivo dar cuenta de la historia, la misión, la visión, dar a conocer el personal y visibilizar las actividades que lleva a cabo la misma que en definitiva es el objetivo de esta propuesta de mejora.

Se elaborará un plan de trabajo previo a la realización del video donde se establecerán las pautas generales para su elaboración. Algunos aspectos que se tendrán en cuenta son los siguientes:

- Definir que se quiere mostrar
- Detallar cual será el público destinatario
- Duración del video
- Insumos para realizar el video
- Locución

Posteriormente, se elaboraran productos audiovisuales más específicos sobre el personal y sobre los RyS de la biblioteca. Se considera necesario que a través de estos videos, los usuarios tengan un acercamiento previo con los responsables de las diferentes áreas dentro de la biblioteca, a saber, Sector de

Referencia, Sector de Procesos Técnicos y Tecnologías de la Información, y el Área de Dirección General de Biblioteca.

Micro videos (Storytelling)

Estos vídeos serán breves de una duración de 1 a 2 minutos, los cuales servirán de complemento al video institucional y se difundirán a través de las redes sociales creadas para la biblioteca. En general, se comentaran brevemente actividades, ingresos de material bibliográfico, presentación del personal y otros tópicos relevantes para la biblioteca.

4.6.2 Videotutoriales

Un recurso que brindan las nuevas tecnologías es la posibilidad de realizar videos interactivos y explicativos sobre algún tema en particular que resulte relevante para una determinada comunidad, los cuales garantizan una forma complementaria de aprendizaje y conocimiento. Desde esta perspectiva, se crearan videos tutoriales explicativos sobre diferentes recursos de la biblioteca y la operatividad de los mismos. En primera instancia se desarrollaran tutoriales sobre 4 ejes:

- Descripción del Sistema Integrado de Gestión de Bibliotecas PMB
- Proceso de búsqueda en el catálogo en línea de la biblioteca
- Proceso de descarga de formulario de solicitud de socio
- Conocimiento y manejo del Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del Noroeste Argentino.

Paulatinamente se incorporaran nuevos tutoriales según las demandas de los usuarios y las propuestas que surjan desde el personal de la biblioteca según el área en el que se desempeñan dentro de la biblioteca. La experiencia en el trato cotidiano con los estudiantes, docentes e investigadores serán claves para analizar este apartado y generar nuevos productos para los mismos.

4.6.3 Videos de entrevistas a docentes y estudiantes

Dentro de este espacio se espera conocer más a los docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Naturales donde los mismos comenten su mirada sobre la biblioteca, apreciación sobre los recursos y servicios, y además, que expresen sus experiencias en relación a la biblioteca durante su trayecto académico.

4.7 Nuevo servicio de consultas y renovación de préstamos a través de Whatsapp

Dentro de la propuesta de mejora, se propondrá a las autoridades de la facultad la posibilidad de implementar desde la biblioteca un nuevo servicio de mensajería a través de whatsapp para consultas puntuales sobre la biblioteca donde se priorizara el servicio de renovación de material bibliográfico.

Criterios generales de implementación del nuevo servicio

1- Sobre el servicio de mensajería instantánea

Número del servicio: 0387 – 154493030 (ejemplo)

Horarios: 09: 00 a 18:00 hs de Lunes a Viernes (excepto los días feriados)

2- Procedimiento de ALTA del servicio

En primera instancia, se pondrá a disposición de los usuarios un número mediante el cual mantendrán contacto con la biblioteca. El procedimiento consta de enviar un mensaje de la siguiente manera: APELLIDO Y NOMBRE o DNI y la palabra ALTA, mediante esto, se esbozara un registro de usuarios que hayan solicitado la habilitación de uso de este servicio. Cabe destacar, que este servicio será exclusivamente para aquellos usuarios que figuren en el listado de la biblioteca.

3- Sobre el uso

Se recibirán tanto mensajes escritos como a través de audio. Las consultas e inquietudes deben estar relacionadas a los recursos y servicios de la biblioteca

de la facultad de ciencias naturales (bibliografía, instalaciones, horarios, contacto, préstamo y renovación de material bibliográfico, entre otras). Cuando la consulta requiera de una respuesta en profundidad, se mantendrá una comunicación a través del correo electrónico de la biblioteca: bibnat@unsa.edu.ar o fan page en Facebook.

Los mensajes enviados deben ser claros para lograr una adecuada respuesta por parte del bibliotecario de turno. Aquellos mensajes que no mantengan un lenguaje apropiado dentro de un marco de respeto serán desestimados.

