

Guía de La Campaña por las Bibliotecas del Mundo -

Cómo participar en la Campaña por las Bibliotecas del Mundo



La Campaña por las Bibliotecas del Mundo es patrocinada por el Congreso y Asamblea General de la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA) y la Asociación de Bibliotecas de los Estados Unidos (ALA)

<http://www.ifla.org/@yourlibrary/>

CONTENIDO

¿Qué es la Campaña por las Bibliotecas del mundo?

¿Cuáles países y regiones ya son parte de la Campaña?

¿Cuál es el propósito de la Campaña?

¿Por qué hay que participar?

¿Cómo funciona la Campaña?

¿Cómo participar?

¿Cómo desarrollar una Campaña en su país?

Cómo financiar la Campaña: Colaboraciones, Becas y Donaciones

¿Quién le puede ayudar?

¿Qué es la Campaña por las Bibliotecas del mundo?

La Campaña por las Bibliotecas del Mundo es una campaña sobre la educación pública del Congreso y Asamblea General de la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA), la Asociación de Bibliotecas de los Estados Unidos (American Library Association-ALA), y de las bibliotecas alrededor del mundo, la cual se enfoca en la importancia de las bibliotecas y los bibliotecarios del Siglo XXI. La campaña fue diseñada para engalanar los roles únicos y vitales desempeñados por las bibliotecas públicas, académicas y bibliotecas especiales por todo el mundo.

La Campaña por las Bibliotecas del Mundo se lanzó en agosto del 2001 durante el Concilio General y Conferencia de IFLA en Boston, USA.

Esta campaña está basada en la Campaña por las Bibliotecas de los Estados Unidos (ALA), una campaña de varios años patrocinada por la Asociación de Bibliotecas de los Estados Unidos (ALA) y bibliotecas a través del país.

La campaña de los Estados Unidos, usa como insigna

@your library[®]

para unificar la comunicación de bibliotecas a través del país.

La Campaña por las Bibliotecas del Mundo usa como insigna



en sus traducciones oficiales para unificar la comunicación de bibliotecas alrededor del mundo.

Además de esta guía, favor de visitar nuestra página de internet sobre la Campaña por las Bibliotecas del Mundo <http://www.ifla.org/@yourlibrary/index.htm> para más información.

@ tu biblioteca[®]

¿Cuáles países y regiones ya son parte de la Campaña?

Hay más de 30 países y regiones que ya participan en la Campaña:

- Asociación de Bibliotecas de Armenia
- Asociación de Información de Especialistas de Georgia
- Asociación de Desarrollos Bibliotecarios de Azerbaijjan
- Federación Brasileña de Asociaciones de Bibliotecarios, Científicos de la Información e Instituciones (FEBAB)
- Consejo de Bibliotecas Estatales de Australia
- Asociación Koreana de Bibliotecas
- Asociación de Bibliotecas Turcas
- Asociación de Bibliotecas Italianas
- Asociación Islandesa de Bibliotecas y de Servicios Informativos
- Biblioteca Nacional de Serbia
- Asociación de Bibliotecas de Nepal
- Asociación Nacional de Nigeria
- Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC)
- Asociación de las Bibliotecas de Japón
- Unión de Bibliotecarios y Funcionarios de Servicio (Bulgaria);
- Asociación Bibliotecaria de Moldova
- Asociación de la República de Kazajstán
- La Mesa Directiva de la Biblioteca Nacional de Singapur
- Asociación de la Universidad del Caribe
- Bibliotecas Institucionales y de la Investigación y la Asociación de Bibliotecas de Belarús
- Asociación de Bibliotecarios Graduados de la República Argentina (ABGRA)
- Asociación de Bibliotecas de Uruguay
- Asociación de Bibliotecas de Grecia
- Asociación Nacional de Directores de Bibliotecas y de Servicios Informativos de los Sectores Académicos y de la Investigación (Venezuela)

¿Cuál es el propósito de la Campaña?

La **Campaña por las Bibliotecas del Mundo** ayuda a las asociaciones bibliotecarias y a las bibliotecas a:

- Aumentar el conocimiento sobre la variedad de programas y servicios ofrecidos por las bibliotecas;
- Aumentar el uso de bibliotecas en las escuelas, en las universidades, en el trabajo, y en la vida diaria de la comunidad;
- Aumentar el financiamiento para las bibliotecas;
- Atraer a bibliotecarios para discutir temas como la libertad intelectual, equidad al acceso y la "división digital";
- Promover la profesión de bibliotecario

Por parte de grandes esfuerzos, la campaña se enfoca en:

- El público en general -- padres, niños, estudiantes, personas jubiladas, y gente de negocios
- Educadores, administradores, y miembros del consejo escolar
- Políticos
- Bibliotecarios y aquellos quienes consideran la profesión de bibliotecario
- Los medios informativos
- Socios estratégicos, incluyendo las agencias de financiamiento

¿Por qué hay que participar?

