

GUIA DEL BIBLIOTECARIO 3

MARTHA A. FRIAS LEON

PROMOCION DE SERVICIOS
BIBLIOTECARIOS

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
DIRECCION GENERAL DE BIBLIOTECAS
SUBDIRECCION DE PLANEACION Y DESARROLLO
DEPARTAMENTO DE PLANEACION

1989

INFOBILA

COORDINACION DE LA SERIE: LUZ MA. CHAVEZ LOPEZ
APOYO GRAFICO: HORACIO MENDOZA

Primera edición: 1989

DR. c 1989, UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
Ciudad Universitaria 04510 México, D.F.
Dirección General de Bibliotecas

Impreso y Hecho en México

C O N T E N I D O

1.	INTRODUCCION	
2.	EXPOSICIONES	4
2.1.	Guión	5
2.2.	Cédula	6
2.3.	Diseño	8
2.3.1.	Circulación	9
2.3.2.	Mobiliario	9
2.3.3.	Documentos	11
3.	BOLETINES Y ANUNCIOS	15
4.	CHARLAS Y CONFERENCIAS	15
4.1.	Presentación	18
4.2.	Organización del material	18
4.3.	Llegada a la plática	18
4.4.	Durante la plática	19
5.	CARTELES Y LETREROS	20
6.	COMUNICACION ESCRITA	23
6.1.	Tablero de noticias	23
6.2.	Periódico mural	26
6.3.	Organos informativos de escuelas o centros de investigación.	27
6.4.	Hojas volantes	28
6.5.	Guías y manuales	28
6.6.	Noticias periodísticas	31

7. VISITAS GUIADAS	33
8. PERSONAL	35
9. OBRAS CONSULTADAS	36

1. INTRODUCCION

La Dirección General de Bibliotecas, en apoyo a los objetivos de la Universidad, ha desarrollado una serie de guías encaminadas a proporcionar orientación a los bibliotecarios, para el mejor desempeño de sus actividades.

Por tanto el propósito de esta guía, es que la biblioteca dé a conocer a sus usuarios quién es, dónde se encuentra ubicada, qué servicios, actividades y colecciones ofrece y cómo se puede hacer uso de ellas.

Como apoyo a esta promoción puede acudir a los medios de comunicación masiva: prensa, radio y televisión, o utilizar sus propios medios de difusión como: exposiciones, boletines informativos, carteles, tableros de noticias, visitas guiadas a sus instalaciones y pláticas sobre temas bibliotécologicos o de actualidad.

El uso de los recursos ofrecidos a través de intensas campañas de publicidad dependerán del ingenio y entusiasmo mostrado por el bibliotecario, para lograr conscientizar a sus usuarios en los diferentes canales de comunicación por los que pueden tener acceso a la información.

^{A lo largo} Durante el año siempre existirá un acontecimiento, suceso o conmemoración digno de ser difundido por la biblioteca, y si se invita a la comunidad a participar en la actividad, pronto los usuarios se considerarán parte de ella, e invitarán a otros a acudir y hacer uso de sus instalaciones.

Cualquier tema podrá ser utilizado, pero es fundamental - para lograr el éxito deseado, que su contenido sea equilibrado, bien organizado, presentado y ejecutado y si el tema y el usuario lo permiten, contar con una chispa de humor. (fig. 1)



Figura 1

Si se carece de estos elementos, la promoción fracasará, el receptor no será motivado y el esfuerzo realizado en su compilación, montaje y exhibición será nulo.

No se necesita contar con un gran presupuesto, personal especializado o material valioso, basta tener inteligencia, entusiasmo, iniciativa y buen gusto para lograr con pocos elementos, grandes realizaciones.

El bibliotecario antes de escoger el medio de promoción deberá tomar en cuenta los siguientes lineamientos:

- a) Cuál es el objetivo buscado.
- b) A qué tipo de usuarios va dirigido.
- c) Con qué recursos humanos se cuenta.
- d) Cuáles son los recursos financieros destinados a la campaña.

- e) Existe el espacio físico, mobiliario y equipo necesario y si no, cómo se puede obtener.
- f) Cuál es el tiempo que durará la promoción.

Si se aplican correctamente los lineamientos planteados a la venta del producto ofrecido por la biblioteca y se seleccionan los anuncios o charlas por radio o televisión, los boletines informativos o los tableros de noticias, las exposiciones o las visitas guiadas, el bibliotecario alcanzará la finalidad propuesta.

En apoyo a esta selección se describirán los medios, sus características, aplicaciones y técnicas de elaboración.

(Fig. 2)

MEDIOS DE PROMOCION		
MEDIOS	CANAL	CONTENIDO
Exposiciones	Módulos, vitrinas	Temas de actualidad y bibliotecarios
Boletines y anuncios	Folleto, volantes	Noticias de la biblioteca Recientes adquisiciones
Charlas y Conferencias	Radio, televisión Salas de reunión	Temas de actualidad
Carteles y letreros	Hojas de papel y cartulina	Noticias de la biblioteca y de actualidad
Tablero de noticias	Mamparas	Noticias de interés para los usuarios cubiertas de libros recién adquiridos
Perifoneo mural	Mamparas	Noticias de interés para los usuarios cubiertas de libros recién adquiridos
Organos informativos de escuelas y C. de investigación	Revistas y boletines	Noticias de la biblioteca
Hojas volantes	Hoja de papel	Horarios y servicios bibliotecarios
Gufas y manuales	Folleto	Horarios, servicios, colecciones, manejo de catálogos y materiales documentales y reglamento de servicios
Noticias periódicas	Prensa	Noticias de actualidad de interés a los usuarios
Visitas guiadas	Audiovisuales y personal guía	Conocimiento de instalaciones, servicios y colecciones

Figura 2

2. EXPOSICIONES

Las exposiciones ocupan un lugar destacado en la difusión del conocimiento y constituyen el vehículo idóneo de promoción bibliotecaria.

