

Titulillo: ELABORACIÓN DE UNA AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN PARA EL NPSIG DE IFLA

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)

Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales (DIRCOM)

Elaboración de una auditoría de comunicación para el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales (NPSIG) de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

Tutor de Tesis: Nicolás Rotelli

Lugar y fecha de presentación: Buenos Aires, 26 de octubre de 2016



## Tabla de contenidos

<b>Resumen.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Marco conceptual .....</b>	<b>11</b>
<b>3. Objetivos y metas de intervención .....</b>	<b>30</b>
<b>4. Metodología .....</b>	<b>31</b>
<b>5. Diagnóstico.....</b>	<b>35</b>
<b>5.1. Relevamiento de la realidad institucional.....</b>	<b>35</b>
<b>5.2. Identidad .....</b>	<b>41</b>
5.2.1. Nombre .....	41
5.2.2. Elementos de la identidad visual.....	42
5.2.2.1. Signos identificatorios primarios.....	42
5.2.2.1.1. Logotipo .....	42
5.2.2.2. Signos identificatorios secundarios .....	44
5.2.2.2.1. Gama cromática.....	44
5.2.3. Elementos de la identidad conceptual.....	44
5.2.3.1. Filosofía.....	44
5.2.3.1.1. Visión .....	45
5.2.3.1.2. Misión.....	45
5.2.3.1.3. Valores.....	45
5.2.3.1.4. Objetivos.....	46
<b>5.3. Comunicación .....</b>	<b>47</b>
5.3.1. Comunicaciones electrónicas.....	47
5.3.2. Comunicaciones internas .....	66
5.3.3. Comunicaciones con los voluntarios .....	67
5.3.4. Comunicación con las empresas .....	71
<b>5.4. Públicos.....</b>	<b>72</b>
5.4.1. Clasificación de los públicos .....	72
5.4.2. Estructura de los públicos .....	77
5.4.2.1. Públicos prioritarios.....	77
5.4.2.2. Públicos secundarios .....	78

5.5.	Posicionamiento frente a la competencia.....	78
5.6.	Imagen institucional .....	80
5.7.	Conclusiones del diagnóstico .....	96
6.	Descripción del problema .....	103
7.	Justificación de la propuesta de intervención.....	107
8.	Propuesta de intervención .....	108
8.1.	Plan de comunicación del NPSIG.....	108
8.1.1.	Empoderar e integrar a los nuevos profesionales a las asociaciones y a IFLA.....	114
8.1.2.	Conectar a los nuevos profesionales y a personas interesadas en su desarrollo .....	121
8.1.3.	Ofrecer oportunidades de aprendizaje e intercambio de conocimiento.....	129
8.2.	Descripción de los recursos necesarios .....	136
8.3.	Evaluación del impacto de la intervención.....	155
8.4.	Cronograma de actividades .....	158
9.	Conclusiones .....	170
	Referencias.....	172
	Acrónimos.....	176
	Anexos .....	177
	Anexo 1. Entrevista autoadministrada al equipo de liderazgo del NPSIG y Co-Fundadora .....	177
	Anexo 2. Encuesta para reclutar voluntarios “Involúcrate con el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA”.....	178
	Anexo 3. Encuesta a nuevos profesionales y estudiantes de bibliotecología y ciencias de la información .....	181
	Anexo 4. Encuesta a activistas del NPSIG.....	186
	Anexo 5. Compilación de respuestas a la entrevista autoadministrada al equipo de liderazgo del NPSIG y Co-Fundadora.....	189
	Anexo 6. Compilación de respuestas de nuevos profesionales y estudiantes, voluntarios y activistas, de interés para planificar actividades y comunicaciones del NPSIG .....	192



## Resumen

Esta tesis en modalidad de propuesta de intervención analiza las particularidades y desafíos de gestión y comunicación en el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA, en base a la literatura sobre organizaciones sociales. La metodología utilizada es de tipo cualitativa y se analizan fuentes primarias y secundarias para la realización de una auditoría de comunicación, incluyendo un diagnóstico de la realidad, identidad institucional, comunicación, públicos, competencia e imagen del NPSIG. Con los resultados del diagnóstico y un análisis de los públicos prioritarios, se propone un plan de comunicación a medida para el cumplimiento de los objetivos del NPSIG, en particular, para fomentar la participación de los nuevos profesionales en IFLA.

**Palabras clave:** asociaciones profesionales, bibliotecarios, nuevos profesionales, IFLA, comunicación institucional, organizaciones sociales, auditoría de comunicación.



## 1. Introducción

La Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) es el "principal organismo internacional que representa los intereses de los usuarios, de los servicios bibliotecarios y de documentación. Es el portavoz a nivel mundial de los profesionales de las bibliotecas y la documentación" (Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas[IFLA], 2016a, párr. 1).

La IFLA posee una estructura conformada por la Asamblea General, la Presidencia, la Junta de Gobierno, el Comité Ejecutivo, el Comité Profesional y la Oficina Central en La Haya. El Comité Profesional de IFLA coordina la labor de todas las unidades dentro de la Federación responsables de las actividades, las políticas y los programas profesionales (Secciones, Programas Estratégicos, Grupos de Interés).

Bajo la coordinación de este Comité, la Federación cuenta con 6 programas estratégicos y 5 divisiones. Las 5 divisiones se subdividen en 44 Secciones (3 secciones regionales (África, Asia y Oceanía, y América Latina y el Caribe) y 41 secciones sobre temáticas y tipos de bibliotecas específicas). Asimismo, algunas de estas secciones son sponsors de 15 Grupos de Interés Especial.

Las unidades de IFLA están compuestas por profesionales especializados en las distintas áreas temáticas de las bibliotecas y la documentación de todo el mundo. Cada Sección es



gestionada por un Comité Permanente. Dicho Comité es coordinado por dos Oficiales (Presidente y Secretario/a), cuenta con un/a Coordinador/a de Información y está conformado por 12-20 miembros. Todos ellos deben ser nominados y elegidos por los Miembros de IFLA que son también miembros de la Sección.

Para asegurar la representación global, se da importancia a la incorporación de miembros provenientes de países y regiones menos representadas. Sin embargo, debido a que uno de los requisitos para poder ser miembro del Comité Permanente y tener derecho a voto es asistir anualmente al Congreso Mundial de Bibliotecas e Información (WLIC), muchos profesionales de países en desarrollo que no cuentan con recursos para asistir, así como los nuevos profesionales, tienen limitaciones para participar en IFLA.

El estatuto de la Federación aprobado en 2008, establece ciertos requerimientos y pasos necesarios (poder cubrir gastos para asistir a la Congreso Mundial de Bibliotecas e Información por 4 años, ser nominado/a por una institución que sea miembro de IFLA, resultar electo en las elecciones, etc.) para formar parte de sus Secciones (<http://www.ifla.org/officers-corner/nomination-election-process>). Estos requerimientos, así como la necesidad de conocer la estructura y procedimientos de IFLA, son percibidos como un desincentivo para la participación de nuevos profesionales en sus actividades y programas. Por este motivo, la mayor parte de los Comités Permanentes cuentan con miembros experimentados, y pocos nuevos profesionales alcanzan posiciones de liderazgo en la organización.

Con el objetivo de fomentar la participación de nuevos bibliotecarios, impulsar su desarrollo profesional y obtener su retroalimentación para la innovación en IFLA, la Sección de Gestión de Asociaciones de Bibliotecarios ha fundado el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales (NPSIG). Este Grupo es considerado como la puerta de entrada de los nuevos profesionales a IFLA, y es un socio fundamental para contribuir con la renovación de los grupos profesionales, fomentar la innovación y asegurar la relevancia y continuidad de la Federación en el largo plazo.

Como Grupo de Interés Especial, el NPSIG carece de una estructura formal y cuenta oficialmente solo con un/a Convenor y un/a Coordinador/a de Información como equipo de liderazgo (a diferencia de las Secciones que poseen equipos fijos de más de 20 personas). La poca disponibilidad de recursos humanos y la falta de continuidad de distintos equipos a cargo de su gestión en los últimos años, son aspectos que han reducido el alcance y capacidad del NPSIG. Asimismo, el manejo de las comunicaciones es un área estratégica para el NPSIG que será analizada en detalle en esta tesis.

Las dificultades que enfrenta el NPSIG se ven demostradas en el bajo número de participantes en sus eventos presenciales y en línea, la disminución de su actividad en redes sociales y sitios web, así como las dificultades que enfrenta el grupo para influenciar a sus audiencias y obtener sponsors y financiamiento para llevar a cabo sus actividades.

Esta tesis en modalidad de plan de intervención tiene como objetivo elaborar una auditoría de comunicación que contribuya a una mejor gestión del NPSIG, con la finalidad de incrementar la participación de los nuevos profesionales en IFLA.

Debido a que la problemática planteada es muy común en organizaciones sociales en general, y asociaciones profesionales en particular, el plan de intervención propuesto puede servir como ejemplo para otras organizaciones con problemáticas similares. Asimismo, esta tesis de propuesta de intervención está muy relacionada con el trabajo de auditoría de comunicación de organizaciones no gubernamentales (ONGs) realizado en forma grupal durante la cursada de la Maestría DIRCOM, por lo que se ha tomado provecho de los aprendizajes de ese ejercicio.

## 2. Marco conceptual

Una organización social es “un conjunto de personas que resuelven unirse por diversas razones y tienen como cometido desarrollar acciones a favor de la comunidad, así como de sus intereses y de sus problemas” (Uruguay. Dirección Nacional de Gestión Territorial, 2015, p. 9).

Según Salamon y Anheir (1997), las organizaciones sociales se caracterizan por cuatro atributos principales. Estas son:

- Estructuradas: (...) tienen cierto grado de formalización y se mantienen en el tiempo.
- Autogobernadas y voluntarias: las autoridades son designadas por los propios miembros de las organizaciones y la afiliación no es obligatoria sino de elección voluntaria. Manejan sus propias actividades según reglas específicas.
- Sin fines de lucro: (...) no deben distribuir beneficios entre sus miembros (...)
- Privadas: referida a la independencia administrativa y formalmente separadas del Estado (Etkin, 2012, p. 22).

Las asociaciones profesionales, son un subgrupo de las organizaciones sociales, que tienen como misión amparar y apoyar el desarrollo de una determinada profesión, de los valores, personas e intereses que esta defiende, y de sus asociados.

En las asociaciones profesionales, como sucede generalmente en las organizaciones sociales, “para solucionar problemas de comunicación se proponen acciones particulares sin

tener en cuenta la necesidad del conjunto” (Amado Suárez, 2008, p. 15). Las nuevas gestiones asumen y continúan utilizando las mismas herramientas de comunicación, sin planificación alguna. Es allí cuando se sufre lo que Bustos (2008) llama “esquizofrenia comunicativa”: cuando “una multiplicidad de áreas (o actores) de un modo u otro operan la comunicación de modo inconexo, con una marcada indefinición (cuando no superposición) de roles y funciones” (p. 99).

Pero la realidad es que “resulta muy difícil gestionar la comunicación de manera eficiente sin partir de un diagnóstico preciso y realista de las necesidades y de potenciales comunicativos del emisor institucional y de la naturaleza del intercambio con sus públicos” (Amado Suárez, 2008, p. 15). De esta manera, se descuidan las relaciones con ciertos públicos claves que no necesariamente se encuentran en redes sociales, y se actúa en forma desorganizada, sin un objetivo claro que permita medir el éxito o el fracaso de nuestras acciones.

Las organizaciones sociales tienen objetivos muy diversos, pero todas “nacieron con el compromiso de promover el bien común” (Etkin, 2012, p. 56), y se diferencian de otras instituciones (con fines de lucro o gubernamentales) particularmente en que para las organizaciones sociales “la comunicación es una herramienta de promoción y cambio social” (Etkin, 2012, p. 56). Los objetivos de comunicación de las organizaciones sociales generalmente son: ser reconocidos, dar a conocer su causa, promover la participación, y lograr el apoyo necesario para cumplir con su misión.

Específicamente, las asociaciones profesionales: representan los intereses de la profesión y de sus asociados, ofrecen un lugar de aprendizaje y generación de conocimiento especializado,

ofrecen oportunidades de inserción profesional y un espacio para la cooperación y el intercambio con colegas. Además, muchas asociaciones tienen como objetivo fundamental el ser la voz de la profesión y el establecimiento de una red profesional, y allí la comunicación se convierte en su razón de ser. Es entonces cuando una gestión estratégica de las comunicaciones se hace indispensable.

Al describir nuestra unidad objeto de estudio (el NPSIG), es relevante destacar que su campo de acción se dirige principalmente a los llamados “nuevos profesionales”. Este grupo de personas dentro de las asociaciones profesionales tienen tradicionalmente una dificultad mayor para integrarse, para participar y para hacerse oír.

Como sostiene Vargas (2016, marzo 30):

En varias asociaciones conviven de tres hasta cuatro generaciones, producto de la llegada de jóvenes muy jóvenes capacitados para enfrentar retos organizacionales, administrativos, financieros con grandes conocimientos y habilidades tecnológicas informáticas, digitales y por otra parte generación de adultos muy adultos, producto de la ampliación de la esperanza de vida y la necesidad de seguir siendo productivo por cuestiones económicas y/o psicológicas (I., párr. 4).

A la hora de planificar las comunicaciones, este factor jugará un rol importante para determinar qué tipo de actividades proponer que saquen el mayor provecho de esta diversidad de puntos de vista y la capacidad de innovación que caracteriza a los nuevos profesionales. “La gran virtud de los organismos profesionales no únicamente es estar abiertos a escuchar visiones,

nuevas ideas, etc. sino es provocar que esa actitud vaya más allá y se convierta en una tarea de permanente investigación con mirada a la innovación, creatividad (Vargas, 2016, V., párr. 1).

### **Auditoría de comunicación**

Una comunicación sin planificación, “lleva a las OSC [Organizaciones de la Sociedad Civil] a desperdiciar los pocos recursos con los que cuentan o no destinar esfuerzos en comunicación” (Etkin, 2012, p. 57). Por ello, una gestión comunicacional eficiente e integrada, “supone una mirada estratégica [lo cual] implica analizar los factores de contexto en los que se mueve la organización, como también los escenarios futuros a interpretar” (Etkin, 2012, p. 56).

Las comunicaciones de una organización requieren entonces de una “evaluación exhaustiva para su mejor planificación (...) [y esta] debe ser llevada a cabo por un profesional que conozca y comprenda las distintas variables que involucra el proceso de comunicación” (Amado Suárez, 2008, p. 15). La realización de una auditoría de comunicación “articula en un único estudio todos los públicos y todos los recursos que la institución utiliza para comunicarse con ellos” (Amado Suárez, 2008, p. 15) y puede verse como una “radiografía de los elementos que componen la comunicación institucional” (Etkin, 2008, p. 62).

Una auditoría de comunicación “tiene dos dimensiones: una diagnóstica y otra de plan correctivo o recomendaciones” (Etkin, 2008, p. 62). En este sentido, se prevén dos instancias de este plan de intervención: el diagnóstico, incluyendo la identificación de los problemas

comunicacionales, y la planificación, en donde se recomiendan “alternativas de acción a través de un plan correctivo” (Etkin, 2008, p. 62).

### **Diagnóstico**

Por un lado, el diagnóstico tendrá como objetivo “relevar el estado de las comunicaciones de una institución a partir de la identificación y sistematización de las distintas variables de comunicación institucional” (Etkin, 2012, p. 64). Asimismo, permitirá identificar cuáles son las problemáticas comunicacionales, que servirán para orientar el plan de comunicación. Como señala Etkin (2012): “Ander Egg es taxativo cuando sostiene que ‘conocer para actuar’ es el principio fundamental de un diagnóstico, porque éste es la bisagra, el nexo entre la investigación y la intervención (Ander Egg, 2009)” (p. 103).

El diagnóstico consiste entonces, en una “radiografía lo más exhaustiva posible de los elementos que componen el fenómeno de la comunicación de las organizaciones en sus diferentes aspectos” (Etkin, 2012, p. 64). Como propone Etkin (2012): “un diagnóstico nos permite leer una situación social para poder intervenir y transformarla. También, permite contar con elementos certeros que disminuyan la improvisación en un plan” (p. 104). “De un modo del todo análogo al del diagnóstico médico, un diagnóstico estructural válido sólo puede producirse a partir de micro diagnósticos en cada uno de los sistemas que componen la unidad ‘psicosomática’ total” (Chaves, 2005, 4.0., párr. 7).



El diagnóstico inicia con el relevamiento de la realidad de la organización. “El relevamiento es el comienzo de la auditoría en el sentido estricto del término” (Etkin, 2008, p. 63). Este proceso puede realizarse siguiendo distintos modelos, pero tal como propone Etkin (2008), el modelo de Norberto Chaves tiene la “ventaja (...) [de] su sencillez, dado que permite abordar el estudio de las instituciones a partir de cuatro dimensiones: realidad, identidad, comunicación e imagen” (p. 64).

### **Realidad institucional**

En base a este modelo, entendemos la realidad como “el conjunto de rasgos y condiciones objetivas del ser social de una institución” (Chaves, 2005, 2.1.1., párr. 1), se trata de “datos objetivos, hechos reales, anteriores e independientes de las formas de ‘conciencia institucional’” (Chaves, 2005, 2.1.1., párr. 2). Esta parte del diagnóstico incluye “información de tipo descriptiva, es decir, aquí no hay análisis ni evaluación, sino un detalle de los elementos duros de la institución” (Etkin, 2008, p. 64).

### **Identidad**

El segundo elemento fundamental de la instancia de diagnóstico, es el análisis de la identidad, entendida como “la auto-representación de la institución, es decir, el discurso que asume la institución para presentarse a sus públicos” (Sanz de la Tajada, 1996) (Etkin, 2008, p. 65). La identidad es “la personalidad de la institución, ya que indica los rasgos particulares que la

hacen única y diferente frente a las demás” (Etkin, 2008, p. 65), y por ello “es el elemento que menos varía” (Etkin, 2008, p. 65).

Según Chaves (2005):

La “identidad institucional” es el conjunto de atributos asumidos como propios por la institución. Este conjunto de atributos constituye un discurso –el “discurso de la identidad”– que se desarrolla en el seno de la institución de un modo análogo al de la identidad personal en el individuo. La institución, a través de su actividad regular y, básicamente, de su diálogo permanente con sus interlocutores, va generando formas de auto representación. (2.1.2., párr. 1-3).

Como componentes del análisis de la identidad, este modelo diferencia entre los elementos de la identidad visual y los elementos de la identidad conceptual.

Los primeros constituyen los “atributos sógnicos visuales” (Etkin, 2008, p. 66). “El sistema de signos identificatorios de una institución coincide con los soportes significantes concretos de la ‘comunicación institucional’” (Chaves, 2005, 2.2.4, párr. 5). Para analizar dichos atributos, “Norberto Chaves establece una distinción entre signos identificatorios primarios y secundarios” (Etkin, 2008, p. 66).

El nombre “es el elemento fundamental que compone la identidad” (Etkin, 2012, p. 115). Es el primer elemento a analizar en todo diagnóstico, incluso como primer elemento en el relevamiento de la realidad. El mismo puede ser de distintos tipos, de acuerdo a sus

características. Joan Costa (1993) los agrupa en: descriptivos, toponímicos, simbólicos, contracciones y patronímicos, y propone como características básicas que debería contener el nombre, la: brevedad, eufonía, pronunciabilidad, recordación y sugestión” (Etkin, 2012, p. 116).

Según Chaves (2005):

A la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual –básicamente gráfica– agrega nuevas capas de significación. Esas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional (...) El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca (1.2., párrs. 1-2).

Los logotipos son entonces la representación simbólica del nombre, a los cuales se agregan otros dos tipos de signos identificatorios primarios: los isotipos (representación icónica de la marca), y los isologotipos (integración de ambos) (Etkin, 2008, p. 66).

“Los signos identificatorios secundarios son aquellos que no poseen entidad suficiente para independizarse de los primarios, tales como aspectos morfológicos comunicacionales, configuraciones, colores, texturas, etc.” (Etkin, 2008, p. 67). La gama cromática se identifica como uno de más comunes signos identificatorios secundarios, entendida como “una combinación distintiva de colores con los que se identifica una institución y (...) un elemento identificador portador de una notable carga funcional y psicológica” (Etkin, 2008, p. 67).

Volviendo a los dos componentes del análisis de la identidad, el segundo componente son los elementos de la identidad conceptual. Estos se diferencian de los anteriores (elementos de la identidad visual), en que “remiten a aspectos más profundos y menos evidentes de la institución, como son la filosofía, cultura, misión, y visión de una organización, entre otros elementos” (Etkin, 2008, p. 67).

De acuerdo a la literatura, entendemos a cada de uno de los elementos de la identidad conceptual que se analizarán como parte del diagnóstico, de la siguiente manera:

- La filosofía corporativa, según Capriotti (2013), es la “concepción global (su misión, valores y principios corporativos) establecida por la Dirección de la organización para alcanzar los fines últimos de la entidad” (p. 76). La filosofía “juega un papel muy importante, ya que es línea directriz sobre la que se basará la acción y la evaluación de los empleados. Si la Filosofía de la organización no es clara y orientadora, los empleados no tendrán una referencia global sobre cómo debe ser su actuación” (Capriotti, 2013, p. 76).
- La visión “sugiere a dónde se quiere llegar. Son los propósitos que persigue la institución y está atada a la estrategia” (Etkin, 2012, p. 120). Según Capriotti (2013), “es la perspectiva de futuro de la compañía, el objetivo final de la entidad, que moviliza los esfuerzos e ilusiones de los miembros para intentar llegar a ella. Es la "ambición" de la compañía, su reto particular” (p. 143).

- La misión es donde “la organización establece qué es y qué hace (...) define el modo en el que la organización cumplirá sus objetivos” (Etkin, 2012, p. 120). Según Capriotti (2013), “es la definición del negocio de la organización” (p. 142).
- Los valores “representan los principios que guían a la organización. Representa la manera en que una organización efectúa una actividad” (Etkin, 2012, p. 120). Son también: “el conjunto de creencias que la organización tiene sobre determinadas conductas específicas (*valores de uso*) y sobre los fines u objetivos de su existencia (*valores de base*)” (Capriotti, 2013, p. 154). Capriotti (1993) define a los valores como “los valores y principios profesionales (...) [y] también incluyen los valores y principios de relación, es decir, aquéllos que gobiernan las interacciones entre las personas” (p. 142).

## **Comunicación**

Siguiendo con el modelo de Norberto Chaves (2005), otro elemento fundamental a analizar en todo diagnóstico son las comunicaciones. Entendemos a la comunicación como: “todos los mensajes que la organización transmite, mediante los cuales se presenta como entidad, como sujeto social, expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad (...) [Esta] tiene el objetivo de establecer lazos de comunicación con los diferentes públicos externos [e internos] con los que se relaciona” (Capriotti, 2013, p. 85).

De acuerdo con Chaves (2005), la comunicación institucional es: “el conjunto de mensajes efectivamente emitidos. Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, toda entidad social, con sólo existir y ser perceptible, arroja sobre su entorno un volumen determinado de comunicados” (2.1.3, párr. 2).

Teniendo en cuenta que nuestro objeto de estudio es una organización social, el análisis de las comunicaciones se enfocará en el tipo de comunicaciones más relevante y aplicable para este tipo de organización. En particular, se analizarán las comunicaciones electrónicas, las comunicaciones internas, las comunicaciones con los voluntarios y las comunicaciones con las empresas.

### **Comunicaciones electrónicas**

En primer lugar, ubicamos necesariamente a las comunicaciones electrónicas. Esto es porque “los innumerables recursos que facilitan este tipo de comunicación, son un recurso indispensable para la Comunicación institucional” (Etkin, 2012, p. 80). Según Etkin (2012): “para las OSC [Organizaciones de la Sociedad Civil] es casi prioritario, ya que aporta un valor adicional: el conocimiento público de la organización” (p. 82).

### **Comunicación interna**

En segundo lugar, incluso tratándose de organizaciones sociales con equipos pequeños, la comunicación interna es otro elemento que se debe analizar. La misma “está formada por toda la

comunicación con las personas que integran la organización (...). El objetivo fundamental de este tipo de comunicación es lograr la aceptación e integración de los empleados a los fines globales de la organización” (Capriotti, 2013, p. 84), así como fomentar el trabajo en equipo para alcanzar los resultados deseados. “La comunicación interna en estos tipos de instituciones [organizaciones sociales] tiene características especiales ya que internamente se dan con el propio staff y con los voluntarios” (Etkin, 2012, p. 70)

### **Comunicación con los voluntarios**

Esto nos lleva al tercer tipo de comunicaciones analizado, que es la comunicación con los voluntarios. Este punto es de especial relevancia para organizaciones sociales y requiere un análisis particular.

Los voluntarios son “actor[es] social[es] que presta[n] servicios donando su tiempo y sus capacidades para labores solidarias” (Etkin, 2012, p. 46). Las asociaciones profesionales funcionan con voluntarios en todos los niveles de la organización (autoridades, asesores, equipos técnicos y administrativos) y necesitan de ellos para funcionar. Sin embargo, pocas organizaciones planifican las contribuciones de los mismos, de manera que la experiencia sea beneficiosa para los voluntarios (como experiencia profesional, para lograr el reconocimiento de sus pares, integrarse a una red profesional, o por el placer de ayudar a sus colegas), y a la vez permita a la organización cumplir con su misión en forma sostenible.