Las bibliotecas alrededor del mundo necesitan promover sus servicios para recibir apoyo por parte de sus usuarios, administraciones y oficiales de gobierno. Las bibliotecas necesitan promover sus servicios para aumentar sus fondos para recursos que permitirán que las bibliotecas proporcionen los servicios necesarios a sus usuarios.

¡Las Asociaciones Bibliotecarias pueden ayudar a hacer esto posible!

¡La **Campaña por las Bibliotecas del Mundo**
le **puede** ayudar!


La Campaña por las Bibliotecas del Mundo puede ser usada por asociaciones bibliotecarias, grandes y pequeñas, para tomar ventaja de una campaña global que proporciona la habilidad de usar los recursos y el conocimiento creado por otros países para crear tu propia campaña.

El promover y comercializar la campaña por si solo es difícil

Participar en la Campaña por las Bibliotecas del Mundo significa que eres parte de una campaña global que ha demostrado que puede ayudar a las asociaciones bibliotecarias y a las bibliotecas en su búsqueda por visibilidad y ayuda.

- La Campaña le permite adaptar y modificar las actividades que tengan éxito ya creadas en otros países para promover su propia campaña
- La Campaña le permite conectarse y aprender de otros alrededor del mundo sobre cómo participan en la Campaña
- La Campaña ayuda a las asociaciones bibliotecarias a demostrar que las bibliotecas son lugares dinámicos, lugares de oportunidades y que su función es también unificar el mundo
- La Campaña le permite buscar recursos para recaudar fondos para apoyar sus iniciativas de la campaña, como es el caso de México, donde la Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC) recibió ayuda por parte del Ministerio de Cultura para imprimir y distribuir 16,000 copias del Manual de Promotores alrededor del país y Latinoamérica
- La Campaña ayuda a incrementar el uso de las bibliotecas. Campañas como la de Australia ayudaron a incrementar la circulación en sus bibliotecas por 10% en un estado

¿Cómo funciona la Campaña?

La Campaña usa como insignia “@ your library”. El símbolo de “@” simboliza en inglés no solamente tecnología, pero también es un sinónimo de la palabra “EN”, así formando la palabra “En” tu biblioteca o  tu biblioteca. El “tu” le informa a la persona viendo el mensaje que es “su” biblioteca.

Otros ejemplos:

Descubre el mundo  tu biblioteca®

Un mundo de posibilidades  tu biblioteca®

El mejor motor de búsqueda está  tu biblioteca®

La insignia se ha traducido ya a los idiomas oficiales de IFLA (inglés, francés, alemán, ruso y español) así como otros 25 idiomas.

Las asociaciones bibliotecarias deben de usar el insignia en cualquier oportunidad, por ejemplo: en papel membreteado, en comunicados de prensa, en las firmas por correo electrónico, en las puertas y paredes en la oficina, en la portada del Manual de la Organización, etc.

 tu biblioteca®

Estos son algunos ejemplos de cómo diferentes asociaciones y bibliotecas promueven la Campaña, servicios especiales y animan a la gente a visitar la biblioteca.

Portadas de revistas de asociaciones

Asociación Italiana de Bibliotecas (A.I.B, por sus siglas en italiano)



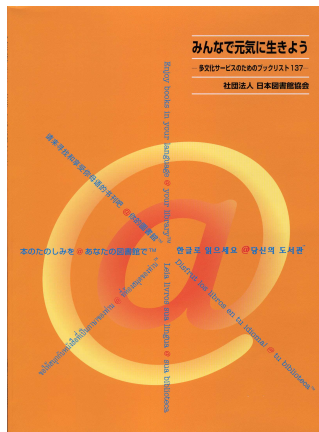
Temas de Conferencia

Federación Brasileña de Asociaciones de Bibliotecarios, Científicos de la Información e Instituciones (FEBAB)

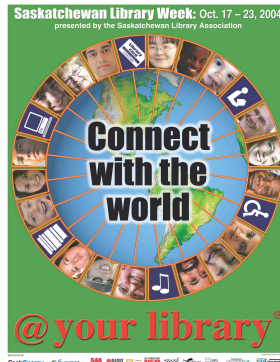


Publicaciones promoviendo materials multilingües

Asociación Bibliotecaria de Japón



Promover la Semana Nacional de las Bibliotecas o el Día Nacional de las Bibliotecas Asociación Bibliotecaria de Saskatchewan (Canadá)