Si se desea el cabal cumplimiento de sus objetivo, se deben reunir las siguientes condiciones:

- a) El montaje de una exposición a la vez, basada en un guión previamente elaborado.
- b) Fijar su permanencia definitiva o temporal y planear con el tiempo suficiente sus características, elementos y descripciones con el fin de que esté terminada y revisada antes de su inauguración.
- c) Exhibir únicamente el material estrechamente relacionado con el tema, siguiendo un orden armónico que permita al visitante captar el mensaje propuesto.
- d) Presentación artística y agradable que despierte la curiosidad e interés del espectador y lo invite al terminar su recorrido, a regresar y platicar de ella a sus conocidos.
- e) Distribución de los objetos proporcional al espacio de exhibición, evitando la sensación de amontonamiento por medio de módulos a diferentes alturas.
- f) Elaboración de cédulas introductorias y de objetos y su adecuada distribución, con la finalidad de ampliar el mensaje.

- g) En el marco de la exhibición, la colección de colores y texturas deberá crear un conjunto armónico y agradable de todos los objetos.
- h) Iluminación y enfoque adecuado para evitar reflejos y permitir la observación del color, textura o contenido de la pieza exhibida.
- i) Verificación de la existencia de mamparas, domos, vitrinas o módulos para el acomodo de las piezas exhibidas.
- j) Planeación de los medios de acceso y circulación de acuerdo a la arquitectura de la sala, procurando evitar espacios reducidos que produzcan -- aglomeraciones e impidan la perfecta observación de la pieza.
- k) Verificar la elaboración y distribución de los - carteles, catálogos y guías que acompañarán a la exposición.
- l) Considerar las medidas de protección y seguridad de los materiales exhibidos.
- m) Clausurar la exposición en la fecha prevista o - si se denota que el interés en ella comienza a - decaer.

2.1. Guión de la exposición.

El guión de la exposición constituye un elemento primordial de su éxito o fracaso, por lo cual de be tomarse en cuenta las siguientes rutinas:

- a) Seleccionar un tema específico y desarrollarlo siguiendo una metodología preestablecida.
- b) Dar un libre enfoque para permitir una mejor ilustración del tema planteado.
- c) Desarrollarlo en forma ordenada y lógica sin importar en su desglose la extensión alcanzada.
- d) Redactar el guión utilizando un lenguaje claro y sencillo sin emplear tecnicismos que impidan la facilidad de comprensión.
- e) Fijar tiempos y movimientos en la realización de cada una de sus etapas.
- f) Establecer medidas evaluativas que permitan detectar errores o aciertos en su planeación.
- g) Establecer una muestra piloto que permita su revisión antes de ser aplicado.

Este guión se complementa con el guión museológico donde se analizan con detalle los elementos -- (pieza, fotografía, gráfica, cédula, vitrina, panel y módulo).

El guión debe ser consultado durante todo el montaje de la exposición.

2.2. Cédulas

Las cédulas son imprescindibles por proporcionar mediante una información concisa, un mensaje educativo que complementa el objeto en exhibición.

Se elaboran dos tipos de cédulas:

- a) Introdutorias.- Proporcionan una visión panorámica del tema expuesto o describen el contenido de cada módulo o unidad.
- b) De objeto.- Se ubican cerca del objeto y describen su contenido.

CEDULA INTRODUTORIA

ESQUEMA DE LA ARQUITECTURA

LA CHOZA OVAL, HECHA DE MATERIALES DELEZNABLES, FUE LA HABITACION COMUN DE LOS PRIMEROS GRUPOS MAYAS, ASI COMO EL GERMEN ARQUITECTONICO QUE DIO NACIMIENTO AL TEMPLO.

CON EL TIEMPO ESTAS CHOZAS SE ADAPTARON A BASAMENTOS O PLATAFORMAS SENCILLAS Y MAS TARDE, AL CRECER LAS COMUNIDADES Y CONTAR CON RECURSOS ECONOMICOS MAS AMPLIOS, SURGIERON LOS CENTROS CEREMONIALES CON SUS BASAMENTOS PARA TEMPLOS, PALACIOS, JUEGOS DE PELOTA, ETC. TODOS ELLOS FABRICADOS DE PIEDRA SENCILLA O REVESTIDOS CON SILLARES DE BUEN CORTE Y CON FRECUENCIA LABRADOS EN RELIEVE Y CUBIERTOS DE ORNAMENTACION.

EL CENTRO CEREMONIAL PLANIFICADO SE VUELVE UNA VERDADERA CIUDAD, CONTRASTANDO LOS Suntuosos Edificios de los Nobles y Sacerdotes con las chozas aledañas de la gente comun.

CEDULA DE OBJETO

L A P I D A R I A M A Y A

COMO CASI TODOS LOS PUEBLOS MESOAMERICANOS, LOS MAYAS IMPORTARON EL JADE PARA SUS COLLARES, BRAZALETES, PECTORALES Y PEQUEÑAS REPRESENTACIONES DE ANIMALES Y CABECITAS HUMANAS.

Ambas deben ser colocadas en espacios visibles -- desde cualquier ángulo del espectador, ser elaboradas en papel ilustración y redactadas con un tipo de letra visible desde un metro y medio de distancia.

El texto debe ser redactado utilizando un lenguaje sencillo, evitándose la inclusión de términos especializados y describiendo en pocas palabras - la esencia del material expuesto.

2.3. Diseño

El diseño abarca la circulación, mobiliario y documentos de exhibición, combinados de tal manera que formen un conjunto armónico agradable a la - vista. *ojo pag. 34*

2.3.1. Circulación

La circulación se traza tomando en consideración la arquitectura de la sala, la naturaleza del tema, las unidades o módulos con que cuenta y las piezas a exhibir.