En este sentido, Etkin (2012) afirma:

Para sostener al voluntariado es necesario repensar estrategias que lo involucren sostenidamente. No sirve mucho que una OSC [Organización de la Sociedad Civil] tenga un aluvión importante de voluntarios, si no puede conservarlos. Y para mantenerlos es necesario que los mismos se involucren con la causa, y que la organización contemple de qué manera guiar y coordinar a los voluntarios. (p. 48).

La planificación permite establecer tareas y responsabilidades, y la asociación podría aprovechar la totalidad de sus recursos humanos incluyendo a los voluntarios en esta planificación. Incluir a los voluntarios en actividades diarias, así como proyectos, eventos e iniciativas da lugar a un sentimiento de pertenencia, de compromiso y estabilidad.

Para mantener motivación de los voluntarios, asegurando una participación más activa y significativa para ambas partes, se recomienda: “capacitarlos, estar dispuestos a incorporarlos a los niveles de planificación de actividades, realización de las mismas y decisión, promover la toma de decisiones democráticas en el interior de las asociaciones, eliminar las jerarquías discriminatorias entre miembros del ‘staff’, expertos y voluntarios (...)” (Reigadas, 2012) (Etkin, 2012, p. 53).

Un punto esencial relacionado con la motivación de los voluntarios y las comunicaciones, es la necesidad de diferenciar y mantener una comunicación especialmente dirigida a voluntarios. A la hora de planificar la comunicación, los voluntarios se ubican en esa línea frágil entre el afuera y el adentro, lo cual lleva a una comunicación fragmentada y poco personalizada.



“Si bien a los voluntarios puede considerárseles “dentro” de la organización, no son miembros estables. La mirada crítica y la alta rotatividad hacen que se los trate de manera diferente” (Etkin, 2012, p. 71). La organización debe “trabajar insistentemente para que [los voluntarios] se involucren con la causan [sic], que la sientan propia y cercana” (Etkin, 2012, p. 71).

### **Comunicación con las empresas**

El cuarto tipo de comunicaciones que se analizarán en el diagnóstico, son las comunicaciones con las empresas. Las empresas constituyen un socio importante para las organizaciones sociales, en tanto que muchas de ellas tienen planes de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) a través de los cuales canalizan prácticas y acciones con fines benéficos en beneficio de las ONG (Etkin, 2012, p. 76). Sin embargo, las organizaciones sociales muchas veces descuidan esta relación o la limitan a ser una fuente de recursos, perdiendo la oportunidad estratégica de establecer programas que posibiliten el beneficio de ambas partes.

Como señala Etkin (2012):

Este beneficio mutuo Empresa/OSC [Organización de la Sociedad Civil] redundará en promover prácticas solidarias y altruistas. (...) Más allá de las ventajas que puedan obtener las empresas con acciones filantrópicas (exención de impuestos, imagen, prestigio social), lo importante es cómo integrar a estos dos actores en una problemática común. (...) No sólo es pensar en la obtención de fondos, sino en articular convenios, capacitaciones, etc. (p. 76).

## **Públicos**

Como parte del diagnóstico, no puede faltar un análisis detallado de los públicos de la organización.

Capriotti (2013) los define como:

Todos los grupos de personas que tienen algún tipo de interés similar entre ellos con respecto a una organización, y que pueden afectar el funcionamiento o el logro de los objetivos (...) [y] se formarán en función del vínculo o relación que establezcan con la organización (p. 172).

Entendiendo que los públicos están formados por personas e instituciones muy diversas, una forma de abordarlos es identificando características similares para abordarlos estratégicamente. Esto implica clasificarlos en grupos en base a su cercanía o ámbito de acción en la organización.

Sobre esto, Capriotti (2013) resume la siguiente clasificación:

- a) Públicos del entorno interno (empleados),
- b) Públicos del entorno de trabajo (accionistas, clientes, proveedores, comunidades, etc.) y
- c) Públicos del entorno general (fuerzas político-legales, tecnológicas, económicas o socio-culturales) (p. 47)

Una vez identificados y clasificados los públicos, es fundamental priorizarlos. Una organización interactúa con una multiplicidad de actores en distintos contextos, pero no todos estos actores serán claves para su éxito. Cada organización entonces establece su propia estructura de públicos, que variará en el tiempo y de acuerdo a cada situación, “no todos los públicos con los que se relaciona una organización tienen la misma importancia, puesto que unos influyen más que otros en el funcionamiento y en el logro de los objetivos de una organización” (Capriotti, 2013, p. 49).

“La Estructura de Públicos de una organización estará conformada por todos los públicos con los que ella establezca una interacción y por la priorización de aquéllos más importantes, todo ello en función de las características de la organización, de su relación particular con los públicos y de la situación en la que se encuentre” (Capriotti, 2013, p. 49).

Esta identificación, clasificación y estructuración de los públicos de una organización debe ser revisada constantemente. Al estructurar los públicos en prioritarios y secundarios como propone Capriotti (2013), es importante destacar que dichos públicos “no son fijos, es decir, no son siempre prioritarios o secundarios, sino que, por el contrario, en un momento determinado, en función de la situación, pueden ser prioritarios, mientras que en otra situación pueden ser secundarios” (Capriotti, 2013, p. 173).

En este sentido, Capriotti señala (2013):

Los individuos, en su vida cotidiana, desarrollan diversos roles en relación con las diferentes posiciones que ocupan en la vida social. En cada momento,

dependiendo del tipo de interacción que desarrollen con otros sujetos, las personas desempeñarán un rol específico. Cada individuo asumirá dicho rol específico en ese momento, para luego dejarlo de lado y asumir otro rol diferente (p. 43).

### **Competencia**

Otro aspecto a analizar en el diagnóstico será el posicionamiento de la organización con respecto a la competencia. Esta última está formada por “todas aquellas organizaciones que buscan satisfacer la misma necesidad en un mismo mercado, categoría o sector de actividad” (Capriotti, 2013, p. 176). Por su parte, “el posicionamiento se relaciona con la imagen que los públicos tienen de las organizaciones en relación a su competencia, esto es en un mismo contexto y ante un mismo público” (Etkin, 2018, p. 88).

### **Imagen institucional**

Como propone el modelo de Norberto Chaves (2005), el cuarto elemento a analizar en el diagnóstico será la imagen institucional.

Según Capriotti (2013):

La Imagen Corporativa de una organización sería una de estas estructuras mentales cognitivas, que se forma por medio de las sucesivas experiencias, directas o indirectas, de las personas con la organización. Estaría conformada por

un conjunto de atributos que la identificarían como sujeto social, y la distinguirían de las demás entidades del sector (p. 55)

Entendemos a la imagen entonces como “la lectura que realizan los distintos públicos de la institución, (...) el conjunto de opiniones, intereses, prejuicios y sentimientos que tiene el público acerca de una organización” (Etkin, 2012, p. 122). Es importante destacar que “todos los medios corporativos –materiales y humanos– devienen portavoces de la identidad del organismo, o sea ‘canales de imagen’” (Chaves, 2005, 3., párr. 7), es decir que “no se puede no comunicar” (Watzlawick, Bavelas, Jackson, 2011, p. 2.21, párr. 1).

Una vez analizados todos los elementos del diagnóstico, estaremos en condiciones de sacar ciertas conclusiones parciales, que orientarán los pasos a seguir y la planificación.

### **Planificación**

Así, la planificación tomará los problemas identificados en el diagnóstico, y utilizará “un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí” (Ander Egg, 2007, p. 25). “La planificación ayuda a organizar y poner en orden: qué queremos decir, qué queremos lograr como organización, a qué actores queremos involucrar y cuáles serían las herramientas más efectivas para utilizar” (Etkin, 2012, p. 100). Asimismo, la planificación “busca suministrar un marco de referencia, proporcionar un horizonte y determinar un conjunto de acciones y criterios operacionales (Etkin, 2012, p. 99).

La planificación incluirá también dos instrumentos para poder llevarla a la realidad. En primer lugar, un detalle de “los recursos [humanos, materiales, técnicos y financieros] que se prevén necesarios para llevar a cabo las actividades y alcanzar los objetivos” (Iglesias y Vázquez, 2003, p. 185). En segundo lugar, un cronograma que es “una herramienta que facilita la organización de la diversidad de tareas involucradas en una Propuesta de intervención” (Iglesias y Vázquez, 2003, p. 194).

También como parte de la planificación, es fundamental establecer con anterioridad cómo se evaluará el éxito total o parcial del plan, así como la medición del progreso hacia el cumplimiento de los objetivos. Según señala Etkin, la evaluación y el monitoreo: “Por una parte, sirven para establecer procesos que midan el desempeño de una acción comunicativa; y por otra, dan cuenta, a través de la información obtenida, de cómo redireccionar los procesos” (Etkin, 2012, p. 136).

### **3. Objetivos y metas de intervención**

El objetivo general es realizar una auditoría de comunicación del Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales (NPSIG) de IFLA, con la finalidad de incrementar la participación de nuevos profesionales en la Federación.

Los objetivos específicos son: realizar un diagnóstico integral del NPSIG, y diseñar y recomendar un plan para incrementar la participación de nuevos profesionales en IFLA, a través del NPSIG.

La meta de intervención es identificar áreas de mejora en el manejo de las comunicaciones del NPSIG para fortalecer la relación con sus audiencias clave y promover la participación de los nuevos profesionales en IFLA.

#### **4. Metodología**

Esta tesis se presenta en la modalidad de propuesta de intervención, por medio de la cual “se diseña un proceso de intervención sobre la realidad (...) organizacional con el fin de modificarla en sentido tanto definido como deseado previamente” (Iglesias y Vázquez, 2003, p. 163).

El abordaje metodológico es de tipo cualitativo. Se entiende por investigación cualitativa aquella que “se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados (...) [y] utiliza técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades” (Hernández Sampieri, 2006, p. 8-9).

La tesis está estructurada en dos partes principales: en primer lugar, un diagnóstico y, en segundo lugar, un plan de comunicación para abordar los problemas identificados en el diagnóstico. Para llevar adelante el diagnóstico, se analizaron datos obtenidos por observación directa, análisis documental y entrevistas. Asimismo, se analizaron los resultados anónimos de encuestas realizadas por el NPSIG a tres de sus audiencias claves: voluntarios, nuevos profesionales y estudiantes, y activistas.

Entrevista y encuestas:



- Entrevista autoadministrada (Anexo 1): enviada en julio de 2016 por la autora de la tesis a los miembros del equipo de liderazgo del NPSIG 2015-2017, Convenor 2010-2014 y Co-Fundadora. Las entrevistados fueron: Convenor, Co-Convenor, Coordinador de Información, Co-Coordinadora de Información, Convenor 2010-2014, y Co-Fundadora. Las preguntas se enviaron por correo electrónico entre el 23 y el 25 de julio de 2016 y las respuestas se recibieron en forma individual por el mismo medio.
- Encuesta para reclutar voluntarios “Involúcrate con el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA” (Anexo 2): La encuesta fue creada por K. Shklyar, Co-Coordinadora de Información del NPSIG, y recibió comentarios y sugerencias del equipo de liderazgo del NPSIG. Fue lanzada a través de un blog post en el Blog del NPSIG el 27 de marzo de 2016, y diseminada a través de Twitter, Facebook, listas de discusión, Blog del NPSIG y la página web del NPSIG en el sitio web del IFLA. Se analizaron las respuestas recibidas hasta el 21 de agosto (28 respuestas).
- Encuesta a Nuevos Profesionales y Estudiantes de Bibliotecología y Ciencias de la Información (Anexo 3): para conocer las percepciones y expectativas que éstos tienen de IFLA. La encuesta fue creada por la autora de la tesis como Convenor del NPSIG. Se recibieron correcciones, comentarios y sugerencias del equipo de liderazgo, la Presidenta-Electa de IFLA, y de las Secciones de Educación y Entrenamiento (SET), de Teoría e Investigación Bibliotecaria (LTR), y de Gestión de Asociaciones de Bibliotecas (MLAS) de IFLA. El enlace fue diseminado en Facebook, Twitter, el Blog del NPSIG, la página

web del NPSIG en el sitio web del IFLA y las listas de discusión IFLA-L (IFLA Internacional), IFLA-LAC (IFLA América Latina y el Caribe) y NPDG-L (Lista de discusión del NPSIG). Asimismo, miembros de las Secciones SET, LTR y MLAS, y el NPSIG, así como la Presidenta-Electa de IFLA contribuyeron con la diseminación enviado la invitación a numerosas listas locales, regionales y especializadas. La encuesta fue lanzada el 1 de agosto de 2016. Se analizaron las respuestas recibidas hasta el 21 de agosto de 2016 (296 respuestas de nuevos profesionales y estudiantes provenientes de 52 países). Se destaca la participación de dos países en particular: Estados Unidos y Kenia. Lo mismo puede estar relacionado con la diseminación localizada con éxito del formulario en esas áreas.

- Encuesta de Activistas del NPSIG (Anexo 4): lanzada para conocer la composición actual e intereses de la red de activistas del NPSIG (miembros de la Wiki del NPSIG). La encuesta fue creada por la autora de la tesis, como Convenor del NPSIG, y recibió comentarios y sugerencias del equipo de liderazgo. Fue enviada el 7 de agosto de 2016 a los usuarios miembros de la Wiki del NPSIG. Se analizaron las respuestas recibidas hasta el 21 de agosto (12 respuestas).

Es importante destacar que las encuestas a voluntarios, a nuevos profesionales y estudiantes y a activistas fueron creadas e implementadas por el NPSIG con objetivos más amplios que la presente tesis de intervención. Por esta razón, solo se han analizado para este diagnóstico las respuestas a las preguntas que se consideran relevantes en este marco. Las mismas se incluyen en los anexos 2, 3 y 4. Las encuestas a activistas y a nuevos profesionales y

estudiantes no tenían como requisito la inclusión de datos identificatorios individuales (nombre, apellido, correo electrónico) para completar la encuesta. La inclusión de estos datos era optativa si los encuestados querían recibir más información. Ninguno de estos datos individuales ha sido tenido en cuenta en el análisis.

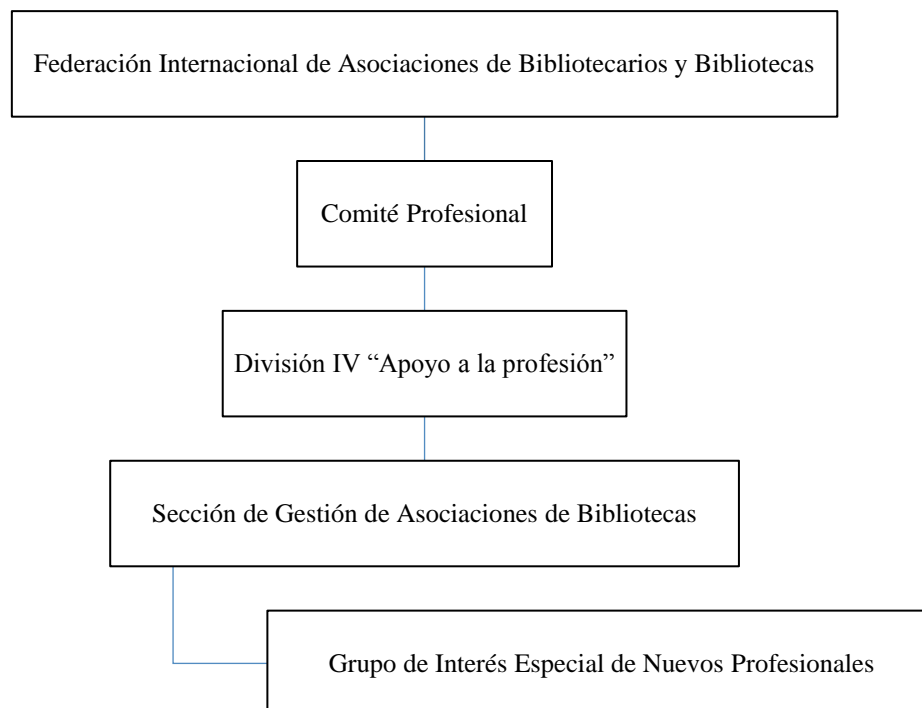
Observación directa:

- Intercambio regular y trabajo interno como parte del equipo de liderazgo: la autora de la tesis es Convenor del NPSIG, por lo que es a la vez una fuente confiable sobre la realidad institucional del NPSIG.
- Análisis de documentación y herramientas de comunicación: isologotipo, sitio web, blog (Wordpress), redes sociales (Twitter, Facebook), fotografías, videos (YouTube), presentaciones e informes previos (Wiki).

## 5. Diagnóstico

### 5.1. Relevamiento de la realidad institucional

- Nombre: Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA
- Acrónimo: NPSIG
- Razón social: Organización sin fines de lucro
- Organigrama:



*Figura 1.* Organigrama que refleja la ubicación del NPSIG en la estructura organizativa de IFLA

- Lugar y fecha de fundación: agosto de 2004, en el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información (WLIC) de IFLA en Buenos Aires.
- Co-Fundadores: Loida Garcia-Febo (Estados Unidos/Puerto Rico), Andrew Cranfield (Dinamarca) y Stuart Hamilton (Reino Unido).
- Infraestructura: No cuenta con un espacio o infraestructura física.
- Realidad económica financiera: No tiene presupuesto o autonomía para administrar recursos económicos.
- Lenguas oficiales de trabajo: La lengua de trabajo más utilizada por los miembros del equipo del NPSIG es el inglés, debido a que sus miembros provienen de países muy diversos. Las lenguas oficiales de IFLA (y por lo tanto del NPSIG) son: árabe, chino, inglés, francés, alemán, ruso y español.
- Estructura interna: Equipo de liderazgo del NPSIG 2015-2017: M. V. Bertolini, Convenor (Argentina), Milan Vasiljevic, Co-Convenor (Serbia), A. Torrens, Coordinador de Información (Francia) y K. Shklyar, Co-Coordinadora de Información (Rusia) (<https://npsig.wordpress.com/about-3/leadership-team/>). El equipo de liderazgo debe renovarse cada 2 años. Los líderes son designados por

consenso en las reuniones de negocios del NPSIG en el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información (WLIC) de IFLA. La próxima designación de nuevos líderes será en agosto de 2017 en Breslavia, Polonia.

- **Proyectos:** El NPSIG cuenta con un Plan de Acción 2015-2016 (<http://www.ifla.org/publications/node/10591?og=92>) que fue creado en octubre de 2015. El plan cuenta con 5 objetivos llevados adelante durante el último año: Objetivo 1: Organizar la 4ta Reunión Satélite del NPSIG “IFLAcamp 2016” en el WLIC 2016; Objetivo 2: Organizar la Sesión Abierta del NPSIG en el WLIC 2016; Objetivo 3: Co-Coordinar la Edición 2016 de la Serie de Webinars IFLA/ALA “Nuevos bibliotecarios, conexión global”; Objetivo 4: Sistematizar procedimientos del NPSIG para asegurar: una gestión eficaz, el cumplimiento de los procedimientos de IFLA, y facilitar el traspaso a un nuevo equipo de liderazgo; Objetivo 5: Desarrollar e implementar una estrategia para el uso de las redes sociales del NPSIG. En el cuarto semestre de 2016 el NPSIG debe presentar su nuevo Plan de Acción 2016-2017 por requerimiento de la Sede de IFLA.
- **Estructura de reportes:** El NPSIG elabora un Reporte de Actividades (del período septiembre-agosto) (New Professionals Special Interest Group, 2016d), para presentarlo ante el Comité Permanente de MLAS, su sección sponsor cada año en el WLIC. Asimismo, el NPSIG debe enviar un Reporte Anual (del período agosto-septiembre) a MLAS y a la División IV, antes de fin de octubre de cada año. Este

Reporte Anual tiene un formato establecido por el Comité Profesional de IFLA (<http://www.ifla.org/officers-corner/annual-reports>).

- Actividades regulares:
  - Serie de Webinars “Nuevos bibliotecarios, conexión global: mejores prácticas y recomendaciones”: es una serie de Webinars trimestrales de acceso gratuito sobre temas de interés para nuevos profesionales. Los Webinars son presentados por el NPSIG, la Sección sobre el Desarrollo Profesional Continuo y la Formación en el Lugar de Trabajo de IFLA (CPDWL) y la Asociación Estadounidense de Bibliotecas (ALA) (<https://npsig.wordpress.com/Webinars-2/>). El idioma de los Webinars es inglés e incluyen profesionales del área de las bibliotecas y la información, así como expertos de otras áreas relacionadas, de todo el mundo. La plataforma utilizada para ofrecer el Webinar es Adobe Connect<sup>1</sup>, ofrecida ALA. Los temas de los Webinars se deciden anualmente, mediante una convocatoria mundial para proponer nuevos tópicos usando herramientas en línea. El

---

<sup>1</sup> Plataforma para ofrecer Webinars (seminarios en línea) de la compañía Adobe. Permite tener varios presentadores con audio y video, compartir su pantalla y mostrar presentaciones PowerPoint. También incluye un chat donde los asistentes pueden hacer preguntas y comentarios. Al final del Webinar se obtiene una grabación para quienes no pudieron asistir en vivo (<http://www.adobe.com/products/adobeconnect/Webinars.html>).

NPSIG ofrece un Webinar al año, el resto son ofrecidos por los otros socios. La serie de Webinars tiene un hashtag específico para seguir la conversación en Twitter y Facebook: #newlibgc.

- Sesión Abierta en el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información: El NPSIG como Grupo de Interés Especial cuenta con un espacio en el programa del Congreso de 2 horas de duración. Estas horas pueden ser utilizadas para reuniones de negocios o programas abiertos. También pueden planificarse en conjunto con otras unidades de IFLA sobre un tema de interés común. IFLA ofrece al NPSIG un espacio físico en el centro de conferencias cada año. Este espacio puede contar con mesas y sillas para discusiones, o un auditorio. El NPSIG puede solicitar traducción simultánea que es ofrecida por traductores voluntarios en el marco de IFLA.
  
- Reunión Satélite “IFLAcamp” en el marco del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información: El NPSIG puede también organizar reuniones satélites en el marco del Congreso cada año y estas reuniones tienen lugar dos días antes del comienzo de la misma (jueves y viernes). La modalidad de estas reuniones es de “desconferencia”. En este tipo de eventos, “una de las características más relevantes e innovadoras es que la programación es creada por los asistentes al principio de cada día de la reunión. Una vez que están presentes todos los participantes, se confecciona una grilla con los horarios y las salas disponibles, y los asistentes proponen los temas que se tratarán en las



distintas discusiones a lo largo del día” (Bertolini, 2012, párr. 4). El primer IFLAcamp fue en 2012 en Hämeenlinna, Finlandia; el segundo fue en 2013 en Singapur; el tercero fue en el 2014 en Lyon, y el cuarto fue en Columbus, Ohio en 2016. El NPSIG necesita solicitar apoyo de sponsors para cubrir los costos de transporte, materiales, almuerzos, *coffee breaks*, etc. La sede utilizada para la reunión se consigue a través de sponsors y acuerdos con instituciones relacionadas con el Congreso, universidades o bibliotecas de la ciudad (<https://npsig.wordpress.com/iflacamp-2016/>).

- Reuniones virtuales de negocios: el NPSIG tiene reuniones de negocios virtuales dos veces al año en abril y diciembre. Las reuniones se realizan a través de Google Hangout Air que permite emitir la reunión en vivo a través de Google+, permite a participantes de todo el mundo sumarse utilizando audio, video y chat, y ofrece una grabación de la reunión inmediatamente luego de la reunión, disponible en el canal de YouTube. Estas reuniones se diseminan ampliamente y son completamente abiertas. El objetivo de las reuniones es dar actualizaciones de las actividades, proyectos e iniciativas del NPSIG, discutir nuevas propuestas, asignar responsables, definir plazos e intercambiar ideas con personas interesadas en participar (<https://npsig.wordpress.com/archive/virtual-npsig-business-meetings-2/>).
- Reuniones de negocios en el marco del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información: Ya sea utilizando las dos horas disponibles en el programa, u

organizando reuniones informales, el NPSIG se reúne presencialmente durante el Congreso. En estas reuniones se convoca a nuevos profesionales que asisten a la conferencia, para intercambiar con ellos, conocerlos, presentar al NPSIG, reclutar nuevos voluntarios, activistas, beneficiarios y futuros líderes del NPSIG. En estas reuniones se eligen los equipos de liderazgo cada dos años y se planean actividades para el resto del año.

- Eventos sociales en el marco del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información: el NPSIG organiza eventos sociales durante la semana del Congreso con el fin de dar a conocer al NPSIG y de reclutar nuevos voluntarios, activistas y beneficiarios. En estos eventos se invita también a los miembros de la Sección de Gestión de Asociaciones de Bibliotecas, sponsor del NPSIG y a las autoridades de IFLA con el fin de promover el establecimiento de relaciones y visibilidad de los nuevos profesionales.

## **5.2. Identidad**

### **5.2.1. Nombre**

El nombre completo es: “Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA”. Este es un nombre descriptivo ya que “enuncia sintéticamente los atributos de identidad de la institución” (Chaves, 2005, 1.1., párr. 4).