(ingles)



(frances)

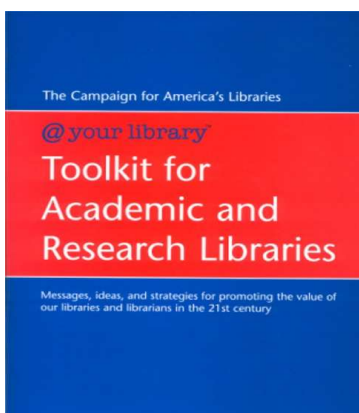
Promociones mensuales de diferentes recursos en las bibliotecas Bibliotecas Estatales de Australia

DOING **BUSINESS\$**
@your library™

• TREASURES •
@your library™

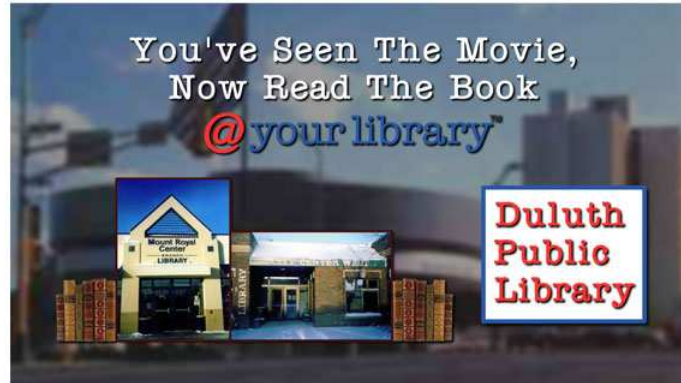
holiday
FUN
@your library™

Guías para que las bibliotecas promuevan la Campaña



Publicidad de las bibliotecas

Biblioteca Pública de Duluth, USA



La biblioteca pública de Duluth produjo una serie de anuncios que aparecieron en 4,000 salas de cine locales. Los anuncios fueron vistos por más de 100,000 personas

ideas flow  **your library™**

Programa que se llevo acabo durante la Semana Nacional de las Bibliotecas, el cual engalanó las colecciones académicas y los servicios de la única universidad pública del estado y al mismo tiempo elevar la conciencia acerca de todas las bibliotecas del estado.

¿Cómo participar en la Campaña?

Para unirse a la Campaña por las Bibliotecas del Mundo la asociación bibliotecaria del país o región necesita estar de acuerdo en participar.

Esto significa que la Junta Directiva o el Comité Ejecutivo de la asociación tiene que aprobar la decisión de ser parte de la Campaña. Algunas veces también se tiene que informar a otros comités o líderes dentro de la profesión para asegurarse que todos estén de acuerdo en ser parte de la Campaña.

El presidente de la asociación bibliotecaria debe firmar el *Acuerdo del Uso de la Marca Registrada* (última página de esta guía) y enviar una copia a las oficinas de IFLA.

Después de firmar el Acuerdo, la asociación comienza el proceso de desarrollar una nueva campaña en su país o región donde las bibliotecas puedan usar y promover la importancia y valor de las bibliotecas en la sociedad.

¿Cómo desarrollar una Campaña en su país?

Crear un Plan de Acción

Para tener éxito la asociación debe crear un plan para la campaña en el que se resuman los puntos más importantes de las metas y objetivos, quién es su público y cuáles son sus mensajes principales.

Elementos en un Plan de Acción de una Campaña

1. Definir las metas y objetivos
2. Determinar quién es su público
3. Desarrollar un mensaje
4. Desarrollar las etapas del proyecto
5. Realizar un proceso de promoción
6. Evaluación del proyecto

La Asociación Nicaragüense de Bibliotecarios y Profesionales Afines (ANIBIPA) desarrollo un plan para su campaña, el cual sirve como ejemplo:

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Promover e insertar al sector bibliotecológico de Nicaragua, a los esfuerzos mundiales que se encuentra realizando organismos especializados IFLA, ALA y Asociaciones del campo de la bibliotecología, a favor de la promoción de las bibliotecas como instrumentos fundamentales para la educación y el desarrollo.

Comunicar el valor de las bibliotecas y bibliotecarios en el siglo XXI

Demostrar los papeles únicos y claves desarrollados por las bibliotecas públicas, escolares, universitarias y especiales del país.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar un proceso de promoción y sensibilización en la población y diferentes sectores del país, acerca de las bibliotecas, valorándolas como un instrumento fundamental para la educación, la ciencia, la cultura y el desarrollo socio-económico del país.