4- Privacidad

Las conversaciones efectuadas bajo este medio serán de carácter privado. La información que se maneje dentro de esta comunicación está protegida bajo la ley 25.326 de protección de datos personales.

5- Disposiciones generales

Cualquier sugerencia o inconveniente con el servicio será remitida a la biblioteca de forma personal en los horarios de atención de la biblioteca o a través de correo electrónico: bibnat@unsa.edu.ar

4.8 Talleres

Como parte de la propuesta de mejora se llevaran a cabo talleres para los estudiantes (ingresantes y avanzados) sobre la biblioteca. Se busca que cada uno de los talleres se implemente de aquí en adelante por la biblioteca y se encuentren dentro de la planificación de la facultad en relación a los estudiantes ingresantes. Los talleres proporcionan otra dinámica en relación a la labor pedagógica que se ejerce desde la biblioteca y, al mismo tiempo, propicia a que se generen nuevos vínculos entre el personal de la biblioteca y los usuarios.

Taller dentro del marco de ingreso universitario “**Conoce tu Biblio**”

Destinatarios:

- Estudiantes ingresantes de las carreras que ofrece la Facultad de Ciencias Naturales.

Capacitadores:

- Personal de la biblioteca

Niveles de responsabilidad:

Coordinación general: Jefa de Biblioteca. Sra. Susana González Ábalos

Colaboración y Asistencia: Sr. Fernando Delgado, Sr. Jorge López, Sr. Miguel Torres y Sr. Ramiro Guzmán González

Objetivos:

- Brindar conocimientos generales sobre la biblioteca de la facultad de ciencias naturales a los ingresantes
- Generar vínculos con los usuarios potenciales de la biblioteca
- Desarrollar espacios de trabajo colaborativo con los docentes encargados del Curso de Ingreso Universitario
- Ofrecer las herramientas conceptuales necesarias para el reconocimiento de la importancia de la biblioteca en el proceso de formación como estudiantes
- Contribuir a la aplicación concreta de este taller como parte integrante del Curso de Ingreso Universitario

Fecha de realización:

Durante el dictado del curso de ingreso universitario. Se establecerán dos encuentros por carrera según el acuerdo previo con los docentes encargados.

Actividades

Actividad	Contenido	Tiempo	Recursos
1) Presentación: Lineamientos generales sobre la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales	Breve historia de la misma Conocimiento del personal de la biblioteca Áreas de la biblioteca Proyección audiovisual video institucional de la biblioteca Recursos y Servicios que ofrece la biblioteca	30 min	Espacio: Aula – Anfiteatro a confirmar Proyector Parlantes Micrófono Notebook Pantalla gigante Pendrive
2) Exposición: Normativas generales de la biblioteca	Reglamento de la biblioteca ¿Cómo ser socio de la biblioteca? Proceso de préstamo de material en la biblioteca en sala y a domicilio Sistema Integrado de Gestión Bibliotecaria utilizado por la biblioteca	20 min	Espacio: Aula – Anfiteatro a confirmar Proyector Parlantes Micrófono Notebook Pantalla Gigante Internet
3) Diálogo:	Medios de difusión empleados	10 min	Espacio: Aula - Anfiteatro a

Contacto con la biblioteca. Medios de comunicación e interacción	por la biblioteca Redes sociales y página web de la biblioteca Canal de YouTube Correo electrónico Chat y referencia en línea		confirmar
---	---	--	-----------

Tabla 3: Cronograma Taller conoce “Tu biblio”

Medio complementario de interacción:

Twitter: @bibnatunsa

Hashtag: #Conocetubiblio

Medio de difusión:

- Fan page de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales
- Cuenta de Instagram de la biblioteca a través de imágenes y videos sobre el taller.

Evaluación del taller para ingresantes:

Encuestas a los estudiantes y docentes solicitando su opinión en relación a la capacitación: dictado de la misma, qué creen conveniente agregar o quitar, desempeño del personal de la biblioteca y recursos utilizados.

Indicadores:

Entre los indicadores que se utilizaran se destacan los siguientes:

- Cantidad de ingresantes que participaron del taller
- Cantidad de ingresantes que no asistieron a la capacitación.
- Niveles de satisfacción sobre el desempeño del personal de la biblioteca y de la capacitación en sí misma, relevados a través de sondeos de opinión (Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo).