- “Grupo de Interés Especial” es uno de los tipos de unidades profesionales de IFLA, se caracterizan por ser más flexibles, suelen existir en forma temporal (convirtiéndose en una sección con el tiempo, o disolviéndose si el tema se vuelve obsoleto o falta participación) y deben ser siempre ser patrocinados por una Sección.
- “Nuevos Profesionales” denota su foco de acción en los nuevos bibliotecarios.
- “de IFLA” indica su pertenencia a la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas.

El acrónimo “NPSIG”, se basa en las iniciales de su nombre en inglés: “New Professional Special Interest Group”, y está bastante instalado su uso, principalmente porque el nombre completo es extenso.

## **5.2.2. Elementos de la identidad visual**

### **5.2.2.1. Signos identificatorios primarios**

#### **5.2.2.1.1. Logotipo**

El logotipo del NPSIG fue creado por miembros de previos equipos de liderazgo. El mismo se creó en forma independiente, sin ser acompañado por un manual del sistema de identificación visual. Este manual podría ser de utilidad para la utilización del logotipo en

distintos contextos y para la “normalización de la imagen gráfica (...) [permitiendo una] reproducción fiel de los signos: capacitación de los equipos internos en gestión de imagen, capitalización en imagen del operativo de diseño de la gráfica institucional, etc.” (Chaves, 2005, 2, párr. 3). Por este motivo, solo se cuenta con el logotipo versión color web, sin más especificaciones en cuanto al uso en diferentes versiones, tipografía, área de resguardo o normas de aplicación sobre fondos.

El logotipo del NPSIG incluye el logotipo de IFLA a la izquierda, con el fin de identificar claramente su dependencia de esta organización, y a la derecha el del NPSIG, con su nombre desarrollado y los colores detallados más adelante (“Gama cromática”). Las iniciales de cada una de las palabras que conforman el nombre del NPSIG se han colocado en negrita, por lo que dejan en evidencia la forma breve del nombre basada en su acrónimo. Esto se debe, por un lado, a que la sigla del NPSIG está muy establecida (el logotipo viene a explicar el significado del acrónimo) y, por otro lado, el nombre desarrollado del NPSIG es extenso, por lo que se ofrece en forma fácilmente accesible una versión breve para referirse al NPSIG (el acrónimo).

En cuanto a la porción del logotipo correspondiente al logotipo de IFLA, la Federación ofrece en su sitio web instrucciones con respecto a su uso (<http://www.ifla.org/ES/press-and-promotion/logos/ifla>). La utilización del logotipo de IFLA como parte del logotipo del NPSIG no parece cumplir estrictamente con los requisitos de uso preferidos por IFLA (<http://www.ifla.org/press-and-promotion/logos/ifla/downloads>) en cuanto al uso invertido, pero de todas formas el mismo está aceptado y bastante establecido.



Figura 2. Logotipo del NPSIG

### 5.2.2.2. Signos identificatorios secundarios

#### 5.2.2.2.1. Gama cromática

Debido a que el NPSIG no cuenta con un manual del sistema de identificación visual, los colores están determinados por los colores del logotipo. Además, se utiliza el azul en el Blog del NPSIG, una de sus principales herramientas de comunicación, y en la Wiki, el área de trabajo del grupo, por lo que puede considerarse un color característico del NPSIG.

Blanco: #FFFFFFE	Negro: #080A08	Gris: #787F96	Bordó: #AD5D40	Mostaza: #D2C03D	Marrón: #9B8E84	Azul petróleo: #6B7F8B	Azul: #1F567D

Figura 3. Gama cromática del NPSIG

### 5.2.3. Elementos de la identidad conceptual

#### 5.2.3.1. Filosofía

#### **5.2.3.1.1. Visión**

La visión del NPSIG es la creación de una red global de nuevos bibliotecarios integrados a las actividades de IFLA y a las asociaciones de bibliotecarios de su país (Ver “Anexo 5” para una compilación de respuestas del equipo de liderazgo 2015-2017 sobre la visión del NPSIG).

#### **5.2.3.1.2. Misión**

La misión del NPSIG es “una iniciativa por y para nuevos profesionales, y su misión es ser una red global abierta para nuevos profesionales de bibliotecología y ciencias de la información (LIS, por sus siglas en inglés), y personas interesadas en su desarrollo.” (<http://www.ifla.org/new-professionals>). (Ver “Anexo 5” para una compilación de respuestas del equipo de liderazgo 2015-2017 sobre la misión del NPSIG).

#### **5.2.3.1.3. Valores**

A los integrantes del equipo de liderazgo del NPSIG, los guían los siguientes valores: Creatividad, Adaptabilidad, Innovación, Trabajo en equipo.

La siguiente nube de palabras refleja estos y otros valores recogidos en las entrevistas autoadministradas al equipo de liderazgo (Ver “Metodología” para más detalles sobre las entrevistas):



Figura 4. Valores del equipo de liderazgo del NPSIG

#### 5.2.3.1.4. Objetivos

Los objetivos del NPSIG, definidos por el equipo de liderazgo 2015-2017 en su Plan de Acción 2015-2017 (New Professionals Special Interest Group, 2016b, párrs. 3-5) son:

- Empoderar a los nuevos profesionales a participar en sus asociaciones nacionales y en IFLA para convertirse en nuevos líderes locales e internacionales.
- Conectar nuevos profesionales y personas interesadas en el desarrollo de nuevos profesionales para compartir experiencias, oportunidades y hacer nuevos amigos y colegas de todo el mundo, principalmente a través de redes sociales y eventos en línea.
- Ofrecer oportunidades gratuitas de formación e intercambio de conocimiento de primera calidad a través de seminarios en línea, programas abiertos y reuniones satélites.

## 5.3. Comunicación

### 5.3.1. Comunicaciones electrónicas

Las comunicaciones electrónicas constituyen el activo más fuerte del NPSIG, aunque en un análisis detallado se pueden identificar muchas oportunidades de mejora.

Se ofrece a continuación un detalle de las comunicaciones electrónicas del NPSIG:

**Página web del NPSIG en sitio web de IFLA (<http://www.ifla.org/new-professionals>)**

The screenshot shows the website for the New Professionals Special Interest Group (NPSIG) on the IFLA website. The page layout includes a top navigation bar with the IFLA logo and a menu with links such as 'About IFLA', 'Activities and Groups', 'News and Events', 'Standards', 'Membership', 'Partners', 'Publications', and 'Annual Conference'. A search bar is located on the right side of the top bar. The main content area features a title 'New Professionals Special Interest Group' and a description of the group, including its founding year (2004) and its affiliation with the Management of Library Associations Section (MLAS). A 'Read more' link is provided below the description. The page also includes a 'THIS GROUP'S COMMUNITY' section with links to the NPSIG Blog and NPSIG on Twitter, and a 'LATEST NEWS' section with a link to 'Join the NPSIG at 2016 World Library and Information Congress in Columbus, Ohio!'. The IFLA logo is visible at the bottom of the page.

Figura 5. Página web del NPSIG en el sitio web de IFLA.



La página web del NPSIG es su página institucional oficial en el marco del sitio web de IFLA. Esta página web es muy importante para introducir al NPSIG a nuevas personas que navegan el sitio web de IFLA buscando cómo involucrarse, especialmente si son nuevos profesionales. También permite difundir las actividades del NPSIG, manteniendo actualizadas a las autoridades y miembros de la Federación que consultan las secciones sindicadas de novedades, eventos y publicaciones.

El sitio web de IFLA está estructurado en un Sistema de Gestión de Contenidos (CMS) que otorga poca flexibilidad para realizar cambios o innovar. El editor oficial de la página del NPSIG es el Coordinador de Información, pero las actualizaciones se llevan a cabo por el Coordinador de Información y la Convenor, dependiendo del tiempo disponible.

La página del NPSIG ofrece:

- NPSIG: página de presentación con la misión del NPSIG y la referencia a la sección sponsor (MLAS).
- Más información del grupo: incluyendo más detalles e indicaciones de cómo involucrarse, así como los miembros del equipo de liderazgo.
- Convenor: página actualizada automáticamente por la Sede de IFLA, ofrece información de contacto del Convenor del NPSIG.

- Novedades, Eventos y Publicaciones: son las únicas secciones dinámicas de la página. Los nuevos contenidos se incorporan en el formato de Eventos, Noticias o Publicaciones y luego se listan automáticamente en las secciones respectivas.
- Actividades en redes sociales: ofrece el enlace a las redes del NPSIG, incluyendo el Blog, Facebook, Twitter y YouTube.

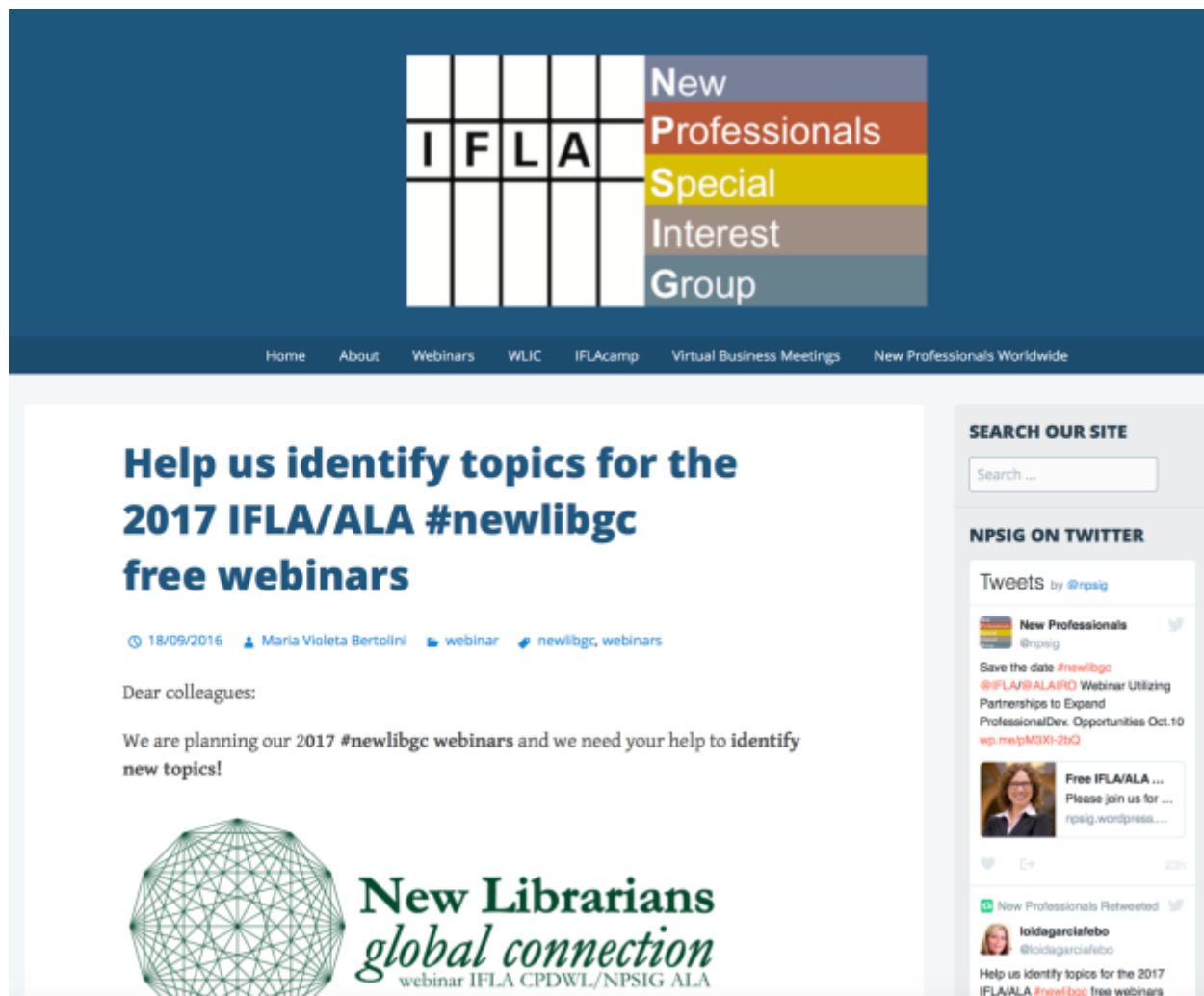
Algunas secciones del sitio web requieren revisión, agregar nueva información y nuevos recursos visuales como fotos o videos. El contenido ha tenido pocos cambios en los últimos años.

Estadísticas relevantes: Páginas vistas: 1,395, Páginas vistas únicas: 1,093, promedio Tiempo en la página: 00:01:06, Porcentaje de rebote: 42.19%. Principales países: Estados Unidos 621, Alemania 212, Finlandia 44, Holanda 44 y Sudáfrica 38 (7/Nov/2014-7/Dic/2015)<sup>2</sup>.

**Blog del NPSIG en Wordpress (<https://npsig.wordpress.com>)**

---

<sup>2</sup> Información proporcionada por la Sede de IFLA (8 de diciembre de 2015) debido a que no se cuenta con acceso al *back-end* de esta plataforma. No ha sido posible obtener estadísticas más actualizadas.



The image shows a screenshot of a blog post from the NPSIG website. The header features the IFLA logo and the text 'New Professionals Special Interest Group'. Below the header is a navigation menu with links: Home, About, Webinars, WLIC, IFLAcamp, Virtual Business Meetings, and New Professionals Worldwide. The main content area has a title 'Help us identify topics for the 2017 IFLA/ALA #newlibgc free webinars' and a date of 18/09/2016. The author is Maria Violeta Bertolini. The post text reads: 'Dear colleagues: We are planning our 2017 #newlibgc webinars and we need your help to identify new topics!'. Below the text is a logo for 'New Librarians global connection' with the subtitle 'webinar IFLA CPDWL/NPSIG ALA'. On the right side, there is a search bar and a section titled 'NPSIG ON TWITTER' showing tweets from @npsig and @loldiagarciafebo.

Figura 6. Blog del NPSIG

El Blog del NPSIG es uno de sus principales activos comunicacionales y se considera su principal medio de diseminación para actividades, contenidos, eventos y novedades.

Los objetivos del Blog del NPSIG son:

- Diseminar, fomentar la participación y solicitar colaboración con las actividades en línea del NPSIG: Webinars y reuniones virtuales.
- Diseminar, fomentar la participación y solicitar colaboración con las actividades presenciales del NPSIG: Sesiones abiertas, IFLAcamp (la reunión satélite del NPSIG) y las reuniones de negocios, en el marco del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información.
- Ofrecer un espacio para que nuevos profesionales o profesionales experimentados interesados en su desarrollo, puedan publicar blog posts sobre temas innovadores, experiencias, iniciativas, etc.
- Actuar como vía de entrada para involucrarse con el NPSIG, acceder al resto de sus plataformas, redes sociales y sumarse como voluntario completando el formulario en línea.
- Ofrecer un listado de iniciativas de y para nuevos profesionales en asociaciones de bibliotecarios de todo el mundo, para promover la participación de nuevos profesionales en las asociaciones profesionales de su país.

El Blog no cuenta con una descripción oficial de sus objetivos o una guía de estilo para ofrecer a los colaboradores. Tampoco se cuenta con una planificación o calendario de publicación. Generalmente se publica lo que se recibe y no se realiza una selección formal de las propuestas. Los editores del blog son la Convenor, el Coordinador de Información y la Coordinadora de Información. No hay tareas predefinidas y asignadas, cada cual realiza cambios

cuando tiene el tiempo o ve alguna necesidad. Esto genera una constante desactualización de algunos contenidos, una falta de estilo común y poco control sobre lo que se publica.

Estadísticas relevantes: 86 seguidores, 63 suscriptores vía correo electrónico, 238 posts, 97.643 vistas de página, 29.757 visitantes, 393 comentarios (Cifras al 1 de septiembre de 2016). Las vistas y visitas han bajado considerablemente en los últimos años, se identifica como una de las causas la poca cantidad de publicaciones en el blog y la falta de contenidos originales.

### Twitter @npsig (<https://twitter.com/npsig>)



Figura 7. Cuenta de Twitter del NPSIG

La cuenta fue creada en enero de 2010 con el objetivo de diseminar las actividades del NPSIG, conectarse con sus públicos y difundir información relevante para/sobre nuevos profesionales de todo el mundo. La cuenta es administrada en forma descentralizada por la Convenor, el Coordinador de Información y la Co-Coordinadora de Información. El contenido se publica generalmente en inglés y español. También se comparten recursos en otros idiomas si son relevantes para alcanzar a una audiencia más diversa. En las publicaciones se suele utilizar el hashtag #newlibrarians o #nuevosbibliotecarios para generar/sumarse a la conversación.

El uso de la cuenta es bastante irregular, sin una planificación ni un estilo predefinido. Se retuitean generalmente publicaciones relevantes para nuevos profesionales sobre: IFLA, otras asociaciones, otras redes de nuevos profesionales, organizaciones de *advocacy* de bibliotecas, etc. En algunas ocasiones el grupo demora bastante en responder a preguntas o provocaciones en Twitter por la falta de tiempo disponible, lo cual dificulta mantenerse en la conversación.

Estadísticas relevantes: 2884 tweets, 2393 seguidores, 361 me gusta (Cifras al 19 de septiembre de 2016).

**Facebook /npsig (<https://www.facebook.com/npsig>)**



Figura 8. Página de Facebook del NPSIG

La cuenta de Facebook del NPSIG tiene como objetivo diseminar información sobre las actividades, eventos y novedades del grupo. La red de Facebook es muy utilizada entre los bibliotecarios y profesionales de la información. Regularmente los contactos comparten y reaccionan a las publicaciones del grupo. El NPSIG crea eventos en Facebook de todas sus actividades presenciales y en línea para fomentar la participación. La cuenta es administrada por la Convenor, el Coordinador de Información y la Co-Coordinadora de Información.

En los últimos años se observa una falta de mantenimiento y organización en la información y los álbumes de fotos de la cuenta. Normalmente se publica en forma esporádica y no hay un responsable de la cuenta que asegure su actualización y mantenimiento. En ocasiones se reciben comentarios o mensajes, pero la respuesta se demora demasiado y hay poco seguimiento. La actividad aumenta considerablemente durante la semana del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información, y es un desafío para el grupo mantener el ritmo durante el resto del año.

Estadísticas relevantes: 3990 me gusta a la página del NPSIG (Cifras al 19 de septiembre de 2016).

**Lista de discusión NPDG-L (<http://infoserv.inist.fr/wwsympa.fcgi/info/npdg-l>)**



IFLA International Federation of Library Associations and Institutions

Login Pref Your subscriptions Home Help

**npdg-l@infoserv.inist.fr**  
New Professionals Discussion Group Mailing List

**List info**

Subscribers:  
**588**

Owners  
Antoine Torrens  
IFLA administrator  
Maria Violeta Bertolini

Subscribe  
Unsubscribe  
Post  
Search web

english

**NPDG-L**  
*New Professionals Discussion Group Mailing List*

Discussion list for new professionals who are interested in discussing issues of importance regarding career development, new professional opportunities or any topic that might be of interest to recent recruits to the library profession. The list offers an opportunity for members to distribute information, exchange opinions and forward proposals relating to new professionals' development.

Messages intended for distribution to the list should be sent to: npdg-l@infoserv.inist.fr

NOTE: NPDG-L is a closed list (restricted to subscribers).

Homepage: <http://www.ifla.org/en/new-professionals>

Powered by SYMPA

Figura 9. Lista de discusión abierta del NPSIG

La lista de discusión abierta del NPSIG es ofrecida por IFLA (<http://www.ifla.org/mailling-lists>) y administrada en su plataforma oficial de listas de discusión. Este tipo de herramientas de diseminación son sumamente utilizadas en el entorno de bibliotecarios y profesionales de la información.

El objetivo de la lista del NPSIG es diseminar información de interés para nuevos profesionales y profesionales experimentados interesados en su desarrollo. La lista es

administrada por la Convenor y el Coordinador de Información. Regularmente se reciben nuevas solicitudes de suscripción, y ocasionalmente se procesan solicitudes de eliminar suscripción.

Los correos enviados por el NPSIG a esta lista se envían desde la casilla de correos oficial del NPSIG en Gmail (npsig.ifla@gmail.com). Usualmente se comparten los anuncios a eventos presenciales y en línea, llamados a presentación de trabajos para las sesiones abiertas, invitaciones a responder encuestas o proponer ideas, y se comparten los nuevos blogs posts publicados en el Blog del NPSIG.

La lista solo es utilizada por el NPSIG, aunque los suscriptores pueden compartir contenidos que sean relevantes. No se generan conversaciones en el marco de la lista y muy pocas veces se reciben respuestas a los correos enviados.

Estadísticas relevantes: 588 suscriptores (Cifras al 19 de septiembre de 2016)

**YouTube /iflaNPSIG (<https://www.youtube.com/user/iflaNPSIG>)**

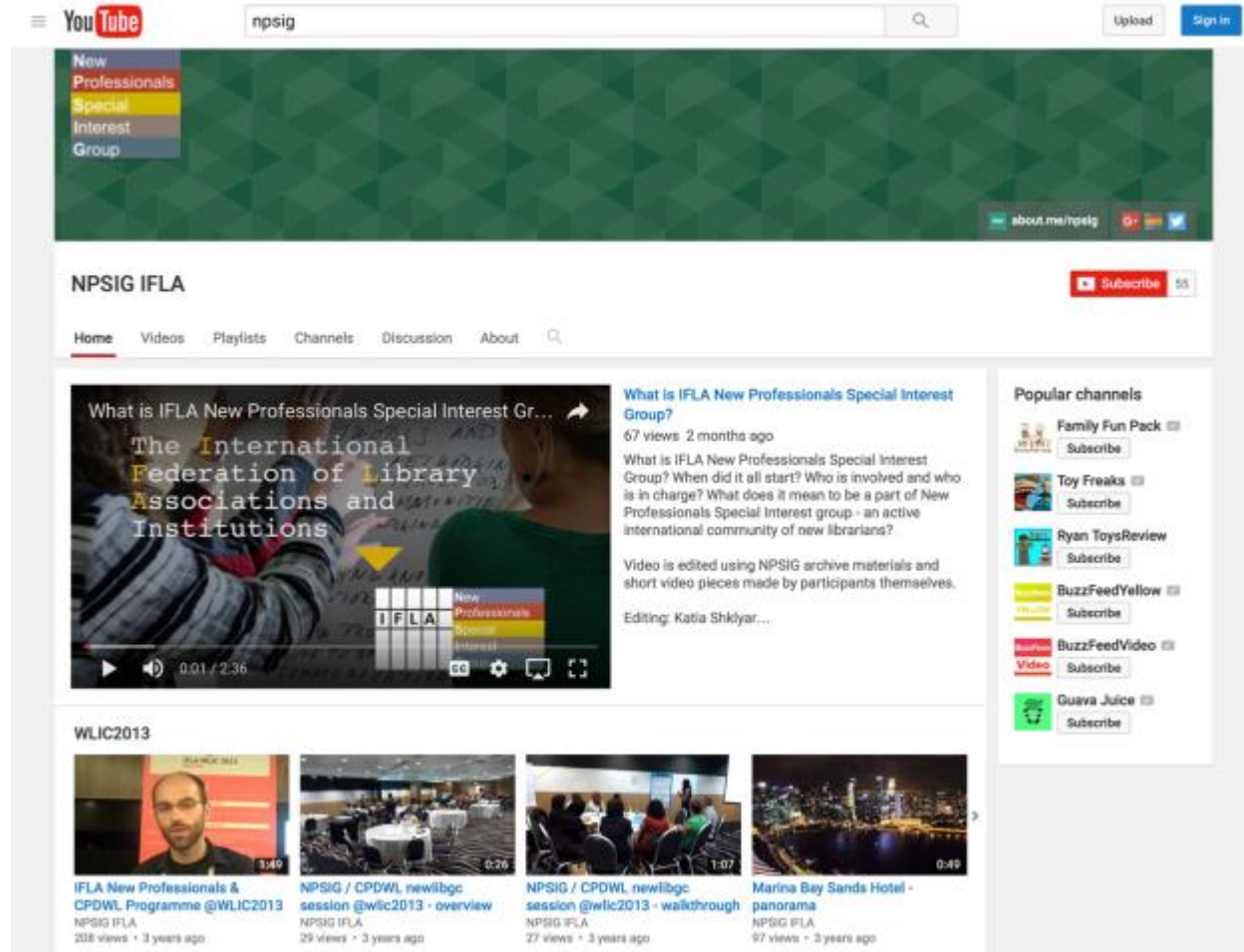


Figura 9. Canal de YouTube del NPSIG

El canal de YouTube fue creado en enero de 2010. El mismo es poco administrada por el NPSIG. Desde que ha asumido el nuevo equipo de liderazgo en agosto de 2015 se han publicado tres videos: 2 reuniones virtuales de negocios (generados automáticamente por utilizar Google Hangout Air) y 1 video promocional del NPSIG. Los videos no están organizados en listas de reproducción, los metadatos de algunos videos son incompletos y se cuenta con muy poca interacción (comentarios, compartidos, me gusta, etc.). Es importante destacar que, de los 10

videos más vistos, el primero y el tercero son las grabaciones de las reuniones virtuales en diciembre 2015 y abril 2016.