Destacar el rol y la importancia de la integración de las bibliotecas dentro de los sistemas : social, económico, cultural y educativo del país.

METAS

Elevar la conciencia acerca de la variedad de programas y servicios ofrecidos en las bibliotecas de todo tipo

Animar a las personas a visitar y usar sus bibliotecas—en la escuela, en los recintos universitarios, en sus trabajos, en sus comunidades y en sus vidas diarias.

Fomentar a la bibliotecología como profesión y sensibilizar a la sociedad sobre la importancia y valor que tiene como tal.

Incluir a los bibliotecarios en discusiones claves de políticas públicas tales como la superación de la "brecha digital"; y la legislación que incide a las labores bibliotecarias.

Por último, **aumentar el financiamiento** para las bibliotecas.

QUE QUEREMOS LOGRAR CON LA CAMPAÑA?

- **Las bibliotecas son lugares cambiantes y dinámicos.**
- **Los recursos humanos bibliotecarios son personas capacitadas** que pueden ayudar a personas de todas las edades a encontrar la información que necesitan en el momento en que la necesitan.
- **Las bibliotecas son lugares de oportunidad** para la educación, autoayuda y aprendizaje durante toda la vida.

- **Las bibliotecas acercan el mundo**, mediante el acceso a los recursos de información impresos y en línea. incluso tienen la asistencia del elemento humano bibliotecario para asistirle a encontrar lo que busca.

PERIODO DE LA CAMPAÑA : 5 AÑOS

La campaña esta pensada realizarla por un período de cinco años comprendidos en dos fases:

La fase sensibilización: comprendida en dos años con el objetivo de comunicar y divulgar entre la población la importancia, rol y función social de los distintos tipos de bibliotecas.

La fase sostenibilidad: prevista a realizar por el período de tres años, con el fin de reforzar conocimientos sobre el valor de las bibliotecas, afianzar la importancia de la profesión de la bibliotecología, la importancia de la inserción del sector de la bibliotecología en planes estratégicos de desarrollo del país y elevar los niveles de participación de los profesionales de la bibliotecología

PLAN DE ACTIVIDADES

Los planes operativos de la Coordinación de la campaña se elaboraran de manera anual tomando como referencia las metas y fases previstas, implicando la realización de evaluación periódicas para ir midiendo resultados.

Las bibliotecas que se sumen a la campaña deberán elaborar sus propios planes que controlaran y definirán de acuerdo a su ámbito y recursos disponibles.

Fases previstas desde la Coordinación de la campaña para el 2006

Fase I : Planificación

- Definición del proyecto de la campaña
- Contraer el acuerdo formal con la ALA y la IFLA para el registro del uso de la marca o distintivo usado por la campaña mundial.
- Conformar Comité de Coordinación General de la campaña.
- Elaboración de presupuesto y gestión de financiamiento para el lanzamiento de la campaña.
- Elaborar y gestionar apoyo para el desarrollo de un Plan de Medios de la campaña.
- Diseño de Afiche central (objetivos) de la campaña, volantes, Tríptico, slogan, otros.

Fase II : Convocatoria, Promoción y Divulgación

- Convocar e invitar de diferentes formas a los diferentes sectores bibliotecarios a sumarse al proyecto de la campaña.
- Convenio y registro de acuerdo formal de participación en la campaña .
- Programación y realización del “Taller de Promotores de Bibliotecas” dirigido a los grupos o sectores de bibliotecas que decidan participar en el proyecto de la campaña.
- Incorporar al Sitio Web de ANIBIPA información y recursos para el desarrollo de la campaña .
- Conformar un directorio de las bibliotecas en campaña.

- Presentación del proyecto y solicitud de apoyo a los Medios de Comunicación.

Fase III : Inauguración Oficial de la Campaña

- Elaboración de programa de inauguración.
- Elaboración de presupuesto y gestión de financiamiento para el Acto oficial de lanzamiento de la campaña.
- Elaboración de lista de invitados especiales
- Elaboración y distribución de invitaciones
- Ejecución del programa del acto de inauguración
- Evaluación del evento.

Fase IV : Seguimiento y apoyo al desarrollo de la Campaña

- Elaborar y mantener un “noticiero de la Campaña @entu biblioteca” para informar y divulgar de manera sistemática el desarrollo de actividades en pro de la campaña.
- Enmarcar actividades de ANIBIPA dentro del contexto de la campaña.
- Elaborar y divulgar informes periódicos.

COMITÉ DE CAMPAÑA

Este Comité estará integrado por una autoridad o representante de cada sector de bibliotecas, redes, unidades de información destacadas que desean sumarse a estos esfuerzos y coordinado por la ANIBIPA.

