



IFLA - Sección de Edificios y Equipamientos & Sección de Gestión y Marketing
Convocatoria conjunta para la presentación de comunicaciones
WLIC Polonia 2017

Creando marca - Tendiendo puentes – Construyendo
Explicando y vendiendo la Historia del Espacio

La Sección de Edificios y Equipamientos de Biblioteca y la Sección de Gestión y Marketing de la IFLA están buscando propuestas de comunicaciones para presentar en la Sesión abierta conjunta del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información 2017, que tendrá lugar en Wroclaw, Polonia, y cuyo tema central es “Bibliotecas – Solidaridad – Sociedad”.

Las bibliotecas actuales son espacios de conocimiento, centros de aprendizaje y de investigación, laboratorios digitales, portales académicos, centros de información, servicios de impresión en 3D, ciberespacios, destinos culturales, librerías abiertas 24 horas al día, cafeterías, espacios de trabajo, laboratorios de visualización de datos, etc. Se pueden encontrar bibliotecas en gabinetes y pasillos, en casas y cabañas, en máquinas expendedoras, en furgonetas, en palacios y centros comerciales, en un rincón de un barrio de vecinos, en los centros urbanos de las grandes ciudades, en dispositivos móviles y en la realidad virtual. Se ubican en edificios de nueva construcción y también en espacios existentes rehabilitados. Algunas están destinadas a convertirse en instituciones culturales patrimoniales para las futuras generaciones y otras tienen una vocación emergente y temporal.

La construcción de nuevos edificios bibliotecarios y la renovación de bibliotecas existentes son un reto que involucra a muchas personas: usuarios y miembros de la comunidad, agentes financieros, patrocinadores, autoridades gubernamentales, bibliotecarios, arquitectos, diseñadores de interiores y planificadores. Se ha de explicar una historia nueva, y para que el resultado sea exitoso se requieren enfoques cuidadosamente elaborados y amplias habilidades. Explicar la historia correcta implica reunir a todos los participantes, definir una visión unificada, comunicarse eficazmente, gestionar los procesos con éxito y realizar un trabajo productivo en equipo.

Proponemos que las comunicaciones aborden los siguientes temas:

- ¿Cuál es la historia que se debe explicar? ¿Cuál es la visión?
- ¿Qué estrategias se pueden utilizar para desarrollar y compartir la visión?
- ¿A quién se cuenta la historia y cómo debe comunicarse el mensaje a cada uno de sus destinatarios?
- ¿Cómo presentar el mensaje o la historia de la biblioteca como solución convincente a las cuestiones sociales actuales?
- ¿Qué enfoques se pueden utilizar para entregar el mensaje?
- ¿Cuál es el papel de las redes sociales en el diseño del espacio y/o en la comunicación del proyecto?
- ¿Cómo se organiza una campaña de promoción?
- ¿Cómo se identifica la marca de la biblioteca en el mercado?
- ¿Qué procesos determinan el impacto del espacio bibliotecario y del lugar donde se construye?
- ¿Cómo posicionamos la campaña de promoción de la biblioteca para el presente y para el futuro?
- ¿Cuáles son las mejores soluciones para un diseño centrado en el usuario?



- ¿Qué tácticas se pueden utilizar para conseguir apoyo y encontrar patrocinadores?
- ¿Cuáles son los mejores medios para lidiar con las malas influencias y la negatividad?
- ¿Qué papel tiene el Master Plan en la campaña de marketing?
- ¿Cómo pueden transformarse los bibliotecarios en vendedores eficaces y recaudadores de fondos?

Las propuestas presentadas deben explorar y discutir enfoques visionarios, resaltar desarrollos innovadores y describir conceptos perspicaces sobre proyectos de bibliotecas en todo el mundo que hayan sido diseñadas y concebidas con la idea del marketing como punto de partida. Las propuestas deben reflejar el tema central de la conferencia de Wroclaw 2017: "Bibliotecas – Solidaridad - Sociedad". La información visual ha de servir para completar el contenido de las comunicaciones.

Las propuestas pueden ser individuales o en equipo, y pueden consistir en estudios de investigación, buenas prácticas o grupos de discusión. Los comunicantes tendrán 20 minutos para presentar la ponencia y posteriormente habrá 5 minutos para la tanda de preguntas y respuestas. El Comité está interesado en probar el estilo de presentación inspirado en PechaKucha: para un tema en particular, se muestran 20 diapositivas durante 20 segundos cada una de ellas (total: 6 minutos y 40 segundos). Se valorará positivamente a los autores dispuestos a experimentar con este formato.

Fechas importantes:

Las propuestas deben presentarse antes del 1 de febrero de 2017.

Los comunicantes seleccionados serán notificados antes del 31 de marzo de 2017.

Las propuestas deben estar en inglés e incluir la siguiente información:

- Título de la comunicación.
- Resumen de la comunicación (no más de 300 palabras).
- Nombre y cargo del comunicante(s).
- Idioma de la comunicación.
- Nombre de la institución a la que pertenece el comunicante.
- Información de contacto, incluyendo dirección de correo electrónico y número de teléfono.
- Breve información bibliográfica del comunicante(s) (no más de 100 palabras).

Las propuestas deben ser remitidas por correo electrónico a: diane.koen@mcgill.ca

Cosas a tener en cuenta:

La persona de contacto de cada una de las propuestas será informada antes del 31 de marzo de 2017 si su propuesta ha sido aceptada. Los autores de las propuestas aceptadas deberán presentar el texto completo de la comunicación antes del 16 de mayo de 2017, para su inclusión en el programa. Los trabajos no deberán ocupar más de 12 páginas y deberán estar escritos en uno de los idiomas oficiales de la IFLA. Se espera que la exposición de las comunicaciones durante el Congreso se apoye con presentaciones visuales.

Al menos uno de los autores de la comunicación debe asistir a Wroclaw, Polonia para presentar el trabajo durante el Congreso. Los gastos de asistencia al congreso serán a cargo de los comunicantes de las propuestas aceptadas.