Estadísticas relevantes: 55 suscriptores, 568 videos, 14.594 vistas (Cifras al 19 de septiembre de 2016).

### Wiki en pbworks (npsig.pbworks.com)

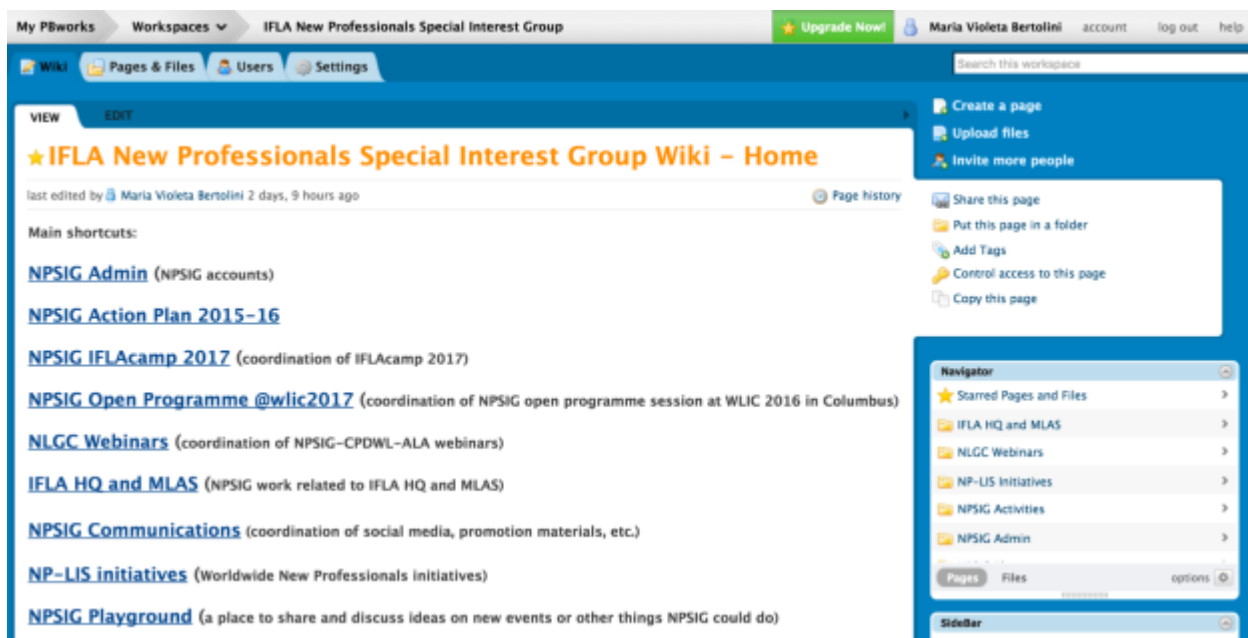


Figura 10. Wiki del NPSIG

El objetivo de la Wiki es la administración de la documentación del NPSIG en forma transparente y facilitar el traspaso de responsabilidades a un nuevo equipo de liderazgo. La Wiki es un espacio para mantener organizada y fácilmente accesible la información administrativa, minutas, reportes, procedimientos y documentos útiles del NPSIG. La misma se organiza en base a los distintos proyectos en curso del NPSIG y documentos básicos, como el Plan de Acción.

Los miembros de la Wiki son activistas, voluntarios y miembros del equipo de liderazgo pasados y actuales. También se ha incorporado a la Presidenta de la Sección sponsor del NPSIG, a miembros de la Sede de IFLA y a autoridades de IFLA, con el fin de demostrar transparencia en las actividades del NPSIG.

La actividad en la Wiki es bastante reducida. Generalmente los miembros del equipo de liderazgo archivan documentos sin ningún otro intercambio. Algunas de las secciones requieren actualización y agregar nuevos contenidos.

Estadísticas relevantes: 85 usuarios (Cifras al 1 de septiembre de 2016).

### **Correo institucional en Gmail (npsig.ifla@gmail.com) y herramientas de Google**

La casilla de correo es el medio oficial de contacto entrante y saliente del NPSIG, además de las redes sociales. La misma es utilizada por los cuatro miembros del equipo de liderazgo y ha sido recientemente organizada para facilitar un trabajo más eficiente.

Las comunicaciones desde esta casilla son descentralizadas y los miembros del equipo responden a consultas cuando tienen el tiempo disponible para hacerlo. Los correos pendientes quedan en la bandeja de entrada y ser marcan como pendientes con las herramientas de Google.

En ocasiones las consultas se demoran demasiado tiempo en ser contestadas y no tiene un seguimiento apropiado.

La casilla no tiene una firma establecida y el estilo varía de acuerdo a quién responde los correos. Sin embargo, el equipo cuenta con un correo estándar para responder a la consulta más frecuente de: ¿cómo puedo involucrarme con el NPSIG? Lamentablemente cuando estos correos se envían, muy pocas veces hay respuesta o más intercambios.

Otras herramientas que se utilizan en el marco de la casilla de Gmail es el Google Drive, Google Forms, Google Calendar, Google Hangout y Google +.

Google Drive: utilizado en forma intensiva por el equipo para trabajar colaborativamente en documentos, informes y propuestas. Siempre que se recibe una plantilla de reporte, la misma se sube a Google Drive para facilitar la contribución grupal al documento, y luego cuando está finalizada se descarga la versión final para enviar por el medio que corresponda.

Google Forms: utilizada por el NPSIG para crear encuestas en línea y analizar los resultados de las mismas. Al momento se ha utilizado para tres encuestas en línea a voluntarios, nuevos profesionales y estudiantes, y activistas. Si bien es fácil crear encuestas con este sistema, el módulo de análisis de resultados y el archivo Excel creado con los mismos tiene sus limitaciones.

Google Hangout: es el principal medio utilizado para reuniones virtuales tanto entre los miembros del equipo de liderazgo como en forma abierta con el resto de las personas interesadas en el NPSIG (Google Hangout Air). Este sistema resuelve el problema de obtener un acceso a un sistema de conferencias pago, y ofrece casi las mismas funcionalidades. Permite conectarse a una conversación con audio, video y chat. Permite compartir la pantalla con el resto de los participantes, y en el caso de Google Hangout Air permite emitir la reunión públicamente y obtener un video al finalizar la reunión. Esto evita la necesidad de generar minutas detalladas.

Google Calendar: el calendario de Google si bien es muy útil para agendar blog posts y eventos, es muy poco utilizado por el NPSIG.

Google +: la red social en Google + no es uno de los focos del NPSIG. Regularmente se agregan nuevos contactos a solicitud, pero no hay una comunicación regular en este medio. Las reuniones virtuales públicas en Google Hangout Air se diseminan por este medio debido a que ambas funcionalidades están conectadas por ser del mismo proveedor.

### **Cuenta en Slack<sup>3</sup> (<https://npsig.slack.com/>)**

---

<sup>3</sup> Aplicación de mensajería para equipos, que permite crear canales para distintas conversaciones, enviar mensajes privados y compartir documentos de todo tipo (<https://slack.com/>).

El objetivo de la cuenta de Slack del NPSIG es fomentar la conversación y la coordinación entre los voluntarios y el equipo de liderazgo.

La cuenta de Slack se ha comenzado a utilizar en el 2016 y todavía su desarrollo es incipiente. No todos los invitados han creado su cuenta para participar, aunque de a poco los participantes se han animado a presentarse y estar en contacto con el resto del equipo.

Estadísticas relevantes: 24 miembros (Cifras al 1 de septiembre de 2016)

**Proyecto en Basecamp<sup>4</sup> (<https://launchpad.37signals.com/basecamp/3022072/signin>)**

---

<sup>4</sup> Espacio privado en línea para equipos, que permite organizar y discutir todo lo necesario para el manejo de proyectos. Permite manejar tareas, discusiones, fechas límite, responsables y compartir documentos (<https://basecamp.com/>).



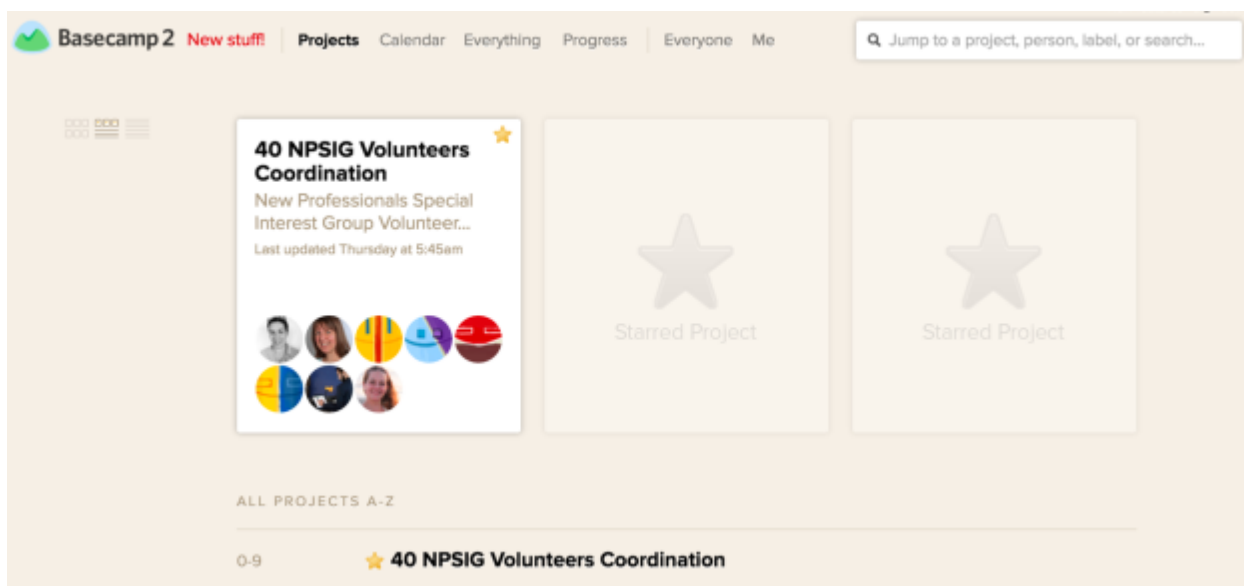


Figura 11. Proyecto en Basecamp del NPSIG

Basecamp es la plataforma de gestión de proyectos utilizada por IFLA. El objetivo del proyecto del NPSIG en Basecamp es la organización y coordinación de actividades entre el equipo de liderazgo y voluntarios.

El proyecto se encuentra actualmente en etapa de diseño, por lo que se ha incorporado muy poco contenido y aún no se ha invitado a los voluntarios. Solo los miembros del equipo de liderazgo, co-fundadora, Presidenta de la Sección sponsor del NPSIG y la sede de IFLA tienen acceso. Se planea invitar a los voluntarios cuando se haya desarrollado el contenido inicial necesario para comenzar a trabajar.

Estadísticas relevantes: 7 miembros (Cifras al 1 de septiembre de 2016)

Lista de discusión NpsigTeam (<http://infoserv.inist.fr/wwwsympa.fcgi/info/NpsigTeam>)

IFLA

International Federation of Library Associations  
and Institutions

Login Pref Your subscriptions Home Help

**npsigteam@infoserv.inist.fr**  
Mailing list of the NPSIG leadership team and volunteers

**List info**

Subscribers: 32

**Owners**  
IFLA administrator  
NPSIG  
Maria Violeta Bertolini

**Moderators**  
NPSIG  
Maria Violeta Bertolini

Subscribe

Unsubscribe

Archive

Post

english

**NpsigTeam**

*The New Professionals Special Interest Group (NPSIG) Team mailing list is used to discuss, propose and coordinate projects, for communications and tasks of the NPSIG team including leadership team and volunteers.*

Messages intended for distribution to the list should be sent to:  
[npsigteam@infoserv.inist.fr](mailto:npsigteam@infoserv.inist.fr)

NOTE: NpsigTeam List is a closed mailing list and accept members by invitation only.

Powered by SYMPA

Figura 12. Lista de discusión cerrada del NPSIG

Es una lista de discusión creada en el 2016 con el fin de discutir, proponer y coordinar proyectos, para ser utilizada en comunicaciones y tareas del equipo del NPSIG, incluyendo miembros del equipo de liderazgo y voluntarios.

La lista es cerrada y los colaboradores pueden sumarse solo con invitación. Los moderadores de la lista son la Convenor y la cuenta de correos institucional del NPSIG. Si bien se ha incorporado a los voluntarios registrados a la lista, aún no se ha enviado un correo de bienvenida para explicar el objetivo e invitarlos a participar.

Estadísticas relevantes: 32 suscriptores (Cifras al 10 de septiembre de 2016)

### **5.3.2. Comunicaciones internas**

El NPSIG es una organización social con un equipo muy pequeño y sus miembros trabajan en forma virtual, sin un espacio físico común. Por ello, no tiene la capacidad necesaria ni la forma de implementar herramientas tradicionalmente asociadas a la comunicación interna, como revistas, boletines, carteleras, intranets, buzón de sugerencias, etc.

De acuerdo a lo relevado en las entrevistas, el equipo de liderazgo se comunica principalmente a través de correos electrónicos, un grupo cerrado de WhatsApp y reuniones virtuales usando Google Hangout. La distancia geográfica y la poca frecuencia de reuniones virtuales genera en los miembros del equipo la sensación de que no es posible avanzar rápidamente en decisiones y la entrega de productos.

Las reuniones virtuales internas del NPSIG son bastante efectivas, y según lo analizado en la agendas y minutas, siempre se intenta contar con espacios para actualizaciones, lluvia de

ideas, asignación de tareas, responsables y fechas límite. Una vez hechos los acuerdos, con las notas tomadas por el equipo se crean minutas y se incluyen en la Wiki del NPSIG. El resto de la conversación sigue a través de WhatsApp y correo electrónico.

La falta de tiempo disponible de los miembros del equipo de liderazgo, la imposibilidad de reunirse en persona y las diferencias de zonas horarias, son vistos como desafíos para las comunicaciones internas del NPSIG.

### **5.3.3. Comunicaciones con los voluntarios**

La comunicación con los voluntarios se caracteriza por ser poco fluida, fragmentada y sin planificación. Los nuevos y actuales voluntarios esperan del equipo de liderazgo una orientación en cuanto a cómo pueden colaborar con el NPSIG. La falta de tiempo disponible para planificar y definir los recursos necesarios para cada proyecto, hacen que el equipo de liderazgo no haya encontrado aún la manera de incorporar a los voluntarios en la planificación y en el trabajo diario del NPSIG.

Como un medio para organizar los aportes de voluntarios se establecieron las siguientes herramientas/acciones:

- Encuesta de reclutamiento de voluntarios: disponible en la Sección “Involúcrate” del Blog del NPSIG. Este formulario invita a los voluntarios a suscribirse

incluyendo sus intereses y habilidades para asegurar que la colaboración sea beneficiosa para ambas partes. Cuando un nuevo profesional se comunica por correo, Facebook u otros medios informales con interés en participar, el equipo de liderazgo lo remite al formulario para poder organizar sus aportes. Aún no se ha realizado una acción concreta con todos los voluntarios registrados.



## Get Involved with IFLA New Professionals Special Interest Group

\* Required

**Name \***

Full name, nick name, shortening, as you wish

**E-mail \***

**Country of origin**

This is not mandatory question - it can be tricky for some people

**Country and place of residence \***

It is easier to say where do you live at the moment

*Figura 13. Encuesta para reclutar nuevos voluntarios*

- Incorporación a las plataformas del NPSIG: Los voluntarios que llenan el formulario en línea, son incorporados regularmente a la Wiki, a Slack y a la lista de distribución para el equipo del NPSIG (equipo de liderazgo y voluntarios). Asimismo, serán incorporados al proyecto del NPSIG en Basecamp cuando éste esté diseñado. Slack ya ha comenzado a ser utilizado por los voluntarios y el equipo de liderazgo, pero aún no se ha alcanzado un nivel fluido de interacción.
- Contacto y correo de bienvenida: Regularmente el equipo de liderazgo contacta a los nuevos voluntarios ofreciéndoles distintas maneras de participar del NPSIG e incentivándolos a escribir blog posts, diseminar las actividades del NPSIG en redes sociales, participar de los eventos virtuales y presenciales, y especialmente de las reuniones de negocios para poder contribuir con la toma de decisiones.

*Dear ...,*

*Welcome to New Professionals Special Interest Group network!*

*There are different kind of activities, where NPSIG members are involved: from organizing the venues for IFLA camp and checking the bicycles' shape for Cycling for Libraries local tours to producing content for NPSIG blog and updated social media channels.*

*If you have any idea regarding what needs to be done or improved, please don't hesitate to come up with it by e-mail or any other media channel!*

*To start, we would like to ask you to please fill out our **volunteers online form**.*

*Also, please feel free to check and get involved with the following:*

- *Follow the @npsig in Twitter and share NPSIG news with your followers!*
- *Make friends with NPSIG in Facebook*
- *Subscribe to the NPSIG mailing list del NPSIG in IFLA, share any news interesting for new professionals or new professionals supporters*
- *Follow NPSIG Blog and contribute with guest blog posts!*
- *Propose news to be posted in the NPSIG website*
- *Be part of NPSIG Virtual Business Meetings*
- *Connect to the “New Librarians Global Connection” Webinar series jointly organized by the IFLA Continuing Professional Development and Workplace Learning and IFLA New Professionals Special Interest Group in partnership with the American Library Association.*
- *If you know of any new initiative from library or librarians associations by/for new professionals, please make sure we add them to the NPSIG Directory “New Librarians Worldwide”*

*I have just added you to the NPSIG Wiki and space in Slack, where we can discuss new ideas and coordinate the collaboration.*

*Best regards,*

*Maria Violeta Bertolini  
NPSIG Convenor*

*Figura 14. Correo estándar de respuesta a contacto de nuevos voluntarios*

- **Proyectos específicos con videos e imágenes:** Dos proyectos iniciales se han propuesto a dos voluntarios para comenzar a trabajar con las plataformas del NPSIG. La propuesta que se hizo a los voluntarios fue ofrecerles tomar control de las cuentas de YouTube y de Flickr para organizar el contenido multimedia del NPSIG y que pueda ser usado como medio de difusión/portfolio de las distintas actividades.

El NPSIG sigue en busca de una mejor estrategia para asegurar la participación activa y sostenible de los voluntarios en las actividades del NPSIG.

#### **5.3.4. Comunicación con las empresas**

La comunicación con empresas es importante para el NPSIG, debido a la falta de recursos propios y la necesidad de apoyo para la realización de eventos presenciales (como el IFLAcamp). El NPSIG ha contado, en los últimos años, con el apoyo de distintas empresas proveedoras de servicios bibliotecarios y de información, como Springer, ProQuest, OCLC, etc.

Actualmente la comunicación del NPSIG con empresas se da solamente al momento de la planificación de próximos eventos, para solicitar su colaboración. En ese momento es necesario presentar al equipo del NPSIG, su trabajo y la propuesta. Sin embargo, el NPSIG no cuenta con materiales promocionales para entregar a las empresas, lo cual dificultan este acercamiento. Tampoco se cuenta con una estrategia de acercamiento más allá de la solicitud de fondos, evaluando otras posibilidades de colaboración y beneficio mutuo.



## **5.4.Públicos**

### **5.4.1. Clasificación de los públicos**

En el caso del NPSIG, hemos decidido aplicar la clasificación propuesta por Paul Capriotti (2013) por su pertinencia para el tipo de públicos y dinámicas que maneja. Dicho tipo de clasificación se aplica de la siguiente manera:

- públicos del entorno interno (equipo de liderazgo, cofundadora, previos equipos de liderazgo, voluntarios, activistas).
- públicos del entorno de trabajo (organismos de influencia y fuentes de recursos, beneficiarios)
- públicos del entorno general (Otras agrupaciones y organizaciones que en sus actividades apoyan el desarrollo de nuevos profesionales, comunidad bibliotecaria, escuelas de bibliotecología, comunidad no bibliotecaria)

A continuación, se detalla la composición de cada uno de ellos:

Entorno interno:

- Equipo de liderazgo del NPSIG 2015-2017: Convenor, María Violeta Bertolini (Argentina), Co-Convenor, Milan Vasiljevic (Serbia), Coordinador de Información, Antoine Torrens (Francia) y Co-Coordinadora de Información, Katia Shklyar (Rusia).

- Co-Fundadora: Loida Garcia-Febo, miembro de la Junta de Gobierno de IFLA, quien participa activamente asesorando al NPSIG. Coordinadora de la serie de Webinars “New Librarians, Global Connection”.
- Previos equipos de liderazgo: Bridgette Hendrix, Convenor (2014-2015), Kimberly White, Coordinadora de Información (2014-2015), Molly Schwartz, Convenor (2013-2014), Sebastian Wilke, Convenor (2009-2014), Dierk Eichel, Coordinador de Información (2010-2013), Joanna Ball, Co-Convenor (2008-2009), Andrew Cranfield, Co-Fundador (2004), Stuart Hamilton, Co-Fundador (2004), Loida Garcia-Febo, Co-Fundadora (2004).
- Voluntarios: 28 voluntarios registrados mediante una encuesta en línea.
- Activistas: 85 activistas que actúan como red de contactos del NPSIG en todo el mundo desde su creación en 2004 (formado por nuevos profesionales y profesionales experimentados interesados en apoyar el desarrollo de nuevos profesionales) (miembros de la Wiki del NPSIG)

Entorno de trabajo:

Organismos de influencia y fuentes de recursos

- Sección de Gestión de Asociaciones de Bibliotecas (MLAS) de IFLA (<http://www.ifla.org/mlas>): Sponsor del Grupo de Interés Especial, es quien determina su continuidad y a quien el NPSIG reporta su trabajo anualmente.
- División IV “Apoyo a la profesión” de IFLA (<http://www.ifla.org/support-of-the-profession>): Perry Moore, Presidente de la División IV, de la cual depende la MLAS y el NPSIG.
- Presidencia de IFLA: Presidenta Donna Scheeder (2015-2017) (<http://www.ifla.org/president>) y Presidenta-Electa Glòria Pérez-Salmerón (2017-2019) (<http://www.ifla.org/president-elect>).
- Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) (Sede) (<http://www.ifla.org/hq>): Oficiales de IFLA que son contraparte del NPSIG para asuntos administrativos y de comunicación oficial. Principalmente: Gerald Leitner (Secretario General), Josche Ouwerkerk (Gerente de conferencias y negocios), Louis Takács (Oficial de comunicaciones y editor de contenidos web), Joanne Yeomans (Oficial de apoyo profesional), Sophie Felföldi (Administradora de las listas de discusión).
- Sección de Desarrollo Profesional Continuo y Formación en el Lugar de Trabajo (CPDWL) de IFLA (<http://www.ifla.org/cpdwl>): Co-organizador de la serie de Webinars “New Librarians, Global Connection”.

- Asociación de Bibliotecas Estadounidenses (ALA) (<http://www.ala.org>): Socio del NPSIG y CPDWL en la serie de Webinars “New Librarians, Global Connection”. Provee la cuenta de Adobe Connect para transmitir los Webinars, apoyo técnico durante el Webinar, y el enlace a la grabación para su posterior difusión.
- Sección de Educación y Formación (SET) de IFLA (<http://www.ifla.org/set>): Responsable del Programa “Adopta a un Estudiante 2.0” de IFLA (<http://www.ifla.org/set/adopt-a-student>).
- Empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios: pasados y potenciales sponsors de actividades del NPSIG: OCLC, Springer, ProQuest, ExLibris, etc.
- Otras divisiones y secciones de IFLA: colegas de las otras divisiones y secciones de IFLA con los cuales el NPSIG interactúa y son potenciales socios en futuras sesiones abiertas y reuniones satélites del NPSIG en el WLIC, proveedores de becas para nuevos profesionales, posibles vías de entrada de nuevos profesionales al voluntariado en IFLA, etc.

Clientes

- Beneficiarios: **nuevos profesionales<sup>5</sup> de las carreras de Bibliotecología y Ciencias de la Información de todo el mundo.**

Entorno general:

- Otras agrupaciones y organizaciones que en sus actividades apoyan el desarrollo de nuevos profesionales: "Nuevos bibliotecarios en todo el mundo" (el Blog del NPSIG mantiene un listado de iniciativas y organizaciones por y para nuevos profesionales de todo el mundo) (<https://npsig.wordpress.com/new-professionals-worldwide/>), International Librarians Network (<http://interlibnet.org>), y Cycling for Libraries (<http://www.cyclingforlibraries.org>), entre otras.
- Comunidad bibliotecaria: organizaciones profesionales, investigadores y proveedores de productos y servicios de bibliotecas e información.
- Escuelas de bibliotecología: escuelas técnicas, terciarias y universidades que dictan carreras de grado y posgrado en Bibliotecología, Ciencias de la Información, Documentación, y disciplinas relacionadas.

---

<sup>5</sup> La definición de un/a nuevo/a profesional de acuerdo al NPSIG no es restrictiva. Podría ser una persona que es nueva en la profesión, un/a joven profesional, o una persona que es en general más joven/nueva que otros miembros en su círculo profesional de bibliotecología y ciencias de la información.

- Comunidad no bibliotecaria: personas u organizaciones interesadas en los temas tratados por el NPSIG.