ENFOQUES DE LA CAMPAÑA

- El público en general -- padres, niños, estudiantes, personas jubiladas, y gente de negocios
- Educadores, administradores, y miembros del consejo escolar.
- Políticos .
- Bibliotecarios y aquellos quienes consideran la profesión de bibliotecario
- Los medios informativos .
- Socios estratégicos
- Entidades y organismos del sector público y privado

CAPACITACIÓN A PROMOTORES DE BIBLIOTECAS

Con el propósito tener mejores resultados y fortalecer la ejecución y desarrollo de la campaña, se realizaran talleres que estarán dirigidos a promotores designados por las Bibliotecas en Campaña y serán impartidos inicialmente por la ANIBIPA.

PRESUPUESTO DE GASTOS

Un presupuesto preliminar de gastos se ha elaborado para las actividades que implica el lanzamiento oficial y gastos operativos de la coordinación. Para el que se gestiona financiamiento y apoyo a instituciones y organismos interesados e involucrados en este bonito proyecto.

Cómo financiar la Campaña: Colaboraciones, Becas y Donaciones

Es buena idea formar colaboraciones o donaciones para ayudar con los gastos de materiales- separadores de libros, folletos, anuncios de radio y televisión, etc.

Varias de las asociaciones que participan en la Campaña recibieron apoyo financiero por parte de:

- Fondos de Gobierno
- Fundaciones
- Corporaciones y negocios

Fondos del Gobierno

La Campaña le permite buscar recursos para recaudar fondos para apoyar sus iniciativas de la campaña, como es el caso de México, donde la Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC) recibió ayuda por parte del Ministerio de Cultura para imprimir y distribuir 16,000 copias del Manual de Promotores alrededor del país y latinoamérica

Fundaciones

Es buena idea ponerse en contacto con fundaciones locales para recibir becas.

Corporaciones/Negocios

La compañía 3M fue uno de los donadores principales de la Campaña para las bibliotecas de los Estados Unidos y también han

¿Quién le puede ayudar?

Cualquier asociación que sea parte de la Campaña puede proveer ideas y consejos. Favor de visitar las páginas de web de los diversos países para ver lo que están haciendo con la Campaña.

La Asociación de Bibliotecas de los Estados Unidos, como uno de los fundadores de la Campaña, podría servir como un recurso mas. Favor de contactar a Michael Dowling, director de la Oficina de Relaciones Internacionales, mdowling@ala.org


Otros recursos:

ALA: <http://www.ala.org/@yourlibrary>

IFLA: <http://www.ifla.org/@yourlibrary/index-s.htm>

ACUERDO INTERNACIONAL DEL USO DE LA MARCA REGISTRADA
@ YOUR LIBRARY®



El emblema  le pertenece a la Asociación de Bibliotecas de los Estados Unidos (American Library Association - ALA). ALA está contento en permitir el uso del emblema por parte de la asociación de bibliotecas infrascrita (La Asociación) bajo estas provisiones:

1. La Asociación puede usar el emblema en: (a) letreros, folletos, y otro tipo de materiales diseñados a promover a las bibliotecas; (b) la página de Internet de la Asociación; y en (c) mercancía diseñada para ser vendida en las bibliotecas y otras localizaciones físicas en el área geográfica inmediata de la asociación. La Asociación no puede utilizar el emblema en ningún material que se venda por correo, la Internet, u otros métodos similares sin el consentimiento escrito de ALA.
2. La Asociación puede permitir que sus miembros, pero ningunos otros individuos o entidades, utilicen el emblema en: (a) letreros, folletos, y otro tipo de materiales diseñados a promover a las bibliotecas; (b) mercancía diseñada para ser vendida en las bibliotecas y otras localizaciones físicas en el área geográfica inmediata de la asociación. Será la responsabilidad de la Asociación de asegurarse de que todos sus miembros que utilicen el emblema lo hagan de acuerdo con estas provisiones.
3. Cada vez que la Asociación o algún miembro de esa Asociación use el emblema como permitido adjunto, debe aparecer: (a) en letra American Typewriter Medium Weight; (b) en rojo (PMS 032) y azul (PMS 072) como las primeras opciones de color; (c) en Negro o/en blanco como segunda opción; (d) en los colores nacionales del país como tercera opción; (e) con el símbolo de la marca registrada (®) o traducido apropiadamente al país de origen.

Aceptado y convenido:

NOMBRE DE LA ASOCIACION: _____

Por: _____
(escrito con letra de molde)

(Firma)

(Título de trabajo)

Número de teléfono y fax; y dirección de correo electrónico:

TRADUCCION DE @ your library® / :