Taller específico para estudiantes avanzados (último año) y tesis

Destinatarios

Estudiantes avanzados de las carreras de la facultad y aquellos que están en proceso de desarrollo de tesis de grado.

Capacitadores:

- Personal de la biblioteca

Niveles de responsabilidad:

Coordinación general: Jefa de Biblioteca. Sra. Susana González Ábalos

Colaboración y Asistencia: Sr. Fernando Delgado y Sr. Ramiro Guzmán González

Objetivos

- Desarrollar habilidades para la búsqueda y recuperación de información útiles para el desarrollo de sus tesis de grado y para la formación profesional.
- Brindar conocimientos sobre fuentes de información académica y científica en la web
- Difundir y capacitar en el acceso a los recursos suscriptos por la Biblioteca Electrónica del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación

Fecha de realización:

Se establecerá una fecha oportuna entre los meses de abril y junio según los acuerdos previos con las cátedras de los últimos años de las carreras para que el taller sea un buen complemento del dictado de clases.

Actividades

Modalidad: teórico – práctica distribuida en turno mañana y turno tarde

Actividad Teórica Turno Mañana	Contenido	Tiempo	Recursos
1) Teoría sobre información científica y académica	<p>Fuentes de información. Concepto. Tipología según el nivel de información</p> <p>Acceso abierto. Concepto. Modalidades.</p> <p>Información científica en acceso abierto en la web</p> <p>Repositorios digitales: institucionales y temáticos</p> <p>Biblioteca Electrónica del Ministerio de Ciencia y Tecnología</p> <p>Bases de datos</p>	2 hs	<p>Espacio: Aula – Anfiteatro a confirmar</p> <p>Proyector</p> <p>Parlantes</p> <p>Micrófono</p> <p>Notebook</p> <p>Pantalla gigante</p> <p>Pendrive</p>

Actividad Práctica Turno Mañana	Contenido	Tiempo	Recursos
1) Práctica en búsqueda y recuperación de información en la web	<p>Búsqueda y Recuperación de información en:</p> <p>Repositorios</p> <p>Bases de datos</p> <p>Revistas Científicas en acceso abierto</p>	2 hs	<p>Espacio: Aula – Anfiteatro a confirmar</p> <p>Proyector</p> <p>Parlantes</p> <p>Micrófono</p>

			Notebook Pantalla gigante Pendrive
--	--	--	--

Tabla 4: Taller específico para estudiantes avanzados (último año) y tesistas

Medio complementario de interacción:

Twitter: @bibnatunsa

Hashtag: #TallerBibNat

Medio de difusión:

- Fan page de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales
- Cuenta de Instagram de la biblioteca a través de imágenes y videos sobre el taller.

Evaluación del taller para estudiantes avanzados y tesistas:

Encuestas a los estudiantes solicitando su opinión en relación a la capacitación: dictado de la misma, qué creen conveniente agregar o quitar, desempeño del personal de la biblioteca y recursos utilizados.

Indicadores:

Entre los indicadores que se utilizaran se destacan los siguientes:

- Cantidad de estudiantes avanzados y tesistas que participaron del taller
- Cantidad de estudiantes avanzados y tesistas que no asistieron a la capacitación.
- Niveles de satisfacción sobre el desempeño del personal de la biblioteca y de la capacitación en sí misma, relevados a través de sondeos de opinión (Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo).

4.9 Buzón de sugerencias y formularios en Google forms

Se pondrá a disposición de los usuarios, tanto de forma impresa como en línea, el acceso a un buzón de sugerencias con el objetivo de establecer una estadística sobre los RyS de la biblioteca (Ver Anexo 8: Formularios buzón de sugerencias impresas). Para el seguimiento del buzón de sugerencias en línea se utilizara la herramienta de formularios de Google los cuales se difundirán por correo electrónico, página web y redes sociales.

4.10 Indicadores de la propuesta de mejora

Como toda propuesta o plan de mejora, este trabajo tendrá una serie de indicadores que permitirán evaluar la respuesta por parte de los usuarios de la biblioteca sobre la implementación de las nuevas formas de comunicación. Dentro de los mismos, se consideraran los siguientes aspectos:

Tiempo de medición: Mensual

Indicadores sobre la comunicación de los recursos y servicios de la biblioteca

Indicadores cuantitativos

- Cantidad de socios nuevos
- Cantidad de consultas realizadas in situ
- Cantidad de consultas recibidas por correo electrónico, redes sociales y por vía telefónica
- Cantidad de préstamos realizados
- Cantidad de consultas realizadas a través del catálogo en línea de la biblioteca

Indicadores cualitativos:

- Focus Group: se establecerán cada 2 meses reuniones con usuarios para realizar preguntas sobre los RyS de la Biblioteca y la forma de comunicar los mismos. Para esta forma de recolección de datos, se escogerán entre 8 y 10 usuarios de la biblioteca con los cuales se dialogará sobre cada uno de

los incisos incluidos dentro de esta propuesta de mejora. La duración estimada de estas reuniones será de 30 minutos a 1 hora.