Sus requisitos son: fluidez en el recorrido, incluyendo las áreas de acceso y descanso y el permitir se mantenga siempre - desde cualquier ángulo, una visión de conjunto. ojo pag. 36

El área de circulación debe tener 2.20 -- metros de ancho, espacio suficiente para el desplazamiento de los visitantes, o que se detengan ante una vitrina sin impedir el paso a los demás espectadores.

2.3.2. Mobiliario

El mobiliario se diseña con base en los módulos de exhibición, cuya unidad es el panel o mampara de triplay, cuya hoja mide 1.22 X 2.44 metros y tiene un espesor variable de 3,6,9,19 mm. y hojas de tabla roca con la medida de 1.22 X 2.44 metros y un espesor de 1 pulgada (25 cms.)

Estos p neles de .90 X 2.00 metros, se soportan sobre patas de madera de 10 a 15 cms. de altura, pintados de color similar al piso de la sala, con pintura de agua de secado rápido. (Fig. 3)

Las unidades y módulos se agrupan de acuerdo al esquema de exhibición establecido en el guión museológico y se procura colocarlos de manera que no interfiera la luz artificial o natural y el área de circulación.

También pueden utilizarse vitrinas de madera con cubierta de cristal o módulos constituidos por un cubo de cristal sustentado por cuatro p neles de triplay.

Las dimensiones dependerán del número de objetos exhibidos y de sus características. De acuerdo a la naturaleza de los objetos, su rareza o valor, estas cubiertas pueden ser móviles o permanentes, en cuyo caso se deberá pensar en un sistema de ventilación que permita mantener la temperatura y humedad adecuada.

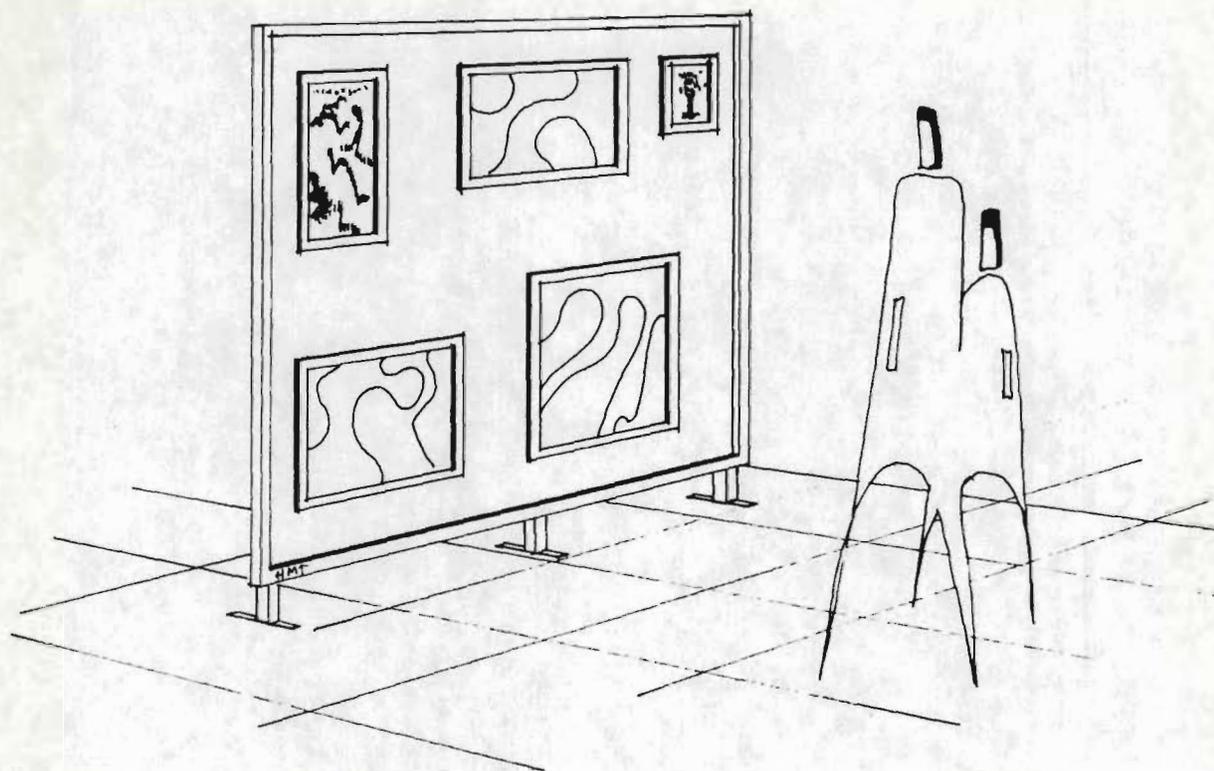


Figura 3

2.3.3. Documentos de exhibición.

Los documentos de exhibición son: piezas, libros, fotografías, modelos tridimensionales o gráficas, que se diseñan procurando resaltar su volumen o color por medio de unicel, cartulina, acrílico, pintura de agua, arpillera o fieltro.

En el montaje de fotografías y láminas se utilizan marcos de cartulina gruesa -- (Maria Luisa), dándoles volumen y apoyo.

Si se escogen libros como material de exhibición, deben seleccionarse obras con títulos claros en el lomo, impresión nítida de fácil lectura y que puedan manejarse sin sufrir deterioro.

Se exhiben inclinados sobre pequeños atriles y si se muestran abiertos, se fijan sus hojas con cintas o hilos de algodón amarrados por detrás. (Fig. 4

Si es posible se deben utilizar cubiertas de libros nuevos, así el usuario interesado en su consulta, podrá solicitarlos de inmediato y no esperar a que se desmonte la exposición para obtenerlos.

No es conveniente exhibir libros simulados, descartados, obras mutiladas o subrayadas, excepto en el caso de que se trate de mostrar los desperfectos ocasionados por el usuario.