## **5.4.2. Estructura de los públicos**

### **5.4.2.1. Públicos prioritarios**

Los públicos prioritarios “son considerados como prioritarios, porque con su acción pueden afectar decisivamente el funcionamiento o el logro de los objetivos de la organización” (Capriotti, 2013, p. 173).

Al momento en que fue realizado este diagnóstico, de acuerdo al análisis de la realidad y las entrevistas con el equipo de liderazgo, los públicos prioritarios que se han identificado y que pueden afectar decisivamente el funcionamiento del NPSIG y el logro de sus objetivos son:

- Entorno interno: Equipo de liderazgo 2015-2017, Co-Fundadora, Voluntarios, Activistas.
- Entorno de trabajo: Beneficiarios, Presidencia de IFLA, MLAS, División IV “Apoyo a la profesión” de IFLA, Sede de IFLA, Empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios, Otras divisiones y secciones de IFLA, Socios de la serie de Webinars (CPDWL y ALA).

#### **5.4.2.2. Públicos secundarios**

Por otro lado, los públicos secundarios son aquellos que tienen una importancia relativa menor para el funcionamiento del NPSIG, aunque influyen de una manera u otra y por ello deben considerarse. Estos son:

- Entorno general: Otras agrupaciones y organizaciones que en sus actividades apoyan el desarrollo de nuevo profesionales, Comunidad bibliotecaria, Escuelas de bibliotecología, Comunidad no bibliotecaria.

#### **5.5. Posicionamiento frente a la competencia**

El NPSIG es único en su tipo, debido a que hay solo una Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecas y Bibliotecarios en el mundo, y este es el único grupo dedicado a nuevos profesionales dentro de la misma.

Sin embargo, hay otras organizaciones profesionales influyentes, con alcance global que tienen grupos de nuevos profesionales, y también existen grupos independientes. Estos son algunos de ellos:

- LLAMA New Professionals Sección, dependiente de Library Leadership & Management Association, una División de la American Library Association (<http://www.ala.org/llama/llama-new-professionals-section>).

- YEP! Young European Professionals, dependiente de LIBER, the Association of European Research Libraries (<https://www.linkedin.com/groups/2448342/profile>).
- LIS New Professionals Network, red independiente de nuevos profesionales del sector de bibliotecología y ciencia de la información. Relanzada en agosto de 2016 (<https://lisnbn.wordpress.com>).

La estrategia del NPSIG con respecto a su competencia es tener una actitud colaborativa con otras organizaciones, diseminando su información en la red del NPSIG y fomentando también la diseminación de la información del NPSIG en sus redes.

Debido a que el objetivo del NPSIG está íntimamente relacionado con la participación de nuevos profesionales en IFLA, no existen actualmente otros grupos que respondan a la misma necesidad. El desafío, tanto de IFLA como del Grupo de Nuevos Profesionales, es que los nuevos profesionales elijan involucrarse con IFLA y no (solo) con otras asociaciones o grupos.



## 5.6. Imagen institucional

Con el fin de analizar la imagen institucional que tienen los públicos del NPSIG, se analizan fuentes primarias y secundarias, incluyendo resultados de las entrevistas y encuestas del NPSIG que relevan distintos públicos.

### Imagen que el equipo de liderazgo tiene del NPSIG:

Las entrevistas al equipo de liderazgo y Co-Fundadora (ver “Metodología” para más detalles sobre las entrevistas) incluyen un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del NPSIG. Algunas de las problemáticas y oportunidades propuestas que puedan ser abordadas desde las comunicaciones, serán tratadas en el Plan de comunicación.

*Tabla 1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del NPSIG*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacidad del equipo para usar nuevas tecnologías y redes con un espíritu colaborativo.</li> <li>● Herramientas de comunicación y diseminación establecidas y en constante actualización</li> <li>● Una amplia red de seguidores en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fuerte entusiasmo de nuevos bibliotecarios.</li> <li>● Evolución muy rápida de los bibliotecarios en el mundo digital.</li> <li>● La evidente necesidad de una conexión entre los bibliotecarios y otras profesiones.</li> </ul>

<p>Facebook, Twitter, Wordpress, YouTube y listas de discusión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Habilidad del equipo para manejar redes sociales, manteniendo a nuevos bibliotecarios y tomadores de decisión de todo el mundo informados sobre últimas tendencias en la profesión y en IFLA.</li> <li>● Posibilidad que ofrece de publicar en su blog a personas que nunca han publicado antes.</li> <li>● La estructura flexible del grupo hace que sea posible actuar rápidamente, especialmente en combinación con un grupo de liderazgo dedicado y algunos voluntarios motivados.</li> <li>● La organización de eventos presenciales en forma anual, que fortalecen y facilitan la conexión virtual durante el resto del año.</li> <li>● Un equipo formado por personas dedicadas e interesadas en el desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo de la Presidencia de IFLA y de la MLAS para seguir trabajando para los nuevos profesionales.</li> <li>● Conocimientos avanzados de tecnología, innovación e identificación de nuevas tendencias para contribuir a mantener a IFLA relevante y un paso adelante.</li> <li>● Una red de contactos global y activa que crece constantemente.</li> <li>● Próximos equipos de liderazgo provenientes de regiones poco representadas en IFLA, mejorando la llegada del NPSIG a estas regiones.</li> <li>● Más colaboración con otras unidades de IFLA, incluyendo MLAS, y la/el Presidenta/e y Presidenta/e-Electa/o.</li> <li>● Alcanzar a otras personas a través de videos.</li> <li>● Nuevos beneficiarios, activistas y voluntarios potenciales se gradúan de las escuelas de la bibliotecología y</li> </ul>
---	---

<p>del NPSIG y de los nuevos profesionales.</p>	<p>ciencias de la información año a año.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Una razón de ser que se mantiene vigente y estar al día sobre nuevas tendencias en el mundo bibliotecario.</li> <li>● Establecer buenas relaciones con socios claves para obtener su apoyo, tanto en materia de asesoramiento como en recursos económicos para los eventos del NPSIG.</li> <li>● El contexto de una “ola” de cambios en IFLA, con una nueva Presidenta y un nuevo Secretario General, es una oportunidad para asegurar que la voz del NPSIG sea tenida en cuenta.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p>	<p><b>Amenazas</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de tiempo del equipo para ser lo suficientemente activo y reactivo en todas las redes sociales.</li> <li>● Falta de tiempo para establecer mejores conexiones con beneficiarios, voluntarios, activistas y otros públicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dificultad del equipo de liderazgo y voluntarios para encontrar tiempo suficiente para involucrarse. Inactividad, apatía.</li> <li>● Personas que tengan una idea muy precisa de lo que un bibliotecario es y</li> </ul>

<p>relevantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunicación asincrónica entre el equipo de liderazgo por distintas zonas horarias y dedicación parcial debido a que tienen otras responsabilidades.</li> <li>● Falta de un estilo común en blogs, Twitter, Facebook y listas de discusión.</li> <li>● La falta de estructura y responsabilidades entre los voluntarios requiere una gran cantidad de energía desde el equipo de liderazgo para motivarlos a contribuir activamente en la labor del grupo, especialmente en el largo plazo.</li> <li>● El desafío que constituye trabajar más del 90% del tiempo en forma virtual.</li> <li>● La comunicación interna falla por un uso poco eficiente del correo electrónico y por tener una baja frecuencia de reuniones virtuales.</li> </ul>	<p>debería ser, no abiertos al cambio y a la innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● La posibilidad de que IFLA o MLAS decidan disolver el grupo.</li> <li>● Falta de voluntarios interesados en tomar puestos de liderazgo en el NPSIG.</li> <li>● Poca efectividad del NPSIG para integrar en forma sostenible, estable y productiva el trabajo de sus voluntarios.</li> <li>● Falta de efectividad para establecer reales conexiones con voluntarios, activistas y beneficiarios, haciendo peligrar la relevancia del NPSIG.</li> <li>● Hacer lo que otros esperan que se haga en lugar de hacer lo que se considera que es mejor como un beneficio o necesidad para los nuevos bibliotecarios.</li> <li>● Los nuevos líderes y voluntarios pueden asustarse por la burocracia y</li> </ul>
---	---

	los informes requeridos por IFLA, y esto puede disuadirlos de participar.
--	---

Asimismo, el equipo de liderazgo expresó sus percepciones sobre distintos aspectos relacionados con la imagen institucional del NPSIG.

**El equipo de liderazgo del NPSIG cree que los nuevos profesionales ven al NPSIG de la siguiente manera:**

- La mayoría de los nuevos profesionales no están siquiera al tanto de que el NPSIG existe.
- Como un grupo interesante, pero sin una estructura y sin un lugar claro en el mundo de las bibliotecas.
- Lo conocen, pero no saben cómo acercarse o cómo podrían contribuir.
- Los que participan lo ven como un espacio más flexible dentro de IFLA para aprender, conocer a otros colegas y obtener experiencia de voluntariado internacional.
- Como un grupo que comparte información actualizada sobre IFLA, el liderazgo y la profesión.
- Como un grupo que ofrece nuevas oportunidades para los bibliotecarios que publican en su blog y participan en sus eventos presenciales y en línea.
- Como una comunidad amable y acogedora de compañeros con ideas afines dentro de IFLA, especialmente visible en las reuniones del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información, con quienes pueden relacionarse.

- Un equipo que disemina bastante información en comparación a otras secciones de IFLA, y que organiza eventos interesantes e innovadores.

**El equipo de liderazgo cree que MLAS y la Sede de IFLA ven al NPSIG de la siguiente manera:**

- Como un grupo de jóvenes (o no tan jóvenes) tratando de explorar cosas nuevas.
- Como un grupo de jóvenes con destreza tecnológica, conocimiento de redes sociales, curiosos y flexibles.
- Empiezan a ver de a poco el interés y el trabajo que lleva adelante el equipo de liderazgo. Ven positivamente el trabajo de este equipo.
- Reconocen que el NPSIG y su red de nuevos profesionales, activistas y voluntarios es un activo muy valioso para IFLA.
- Como la unidad de la IFLA que puede atraer a nuevos bibliotecarios y bibliotecarios más jóvenes para revitalizar la Federación, fomentar la creatividad y ayudar a llevar a cabo programas innovadores.
- Como un Grupo de Interés Especial importante dentro de IFLA que da el impulso necesario y la retroalimentación de la próxima generación de bibliotecarios.
- No lo ven lo suficientemente serio como las Secciones que tienen antigüedad y prestigio.

**El equipo de liderazgo del NPSIG cree que IFLA debe tener un grupo de interés especial dedicado especialmente a nuevos profesionales por las siguientes razones:**

- Es una buena estructura para dar la bienvenida a nuevos participantes del WLIC y para reunir a nuevos bibliotecarios de todo el mundo.
- Es un grupo enfocado en nuevas tendencias y en la innovación en todas las áreas de la bibliotecología y la ciencia de la información.
- Ayuda a que IFLA se mantenga actualizada y relevante.
- Ayuda a incorporar nuevas perspectivas sobre cómo IFLA está organizada, la forma en la que hace su trabajo, y la visión del bibliotecario en general.
- Dado que los nuevos profesionales no pueden fácilmente formar parte de los comités permanentes, el NPSIG es un lugar pensado por ellos y para ellos, con el fin de asegurar su participación y colaboración en línea, y fomentando el multilingüismo.
- Porque los nuevos profesionales enriquecen las conversaciones y discusiones sobre el futuro de la asociación, y revitalizan los comités, programas e iniciativas.
- Necesitamos cultivar nuevos profesionales, ayudarles a crecer y convertirse en líderes para el futuro y el presente de nuestra profesión. Sin nuevos bibliotecarios, la Federación corre el riesgo de perder relevancia, alcance e impacto.
- El NPSIG es el principal motor para atraer nuevos profesionales a la Federación y ayuda a bajar la barrera de entrada a la estructura compleja de IFLA.
- El NPSIG se dedica a mostrar a los nuevos profesionales el camino dentro de la profesión y darles la oportunidad de conectarse con sus colegas fuera de su pequeña comunidad o zona de confort.

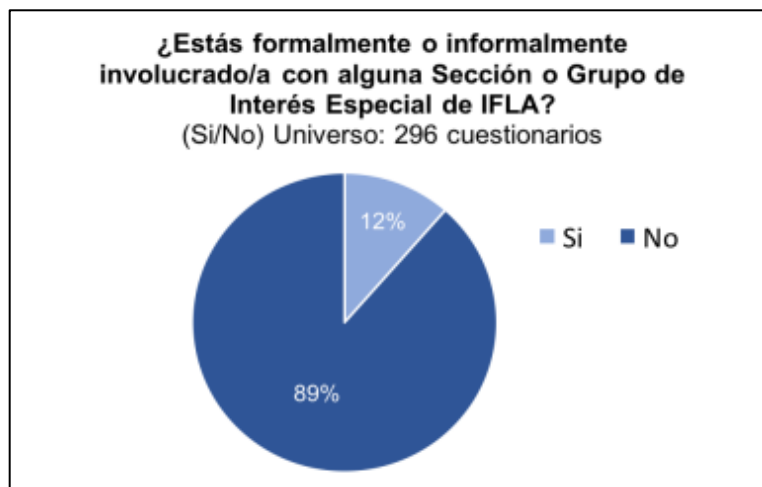
- IFLA es una organización internacional grande y bastante burocrática, en la cual muchas personas se han establecido y terminan siendo las mismas personas que dirigen secciones por mucho tiempo. La importancia del SIG es que es una sección menos formal y más flexible en sus actividades. De esta manera, el NPSIG ofrece algo distinto en el marco de IFLA en donde los nuevos profesionales tienen más posibilidades de involucrarse.



**Respuestas a encuestas de nuevos profesionales y estudiantes, voluntarios y activistas relativos a la imagen institucional del NPSIG y de IFLA:**



*Figura 14.* Interacción de nuevos profesionales y estudiantes con IFLA



*Figura 15.* Grado de involucramiento de nuevos profesionales y estudiantes con IFLA  
*Nota:* La suma de los resultados supera el 100% debido al redondeo.



*Figura 16.* Grado de conocimiento sobre el trabajo de IFLA de nuevos profesionales y estudiantes



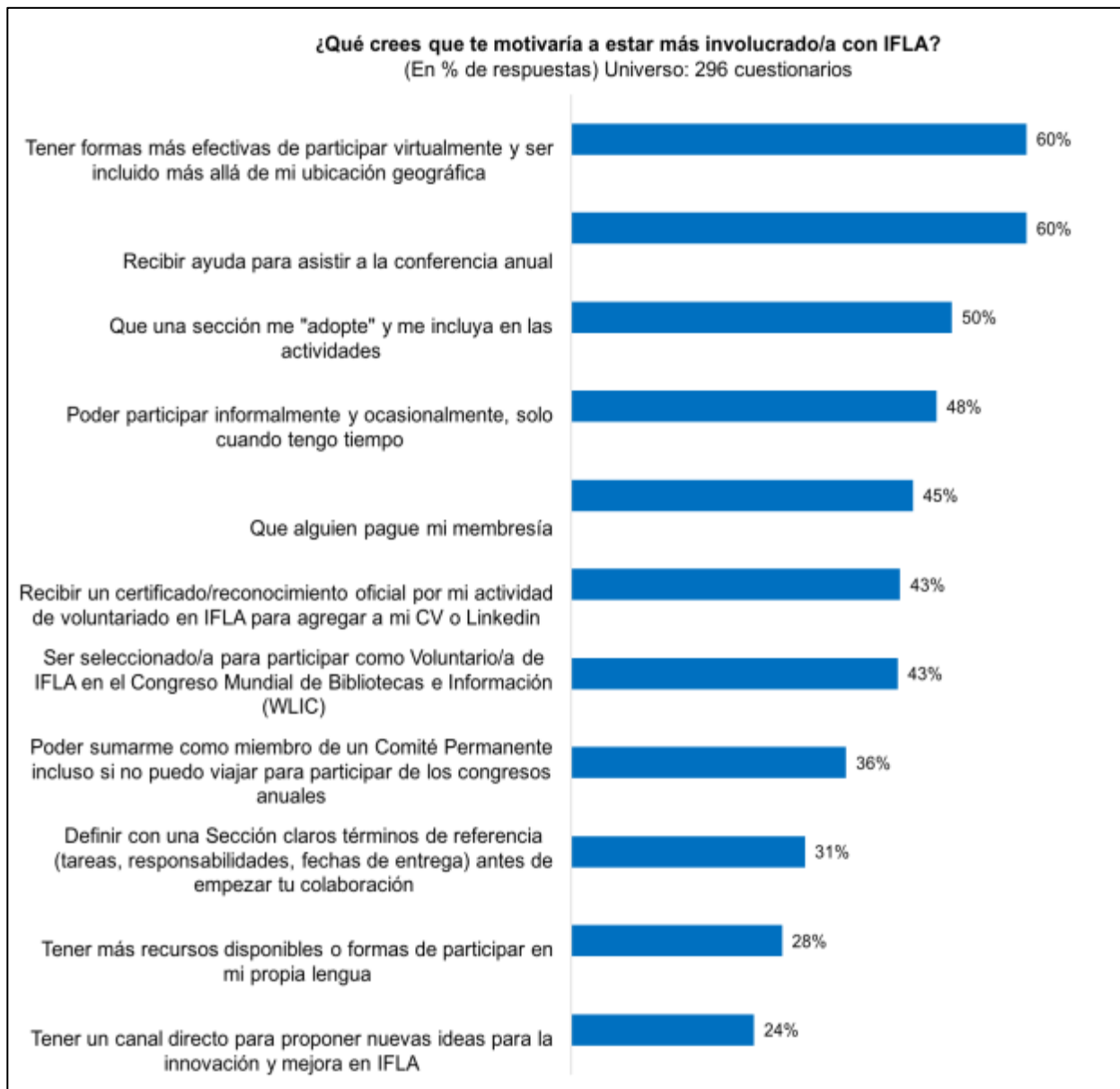








Figura 22. Grado de interés de activistas en ser más activos con el NPSIG



*Figura 23.* Fuentes de motivación de nuevos profesionales y estudiantes para estar más involucrados con IFLA

*Nota:* La suma de las opciones supera el 100% porque se trata de una pregunta de opción múltiple.



## 5.7. Conclusiones del diagnóstico

### Relevamiento de la realidad institucional

- Los miembros del equipo de liderazgo trabajan en forma voluntaria, en fines de semana o en el tiempo libre luego de su trabajo de tiempo completo, lo cual dificulta una dedicación oportuna y completa para comunicarse con sus audiencias en forma eficiente.
- Los miembros del equipo de liderazgo han abordado las comunicaciones desde las herramientas, sin una visión estratégica que oriente las acciones en base a objetivos claros públicos prioritarios y metas mensurables.
- La falta de recursos económicos del NPSIG hace indispensables la creatividad y el ingenio para hacer uso de herramientas y sistemas gratuitos.
- En el Plan de Acción que el NPSIG desarrolla anualmente a pedido de la Sede de IFLA, se recomienda tener como foco no solo crear una red de nuevos profesionales, sino ayudarlos a integrarse al trabajo de IFLA y a las asociaciones profesionales de sus países, así como obtener su retroalimentación para la mejora continua y la innovación en IFLA.
- Puede ser una gran oportunidad estratégica para el NPSIG, asociarse con otras secciones de IFLA para ofrecer programa abiertos y reuniones satélites en conjunto, demostrando la influencia del NPSIG en la oferta de otras unidades profesionales de la Federación.
- El NPSIG puede jugar un rol protagónico en la creación de oportunidades para conectar a nuevos profesionales y las secciones de IFLA, con el fin de lograr un beneficio mutuo para ambas partes.

- Es fundamental para el NPSIG aprovechar su cercanía a los nuevos profesionales y a IFLA, para asegurar que la voz de los nuevos profesionales sea escuchada, así como transmitir sus propuestas, perspectivas e innovaciones para la mejora de IFLA.
- Para mejorar su visibilidad y nivel de influencia, así como influenciar cambios positivos en IFLA, el NPSIG debe colaborar estratégicamente con las autoridades y la sede de IFLA.
- El NPSIG debe continuar trabajando en forma multilingüe siempre que sea posible, para mejorar su alcance en zonas menos representadas.
- La oferta de Webinars en conjunto con socios claves como ALA y CPDWL es estratégicamente importante para el NPSIG. Se recomienda fomentar una colaboración y participación más activa de nuevos profesionales en la serie de Webinars.

#### Identidad

- El NPSIG requiere una nueva misión que ponga foco no solo en la creación de una red global, sino en la integración de nuevos profesionales a IFLA y a las asociaciones de bibliotecarios de sus países, así como su rol en el desarrollo profesional de nuevos bibliotecarios.
- Sería útil para el NPSIG contar con un manual del sistema de identificación visual y materiales gráficos para reutilizar en distintos contextos (diversas versiones del logotipo asegurando el uso correcto del logotipo de IFLA, tipografía, área de resguardo, normas de aplicación sobre fondos, gama cromática, etc.).

#### Comunicaciones electrónicas

- La página web del NPSIG en el sitio web de IFLA requiere una actualización y revisión de los contenidos, incluyendo recursos multimedia como fotos recientes, videos y una sección con pasos para involucrarse con el NPSIG.
- El Blog del NPSIG debería incluir una sección con los objetivos del Blog, una breve guía de estilo y una invitación con un paso a paso para personas interesadas en enviar sus contribuciones como firmas invitadas.
- El Blog del NPSIG requiere una revisión completa de los enlaces y secciones para evitar páginas vacías y contenidos desactualizados.
- Es recomendable que el equipo de liderazgo escriba blog posts originales y fomente la participación de nuevos profesionales y voluntarios.
- Se recomienda al grupo un compromiso de responder preguntas en Facebook, Twitter, Blog y Gmail dentro de las 24 horas en que se reciben.
- La cuenta de Gmail del NPSIG requiere la creación de una firma estandarizada con el logotipo y los puntos de contacto y redes sociales del NPSIG.
- La información multimedia disponible del NPSIG en Facebook, YouTube y Flickr requiere una revisión, organización y actualización.
- La lista de discusión abierta del NPSIG y la Wiki son herramientas de difusión, pero no constituyen canales efectivos para la comunicación e interacción.
- Es importante que el equipo de liderazgo mantenga la Wiki actualizada, tanto en cuanto a las secciones como nuevos documentos y procedimientos incorporados.

- Se recomienda que el NPSIG incluya sus proyectos y actividades pendientes en Basecamp, e invite a los voluntarios para iniciar la distribución de tareas y definición de fechas límite para el trabajo colaborativo.
- El NPSIG podría enfocarse en los medios/herramientas más utilizadas por sus audiencias: Listas de discusión, Facebook, Sitio web de IFLA, Blog y Twitter.
- En base a las encuestas de nuevos profesionales, voluntarios y activistas, se ha identificado a Facebook como una de las herramientas más utilizadas. Sería útil la creación de un grupo cerrado en Facebook para mejorar la interacción entre voluntarios, y con el equipo de liderazgo.

#### Comunicaciones internas

- El equipo de liderazgo requiere un aumento de la frecuencia de reuniones virtuales, y considerar la incorporación de los voluntarios en las mismas.
- El equipo de liderazgo puede investigar formas más eficientes de utilizar el correo electrónico (implementar códigos identificatorios en los asuntos (FYI, FYA, REQ), establecer reglas para reenvíos y copias, etc.), para facilitar el trabajo y agilizar tareas pendientes.

#### Comunicaciones con los voluntarios, beneficiarios y activistas

- Se recomienda que el NPSIG fomente la participación de los voluntarios en sus reuniones virtuales de negocios.

- Es fundamental reclutar voluntarios que puedan tomar el liderazgo a partir de agosto de 2017, al finalizar el término del equipo de liderazgo actual (2015-2017). El NPSIG debe invitar a los voluntarios candidatos a ocupar este lugar a participar en la reunión de negocios en el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información 2017.
- La incorporación de voluntarios y miembros del equipo de liderazgo de zonas geográficas poco representadas en IFLA debería ser de prioridad para el NPSIG para tener un mayor alcance y difusión en estas zonas.
- En base al análisis de resultados de encuestas y entrevistas (Ver “Metodología para más detalles):
  - Hay un gran interés de voluntarios, activistas, nuevos profesionales y estudiantes en involucrarse más con IFLA.
  - Los voluntarios y miembros del equipo de liderazgo del NPSIG tienen conocimiento, en conjunto, de las 7 lenguas oficiales de IFLA, y de un total de 23 lenguas distintas. Las lenguas más habladas son inglés y español.
  - La mayoría de los voluntarios podrían dedicar entre 1 y 5 horas a la semana para el NPSIG. Hay algunos voluntarios interesados en dedicar entre 10-12 horas al mes, lo cual tiene un gran potencial para el aumento de la capacidad del NPSIG.
  - La mayoría de los encuestados preferiría contribuir diseminando las actividades del NPSIG, ayudando con la organización de Webinars y contribuyendo con el Blog del NPSIG (corrigiendo textos, traduciendo, publicando blog posts).
  - Los nuevos profesionales valoran la posibilidad de participar en forma virtual y ocasionalmente cuando tienen tiempo disponible, en forma flexible.