Indicadores en Redes sociales

Facebook:

- Alcance de la publicación (cantidad de personas que visualizaron la misma)
- Cantidad de “Me gusta” obtenidos por día, semana y mes. Por cada mes, se relevaran todos los datos obtenidos para evaluar
- Cantidad de post compartidos por los seguidores
- Cantidad de visitas a la página
- Cantidad de seguidores obtenidos por semana a través de la publicidad de la fan page
- Métricas de Facebook (Ej: **Personas que están hablando de esto, alcance total de la semana**)

Twitter:

- Numero de retweets: RT [@bibnatunsa](#)
- Numero de menciones de Twitter de la biblioteca: [@bibnatunsa](#)
- Numero de clics en cada enlace publicado como tweet

Instagram

- Cantidad de seguidores
- Cantidad de “me gusta”
- Cantidad de hashtag utilizados y compartidos por seguidores y usuarios de Instagram

YouTube

- Cantidad de suscriptos al canal de YouTube
- Cantidad de “vistos” a las publicaciones
- Número de “me gusta” obtenidos por publicación

Indicadores de página web

- Tráfico web (todos los datos que los usuarios dejen al momento de visitar nuestra página)
- Cantidad de visitas a la página

- Tiempo de permanencia en la página
- Posición media de la página
- *Click Through Rate*
- Herramienta a utilizar: [Google Analytics](#)

Indicadores para el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales

- Estadísticas de uso
- Cantidad de descargas de ítems dentro del mismo
- Tasa de crecimiento de colecciones

5. Análisis y conclusión

Este trabajo final integrador para obtener título de grado de Licenciado en Bibliotecología, se caracterizó por indagar dentro de un área tan importante de las bibliotecas y las unidades de información como es la comunicación. En la actualidad, existe una necesidad latente de establecer políticas de comunicación de los recursos y servicios que se ofrecen teniendo en cuenta que los usuarios han incorporado nuevas formas de establecer vínculos, contactos e interacciones, y la biblioteca no puede estar ajena a estos cambios. Monfasani expresa lo siguiente sobre el alcance de la bibliotecología:

“El objetivo que se destaca en esta profesión es gestionar, buscar, encontrar la información, organizarla y procesarla para poder usarla, hacerla accesible y difundirla entre quienes la necesitan (...) lo que fue cambiando fueron los métodos que se utilizaron, el acceso y la forma de comunicar”. (Monfasani 2016, pág. 27)

Dentro del primer capítulo, se fundamentó el planteo del problema detectado en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Salta, a partir del desarrollo del informe de práctica profesional solicitado por la carrera.

En el Segundo Capítulo, se presentó el marco teórico que sirvió como sustento del trabajo y de la investigación llevada a cabo. Se trabajaron conceptos propios de la administración y de las ciencias de la comunicación.

El tercer capítulo presenta la metodología de investigación y justifica la elección de la complementariedad metodológica. Se dividió en dos partes, una

destinada a elaborar un diagnóstico institucional de la Universidad Nacional de Salta, de la Facultad de Ciencias Naturales y de los lineamientos generales sobre la biblioteca, por otro lado, la segunda parte estuvo destinada exclusivamente a la investigación. De las entrevistas y encuestas se pudo constatar la necesidad de mejorar la comunicación de la biblioteca con sus usuarios y la búsqueda de nuevas herramientas que posibiliten llegar a reforzar los vínculos con los mismos. Asimismo, a través de la observación de los espacios físicos y virtuales, se constató que la página web de la biblioteca y el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales necesitan una renovación en cuanto a su contenido, interfaz y se debe priorizar la experiencia del usuario en cuanto a su usabilidad.