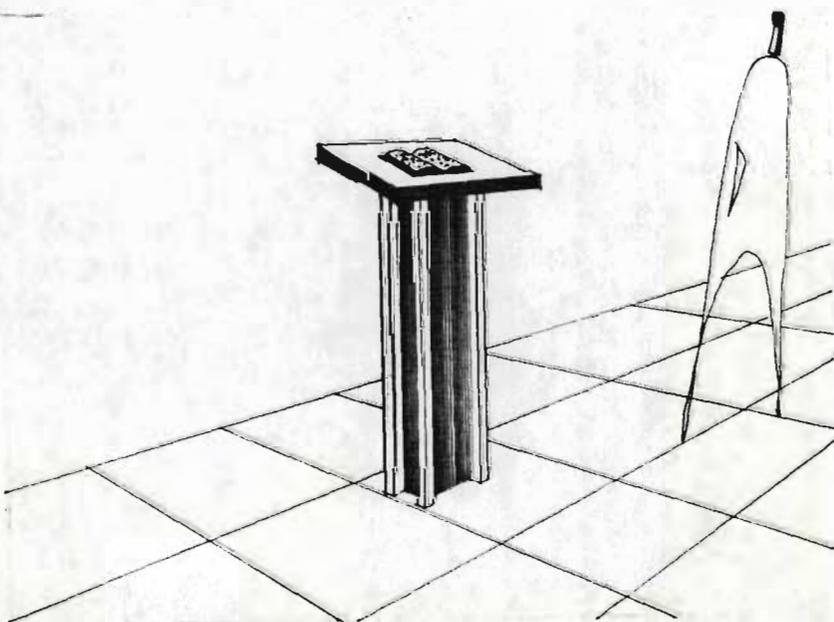


Figura 4

Los libros más importantes deben ser colocados en lugares estratégicos, buscándose siempre su simetría y balance con respecto al resto de la exhibición.

Si se exhiben libros antiguos o bellamente ilustrados, se fijan en el atril con cintas de algodón, sin lastimar los cantos, bordes o ilustraciones.

Al emplearse letreros indicativos o explicativos se utilizan letras tridimensionales, recortadas o pintadas en realce y colocadas cuidadosamente espaciadas para -- que sean susceptibles de transmitir el mensaje propuesto.

Si se emplean tachuelas para fijar los objetos, éstas se pintan con un color similar al objeto exhibido, con lo cual se logra no sean perceptibles por el observador. Es preferible utilizar alfileres de cabeza de color afín al objeto, ya que éstos al desprenderse no dejan huella en la pieza o en el panel de exhibición. (Fig. 5)

No se deben utilizar ligas para fijar las obras puesto que demeritan la presentación de los materiales y tienden a romperse al aumentar la temperatura ambiente.

En el montaje de las piezas se debe cuidar la pulcritud en la presentación, si se carece de ella, no motivará al espectador y se perderá el tiempo, dinero y esfuerzo invertido en ella. (Fig. 6)

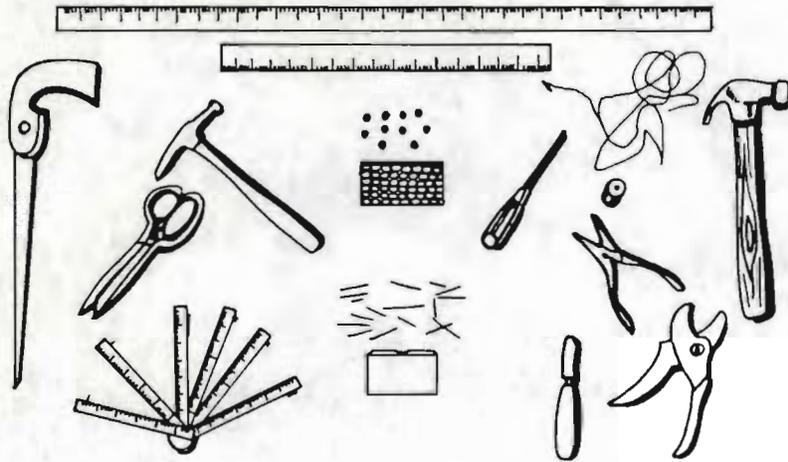


Figura 5

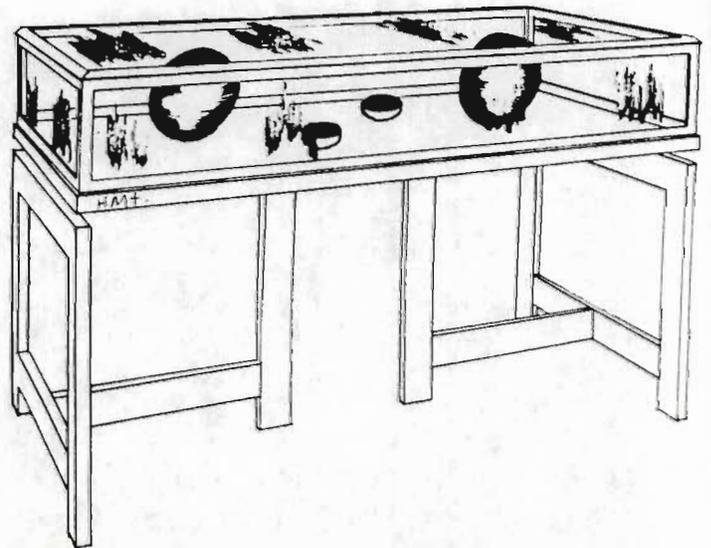


Figura 6

3. BOLETINES Y ANUNCIOS

El uso de la radio y la televisión como medios de información de los servicios o actividades de la biblioteca, implican una estrategia cuidadosamente planteada.