- Los nuevos profesionales estarían más motivados a participar en IFLA si recibieran ayuda para participar de la conferencia, fueran “adoptados” por una sección y/o alguien pagara su membresía.
- Se recomienda al NPSIG continuar promoviendo la discusión en Slack para contribuir con el establecimiento de relaciones entre voluntarios y facilitar la discusión de propuestas y nuevos proyectos.
- El NPSIG podría motivar la participación de los voluntarios incorporando una sección con sus nombres, fotografías y biografías cortas para darles un sentido de pertenencia y reconocerlos por su contribución con el grupo.
- Se recomienda al NPSIG enviar un correo introduciendo la nueva lista de discusión NpsigTeam creada, para fomentar la utilización de la misma por parte del equipo de liderazgo y de los voluntarios.
- La red de activistas es un recurso que se debería aprovechar para diseminar las actividades del NPSIG y obtener aportes de aquellos interesados en contribuir más activamente.

#### Comunicaciones con las empresas

- El NPSIG debe establecer comunicaciones estratégicas con empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios y de la información que les permitan ofrecer eventos presenciales de calidad y oportunidades para nuevos profesionales.

#### Comunicaciones con la competencia

- Se recomienda al NPSIG continuar colaborando con otras organizaciones dedicadas al desarrollo de nuevos profesionales, y fomentar también su colaboración con la diseminación de las actividades del NPSIG.

## 6. Descripción del problema

Como se desprende de sus objetivos, y tal como sucede en muchas organizaciones sociales, la comunicación juega un papel fundamental para el NPSIG. El carácter principalmente “social” de su razón de ser, es el motivo por el cual se debe prestar una atención especial a las dinámicas de comunicación con sus audiencias.

Los efectos negativos de la falta de una estrategia en las actividades de comunicación del NPSIG (acciones a destiempo y descoordinadas en las distintas plataformas sin audiencias u objetivos claros) se demuestran claramente a través de algunos resultados concretos extraídos de las plataformas del NPSIG y reportados por los miembros del equipo de liderazgo. Por ejemplo:

- Baja asistencia a los eventos virtuales y presenciales del NPSIG<sup>6</sup>: la asistencia a la serie de Webinars “New Librarians Global Connection” ha bajado considerablemente desde su inicio en el 2012. Cuando comenzó la serie se recibían entre 300 y 500 vistas por cada Webinar. Los Webinars recientes han recibido 99 vistas y 169 vistas cada uno. Asimismo, las reuniones de negocios demuestran la poca participación de activistas y voluntarios. Durante el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información, las reuniones presenciales de negocios tuvieron solo 8 asistentes en agosto de 2015 y 12 en agosto de

---

<sup>6</sup> Número de asistentes a Webinars proporcionados por la Asociación de Bibliotecas Estadounidense extraídos de su cuenta de Adobe Connect. Número de asistentes a reuniones de negocios extraídos de los reportes y minutas del NPSIG (Wiki).



2016, las reuniones de negocios virtuales tuvieron solo 2 asistentes en diciembre de 2015 y 4 asistentes en abril de 2016. Estas cifras no incluyen al equipo de liderazgo.

- Vistas y visitantes únicos al Blog del NPSIG<sup>7</sup>: tanto las vistas como el número de visitantes únicos han bajado considerablemente en los últimos 2 años. La frecuencia de publicación es realmente deficiente. El equipo de liderazgo no ha logrado conseguir suficientes firmas invitadas y tampoco ha escrito blogs originales en forma regular. Desde agosto de 2015, se han publicado 27 blog posts, la mayoría de ellos anunciando Webinars o reuniones de negocios, se ha publicado muy poco contenido sobre innovación, liderazgo y otros temas de interés para nuevos bibliotecarios.

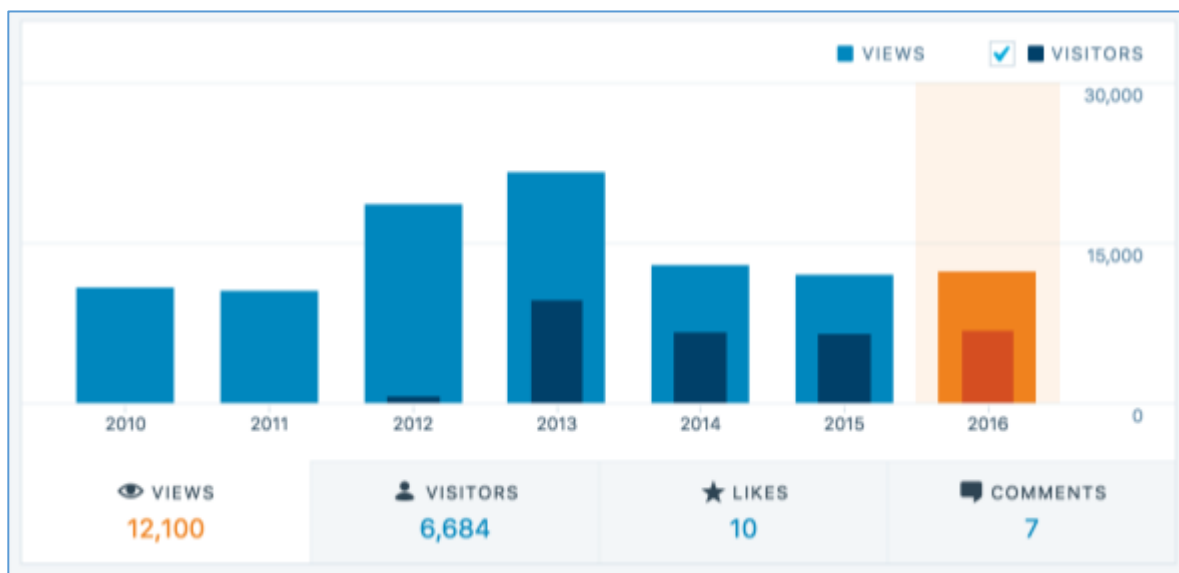


Figura 24. Estadísticas del Blog del NPSIG (al 1 de septiembre de 2016).

<sup>7</sup> Datos extraídos del módulo de estadísticas del Blog del NPSIG (<https://npsig.wordpress.com/>) (1 de septiembre de 2016).

- Caída en la participación de voluntarios y activistas, así como falta de coordinación del trabajo y seguimiento de voluntarios<sup>8</sup>: El NPSIG no ha logrado reclutar voluntarios que participen en forma continua ya que el equipo de liderazgo no mantiene una comunicación fluida con ellos, ni delega ciertas actividades por falta de organización. A finales del 2015, el NPSIG elaboró un listado de voluntarios para identificarlos y comenzar el trabajo colaborativo, pero la falta de comunicación fluida con ellos ha dificultado su participación. Otra estrategia fue lanzar un cuestionario en línea para reclutar nuevos voluntarios el 27 de marzo de 2016. Se necesita contar con una estrategia para la integración de los voluntarios existentes y los nuevos voluntarios, y lograr que su participación sea productiva y beneficiosa para ambas partes.
- Insuficiente capacidad de influencia para obtener financiamiento por parte de sponsors para hacer sus actividades regulares<sup>9</sup>: Una de las actividades más importantes del NPSIG es el IFLAcamp, una desconferencia organizada en el marco del Congreso Mundial de Bibliotecas e Información. La primera edición del IFLAcamp, fue en 2012 en Helsinki. Las siguientes ediciones han sido en Singapur en 2013 y en Lyon en 2014. En el 2015 no se consiguieron los aportes de sponsors para poder organizar el evento. El nuevo equipo de liderazgo demoró 8 meses negociando con sponsors y ha encontrado muchas

---

<sup>8</sup> Información extraída de la Wiki del NPSIG (<http://npsig.pbworks.com/>) y proporcionada por el equipo de liderazgo.

<sup>9</sup> Reporte Anual del NPSIG 2015. Recuperado de: <http://npsig.pbworks.com/> (28 de marzo de 2016).

dificultades para obtener financiamiento para la organización de la cuarta edición del IFLAcamp en Columbus, Ohio, en 2016. Uno de los motivos fue la falta de una estrategia de comunicación orientada a los sponsors.

## **7. Justificación de la propuesta de intervención**

Como un paso hacia la solución de los problemas identificados en el diagnóstico, se propone la elaboración de un plan de comunicación, que permita el NPSIG organizar sus distintas acciones en el marco de una estrategia con objetivos definidos, metas medibles, para orientar sus acciones de comunicación y llegar a sus públicos clave en el cumplimiento de su misión.

Si bien es importante destacar que no todos los problemas de la organización son comunicacionales, y que es necesario abordar otros problemas también para poder cumplir con los objetivos, la organización estratégica de las comunicaciones es uno de los aspectos más críticos para la sostenibilidad de esta organización. La falta de personal dedicado a tiempo completo y el carácter informal/no profesional con el cual se abordan las comunicaciones son factores que tendrán que ser tenidos en cuenta para la creación de un plan a medida, realista y realizable.

## **8. Propuesta de intervención**

En base al diagnóstico, se elabora una propuesta de intervención que profundiza el rol del NPSIG como la voz de los nuevos bibliotecarios en IFLA. En este sentido, su foco estará en la creación de una red de nuevos bibliotecarios a nivel global con el objetivo de fortalecer su desarrollo profesional, y en ser una vía de entrada y un espacio de intercambio flexible, abierto y diverso para promover la innovación y la participación de nuevos profesionales en IFLA y en sus asociaciones nacionales.

### **8.1. Plan de comunicación del NPSIG**

El plan de comunicación propuesto a continuación, se basa en las conclusiones y los problemas identificados en el diagnóstico, y en la necesidad del NPSIG de un plan de comunicación estratégico para lograr el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Los objetivos institucionales del NPSIG son:

- Empoderar a los nuevos profesionales a participar en sus asociaciones nacionales y en IFLA para convertirse en nuevos líderes locales e internacionales.
- Conectar nuevos profesionales y personas interesadas en el desarrollo de nuevos profesionales para compartir experiencias, oportunidades y hacer nuevos amigos y colegas de todo el mundo, principalmente a través de redes sociales y eventos en línea.

- Ofrecer oportunidades gratuitas de formación e intercambio de conocimiento de primera calidad a través de seminarios en línea, programas abiertos y reuniones satélites.

La estructura del plan sigue los lineamientos propuestos por Iglesias y Vázquez (2013, p. 183-194) para una propuesta de intervención, y parte de los objetivos del NPSIG, entendiendo que su rol va más allá de la creación de una red, buscando tener un impacto en el desarrollo de los nuevos bibliotecarios y en IFLA.

En base a los públicos prioritarios identificados en el diagnóstico, se definen objetivos de comunicación con cada uno de ellos y se proponen actividades, para cumplir con dichos objetivos. A su vez, se detallan herramientas/medios a utilizar, responsables, frecuencia (excepto en casos donde la actividad es regular, sin una frecuencia determinada) y metas anuales (solo en casos donde hay metas posibles de predecir y medir).

Una ventaja adicional de este plan es que se adapta a la realidad institucional del NPSIG porque propone actividades que pueden ser llevadas adelante en forma total o parcial por el equipo de liderazgo a cargo, y que pueden repetirse anualmente por los distintos equipos de liderazgo si son exitosas, mientras las condiciones evaluadas en el diagnóstico se mantengan vigentes.

Los problemas identificados como conclusiones del diagnóstico deben ser abordados como tareas específicas y en el marco de las diversas actividades propuestas como parte del plan,

pero la propuesta no está definida y limitada solo en relación a éstos, sino que se proponen actividades innovadoras para el apoyo de las comunicaciones a los objetivos de NPSIG.

Es importante destacar que este plan no incluye aquellas recomendaciones del diagnóstico que pueden ser realizadas en forma independiente, a modo de lista de quehaceres (por ejemplo, aumentar la frecuencia de reuniones del equipo de liderazgo, actualizar el sitio web, agregar textos específicos en secciones del blog, enviar un correo introduciendo la lista NpsigTeam, etc.). Sin embargo, se recomienda seguir estas recomendaciones lo antes posible para poder dedicarse luego a abordar las oportunidades de mejora de mayor profundidad.

El plan ofrecido a continuación, permitirá abordar las recomendaciones más estratégicas, que requieren una personalización en base a los públicos. A continuación, se introduce el plan con un mapeo entre las recomendaciones del diagnóstico, los públicos prioritarios y los objetivos de comunicación propuestos:

Tabla 2. Mapeo de recomendaciones y objetivos propuestos en el plan de comunicación

<b>Recomendaciones del diagnóstico</b>	<b>Públicos</b>	<b>Objetivos de comunicación propuestos en el plan</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir proyectos y distribuir tareas para el trabajo colaborativo.</li> <li>Fomentar la participación de los voluntarios en sus reuniones virtuales de negocios.</li> <li>Reclutar voluntarios que puedan tomar el liderazgo a partir de agosto de 2017.</li> <li>Promover el trabajo colaborativo e interacción con voluntarios.</li> </ul>	<b>VOLUNTARIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reclutar nuevos voluntarios</li> <li>Coordinar las actividades de los voluntarios</li> <li>Conectar a los nuevos voluntarios y fomentar el trabajo en equipo</li> <li>Fomentar la asistencia de voluntarios en los eventos del NPSIG</li> <li>Obtener el apoyo de los voluntarios para la organización y diseminación de los eventos del NPSIG</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovechar la red de activistas para diseminar las actividades del NPSIG y obtener sus aportes.</li> </ul>	<b>ACTIVISTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conectar a los voluntarios con los activistas</li> <li>Solicitar aportes de los activistas</li> <li>Reactivar la colaboración con los activistas interesados.</li> <li>Invitar a los activistas a participar de los eventos del NPSIG</li> <li>Solicitar apoyo de los activistas para diseminar información de los eventos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar la participación de nuevos profesionales en los eventos del NPSIG.</li> <li>Escribir blog posts originales y fomentar la participación de nuevos profesionales en el Blog del NPSIG.</li> <li>Fomentar la participación activa de nuevos profesionales en el NPSIG y en IFLA</li> </ul>	<b>BENEFICIARIOS (NUEVOS PROFESIONALES)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer contenidos originales en el blog e invitar a los nuevos profesionales a publicar en el Blog</li> <li>Ofrecer una red de contactos internacional para los nuevos profesionales</li> <li>Aumentar la participación de nuevos profesionales en los eventos del NPSIG</li> <li>Relevar ideas de nuevos profesionales para ofrecer eventos innovadores</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Para mejorar su visibilidad y nivel de influencia, así como</li> </ul>	<b>PRESIDENCIA DE IFLA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Influenciar cambios en IFLA a través del NPSIG</li> </ul>



<p>influnciar cambios positivos en IFLA, el NPSIG debe colaborar estratégicamente con las autoridades de IFLA.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar líderes potenciales para participar en IFLA</li> <li>• Conectar a los nuevos profesionales con la Presidencia de IFLA</li> <li>• Ofrecer un canal para enviar propuestas a IFLA</li> <li>• Asegurar la participación de la Presidencia de IFLA en los eventos del NPSIG</li> <li>• Lograr la diseminación de los eventos a través de la red de la Presidencia de IFLA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar a los nuevos profesionales para integrarse al trabajo de IFLA y a las asociaciones profesionales de sus países</li> </ul>	<p><b>MLAS Y DIVISIÓN IV “APOYO A LA PROFESIÓN”</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influnciar cambios y nuevos programas para nuevos bibliotecarios en las asociaciones profesionales</li> <li>• Difundir oportunidades orientadas a nuevos profesionales para participar en asociaciones</li> <li>• Transmitir propuestas de nuevos profesionales a las asociaciones</li> <li>• Fomentar la participación de nuevos profesionales en las asociaciones</li> <li>• Diseminar los eventos del NPSIG a través de MLAS y División IV</li> <li>• Fomentar la oferta de eventos innovadores en las asociaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la cercanía a los nuevos profesionales y a IFLA, para asegurar que la voz de los nuevos profesionales sea escuchada, así como transmitir sus propuestas, perspectivas e innovaciones para la mejora de IFLA.</li> </ul>	<p><b>SEDE DE IFLA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influnciar la innovación y dinamismo en IFLA</li> <li>• Ser vía de intercambio entre nuevos profesionales e IFLA</li> <li>• Orientar a los nuevos profesionales sobre cómo involucrarse con IFLA</li> <li>• Proponer ideas para la realización de eventos de innovación en IFLA</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer comunicaciones estratégicas con empresas para ofrecer eventos y oportunidades para nuevos profesionales.</li> </ul>	<p><b>EMPRESAS PROVEDORAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la oferta de becas para nuevos profesionales</li> <li>• Conectar a nuevos profesionales con empresas como potenciales empleadores</li> <li>• Conseguir el apoyo necesario para los eventos del NPSIG</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociarse con otras secciones de IFLA para ofrecer programa abiertos y reuniones satélites en conjunto, demostrando la influencia del NPSIG en la oferta de otras unidades profesionales de la Federación.</li> <li>• Crear oportunidades para conectar a nuevos profesionales y las secciones de IFLA, con el fin de lograr un beneficio mutuo para ambas partes.</li> </ul>	<p><b>OTRAS SECCIONES Y DIVISIONES DE IFLA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectar a nuevos profesionales con las secciones de IFLA</li> <li>• Fomentar la participación de nuevos profesionales en las actividades de IFLA</li> <li>• Co-Organizar eventos y programas innovadores con otras secciones de IFLA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar ofreciendo Webinars en conjunto con socios claves como ALA y CPDWL y fomentar una mayor participación de nuevos profesionales.</li> </ul>	<p><b>SOCIOS DEL NPSIG PARA LA SERIE DE WEBINARS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invitar a nuevos profesionales a ser ponentes en los Webinars del NPSIG</li> <li>• Promover la participación de nuevos profesionales en los Webinars ofrecidos por el NPSIG y sus socios</li> <li>• Ofrecer oportunidades de aprendizaje sobre temas innovadores y nuevas tendencias para apoyar el desarrollo profesional de nuevos bibliotecarios</li> </ul>

### 8.1.1. Empoderar e integrar a los nuevos profesionales a las asociaciones y a IFLA

Los objetivos de comunicación establecidos para los distintos públicos prioritarios y las actividades propuestas en la siguiente sección del plan, están orientados a lograr el empoderamiento e integración de los nuevos profesionales con el NPSIG, con IFLA, con sus asociaciones nacionales y con la profesión en general.

En ese sentido, se proponen actividades tendientes al “empoderamiento de nuevos profesionales para participar en sus asociaciones nacionales de bibliotecarios y en IFLA, para convertirse en nuevos líderes locales e internacionales” (New Professionals Special Interest Group, 2016b, párr. 3). Lo que se persigue con esta parte de la propuesta es fortalecer el desarrollo de los nuevos profesionales y ayudarlos a convertirse en líderes en sus diversos ámbitos de acción.

Tabla 3. Plan de comunicación del NPSIG de acuerdo a su Objetivo No. 1

Públicos clave	Objetivo de comunicación	Actividades	Herramienta/Medio	Responsable	Frecuencia	Metas anuales
Voluntarios	Reclutar nuevos voluntarios para contribuir con las actividades del NPSIG. Coordinar las actividades de los voluntarios para que su	1. Contactar a los voluntarios que han respondido el formulario en línea. 2. Crear un listado de tareas y proyectos del NPSIG.	Basecamp Slack Gmail Wiki Google Form Twitter Facebook Listas de	Co- Coordinador a de Información: contactar a los voluntarios y coordinar tareas con	Contactar a los voluntarios ya registrados en forma inicial. Contactar a nuevos	10 voluntarios regulares con una dedicación aproximada de 15 horas al mes en conjunto.

	participación sea beneficiosa para ellos mismos y para el NPSIG.	3. Distribuir tareas en conformidad con los voluntarios de acuerdo a sus intereses. 4. Diseminar el formulario para reclutar voluntarios en redes sociales y listas de discusión.	discusión Sitio web de IFLA	ellos. Equipo de liderazgo y voluntarios: proponer tareas y proyectos, diseminar el formulario.	voluntarios cada 15 días. Diseminar el formulario cada 3 meses.	
Activistas	Integrar los activistas en las actividades del NPSIG para conectar a nuevos profesionales con profesionales interesados en su desarrollo. Solicitar el input de los activistas en momentos clave.	5. Invitar a los activistas a participar de las actividades del NPSIG. 6. Contactar a los activistas para enviarles breves encuestas o consultas solicitando su aporte.	Facebook Wiki Slack Gmail Doodle <sup>10</sup> Sli.do <sup>11</sup> Tricider <sup>12</sup>	Equipo de liderazgo: decidir cuándo es estratégico contactar a los activistas. Convenor y Coordinador de Información: invitar a los activistas a	Cada 4 meses.	10 activistas participan en los grupos o actividades del NPSIG.

<sup>10</sup> Herramienta gratuita para la planificación de eventos a través de encuestas. No se requiere el registro ni del creador ni de los participantes de la encuesta (<http://doodle.com/es/>).

<sup>11</sup> Herramienta para hacer votaciones en vivo o sesiones de preguntas y respuestas. Permite pedir opinión a una audiencia y mostrar los resultados en tiempo real. Los asistentes pueden votar por las mejores preguntas u opiniones ingresadas (<https://www.sli.do/>).

<sup>12</sup> Herramienta gratuita y sin registro para agilizar el proceso de toma de decisiones en forma colaborativa. Permite proponer ideas, incluir pros y contras, y votar las ideas más interesantes (<http://www.tricider.com/>).

				participar, pedir su aporte.		
Beneficiarios	Ofrecer a los nuevos profesionales contenidos de interés para fomentar su participación en asociaciones profesionales y en IFLA.	7. Escribir blog posts originales sobre innovación, temas relevantes a la profesión y sobre asociaciones de bibliotecarios. 8. Invitar a nuevos profesionales a participar como firmas invitadas del Blog del NPSIG. 9. Relevar iniciativas por y para nuevos profesionales dentro de asociaciones profesionales de todo el mundo.	Blog Gmail Google Calendar Listas de discusión Facebook Twitter Wiki	Equipo de liderazgo: escribir blog posts originales, invitar a nuevos profesionales a participar, agendar blog posts programados. Voluntarios: escribir blog posts originales, relevar iniciativas. Coordinador de Información: publicar las iniciativas relevadas en la sección correspondiente en el Blog del NPSIG.	Publicar mínimo un blog post por semana. Relevar iniciativas cada 2 meses.	4 blog posts por mes.
Presidencia de IFLA	Influenciar cambios y mejoras en las asociaciones profesionales y en IFLA reflejando los intereses de los nuevos profesionales.	10. Relevar propuestas de cambios y mejoras de nuevos profesionales en asociaciones profesionales y en IFLA.	Google Forms Facebook Twitter Lista de discusión Sitio web de IFLA Blog	Convenor: crear formulario, crear blog post para diseminarlo. Equipo de liderazgo y voluntarios:	Relevar propuestas cada 6 meses. Participar en las sesiones de Presidencia a 1-2 veces	Conseguir 30 propuestas o ideas para elevar a la Presidencia. Publicar 1 blog por

	Identificar potenciales/nuevos líderes locales para involucrarse en las actividades de liderazgo de IFLA.	11. Diseminar las actividades del Programa Internacional de Liderazgo de IFLA en las redes del NPSIG. 12. Invitar a los líderes seleccionados en el Programa Internacional de Liderazgo de IFLA a publicar blog posts sobre su experiencia en el Blog del NPSIG. 13. Participar y colaborar con las sesiones abiertas de Presidencia en el WLIC.	WLIC Tricider	diseminar formulario de propuestas, diseminar actividades del programa de liderazgo, participar y colaborar en las sesiones de la Presidencia. Co-Convenor: mantener un contacto regular con los líderes y conseguir su participación .	al año.	mes de líderes del programa.
MLAS y División IV “Apoyo a la profesión” de IFLA	Difundir en la red de nuevos profesionales, nuevas posibilidades para participar en asociaciones miembro de MLAS.	14. Solicitar a las asociaciones miembro de MLAS notificaciones de programas para nuevos profesionales. 15. Ayudar a las asociaciones miembro de MLAS a diseminar los programas que ofrecen para nuevos profesionales.	Gmail Facebook Twitter Sitio web de IFLA Blog WLIC	Coordinador de Información: solicitar notificaciones. Equipo de liderazgo y voluntarios: diseminar los programas de las asociaciones.	Enviar solicitud de notificaciones a asociaciones cada 6 meses.	Difundir 3 nuevas iniciativas por año.
Sede de IFLA	Influenciar la innovación y la	16. Identificar nuevas	Wiki Slack	Voluntarios y equipo de	Identificar nuevas	Proponer 7 herramienta

	<p>dinamización de los procedimientos/prácticas de IFLA. Ser una vía de intercambio entre nuevos profesionales e IFLA, y viceversa.</p>	<p>herramientas gratuitas para el trabajo colaborativo y para la facilitación de eventos. 17. Proponer herramientas para el trabajo colaborativo y para la facilitación de eventos al Comité Profesional de IFLA para su diseminación entre los Oficiales de IFLA. 18. Diseminar iniciativas, programas y documentos de IFLA entre los nuevos profesionales.</p>	<p>Doodle Tricider Twitter Facebook Blog</p>	<p>liderazgo: identificar nuevas herramientas, diseminar programas. Convenor: proponer herramientas al Comité Profesional, elevar propuestas de nuevos profesionales a IFLA.</p>	<p>herramientas cada 6 meses.</p>	<p>s nuevas para el trabajo de las secciones de IFLA.</p>
<p>Empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios</p>	<p>Influenciar la oferta de becas de empresas para incentivar la participación de nuevos profesionales en IFLA.</p>	<p>19. Crear una propuesta de un sistema de becas de empresas para nuevos profesionales en asociación con el NPSIG para asistir al WLIC. 20. Enviar propuesta de nuevo sistema de becas a un grupo de empresas seleccionadas y</p>	<p>Gmail Google Drive Listas de discusión Blog Twitter Facebook</p>	<p>Equipo de liderazgo y voluntarios: crear propuesta, diseminar llamado. Co-Convenor: enviar propuesta a las empresas, negociar con las empresas.</p>	<p>Enviar propuestas 1 vez al año, 6 meses antes del WLIC.</p>	<p>1 nueva beca ofrecidas para nuevos profesionales.</p>

		negociar las condiciones de las becas con las empresas interesadas. 21. Diseminar llamado a aplicaciones en la red del NPSIG.				
Otras Divisiones y Secciones de IFLA	Conectar a beneficiarios, voluntarios y activistas con otras divisiones y secciones de IFLA para fomentar su involucramiento y su experiencia en actividades que contribuyan con su desarrollo profesional.	22. Consultar a Oficiales de IFLA por oportunidades para nuevos profesionales en sus secciones. 23. Co-diseñar un nuevo programa para involucrar a nuevos profesionales en el trabajo de IFLA (con las secciones MLAS, SET y LTR) para presentarlo en WLIC 2017.	Gmail Google Forms WLIC Lista de discusión Google Drive	Equipo de liderazgo: consultar e identificar oportunidades para nuevos profesionales en IFLA. Convenor y Co-Coordinador a de Información: Co-diseñar el nuevo programa junto con socios clave. Co-Coordinador a de Información: presentar nuevo programa en WLIC.	Enviar consulta cada 4 meses.	1 nuevo programa del NPSIG diseñado en colaboración con socios clave. 4 oportunidades de colaboración para nuevos profesionales.
Socios en la serie de Webinars "Nuevos Bibliotecari	Influenciar para que los Webinars ofrezcan la posibilidad a nuevos	24. Identificar nuevos profesionales expertos en los temas de la serie	Gmail Google Drive Slack	Equipo de liderazgo y voluntarios: identificar nuevos	Relevar y recomendar nuevos profesionales cada 4	1 Webinar al año tiene 1 nuevo profesional como



os, Conexión Global” (CPDWL y ALA)	profesionales de participar como ponentes, dándoles visibilidad y una clara oportunidad de liderazgo.	de Webinars. 25. Recomendar nuevos profesionales a los socios para ser ponentes en la serie de Webinars. 26. Invitar a los nuevos profesionales seleccionados a participar como ponentes en el Webinar sobre el tema de su especialidad.		profesionales expertos. Convenor: recomendar nuevos profesionales , invitarlos a participar como ponentes.	meses cuando se comienza a organizar un nuevo Webinar.	ponente.
--	---	--	--	---	---	----------

### **8.1.2. Conectar a los nuevos profesionales y a personas interesadas en su desarrollo**

Las actividades propuestas bajo esta sección, buscan contribuir con la “conexión de nuevos profesionales y personas interesadas en el desarrollo de nuevos profesionales para compartir experiencias, oportunidades y hacer nuevos amigos y colegas de todo el mundo, principalmente a través de redes sociales y eventos en línea” (New Professionals Special Interest Group, 2016b, párr. 4).