Finalmente, el capítulo 4 presenta la propuesta de mejora para fortalecer la imagen institucional y la comunicación de los recursos y servicios de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales. Esta propuesta, se espera que sea un punto de inflexión orientado a la generación de nuevos proyectos inclinados a la mejora institucional y al crecimiento de la Biblioteca como espacio de encuentro con el conocimiento. Se destaca que siempre nuestro fin último, como en reiteradas ocasiones lo expreso Josefa Sabor, es el *usuario*, los profesionales de la información debemos mantener firme esta filosofía orientada al usuario teniendo en cuenta la mirada sociocultural muchas veces olvidada.

Al respecto, Civallero destaca algunas funciones de la biblioteca:

“La biblioteca puede garantizar libertades y derechos humanos tan básicos como la educación, la información, la libertad de expresión y el trabajo...Puede proporcionar herramientas para la solución de problemas de salud, violencia, adicciones y nutrición...Puede enseñar la tolerancia y el respeto, puede facilitar la integración en sociedades multiculturales...Y también puede enseñar a leer: a leer las leyes que nos protegen y los contratos injustos que intenta explotarnos, y las noticias que nos cuentan qué paso en nuestro país, y la historia verdadera de las luchas de nuestro pueblo y las técnicas para solventar nuestras carencias (...) (Civallero 2006, pág. 5) .

En este trabajo se pretendió describir e indagar sobre la importancia de la comunicación en bibliotecas y sentar un precedente proyecto de mejora dentro de la Universidad Nacional de Salta para el resto de las bibliotecas que forman parte de las facultades. Además, busca ser un sustento de trabajos de investigación a

nivel regional y nacional que continúen complejizando la comunicación, oficiando como una experiencia llevada a cabo en el NOA en una biblioteca universitaria con las posibilidades que ofrece el contexto universitario en relación al territorio donde está inserta.

BIBLIOGRAFÍA

“No hay nada más práctico que una buena teoría”.

(Lewin, 1951)

6. Bibliografía

ALONSO AREVALO, Julio (2014) Uso y aplicación de herramientas 2.0 en los servicios, producción, organización y difusión de la información en la biblioteca universitaria. *Investigación bibliotecológica*. Vol. 28, núm. 14, pp. 51-74. Recuperado de:

<http://eprints.rclis.org/24236/1/Uso%20y%20aplicaci%C3%B3n%20de%20herramientas%202.0.pdf> Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2017.

CAPRIOTTI, Paul (2009) *Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Libros de la empresa.

CASTILLO DÍAZ, A. y HERRERA MORILLAS, J. L. (2014). Nuevas fórmulas de comunicación con los usuarios de las bibliotecas universitarias. *Historia y comunicación social*, 19, 813-820. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/45004/42375> Fecha de consulta: 11 de marzo de 2017.

COSTA, Joan (1987) *Señalética. De la señalización del diseño de programas*. Barcelona: Ceac.

----- (2009) *La imagen corporativa en el siglo xxi*. Buenos Aires: La crujía.

CHAVES, Norberto (2006) *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona: Gustavo Gili.

CHIAS, Josep (1995) *Marketing público. Por un gobierno y una administración al servicio del público*. Madrid: McGraw – Hill.

CIVALLERO, Edgardo (2006) El rol social de las bibliotecas públicas en Latinoamérica: algunos conceptos y líneas de acción desde una perspectiva

progresista en *I Congreso nacional de Bibliotecas públicas de Chile*. Santiago de Chile.

FERNÁNDEZ GONZÁLEZ VILLAVICENCIO, N. (2009). Bibliotecas y marketing en red. *Bid.Textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, 23. Recuperado de <http://bid.ub.edu/23/gonzalez2.htm> Fecha de consulta: Febrero de 2017.

GARCÍA, Irma Luz y PORTUGAL, Mercedes (2009) *Servicio de referencia: una propuesta integradora*. Buenos Aires: Alfagrama.

HERNÁNDEZ SAMPIERI y otros (2010) *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: McGraw-Hill.

KAPLÚN, Mario (2002) *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Caminos.

KOTLER, P. (1992) *Dirección de marketing*. Madrid: Prentice Hill.

LAPORTE, José María (2005) Potencialidad creativa de la comunicación interna en el tercer sector en *Palabra clave*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64901206> Fecha de consulta: 17 de Octubre de 2017.

MERLO VEGA, José Antonio (2014) La biblioteca como community manager y content curator. Servicios y herramientas para la gestión de comunidades y contenidos. *Biblioblog*. Recuperado de: <https://biblioblog.org/2014/03/22/biblioteca-comunidades-contenidos/> Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2017

MONFASANI, Rosa Emma (2016) *Introducción a la bibliotecología*. Buenos Aires: Alfagrama.