En los boletines de noticias los hechos e ideas deben presentarse como noticias, no como propaganda de la biblioteca. Al principio de la noticia debe destacarse el hecho - más importante o la idea central con una frase o párrafo - impactante: "La gran demanda de obras por parte del usuario", en lugar de: "La cantidad de libros que presta la biblioteca".

En las campañas de recaudación de fondos para la construcción, remodelación o ampliación del edificio, se resaltan factores como: Aumento en el número de usuarios y las incomodidades que sufren por falta de espacio, mobiliario y equipo, o la obsolescencia de las colecciones. Cuando se plantean estos problemas hay que estar prevenidos para sortearlos, buscando siempre una solución o respuesta a ellos. Por ejemplo: Presentar transparencias que muestren la cantidad de usuarios en las salas de lectura o gráficas indicando el incremento en el préstamo de los materiales.

También se puede contactar tiempo con la radio o televisión universitaria y pasar una grabación o un audiovisual sobre como el usuario puede lograr el acceso a la información"

O lograr charlas con maestros e investigadores que pertenecen a la dependencia o a la universidad, por ejemplo en el programa de Radio Universidad "Espacio Universitario" o en los canales de IMEVISION "Presencia Universitaria", como complemento se puede indicar que la copia de estas entrevistas se podrá consultar en la biblioteca. (Fig. 7)



Figura 7

En los programas "Gaceta Cultural" y "Video Cosmos" transmitidos por el canal 9 de Televisa, se pueden enviar comunicaciones sobre alguna actividad que se vaya a efectuar, -- los únicos requisitos son: enviar la noticia 15 días antes de la realización del evento, y si el caso lo amerita un resumen del acontecimiento.

4. CHARLAS Y CONFERENCIAS

La biblioteca en sí misma es un tema fascinante para cualquier plática: al describirse el manejo de los catálogos y las fuentes de información se invita al usuario a manejar por sí mismo los materiales.

Sin embargo es necesario que la persona encargada de la charla se encuentre familiarizada con el tema, conozca los medios y servicios mencionados, no utilice ideas preconcebidas basadas en lo dicho o escrito por otros, sin hacer mención a ellos. Debe pensar antes de hablar, no utilizar muletillas que molesten y cansen al oyente.

Como el preparar una plática consume mucho tiempo, se recomienda al bibliotecario tomar cotidianamente nota de fra--ses, ideas y pensamientos relacionados con el libro, la biblioteca y sus actividades, que en un futuro le pueden servir para ilustrar sus charlas.

No únicamente se hablará de la biblioteca, sino se invitará a maestros, investigadores y estudiosos a que charlen o dicten una conferencia sobre un tópico de su especialidad.

Finalmente la plática debe ser interesante y motivar al oyente para que acuda a la biblioteca a ampliar su información.

Si se denota impaciencia y desasosiego entre el auditorio, se debe acortar o dar por terminada la charla.

Preparación y presentación de una plática o conferencia:

4.1. Presentación

- a) Adquirir conocimientos acerca de la posible audiencia.
- b) Escoger el tema y reunir el material de apoyo.
- c) Buscar y contactar a la persona adecuada.
- d) Anotar los puntos claves de la presentación y medir el tiempo de exposición.
- e) Localizar y preparar el material complementario (exhibiciones, bibliografías, carteles).

4.2. Organización del material

- a) Los puntos claves, las tarjetas guías.
- b) Libros mencionados y libros en exhibición.
- c) Material didáctico: transparencias, cintas, grabaciones.
- d) Información impresa acerca de la biblioteca (guías, trípticos y hojas volantes).
- e) Boletines de nuevas adquisiciones.

4.3. Llegada a la plática

- a) Llegar con buen tiempo para revisar el local, sonido, funcionamiento de los proyectores.

- b) Revisar que los asientos estén colocados en forma tal que permitan al auditorio escuchar y ver desde cualquier ángulo de la sala.
- c) Charlar con el público que va llegando con el objeto de entrar en confianza y detectar sus conocimientos sobre el tema a exponer.

4.4. Durante la plática

- a) Presentarse a sí mismo, si no hay quien lo haga.
- b) Hablar claramente y en forma pausada.
- c) No usar tecnicismos, si la plática es de divulgación.
- d) Consultar las notas, pero no leerlas.
- e) Mirar a la audiencia y ser sensible a sus reacciones.
- f) Evitar sonidos guturales y gestos.
- g) Mostrar el material de apoyo en el momento apropiado.
- h) Respetar el límite de tiempo.

5. CARTELES Y LETREROS

El uso de carteles y letreros es de gran utilidad para orientar al usuario en los servicios y la accesibilidad de ellos. Además de ayudarlo directamente, disminuye el número de preguntas rutinarias que el bibliotecario ha de contestar.

Los carteles ofrecen información sobre nuevas adquisiciones, cambios en la biblioteca, rutinas de trabajo, creación de -- servicios, trámites para la solicitud de libros y registros de lectores; así como charlas, exhibiciones y conferencias -- sobre temas de actualidad.

Esta ayuda visual transmite en forma directa una o varias -- ideas sobre el tema, captadas por la mente del usuario. Su repetición y vista continua constituyen la esencia del men -- saje publicitario.

Por tal motivo deben ser colocados en los lugares de mayor circulación como son: las entradas a la escuela o al campus universitario, los corredores de los salones de clases o de los cubículos y laboratorios de investigación, las salas de lectura y las cafeterías u otros centros de reunión de los usuarios reales y potenciales.

Los carteles gráficos contienen un texto corto y sencillo - que permite su lectura y asimilación en forma rápida y sencilla. (Fig. 8)

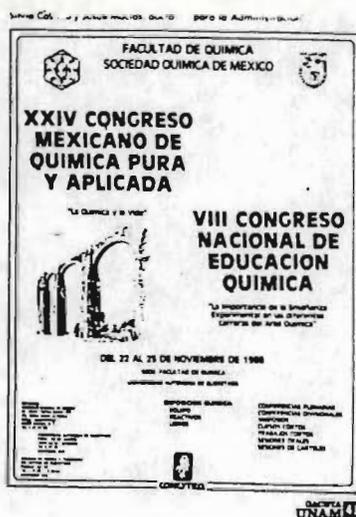


Figura 8

Si el mensaje va dirigido a la población estudiantil el lenguaje puede ser: "El buen lector, hace el buen libro" - (Emerson, Society and solitudh! (sic).