Estas actividades están relacionadas con el objetivo más “social” del NPSIG y se tratan de la comunicación y el establecimiento de una red profesional de nuevos profesionales en el marco del NPSIG y de IFLA.

Las conexiones profesionales son fundamentales para el crecimiento profesional y para la generación de oportunidades de desarrollo personal. Las actividades propuestas en esta parte del plan están orientadas a apoyar a los nuevos bibliotecarios en el establecimiento de su red profesional internacional, y causar un impacto positivo en el desarrollo profesional de los mismos.

Tabla 4. Plan de comunicación del NPSIG de acuerdo a su Objetivo No. 2

<b>Públicos clave</b>	<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Actividades</b>	<b>Herramienta/Medio</b>	<b>Responsable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Metas</b>
Voluntarios	Conectar a los nuevos profesionales entre sí para fomentar el trabajo en equipo y establecer una red fluida y nuevas oportunidades de liderazgo entre ellos.	27. Invitar a los voluntarios a participar de los grupos del NPSIG en distintas plataformas. 28. Conformar equipos de voluntarios para llevar a cabo las distintas tareas.	Slack Facebook Gmail Basecamp	Convenor : invitar a los voluntarios a Slack, crear grupo en Facebook, invitar voluntarios al grupo en Facebook. Equipo de liderazgo y voluntarios: proponer nuevas ideas, conformar equipos de trabajo.	Invitar a nuevos voluntarios a Slack y Facebook cada 15 días.	Todos los voluntarios son invitados a Slack y Facebook. 4 pequeños proyectos al año llevados adelante con éxito.
Activistas	Implementar nuevas dinámicas de colaboración con activistas para reactivar su participación y obtener su input en forma regular.	29. Contactar a los activistas que manifestaron su interés en estar más activos e invitarlos a los grupos del NPSIG. 30. Enviar recordatorio de la encuesta a	Wiki Gmail Facebook Slack	Co-Coordina dora de Información: contactar a activistas. Convenor : invitar a los	Publicar contenido para la acción en la Wiki cada 3 meses.	30 activistas contestan la encuesta a activistas. 5 activistas se convierten en activos

		<p>activistas para obtener más respuestas.</p> <p>31. Analizar los nuevos resultados de la encuesta a activistas y actualizar membresía de la Wiki.</p> <p>32. Publicar en la Wiki y enviar por correo consultas específicas a activistas para solicitar su opinión, input o ayuda para difundir las actividades del NPSIG.</p>		<p>activistas a los grupos, enviar recordatorio de encuesta, analizar resultados .</p> <p>Equipo de liderazgo: publicar consultas o solicitudes de difusión.</p>		<p>voluntarios.</p> <p>4 iniciativas o proyectos se publican en la Wiki para solicitar input o ayuda.</p>
Beneficiarios	Ofrecer una red de contactos de nuevos profesionales y personas interesadas en su desarrollo, de todo el mundo.	<p>33. Conectar a los nuevos profesionales, activistas, voluntarios y profesionales experimentados en los grupos del NPSIG.</p> <p>34. Difundir los espacios colaborativos del NPSIG para incrementar la participación de actuales y nuevos beneficiarios.</p>	Slack Wiki Facebook Blog	Katya Shklyar: moderar grupo en Facebook. Convenor y Coordinador de Información: moderar grupo en Slack. Coordinador de Información: escribir blog posts	Escribir un nuevo blog post para invitar a la participación cada 4 meses.	20 miembros en el Grupo de Facebook. 10 posts en el grupo de Facebook. 20 miembros en Slack. 30 mensajes en Slack de voluntarios, activistas, etc.

				para difundir ambas redes.		
Presidencia de IFLA	Conectar a los nuevos profesionales con la Presidencia de IFLA. Ofrecer un canal para permitir a los nuevos profesionales proponer innovaciones o cambios a la Presidencia de IFLA.	35. Organizar un concurso de ideas para proponer a IFLA desde nuevos profesionales. 36. Invitar a la Presidencia a ser jurado del concurso de nuevas ideas para IFLA por nuevos profesionales. 37. Reportar las ideas más innovadoras de nuevos profesionales en el Blog del NPSIG y en el WLIC con un póster o presentación.	Gmail Blog Tricider Facebook Twitter Sitio web de IFLA Lista de discusión Canva <sup>13</sup>	Convenor : invitar a la Presidencia. Equipo de liderazgo y voluntarios: organizar concurso, presentar resultados en WLIC. Coordinador de Información y Coordinadora de Información: escribir blog post para diseminar la propuesta y otro con las ideas más innovadoras.	Lanzar concurso 1 vez al año. Invitar a Presidencia 1 vez al año a participar del jurado.	5 ideas seleccionadas. Presidencia es jurado del concurso de ideas.

<sup>13</sup> Herramienta en línea para crear piezas de diseño en forma fácil y gratuita, con la función de arrastrar y soltar, sin necesidad de software o conocimientos profesionales de diseño ([https://about.canva.com/es\\_es/](https://about.canva.com/es_es/)).

<p>MLAS y División IV “Apoyo a la profesión” de IFLA</p>	<p>Articular y transmitir propuestas de nuevos profesionales para mejorar su participación en asociaciones miembro de MLAS. Fomentar la participación de nuevos profesionales en las actividades de las asociaciones miembro de MLAS.</p>	<p>38. Organizar un llamado de propuestas sobre la integración de nuevos profesionales en asociaciones de bibliotecarios. 39. Recopilar y presentar ideas de los nuevos profesionales en reunión del Comité Permanente de MLAS. 40. Conectar a voluntarios con una asociación local de su país para promover la aplicación de alguno de los cambios propuestos.</p>	<p>Blog Tricider Facebook Twitter Lista de discusión Gmail Sitio web de IFLA Google Drive</p>	<p>Coordinador de Información: organizar llamado de propuestas, escribir blog post para diseminar llamado. Equipo de liderazgo y voluntarios: diseminar llamado a propuestas. Co-Convenor : recopilar propuestas y presentarlas en WLIC. Equipo de liderazgo: conectar a nuevos profesionales con su asociación nacional. Voluntarios: conectarse con las</p>	<p>Lanzar llamado y presentar ideas 1 vez al año.</p>	<p>5 ideas elegidas. 6 voluntarios conectados con sus asociaciones locales. 2 ideas llevadas a la práctica.</p>
--	---	---	---	---	---	---

				asociaciones y hacer seguimiento.		
Sede de IFLA	Ser un punto de referencia para conectar a los nuevos profesionales con la Sede de IFLA. Ofrecer orientación confiable para que los nuevos profesionales puedan involucrarse con IFLA.	41. Participar como ponente en la sesión de nuevos asistentes al Congreso en IFLA. 42. Proponer a IFLA la creación de una sección en la página web de IFLA que se llame "¿cómo involucrarse?" incluyendo información sobre el NPSIG. 43. Crear videos cortos explicando a nuevos profesionales en forma breve y accesible la estructura de IFLA y cómo involucrarse.	WLIC YouTube Sitio web de IFLA Gmail Editor de videos Google Drive	Equipo de liderazgo: participar como ponente(s). Convenor: proponer la creación de una página para involucrarse, desarrollar contenidos. Co-Coordinadora de Información y Coordinador de Información: coordinar la creación de videos con aportes del equipo de liderazgo, IFLA y	Participar como ponente(s) 1 vez al año en WLIC.	1 miembro del equipo de liderazgo participa como ponente en cada WLIC. 1 nueva sección sobre cómo involucrarse. 2 nuevos videos del NPSIG.

				voluntarios.		
Empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios	Conectar a nuevos profesionales con empresas proveedoras como posible salida laboral y para establecer redes profesionales.	44. Identificar oportunidades de pasantía de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios. 45. Contactar empresas para fomentar la creación de nuevos programas de pasantías para nuevos profesionales. 46. Diseminar oportunidades de pasantías para nuevos profesionales en las redes del NPSIG.	Gmail Twitter Facebook Blog Google Drive	Co-Convenor : recopilar oportunidades, contactar empresas. Equipo de liderazgo y voluntarios: diseminar oportunidades en redes y plataformas.	Revisar y actualizar contactos 1 vez al año.	5 oportunidades de pasantía diseminadas.
Otras Divisiones y Secciones de IFLA	Conectar a los nuevos profesionales con otras secciones de IFLA. Fomentar la participación de los nuevos profesionales en las actividades de IFLA.	47. Organizar un "IFLA Volunteering Market" para conectar a nuevos profesionales con Secciones de IFLA y para conectar a Secciones en busca de ayuda, con nuevos profesionales dispuestos a ayudar.	Gmail Facebook Twitter Sitio web de IFLA Blog WLIC	Convenor y Coordinador de Información: Organizar el "IFLA Volunteering Market" en WLIC 2017. Equipo de liderazgo y	Organizar un "IFLA Volunteering Market" 1 vez al año en el WLIC.	Conectar al menos 10 voluntarios con 10 secciones cada año.



				voluntarios: diseminar evento		
Socios en la serie de Webinars “Nuevos Bibliotecarios, Conexión Global” (CPDWL y ALA)	Promover, junto con los socios, la participación de nuevos profesionales en los Webinars. para conectarlos con expertos del ámbito bibliotecario y no bibliotecario.	48. Diseminar la invitación a los Webinars entre nuevos profesionales de todo el mundo para promover su participación. 49. Diseminar los materiales de los Webinars y los contactos a los especialistas para facilitar consultas y oportunidades de colaboración.	Gmail Blog Sitio web de IFLA Twitter Facebook Lista de discusión	Equipo de liderazgo, socios y voluntarios: diseminar información de los Webinars, diseminar los materiales y contactos al finalizar.	Diseminar Webinars cada 4 meses.	Alcanzar 100 asistentes en vivo a cada Webinar. Alcanzar 50 descargas a los materiales de cada Webinar.

### **8.1.3. Ofrecer oportunidades de aprendizaje e intercambio de conocimiento**

El conocimiento es un factor por excelencia para el desarrollo profesional continuo. Sin embargo, el acceso al conocimiento muchas veces se ve limitado por el costo, la falta de tiempo, las tecnologías, etc. El NPSIG reconoce estas limitaciones y por ello ofrece de oportunidades gratuitas y accesibles para contribuir a solucionar este problema.

Los objetivos de comunicación identificados con los distintos públicos prioritarios en esta parte del plan, persiguen crear las condiciones necesarias en el marco de IFLA para ofrecer eventos de aprendizaje e intercambio, en línea y presenciales, que apoyen el desarrollo de los nuevos profesionales.

Las actividades propuestas en esta parte del plan, tienden a la “oferta de oportunidades gratuitas de formación e intercambio de conocimiento de primera calidad a través de seminarios en línea, programas abiertos y reuniones satélites” (New Professionals Special Interest Group, 2016b, párr. 5).

Tabla 5. Plan de comunicación del NPSIG de acuerdo a su Objetivo No. 3

<b>Públicos clave</b>	<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Actividades</b>	<b>Herramienta/Medio</b>	<b>Responsable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Metas</b>
Voluntarios	Fomentar la asistencia de voluntarios a los eventos del NPSIG (IFLAcamp, Sesión abierta, Webinar, reuniones virtuales y eventos sociales). Coordinar la colaboración de voluntarios en la organización y disseminación de los eventos.	50. Crear una lista de tareas por cada evento virtual y presencial del NPSIG. 51. Coordinar la distribución de las tareas relacionadas con eventos del NPSIG, incluyendo equipo de liderazgo y voluntarios, de acuerdo a sus destrezas e intereses. 52. Disseminar materiales y enlaces de los eventos del NPSIG a los voluntarios para que los difundan en sus redes.	Basecamp Gmail Facebook Twitter Slack	Equipo de liderazgo: crear una lista de tareas por evento, invitar a los voluntarios, coordinar la distribución de tareas. Voluntarios: colaborar con las tareas asignadas, disseminar los eventos del NPSIG.	Crear lista de eventos y tareas 1 vez al año al terminar el Plan de Acción	Cada evento tiene 2 voluntarios que ayudan en parte del trabajo
Activistas	Invitar a los activistas a participar de los eventos del NPSIG. Solicitar ayuda de los activistas en disseminar los eventos del NPSIG en sus	53. Diseñar materiales de disseminación de los eventos del NPSIG en distintos idiomas que sean fáciles de reenviar y compartir. 54. Enviar los	Wiki Gmail Software de diseño	Equipo de liderazgo y 2 voluntarios: proponer materiales y contenido. Co-Coordinad	Enviar materiales a los activistas cada 4 meses.	4 materiales de disseminación (infografía, folleto, presentación, etc.) dissemina

	redes.	materiales sobre eventos a la red de activistas del NPSIG.		ora de Información: diseñar materiales. Convenor: contactar activistas y enviar materiales.		dos entre activistas
Beneficiarios	Aumentar la participación de nuevos profesionales en los eventos del NPSIG. Relevar ideas de nuevos profesionales para el diseño de eventos relevantes e innovadores.	55. Diseminar los eventos del NPSIG en distintos idiomas y en redes sociales, sitios web y listas de discusión. 56. Invitar a otros grupos de nuevos profesionales a diseminar los eventos del NPSIG. 57. Organizar una llamada de propuestas de eventos y dinámicas de eventos innovadores.	Gmail Listas de discusión Facebook Twitter Blog Sitio web de IFLA Tricider	Equipo de liderazgo y voluntarios : diseminar los eventos, diseminar el llamado de propuestas, traducir los materiales de difusión. Coordinador de Información y Convenor: organizar el llamado de propuestas, escribir Blog post. Co-Convenor: enviar descripción del evento a otros grupos.	Llamar a propuestas 1 vez al año.	10 propuestas recibidas. 5 grupos diseminan en algún medio los eventos del NPSIG. 1 blog post con las ideas seleccionadas.

Presidencia de IFLA	Asegurar la participación de la Presidencia de IFLA como orador principal o participante clave en eventos del NPSIG. Utilizar la red de contactos de la Presidencia de IFLA para disseminar los eventos del NPSIG.	58. Invitar a la Presidencia a participar del Webinar organizado por el NPSIG. 59. Invitar a la Presidencia a participar del evento social en WLIC. 60. Disseminar los eventos del NPSIG solicitando ayuda de la Presidencia con la disseminación en sus redes.	Gmail Twitter Facebook	Convenor: invitar a la presidencia al Webinar y al evento social, solicitar ayuda de la Presidencia con la disseminación.	Invitar a la Presidencia a 1 vez al año.	Presidencia presente en 1 Webinar al año Presidencia presente en 1 evento social o reunión virtual
MLAS y División IV “Apoyo a la profesión” de IFLA	Disseminar los eventos del NPSIG a través de la red de los miembros y asociaciones de MLAS y División IV. Fomentar la realización de eventos innovadores para nuevos profesionales por las asociaciones profesionales locales y regionales.	61. Invitar a los miembros del MLAS a participar de los eventos del NPSIG. 62. Solicitar la ayuda de MLAS y sus miembros con la disseminación de los eventos del NPSIG en sus redes. 63. Proponer alianzas a las asociaciones nacionales que tienen grupos de nuevos profesionales para organizar eventos con el apoyo del	Gmail Facebook Twitter Listas de discusión	Convenor: enviar invitaciones a MLAS, enviar materiales y solicitar su disseminación. Equipo de liderazgo y voluntarios: proponer alianzas con asociaciones, apoyar la realización de los eventos.	Invitar a los miembros una vez al año antes del WLIC.	4 miembros de MLAS participan de los eventos del NPSIG. 2 nuevas alianzas con asociaciones para organizar eventos para nuevos profesionales.

		NPSIG.				
Sede de IFLA	Proponer ideas para fomentar la realización de eventos de innovación en IFLA.	64. Compilar buenas prácticas, dinámicas y herramientas gratuitas para organizar eventos innovadores. 65. Enviar compilación a IFLA para su difusión entre los Oficiales de IFLA.	Start.me <sup>14</sup> Gmail Twitter Facebook Blog	Equipo de liderazgo y voluntarios : compilar recursos, actualizar compilación. Convenor: enviar compilación a IFLA, crear Blog post.	Enviar propuestas a IFLA 1 vez al año.	20 ideas/herramientas /dinámicas propuestas a IFLA
Empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios	Conseguir el apoyo (recursos económicos, sede, materiales, tecnología, etc.) de empresas en los eventos del NPSIG.	66. Identificar empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios para solicitar su apoyo en eventos del NPSIG. 67. Relevar contactos claves de las empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios. 68. Crear materiales de diseminación del NPSIG para enviar a las empresas para obtener su	Wiki Gmail LinkedIn Google Drive	Co- Convenor: identificar proveedoras, relevar contactos, coordinar apoyo. Co- Coordinadora de Información y Coordinador de Información: crear materiales de diseminación. Equipo de liderazgo:	Identificar empresas y revisar contactos 1 vez al año.	Contar con un listado actualizado de 10 empresas socias del NPSIG.

<sup>14</sup> Una página de inicio en la nube y accesible desde diversos dispositivos en donde se pueden listar marcadores de sitios web de interés, cuentas de medios sociales y todo tipo de recursos de información para accederlos en un solo lugar (<https://start.me/es/tu-pagina-de-inicio-personal>).

		<p>financiamiento y apoyo para organizar eventos.</p> <p>69. Contactar y coordinar con las empresas el tipo de apoyo que ofrecerán para eventos del NPSIG.</p> <p>70. Rendir cuentas del apoyo recibido y el uso de los recursos, espacios, etc. a las empresas que ofrecieron el apoyo.</p>		rendir cuentas.		
Otras Secciones y Divisiones de IFLA	Co-organizar eventos y programas dinámicos e innovadores con otras secciones de IFLA.	<p>71. Establecer contactos con otras secciones de IFLA en búsqueda de oportunidades de colaboración para eventos del NPSIG.</p> <p>72. Hacer propuestas a secciones con las cuales se ve un potencial de colaboración en eventos.</p> <p>73. Co-coordinar el diseño y la ejecución de los eventos organizados con otras) sección(es).</p>	Gmail Listas de discusión	Equipo de liderazgo: establecer contactos, hacer propuestas, co-coordinar diseño y ejecución.	Identificar oportunidades y proponerlas 1 vez al año.	1 evento en colaboración en cada WLIC.
Socios en la	Trabajar en	74. Relevar	Doodle	Convenor	Relevar	40 temas

<p>serie de Webinars “Nuevos Bibliotecarios, Conexión Global” (CPDWL y ALA)</p>	<p>equipo para ofrecer oportunidades de aprendizaje para nuevos profesionales sobre tendencias y temas de investigación que ayuden en su desarrollo profesional.</p>	<p>nuevos temas relevantes para nuevos profesionales para asegurar que la oferta de Webinars sea relevante e innovadora. 75. Co-coordinar la distribución de los temas entre los distintos socios de la serie de Webinars IFLA ALA. 76. Diseminar los Webinars de la serie IFLA ALA en el Blog del NPSIG, Sitio web de IFLA y redes sociales.</p>	<p>Sli.do Gmail Blog Sitio web de IFLA Twitter Facebook Adobe Connect Google Hangout Air</p>	<p>y L. García Febo: relevar nuevos temas, coordinar la selección de los temas por los socios. Equipo de liderazgo y voluntarios : diseminar y participar de los Webinars.</p>	<p>nuevos temas 1 vez al año. Diseminar Webinars cada 4 meses.</p>	<p>relevados 3 temas seleccionados 100 asistentes en vivo 200 vistas de la grabación y 50 descargas de materiales en 6 meses. 1 blog post informando los temas seleccionados.</p>
---	--	---	--	--	--	---



## 8.2. Descripción de los recursos necesarios

A continuación, se describe el detalle de recursos humanos, materiales y técnicos necesarios para llevar a cabo las actividades propuestas. Los recursos financieros se han excluido de este detalle, debido a que el NPSIG no cuenta con este tipo de recursos para actividades de comunicación o para su funcionamiento en general. Todas las actividades del NPSIG son llevadas a cabo en forma voluntaria por el equipo de liderazgo y voluntarios que participan a tiempo parcial. Las herramientas utilizadas por el NPSIG son gratuitas, o proporcionadas por IFLA o socios del NPSIG en forma gratuita.

Solamente se prevén dos actividades en las cuales se requerirán recursos económicos, que serán obtenidos por medio de sponsors o alianzas con empresas:

- **Organización del IFLAcamp en WLIC:** para el cual se solicitarán aportes de empresas proveedoras de servicios bibliotecarios para cubrir gastos de transporte de los participantes, almuerzos y receso o “coffee break” en los dos días del evento, materiales de librería (anotadores, biromes, marcadores, etiquetas para los nombres, etc.). La sede del evento generalmente se obtiene mediante alianzas con bibliotecas, empresas u organizaciones relacionadas que ofrecen el espacio en forma gratuita como sponsors del evento.
- **Becas para nuevos profesionales para asistir al WLIC:** se hará una propuesta formal a empresas proveedoras de servicios bibliotecarios para que ofrezcan becas para cubrir

costos parciales de la asistencia a WLIC para nuevos profesionales. Si se logran establecer alianzas para estas becas, el NPSIG aportaría sus redes de disseminación, conocimiento de los beneficiarios y los recursos humanos para colaborar con la convocatoria y selección de los ganadores de las becas.