MORALES LÓPEZ, Valentino (2005) *Metodología en Bibliotecología*. Buenos Aires: Alfagrama

RODRÍGUEZ BRIZ, Fernanda (2006) *Los servicios de referencia virtual: surgimiento, desarrollo y perspectivas a futuro*. Buenos Aires: Alfagrama.

SÁNCHEZ AVILLANEDA, María del Rocío (2005) *Señalética: conceptos y fundamentos: una aplicación en bibliotecas*. Buenos Aires: Alfagrama.

URANGA, Washington (2005) *La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales*. Recuperado de: http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=16:propios-22&catid=8:textos-propios&Itemid=107

VARGAS Teresita y ZAPATA, Natalia (2008) *Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Buenos Aires. San Pablo.

WEIL, Pascale (1992). *La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión*. Buenos Aires: Paidós.

YUNI, José Alberto y URBANO, Claudio Ariel (2014) *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas.

7. ANEXOS

7.1 1 Anexo 1: Modelo encuestas

Encuesta sobre los recursos y servicios que ofrece de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

Edad:
Carrera:
Estamento:

Estudiante Docente Estudiante de Posgrado PAU Otro

Sobre los servicios prestados por la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

A. Cómo calificaría la atención (servicio de consulta/referencia) de la biblioteca.

Excelente
 Muy buena
 Buena
 Mala

B. El personal de la biblioteca muestra predisposición a la hora de atender sus consultas

Siempre
 Casi siempre
 Algunas veces
 Pocas veces
 Nunca

C. Conoce la totalidad de los servicios que ofrece la biblioteca.

Si
 No

D. Señale los servicios de la biblioteca que conoce.

Préstamo de material bibliográfico en sala y a domicilio
 Servicio de atención telefónica. Para consultas en general y renovación de préstamos
 Catálogo de acceso público en línea: ofrece información sobre las colecciones de la Biblioteca
 Referencia electrónica
 Carta de novedades a través de correo electrónico
 CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación)
 Estanterías virtuales por asignatura, consulta en línea con validación de usuario, catálogo en línea de las bibliotecas de cátedra.

Gracias por su colaboración. La encuesta es totalmente anónima y solo con fines de investigación.

E. Utiliza el correo electrónico para enterarse de las novedades de la biblioteca

- Si
- No

Sobre la página web de la biblioteca

A. Conoce la página web de la biblioteca

- Si
- No

B. Señale con qué frecuencia ingresa a la página web de la biblioteca

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

C. Como calificaría el contenido de la página web de la biblioteca

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo

D. ¿Qué aspecto considera que debe modificarse de la página web de la biblioteca?

- Contenido/actualización
- Diseño
- Navegación
- La interfaz completa (navegación, contenido, diseño, usabilidad)

Canales de comunicación de la biblioteca

A. Señale nuevos canales de comunicación que prefiere para mantener contacto con la biblioteca

- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- YouTube
- LinkedIn
- Whatsapp (para renovación del material)

Gracias por su colaboración. La encuesta es totalmente anónima y solo con fines de investigación.

**Sobre el Repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales dependiente de la
Facultad de Ciencias Naturales**

A. Conoce el repositorio de Ciencias Agropecuarias y Ambientales del cual la Facultad de Ciencias Naturales forma parte.

Si

No

Gracias por su colaboración. La encuesta es totalmente anónima y solo con fines de investigación.

7.1.2 Anexo 2: Modelo de entrevistas-semiestructuradas

Guía de Pautas:

1. ¿Conoce cuáles son los servicios que le ofrece la biblioteca de la facultad de ciencias naturales?
2. ¿Conoce cuáles son los canales de comunicación a través de los cuales puede tener acceso a los servicios que ofrece la biblioteca de la facultad de ciencias naturales?
3. ¿Considera que es necesario incorporar nuevas herramientas que garanticen una efectiva comunicación de los servicios que ofrece de la biblioteca a sus con sus usuarios?
4. ¿Qué lugar ocupan las redes sociales en la actualidad a nivel personal, profesional y académico?
5. ¿Qué herramientas en particular considera pertinentes con las que la biblioteca podría trabajar?
6. ¿Qué opinión le merece la difusión informativa a través de folletería y avisos dentro de la biblioteca?
7. Considera necesario renovar la imagen de la biblioteca sobre todo en aspectos visuales de la misma dentro del espacio físico.
8. Entonces ¿trabajar la comunicación de la biblioteca debe estar dentro de las prioridades?