Si se promueve una conferencia, se indicará "India, una cita con el destino". En este caso se hará hincapie en que se trata de una exposición sobre la India y dos conferencias relativas a tema, cuándo y dónde se llevarán a cabo. Se procurará ilustrar el cartel y balancearlo con el texto.

Los carteles pueden ser confeccionados en la misma biblioteca, utilizando para el collage: fotografías, dibujos o recortes de revistas. El mensaje se presentará con letras

dibujadas, recortadas de distintos tamaños del periódico o reproducidas de letraset .

Se puede utilizar para su confección papel couché o cartulina bristol de diferentes colores; pero no importa el material empleado, lo fundamental es el balance entre el texto y la imagen para lograr con ellos el fin propuesto. (Fig. 9)

Se pueden utilizar en la publicidad dos tipos de carteles:

En los lugares de mayor afluencia se colocarán los elaborados con papel revolución (papel delgado casi transparente - utilizado en anuncios de espectáculos) sólo con el texto -- del mensaje. Este papel al ser pegado en la pared o muro - se adhiere y sólo puede ser retirado raspándole o mojándolo, lo que nos asegura su permanencia y el ser visto por los pa-seantes.

En las zonas de menor circulación, y menos expuestas al robo, se fijarán con diurex o maskintape los elaborados con - papel couché, utilizándose texto e imagen.

Es conveniente guardar en un archivero especial una copia de cada uno de los carteles utilizados, ya que en un futuro servirán de base para nuevos diseños promocionales.

Las medidas del cartel variarán de acuerdo a su imagen, -- contenido y lugar de exhibición.

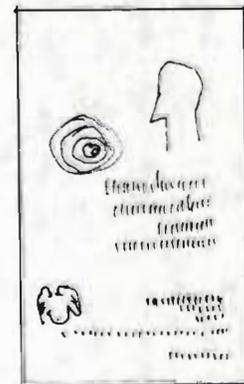
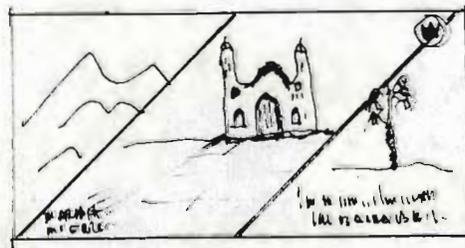


Figura 9

6. COMUNICACION ESCRITA

La palabra escrita ha sido usada en bibliotecas como un poderoso medio de comunicación a través de tableros de noticias, periódicos murales, órganos informativos de escuelas o centros de investigación, hojas volantes, guías y manuales para el usuario.

- 6.1. Si se utilizan los tableros de noticias en una forma inteligente pueden atraer la atención del auditorio, estimular su curiosidad y hacerlo partícipe de las actividades bibliotecarias.

En el tablero debe existir una idea básica, de resonancia, sugerir un reto, una acción, pero al mismo tiempo estar perfectamente estructurado en forma tal, que exista una armonía, color y similitud entre las láminas, fotografías, recortes de periódico y estilos de letras.

En las universidades es el medio más utilizado ya que por medio de él, se pueden dar a conocer las noticias universitarias, nacionales o mundiales o cómo funcionan los esquemas de clasificación.

También se pueden exhibir las cubiertas de los libros recién adquiridos, la copia de entrevistas radiofónicas realizadas a maestros e investigadores, la fotocopia de artículos publicados por los miembros del personal académico o los anuncios de becas, simposium y conferencias de la especialidad.

Es conveniente invitar a los estudiantes a participar en la elaboración de los tableros de noticias, ya sea que aporten material noticioso o participen en su confección recortando, pegando o distribuyendo la información.

La planeación, diseño y producción mediante -- una supervisión del bibliotecario, entra en el proceso de enseñanza aprendizaje estudiantil y lo auxilia en el desempeño de su vida profesio nal.

Los tableros de noticias adoptan diferentes -- formas:

Fijos: Adcsados en forma permanente a un muro o pared.

Móviles: Susceptible de ser trasladados de un lugar a otro.

Plegables: Compuestos de varias partes que per mitan ser acomodados como sea nece sario.

Colgantes: Cuelgan de un techo o lambrín.

Cada uno de ellos será utilizado de acuerdo a las necesidades de exhibición, considerando -- siempre el mensaje a transmitir y el usuario receptor. Por ejemplo: Los biombos y los ta bleros múltiples presentan la ventaja de con tar con bastidores móviles que permiten usar las dos caras del tablero si se requiere ma--
yor espacio de exhibición.

Los tableros fijos sirven para anunciar conferencias, cambios de horario, suspensiones temporales de servicio y noticias de actualidad.

Los tableros colgantes presentan una idea o un texto en pocas palabras.

Al construirse el tablero debe estudiarse su tamaño para que no resulte muy pequeño o sea subutilizado y colocarse en un lugar accesi-ble e iluminado. Su diseño será claro, con el objeto de que la persona al pasar frente a el sea atraída y se muestre interesada en su contenido.

En su elaboración se utilizan hojas de corcho, fibracel, triplay o tabla roca, resistentes al uso constante y que no muestran el uso de ta-chuelas, pegamento o alfileres. Los rótulos deben ser grandes y legibles, elaborados con letras de diferentes dimensiones, dibujadas o recortadas de periódicos.

Las láminas de diferentes colores, se obtienen de las cubiertas de los libros o de reproducciones de pinturas aparecidas en revistas y catá-logos de galerías y museos.

Si el tablero se localiza en un instituto de investigación se podrán utilizar fotograffas de aparatos e instrumental científico o plan-tas y animales.

Si se quiere introducir un toque de humor en el tablero se exhibirán caricaturas dibujadas o fotocopiadas.

Si en el montaje de los objetos se busca un -- efecto tridimensional se colocan estos materiales en pequeños bloques de unicel.

Las fotografías y láminas resaltarán si se les monta sobre un marco de cartón grueso de colores.

En el montaje de los dibujos y grabados se debe cuidar que el margen inferior sea más ancho que el superior.

Es conveniente vigilar que la información presentada en el tablero se mantenga al día, retirando el material obsoleto y sustituyéndolo por material actualizado preparado al efecto.

6.2. Periódico Mural

En el periódico mural de la dependencia podrá colaborar la biblioteca enviado las listas de nuevas adquisiciones o recortes de periódicos y fotocopias de noticias como por ejemplo: "la quema de libros realizada por gobiernos reaccionarios, el traslado o venta de una colección famosa al extranjero, destrucción de colecciones por fenómenos naturales o noticias bibliotecarias".

Todas las aportaciones enviadas serán con anterioridad, para asegurarse que no se salen de los lineamientos planteados en la edición del periódico mural.

INFOBILA

6.3. Organos Informativos

En los boletines periódicos editados por la dependencia, se puede convenir con sus editores la asignación de un espacio destinado a proporcionar noticias bibliotecarias, conferencias, mesas redondas y listas de obras sobre temas diversos cuya lectura se recomienda. (Fig. 9)

Estas aportaciones se ajustarán a las normas establecidas por los editores como por ejemplo: entregar su colaboración en la fecha establecida para evitar el retraso en la publicación.



Figura 9

En la elaboración de las guías y manuales es conveniente seguir estos lineamientos:

- a) Cubierta: Debe ser llamativa, incluir el título del manual, las fechas de publicación y en ocasiones un dibujo o logotipo, siglas o nombre completo de la dependencia.
- b) Reverso de la cubierta: Autoridades de la dependencia y responsable de la edición.
- c) Texto: Describir en pocos párrafos cada uno de los servicios y colecciones de la biblioteca.
- d) Estilo: utilizar un lenguaje sencillo, -- sin tecnicismos.
- e) Ilustraciones: Incluir gráficas, ilustraciones (papeletas de préstamo, fichas catalográficas o materiales documentales) - todas ellas deben ser claras, representativas y relacionadas con el texto.(Fig. 13)
- f) Planos y Diagramas: Con anotaciones, escalas y puntos de referencia. (Fig. 14)
- g) Tipografía: Cambio de letra para remarcar los diferentes conceptos.

y su manejo. (Fig. 11)



Figura 11

Si se destinan a estudiantes se pueden elaborar manuales en los que se de instrucciones - de cómo estudiar, sacar resúmenes o notas; -- elaborar monografías y bibliografías, es decir cómo utilizar y sacar el mayor provecho - de los materiales documentales. (Fig. 12)



Figura 12

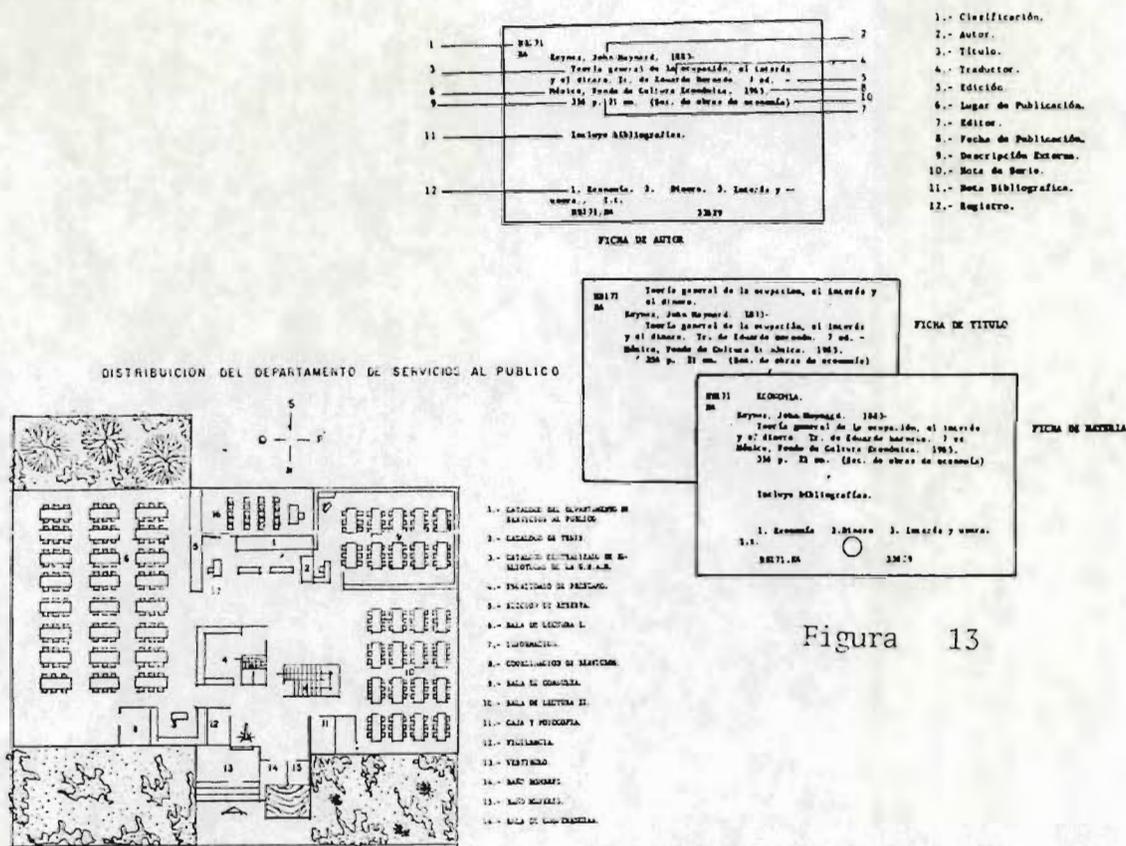


Figura 14

Figura 13

6.6 Noticias Periódicas

El método más usual para contactarse con los medios de comunicación es el boletín de prensa.