7.1.3 Anexo 3: Logos, isologos e isotipos utilizados por las bibliotecas de la Universidad Nacional de Salta



Biblioteca de la Facultad de Humanidades



Biblioteca de la Facultad de Ciencias Exactas



Biblioteca de la Facultad de Ingeniería



La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales no cuenta con un logo propio y utiliza el institucional de la Facultad

7.1.4 Anexo 4: Modelo final tríptico



UNSA
Biblioteca de Naturales

- **Catálogo en línea (OPAC) de acceso pública:** ofrece información sobre las colecciones de la Biblioteca.
- **Servicio de lectura en sala:** De acuerdo a la legislación vigente la biblioteca es pública en su sala de lectura, a este servicio pueden acceder personas que no pertenecen a la comunidad universitaria con la sola presentación de su documento de identidad.
- **Servicio de provisión de documentos impresos y electrónicos:** por medio de convenios con bibliotecas aines y la participación de la Biblioteca en redes nacionales e internacionales soluciona la demanda de artículos científicos en los casos que no son localizados en la Biblioteca Electrónica de Ciencia y Tecnología ni en acceso abierto.
- **Préstamos inter-bibliotecarios:** Se realizan especialmente entre bibliotecas cooperantes de la BDU del SUJ (Sistema de Información Universitaria), que permite por medio de su catálogo unificado localizar el material bibliográfico y la biblioteca depositaria. Otras redes a las que también pertenece esta Biblioteca constituyen un eficaz medio para la prestación de este servicio.
- **Referencia Electrónica:** facilita la obtención de información por medio de correo electrónico.
- **Sistema integral de gestión de bibliotecas:** La implementación del Sistema Integral de Gestión Bibliotecaria PNB, en el año 2011, permitió optimizar la eficiencia de los servicios en: Préstamo automatizado; Carnet con código de barras; Catálogo Público de Acceso en línea; Alerta y Disseminación Selectiva de Información. El mencionado sistema fue adaptado para el funcionamiento de nuevos servicios:

- **Consulta en línea con validación de usuario:** para obtener información sobre la situación de los préstamos solicitados

- **Catálogos en línea de las Bibliotecas de Cátedras:** Facilita el acceso público a los registros de material bibliográfico que los docentes disponen para su consulta en las Cátedras.
- **Estanterías Virtuales por Asignatura:** Contienen los registros de la bibliografía recomendada en los matrices curriculares que se encuentra en Biblioteca.

La incorporación de estos nuevos servicios favorece el acceso a la información de la totalidad de la bibliografía recomendada en los programas vigentes, constituyendo un valor agregado a la misión de la Biblioteca.

Teléfono: 0387 - 4255465
Email: libnat@unsa.edu.ar
Horario de atención: lunes a viernes de 8:30 a 13:00 y de 15:00 a 19:00 hs.
Redes sociales
www.facebook.com/libnatunsa
www.twitter.com/libnatunsa
www.instagram.com/bibliotecaenaturalesunsa
www.youtube.com/BibliotecaDeNaturalesUNSA

Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales

Desde la fundación de la Universidad Nacional de Salta, funcionó dentro de la Facultad de Ciencias Naturales en un espacio compartido con el Museo. Luego de una resolución del rectorado, a partir del año 1999, la misma se trasladó al edificio central de la Universidad donde, además de 5 de las 6 Bibliotecas, se encuentran el área contable y administrativa de la misma.

Funcionalidad de los espacios

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias Naturales, cuenta con una sala de lectura de 25 m² con capacidad para 40 personas, las estanterías se distribuyen en una superficie de 150 m². Los estudiantes y docentes disponen además, de otros espacios para consulta y estudio: Sala de lectura de las Bibliotecas de la Facultad de Ingeniería, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Humanidades y Facultad de Ciencias Exactas, sumando a ellas un espacio de aproximadamente de 50 m² localizado en el primer piso del edificio con mesas y sillas para el estudio.

Acervo Bibliográfico

El fondo bibliográfico impreso de la Biblioteca de Ciencias Naturales está formado por 14.800 libros y 991 títulos de publicaciones periódicas. Un 20% de la colección corresponde a obras específicas de la carrera. Del total del material bibliográfico disponible para la carrera, el 50% corresponde a ediciones posteriores al año 2000.