Si se considera que el comentarista o periodista receptor de la noticia no siempre conoce el funcionamiento de la biblioteca, se recomienda enviar el boletín de prensa escrito en un lenguaje sencillo, a máquina a doble espacio, por sólo una cara del papel. Si se

siguen estos lineamientos se evitará la distorsión o mala interpretación de la información.

Entre las noticias que se pueden enviar figuran: La inauguración de nuevas instalaciones, la puesta en funcionamiento de un nuevo servicio, el establecimiento de bancos de datos, - el programa de un ciclo de conferencias.

Las noticias pueden ser de las siguientes clases:

Noticias reales: El rector visita las nuevas instalaciones de la biblioteca; el temblor de 1985 afecta los servicios bibliotecarios; el piso de la biblioteca se hunde bajo el peso - de los libros; automatización del servicio de préstamo.

Noticias de rutinas: Programas y exhibiciones durante el mes, análisis estadístico del incremento en el préstamo domiciliario, suspensión temporal del servicio por levantamiento de inventario.

Noticias manufacturadas! ^{esto es real} "Librunam recibe el premio Rosemblut" "ingresa en calidad de donación. la biblioteca del Dr. Mario de la Cueva". ✓

* Rosemblut

go

La información que se trasmite debe ser agradable, inspirada, dinámica, borrar la impresión generalizada de que el bibliotecario y su biblioteca son entes lánguidos, grises e - inconfortables.

7. VISITAS GUIADAS

El deseo de visitar la biblioteca usualmente depende del conocimiento personal que se tenga de su contenido y esta noción puede ser un factor positivo o negativo que influya en la realización de la visita.

Por tal motivo la forma de enviar el mensaje y su contenido revirtuará en la actitud tomada por el receptor. Esta idea debe ser tomada en cuenta por el bibliotecario encargado de planear las visitas bibliotecarias, para auxiliarlo enunciaremos los siguientes lineamientos.

- a) Seleccionar, de acuerdo al tipo de usuario y de sus intereses, el área o áreas a visitar.
- b) Determinar el tiempo total del recorrido y el parcial utilizado en cada una de las áreas.
- c) Si se acompaña de la proyección de un audiovisual, planear el tiempo de exhibición y preguntas, no mayor de media hora.
- d) En el audiovisual se incluirán aspectos como: Introducción a la biblioteca, servicios y colecciones.
- e) En cada una de las áreas visitadas, determinar quién dará la explicación, si se permitirá a los visitantes manejar los catálogos y equipo electrónico (terminales de computadora).

- f) Si se complementa la visita con información escrita, en qué momento se distribuirá y si se entregará a cada uno de los visitantes o al responsable del grupo.
- g) Se deberán fijar los días y horarios de visita y el número de integrantes del grupo.

En cualquier visita que se realice a las instalaciones bibliotecarias se deberán evaluar los resultados obtenidos para corregir errores u omisiones efectuadas por el guía o coordinador.

8. PERSONAL

El personal dedicado a las tareas de promoción y publicidad no es necesario ^{que} sean personas especializadas en las ciencias de la comunicación, pueden ser empleados de la biblioteca que reúnan los siguientes requisitos: capacidad, imaginación e iniciativa para planear y organizar estas actividades sin grandes erogaciones de tiempo y dinero, pero sí utilizando adecuadamente aquellos elementos que interesen y sensibilicen a un auditorio receptor.

Las personas seleccionadas recibirán una capacitación previa en el manejo de los medios de publicidad y en el montaje de exposiciones.

Estos cursos y talleres podrán ser impartidos por personal perteneciente al Departamento de Recursos Audiovisuales de la dependencia o pedir asesoría al Centro de Estudios Museológicos y Televisión Universitaria de la UNAM.

9. OBRAS CONSULTADAS

- "Bulletin boards". Encyclopedia of library and information science. New York: Marcel Dekker, 1986. v. 3, p. 484-492
- CABRERA, María Teresa. El museo universitario de antropología. México: UNAM, 1987
- DUBOVOY GUTVERG, Silvia. Anteproyecto para establecer un departamento audiovisual en una biblioteca central universitaria. México: UNAM, 1964 (Tesis Maestría en Biblioteconomía)
- Exhibits library Encyclopedia of library and information science. New York: Marcel Dekker, 1970. v. 8, p. 289-295
- GARDINER, Jewel "Promoción y publicidad en la biblioteca". En su: Servicio bibliotecario en la escuela elemental. México: Pax, 1967, p. 81-82
- GUZMAN MUÑOZ, Aurea y Jesús Guillermo GUZMAN. "Las relaciones públicas y la utilización de los medios masivos de comunicación en la biblioteca". Ciencia bibliotecaria. 3 (3):157-164, marzo, 1980.
- KRAMER, Garnetta, Comp. "Promoción de la biblioteca por medio de exposiciones" En: Notas bibliotecológicas. México: Pax, 1972. p. 265-187

"Library handbooks, college and university". Encyclopedia of library and information science. New York: Marcel Dekker, 1988, v. 38, p. 234-263

WHEELER, Joseph y Herbert GODHOR. "Relaciones públicas y pu
blicidad en la biblioteca". En su: Administración
práctica de bibliotecas públicas. México: Fondo de
Cultura Económica, 1970. p. 157-173