El acceso a las colecciones digitales de la Biblioteca de Ciencia y Tecnología se puede realizar desde cualquier computadora localizada en el Complejo Universitario, Museo de Ciencias Naturales o Centro Cultural de la Universidad. El acceso a las revistas electrónicas que suscribimos por esa

Biblioteca Electrónica en muchas cosas complementa la existencia de colecciones Impresas de la Hemeroteca.

Misión

Satisfacer los requerimientos de información para la enseñanza de grado, posgrado y para el desarrollo de la investigación y la extensión, mediante la selección y adquisición del material necesario, empleando herramientas acordes con la tecnología actual, para el almacenamiento, organización y difusión de la información.

Visión

Contar con acervos bibliográficos y documentales actualizados, organizados y suficientes, infraestructura y equipamiento apropiados para el estudio, búsqueda y recuperación de la información. Proveer servicios que cumplan las expectativas de los usuarios, a quienes se les formará para que adquieran habilidades informacionales que permitan optimizar su acceso a la información. Procurar permanentemente mejorar la capacidad de respuesta brindando servicios de calidad basados en la mejora continua.

Requisitos para ser socio

Alumno

• **Alumnos Ingresantes:** deben presentar la misma documentación requerida a los Alumnos Reinscriptos.

Alumnos Reinscriptos:

1. Completar Formulario de Solicitud de inscripción; imprimirlo y presentarlo firmado por solicitante y garante.
2. Dos Fotos 4x4
3. Fotocopia de la Constancia de Reinscripción.

Nota: El Garantista debe ser un Alumno ó un Docente de la Facultad de Ciencias Naturales. Si el garantista es un Alumno, debe tener por lo menos el 30% de la carrera aprobada.

Docente

1. Completar Formulario de Solicitud de inscripción; imprimirlo y presentarlo firmado.
2. Dos Fotos 4x4
3. Fotocopia de Resolución de Nominamiento.

Servicios a los usuarios

La Biblioteca es pública en su sala de lectura, con la presentación del Documento Nacional de Identidad el lector puede acceder a los servicios *in situ*. Para retirar obras a domicilio requiere poseer el carnet correspondiente que se tramita desde el sitio web de la Biblioteca (<http://www.unsa.edu.ar/bibnat/>)

El Carnet de Biblioteca permite el acceso a los servicios que brindan todas las Bibliotecas de la Universidad. Desde el año 2011, se ha implementado el carnet de usuario con código de barras que agiliza el proceso de préstamo a domicilio. Los alumnos y docentes de la carrera disponen de los siguientes servicios:

- **Préstamos de material bibliográfico en sala y a domicilio:** Con la presentación del carnet actualizado, los interesados pueden retirar material bibliográfico en carácter de préstamo por el plazo máximo de una semana, renovable. En el caso de los docentes este plazo se extiende a treinta días. Este servicio está automatizado en forma integral a través del Sistema Integrado de Gestión de Bibliotecas PMB.

- **Servicio de Atención Telefónica:** para consultas y renovación de préstamos

7.1.5 Anexo 5: Piezas Gráficas de Señalética



CRAI



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

PROCESOS TÉCNICOS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

CASILLEROS



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

HEMEROTECA



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

7.1.6 Anexo 7: Piezas Gráficas de Señalética (Esteras)

500

CIENCIAS NATURALES Y MATEMÁTICAS

510 MATEMÁTICA
530 FÍSICA
540 QUÍMICA
550 CIENCIAS DE LA TIERRA
560 PALEONTOLOGÍA
570 BIOLOGÍA



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

600

TECNOLOGÍA (CIENCIAS APLICADAS)

610 CIENCIAS MÉDICAS
630 AGRICULTURA Y TECNOLOGÍAS
RELACIONADAS
660 INGENIERÍA QUÍMICA
670 MANUFACTURA
690 CONSTRUCCIÓN



BIBLIOTECA
FACULTAD DE NATURALES

7.1.7 Anexo 8: Modelo de formularios para buzón de sugerencias impresas

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Ciencias Naturales
Biblioteca
Sugerencias y Recomendaciones

La Biblioteca como parte de su política de mejora busca brindar servicios de calidad a su comunidad de usuarios. Por ello, solicitamos su participación en este proceso. Agradecemos su colaboración.

Si considera necesario coloque sus datos personales. Los mismos están protegidos por la ley 25.236 y solo servirán ante la necesidad de una reunión personal con la directora de la biblioteca. Muchas gracias.

Apellido y Nombre: _____ Tel/Cel: _____

Estamento: _____

Email: _____