Tabla 6. Descripción de los recursos necesarios para llevar adelante las actividades propuestas

#	Actividades	Recursos Humanos	Recursos Materiales	Recursos Técnicos
1	Contactar a los voluntarios que han respondido el formulario en línea.	Co- Coordinadora de Información	Respuestas a encuesta de voluntarios, Correo estándar de bienvenida	Gmail, Google Form
2	Crear un listado de tareas y posibles proyectos del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Plan de acción 2016-2017 Documentos en la Wiki	Basecamp Slack Wiki
3	Distribuir tareas en conformidad con los voluntarios de acuerdo a sus intereses.	Co- Coordinadora de Información + voluntarios	Respuestas a encuesta de voluntarios	Basecamp Slack
4	Diseminar el formulario para reclutar voluntarios en redes sociales y listas de discusión.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Enlace a encuesta de voluntarios	Facebook Twitter Listas de discusión Gmail Sitio web de IFLA
5	Invitar a los activistas a participar de las actividades del NPSIG.	Convenor y Coordinador de	Contactos en la Wiki	Wiki Gmail

		Información	Correo de invitación para activistas	
6	Contactar a los activistas para enviarles breves encuestas o consultas solicitando su input.	Convenor y Coordinador de Información	Contactos en la Wiki Correo con enlace a encuestas o consultas	Wiki Gmail Google Forms
7	Escribir blog posts originales sobre innovación, temas relevantes a la profesión y sobre asociaciones de bibliotecarios.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Blog posts Calendario de publicación	Blog Google Calendar
8	Invitar a nuevos profesionales a participar como firmas invitadas del Blog del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Correo de invitación para distribuir en listas de discusión Guía de estilo del Blog del NPSIG	Gmail Twitter Facebook Listas de discusión
9	Relevar iniciativas por y para nuevos profesionales dentro de asociaciones profesionales de todo el mundo.	4 voluntarios	Sección “Nuevos bibliotecarios en el mundo” en el Blog del NPSIG Correo para distribuir en listas de discusión	Blog Wiki Listas de discusión
10	Relevar propuestas de cambios y mejoras de nuevos profesionales en asociaciones profesionales y en IFLA.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Encuesta para relevar propuestas Correo para diseminar	Google Forms Facebook Twitter Lista de discusión

			encuesta en listas de discusión Blog post para diseminar encuesta	Sitio web de IFLA Blog Tricider
11	Diseminar actividades del Programa Internacional de Liderazgo de IFLA en las redes del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Novedades del Programa Internacional de Liderazgo Textos para diseminar en redes sociales	Facebook Twitter
12	Invitar a los líderes seleccionados en el Programa Internacional de Liderazgo de IFLA a publicar blog posts sobre su experiencia en el Blog del NPSIG.	Co-Convenor + 9 líderes de IFLA	Correo de invitación a los líderes Blog posts Calendario de publicación	Gmail Blog Google Calendar
13	Participar y colaborar con las sesiones abiertas de Presidencia en el WLIC.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Información sobre las sesiones abiertas	Gmail Basecamp Slack
14	Solicitar a las asociaciones miembro de MLAS notificaciones de programas para nuevos profesionales.	Coordinador de Información	Correo de solicitud para enviar a las asociaciones de MLAS Sección “Nuevos bibliotecarios en el mundo” en el Blog del NPSIG	Gmail Lista de discusión Blog
15	Ayudar a las asociaciones miembro de MLAS a diseminar los programas que	4 miembros del equipo de	Blog Post sobre programas para	Gmail Blog

	ofrecen para nuevos profesionales.	liderazgo + voluntarios	nuevos profesionales Correo para diseminar en listas de discusión	Twitter Facebook Sitio web de IFLA
16	Identificar nuevas herramientas gratuitas para el trabajo colaborativo y para la facilitación de eventos.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Encuesta en Doodle para identificar nuevas herramientas y votar las más recomendadas Listado colaborativo de herramientas Blog post para relevar nuevas herramientas	Wiki Slack Facebook Twitter Blog Doodle Tricider
17	Proponer herramientas para el trabajo colaborativo y para la facilitación de eventos al Comité Profesional de IFLA para su diseminación entre los Oficiales de IFLA.	Convenor	Listado de herramientas seleccionadas.	Gmail
18	Diseminar iniciativas, programas y documentos de IFLA entre los nuevos profesionales.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Novedades sobre iniciativas, programas y documentos de IFLA Sitio web de IFLA Redes sociales de IFLA	Facebook Twitter Listas de discusión Blog Gmail
19	Crear una propuesta de un sistema de becas de empresas para nuevos	4 miembros del equipo de	Documento colaborativo	Google Drive Gmail

	profesionales en asociación con el NPSIG para asistir al WLIC.	liderazgo + voluntarios	para diseñar la propuesta Becas ofrecidas por otras secciones de IFLA Consejos de otras secciones de IFLA que ofrecen becas	Sitio web de IFLA
20	Enviar propuesta de nuevos sistema de becas a un grupo de empresas seleccionadas y negociar las condiciones de las becas con las empresas interesadas.	Co-Convenor	Listado de empresas seleccionadas Correo estándar para contactar a las empresas	Google Drive Gmail
21	Diseminar llamado a aplicaciones en la red del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Documento colaborativo para redactar el llamado Correo para diseminar en listas de discusión Blog post	Google Drive Gmail Listas de discusión Twitter Facebook Sitio web del IFLA
22	Consultar a Oficiales de IFLA por oportunidades para nuevos profesionales en sus secciones.	Convenor	Correo para diseminar en lista de discusión de oficiales de IFLA	Gmail Listas de discusión
23	Co-diseñar un nuevo programa para involucrar a nuevos profesionales en el trabajo de IFLA (con las secciones MLAS, SET y LTR) para presentarlo en	Convenor y Co- Coordinadora de Información	Respuestas a encuesta de estudiantes y nuevos	Google Drive Google Forms

	WLIC 2017.		profesionales Discusiones con MLAS, SET y LTR Documento colaborativo para diseñar el nuevo programa	
24	Identificar nuevos profesionales expertos en los temas de la serie de Webinars.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Listado de temas de la serie de Webinars Documento colaborativo para recomendar expertos	Google Drive Slack
25	Recomendar nuevos profesionales a los socios para ser ponentes en la serie de Webinars.	Convenor	Listado de nuevos profesionales y los tópicos	Gmail Google Drive
26	Invitar a los nuevos profesionales seleccionados a participar como ponentes en el Webinar sobre el tema de su especialidad.	Convenor	Correo de invitación a participar	Gmail
27	Invitar a los voluntarios a participar de los grupos del NPSIG en distintas plataformas.	Convenor	Correos electrónicos de los voluntarios para enviar las invitaciones.	Wiki Slack Facebook Basecamp Google Forms
28	Conformar equipos de voluntarios para llevar a cabo las distintas tareas.	Co- Coordinadora de Información	Respuestas a las encuestas a voluntarios Listado de tareas	Google Forms Basecamp Slack Gmail
29	Contactar a los activistas que manifestaron su interés en estar más	Co- Coordinadora de	Respuestas a las encuestas de	Gmail Google Form

	activos e invitarlos a los grupos del NPSIG.	Información y Convenor	activistas Correos electrónicos de los activistas para enviar las invitaciones	Basecamp Slack Wiki
30	Enviar recordatorio de la encuesta a activistas para obtener más respuestas.	Convenor	Correo de invitación a participar Contactos en la Wiki	Gmail Wiki
31	Analizar los nuevos resultados de la encuesta a activistas y actualizar membresía de la Wiki.	Convenor	Respuestas a las encuestas de activistas	Google Forms
32	Publicar en la Wiki y enviar por correo consultas específicas a activistas para solicitar su opinión, input o ayuda para difundir las actividades del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo	Correo con la solicitud de input o consultas Correo disseminando actividades del NPSIG Contactos en la Wiki	Wiki Gmail
33	Conectar a los nuevos profesionales, activistas, voluntarios y profesionales experimentados en los grupos del NPSIG.	Co- Coordinadora de Información, Convenor y Coordinador de Información	Grupos del NPSIG Contactos y redes del NPSIG	Facebook Slack
34	Difundir los espacios colaborativos del NPSIG para incrementar la participación de actuales y nuevos beneficiarios.	Coordinador de Información	Blog post sobre los grupos del NPSIG	Blog Twitter Facebook
35	Organizar un concurso de ideas para proponer a IFLA desde nuevos	4 miembros del equipo de	Plataforma para proponer ideas	Gmail Listas de



	profesionales.	liderazgo + voluntarios	Correo para diseminar concurso en listas de discusión Blog post para diseminar concurso Texto de noticia para sitio web de IFLA	discusión Tricider Blog Twitter Facebook Sitio web de IFLA
36	Invitar a la Presidencia a ser jurado del concurso de nuevas ideas para IFLA por nuevos profesionales.	Convenor	Correo de invitación a la Presidencia	Gmail
37	Reportar las ideas más innovadoras de nuevos profesionales en el Blog del NPSIG y en el WLIC con un póster o presentación.	4 miembros del equipo de liderazgo	Listado de ideas más innovadoras Blog post para diseminar las ideas Documento colaborativo para crear propuesta de póster o presentación	Blog Google Drive Canva Tricider
38	Organizar un llamado de propuestas sobre la integración de nuevos profesionales en asociaciones de bibliotecarios.	Coordinador de Información	Plataforma para proponer propuestas Correo para diseminar llamado en listas de discusión Blog post para diseminar llamado Texto de noticia	Gmail Listas de discusión Tricider Blog Twitter Facebook Sitio web de IFLA

			para sitio web de IFLA	
39	Recopilar y presentar ideas de los nuevos profesionales en reunión del Comité Permanente de MLAS.	Co-Convenor	Lista de propuestas Presentación de propuestas para MLAS	Tricider Google Drive
40	Conectar a voluntarios con una asociación local de su país para promover la aplicación de alguno de los cambios propuestos.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Listado de asociaciones en MLAS Listado de voluntarios	Wiki Slack Sitio web de IFLA
41	Participar como ponente en la sesión para nuevos asistentes en el Congreso de IFLA.	4 miembros del equipo de liderazgo	Indicaciones de la invitación a participar como ponente Presentación o discurso Video de advocacy del NPSIG	Google Drive Gmail YouTube
42	Proponer a IFLA la creación de una sección en la página web de IFLA que se llame "¿cómo involucrarse?" incluyendo información sobre el NPSIG.	Convenor	Contenido de propuesta para nueva sección en página web de IFLA Correo de propuesta a IFLA	Google Drive Gmail
43	Crear videos cortos explicando a nuevos profesionales en forma breve y accesible la estructura de IFLA y cómo involucrarse.	Co- Coordinadora de Información y Coordinador de Información	Mensaje y contenidos a transmitir en los videos Videos cortos de equipo de	YouTube Editor de videos Google Drive Gmail

			liderazgo y voluntarios Guiones y sus traducciones al para subtítulos	
44	Identificar oportunidades de pasantía de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios.	Co-Convenor	Listado de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios Sitios web de empresas Listado de oportunidades de pasantía	Google Drive
45	Contactar empresas para fomentar la creación de nuevos programas de pasantías para nuevos profesionales.	Co-Convenor	Listado de contactos de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios Correo de propuesta para enviar a las empresas	Google Drive Gmail
46	Diseminar oportunidades de pasantías para nuevos profesionales en las redes del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Listado de oportunidades de pasantías para nuevos profesionales	Twitter Facebook Blog
47	Organizar un “IFLA Volunteering Market” para conectar a nuevos profesionales con Secciones de IFLA y	Convenor y Coordinador de Información	Documento colaborativo para desarrollar	Google Drive Blog Listas de

	para conectar a Secciones en busca de ayuda, con nuevos profesionales dispuestos a ayudar.		idea (decidir si es en persona y/u online) Blog post para diseminarlo Correo para diseminarlo en listas de discusión Texto de noticia para sitio web de IFLA Correo para diseminarlo en lista de Oficiales de IFLA	discusión Sitio web de IFLA Twitter Facebook Gmail
48	Diseminar la invitación a los Webinars entre nuevos profesionales de todo el mundo para promover su participación.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Contenido para actualizar sección “Webinars” en el Blog del NPSIG Texto de evento para sitio web de IFLA Evento en Facebook Correo para diseminar en listas de discusión	Blog Sitio web de IFLA Listas de discusión Twitter Facebook Gmail
49	Diseminar los materiales de los Webinars y los contactos a los especialistas para facilitar consultas y oportunidades de colaboración.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Presentaciones de los Webinars Enlaces a grabaciones Contactos y twitter handles	Blog Sitio web de IFLA Listas de discusión Twitter

			de los especialistas	Facebook Gmail
50	Crear una lista de tareas por cada evento virtual y presencial del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Plan de acción 2016-2017 Documentos en la Wiki	Basecamp Slack Wiki
51	Coordinar la distribución de las tareas relacionadas con eventos del NPSIG, incluyendo equipo de liderazgo y voluntarios, de acuerdo a sus destrezas e intereses.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Listado de tareas en Basecamp Resultados de encuestas a voluntarios	Google Forms Basecamp Slack
52	Diseminar materiales y enlaces sobre el evento del NPSIG a los voluntarios para que lo difundan en sus redes.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Materiales de los Webinars Enlaces a Blog y Sitio web de IFLA con más información	Gmail Slack Facebook Twitter
53	Diseñar materiales de diseminación de los eventos del NPSIG en distintos idiomas que sean fáciles de reenviar y compartir.	Co- Coordinadora de Información	Documento colaborativo con ideas y contenidos Traducciones del contenido final a idiomas oficiales de IFLA y otros	Google Drive Gmail Slack Software de diseño Wiki
54	Enviar los materiales sobre eventos a la red de activistas del NPSIG.	Convenor	Contactos de la Wiki Correo para diseminar materiales Materiales en distintos idiomas	Wiki Google Drive Gmail

55	Diseminar los eventos del NPSIG en distintos idiomas y en redes sociales, sitios web y listas de discusión.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Documento con descripción sobre los eventos Traducciones de la descripción de los eventos a idiomas oficiales de IFLA y otros	Gmail Listas de discusión Facebook Twitter Blog Sitio web de IFLA
56	Invitar a otros grupos de nuevos profesionales a diseminar los eventos del NPSIG.	Co-Convenor	Listado de grupos de nuevos profesionales y contactos Correo para invitar a los grupos a diseminar la información de nuestros eventos	Gmail Listas de discusión Blog
57	Organizar una llamada de propuestas de eventos y dinámicas de eventos innovadores y compilar resultados.	Coordinador de Información y Convenor	Plataforma para proponer propuestas Correo para diseminar llamado en listas de discusión Blog post para diseminar llamado Texto de noticia para sitio web de IFLA Recopilación de ideas en un Blog post	Gmail Listas de discusión Tricider Blog Twitter Facebook Sitio web de IFLA

58	Invitar a la Presidencia a participar del Webinar organizado por el NPSIG.	Convenor	Información sobre el evento Correo de invitación a la Presidencia Enlace al evento	Gmail Facebook
59	Invitar a la Presidencia a participar del evento social en WLIC.	Convenor	Información sobre el evento Correo de invitación a la Presidencia Enlace al evento	Gmail Facebook
60	Diseminar los eventos del NPSIG solicitando ayuda de la Presidencia con la diseminación en sus redes.	Convenor	Correo para diseminar eventos Materiales en distintos idiomas Enlaces a eventos	Gmail Facebook Blog Sitio web de IFLA Twitter
61	Invitar a los miembros del MLAS a participar de los eventos del NPSIG.	Convenor	Correo para invitar a MLAS a participar de los eventos del NPSIG	Gmail Lista de discusión
62	Solicitar la ayuda de MLAS y sus miembros con la diseminación de los eventos del NPSIG en sus redes.	Convenor	Correo para enviar a lista de discusión de MLAS Materiales en distintos idiomas Enlaces a eventos	Gmail Facebook Blog Sitio web de IFLA Lista de discusión
63	Proponer alianzas a las asociaciones	4 miembros del	Correo para la	Gmail

	profesionales que tienen grupos de nuevos profesionales para organizar eventos con el apoyo del NPSIG.	equipo de liderazgo + voluntarios	propuesta de alianzas Enlaces a materiales de eventos anteriores para ofrecer como referencia Listado de grupos de nuevos profesionales	Google Drive Facebook Blog Sitio web de IFLA
64	Compilar buenas prácticas, dinámicas y herramientas gratuitas para organizar eventos innovadores.	4 miembros del equipo de liderazgo + voluntarios	Listado de buenas prácticas, dinámicas y herramientas	Start.me Gmail Twitter Facebook Blog
65	Enviar compilación a IFLA para su difusión entre los Oficiales de IFLA.	Convenor	Correo con información de la compilación para enviar a IFLA para su difusión	Gmail
66	Identificar empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios para solicitar su apoyo en eventos del NPSIG.	Co-Convenor	Listado de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios	Google Drive
67	Relevar contactos claves de las empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios.	Co-Convenor	Sitios web de empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios	Google Drive LinkedIn



68	Crear materiales de disseminación del NPSIG para enviar a las empresas para obtener su financiamiento y apoyo para organizar eventos.	Co- Coordinadora de Información y Coordinador de Información	Documento colaborativo con ideas y contenidos	Google Drive Software de diseño
69	Contactar y coordinar con las empresas el tipo de apoyo que ofrecerán para eventos del NPSIG.	Co-Convenor	Detalle de costos y recursos necesarios para organizar evento del NPSIG	Gmail Google Drive Wiki
70	Rendir cuentas del apoyo recibido y el uso de los recursos, espacios, etc. a las empresas que ofrecieron el apoyo.	4 miembros del equipo de liderazgo	Detalle del apoyo recibido Correo de agradecimiento y recibos o Información necesaria	Gmail Google Drive Wiki
71	Establecer contactos con otras secciones de IFLA en búsqueda de oportunidades de colaboración para eventos del NPSIG.	4 miembros del equipo de liderazgo	Sitio web de IFLA Documento colaborativo con secciones de interés para la agenda del NPSIG	Gmail Listas de discusión
72	Hacer propuestas a secciones con las cuales se ve un potencial de colaboración en eventos.	4 miembros del equipo de liderazgo	Contactos de Presidentes de las secciones de interés Correo para enviar a las secciones proponiendo colaboración	Gmail Listas de discusión

73	Co-coordinar el diseño y la ejecución de los eventos organizados con otra(s) sección(es).	4 miembros del equipo de liderazgo	Documento colaborativo para diseñar el evento Reuniones virtuales para discutir ideas y definir detalles	Gmail Listas de discusión
74	Relevar nuevos temas relevantes para nuevos profesionales para asegurar que la oferta de Webinars sea relevante e innovadora.	Convenor y L. García Febo	Plataforma para relevar ideas Correo para diseminar convocatoria de ideas en listas de discusión Blog post para invitar a participar Texto para noticia en el sitio web de IFLA Traducciones de los textos para diseminar en idiomas oficiales de IFLA, y otros.	Doodle Sli.do Gmail Blog Sitio web de IFLA Twitter Facebook
75	Coordinar la distribución de los temas entre los distintos socios de la serie de Webinars IFLA ALA.	Convenor y L. García Febo	Listado de temas más votados Listado de temas seleccionados por los socios	Gmail Doodle Sli.do
76	Diseminar los Webinars de la serie IFLA ALA en el Blog del NPSIG, Sitio web de IFLA y redes sociales.	4 miembros del equipo de liderazgo +	Enlaces para agendar y acceder al	Gmail Listas de discusión

		voluntarios	<p>evento</p> <p>Correo para diseminar invitación en listas de discusión</p> <p>Blog post para invitar a participar</p> <p>Texto para evento en el sitio web de IFLA</p> <p>Traducciones de los textos para diseminar en idiomas oficiales de IFLA, y otros.</p>	<p>Tricider</p> <p>Blog</p> <p>Twitter</p> <p>Facebook</p> <p>Sitio web de IFLA</p> <p>Adobe Connect</p> <p>Google Hangout</p> <p>Air</p>
--	--	-------------	--	---

### **8.3.Evaluación del impacto de la intervención**

En este sentido, consideramos importante establecer medidas de impacto del conjunto de actividades propuestas en el Plan de comunicación, que permitan saber si éstas han tenido el efecto positivo deseado.

A continuación, se detallan indicadores que permiten identificar el éxito de la intervención:

#### **Incorporar a los voluntarios a las actividades del NPSIG:**

- Incremento en el número de voluntarios activos (se considera voluntario activo a aquel que tienen un mínimo de dos intercambios por mes con el equipo de liderazgo, que participa al menos en una de las reuniones virtuales y que tiene al menos una tarea a cargo)
- Aumento de miembros en Slack
- Aumento de actividad en Slack
- Aumento de miembros en Basecamp
- Aumento de actividad en Basecamp
- Aumento de suscriptores a la Wiki
- Aumento de miembros en el Grupo del NPSIG en Facebook

**Participación de nuevos profesionales en IFLA:**

- Incremento en el número de nuevos profesionales conectados con una sección en IFLA

**Lograr el aporte de activistas en las actividades del NPSIG:**

- Incremento en el número de respuestas de activistas a las convocatorias o solicitudes de aportes del NPSIG

**Lograr el apoyo necesario para realizar los eventos presenciales del NPSIG:**

- Reducción del tiempo de negociaciones para definir en dónde se llevará a cabo la reunión satélite del NPSIG (IFLAcamp) cada año (las negociaciones con sponsors y posibles “hosts” -anfitriones- de la siguiente reunión comienzan luego de la conferencia mundial en agosto, es fundamental acordar el lugar lo antes posible para poder avanzar en la diseminación del evento y convocar a más participantes)
- Incremento en el número de sponsors para la organización del IFLAcamp
- Incremento en el valor del aporte de los sponsors para la organización del IFLAcamp

**Publicar contenidos de interés para nuevos profesionales y promover su participación en el Blog:**

- Aumento del número de blog posts del equipo de liderazgo y Co-Fundadora

- Aumento del número de firmas invitadas al Blog
- Aumento de páginas vistas del Blog
- Aumento de suscriptores al Blog

**Tener un mejor alcance de las actividades en línea del NPSIG:**

- Incremento del número de asistentes a eventos en línea (reuniones virtuales y Webinars)

**Tener un mejor alcance de las actividades presenciales del NPSIG:**

- Incremento del número de asistentes a eventos presenciales (IFLAcamp, sesiones abiertas, reuniones de negocios, eventos sociales)

**Posicionamiento del NPSIG con las autoridades de IFLA:**

- Invitación de Presidentes y/o Presidentes Electos de IFLA a hablar en sus sesiones de apertura o cierre
- Invitación de la Sede de IFLA a hablar en la sesión de nuevos asistentes en el Congreso de IFLA

#### **8.4. Cronograma de actividades**

En el cronograma se establece el “tiempo que insumirá ejecutar determinada acción comunicativa; tanto las consideraciones previas, como la ejecución misma” (Etkin, 2012, p. 135). También se establece el momento en el tiempo en el cual las acciones se llevarán a cabo, teniendo en cuenta tiempos, ciertos condicionantes y factores de contexto que influyen en la realización de dichas actividades.

Las actividades propuestas incluyen acciones a llevarse a cabo en un momento específico y acciones regulares, por ello diferenciamos ambos tipos de acciones de la siguiente manera:

- **Actividades a realizar en un momento específico**
- **Actividades que se realizan regularmente**

























76	Diseminar los Webinars de la serie IFLA ALA en el Blog del NPSIG, Sitio web de IFLA y redes sociales.														
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 9. Conclusiones

La auditoría de comunicación del NPSIG realizada nos permitió detectar una serie de dificultades enfrentadas a la hora de abordar sus comunicaciones, encabezadas por la falta de recursos humanos, de tiempo y de personal profesional. Sin embargo, también fue posible identificar una serie de oportunidades de mejora que pueden ser abordadas con los recursos disponibles, pero que requieren de una apropiada planificación. De esta manera, la tríada tiempo-recursos humanos-habilidades podría ser utilizada en forma más eficiente mediante el seguimiento de un plan con públicos, objetivos y actividades preestablecidos.

El diagnóstico se llevó a cabo en base a la literatura sobre comunicación institucional y comunicación en organizaciones sociales (Amado Suarez, Bustos, Capriotti, Chaves, Costa, Etkin, han sido los autores más consultados). Como parte del diagnóstico, el análisis de los públicos de acuerdo a la metodología propuesta por Paul Capriotti (2013), fue un ejercicio que definitivamente ha tenido un impacto en el resto de la propuesta. El mismo ofrece un panorama de los actores más influyentes en el presente y futuro del NPSIG, y permite orientar la planificación al logro de los objetivos a través de estos públicos.

Si bien es claro que el foco principal del NPSIG son los nuevos profesionales (voluntarios, activistas y beneficiarios), uno de los principales hallazgos del diagnóstico fue la necesidad de orientar las comunicaciones a una serie de públicos prioritarios que hasta ahora no han sido específicamente abordados por el NPSIG. Estos son: presidencia de IFLA, sede de IFLA, otras secciones y divisiones de IFLA, asociaciones profesionales miembro de MLAS, y empresas proveedoras de productos y servicios bibliotecarios. Para fomentar el desarrollo y

participación de nuevos profesionales en IFLA y en el mundo bibliotecario profesional, es necesario que el NPSIG preste una especial atención a estos públicos.

En este sentido, además de la creación de una red profesional y el ofrecimiento de oportunidades de aprendizaje, el plan de comunicación que se presenta en la segunda parte de esta tesis, se orienta a la creación de programas e iniciativas para integrar a los nuevos profesionales con estos públicos estratégicos. Algunos ejemplos son: “IFLA Volunteer Market” para fomentar la incorporación de nuevos profesionales como voluntarios en secciones de IFLA, el establecimiento de un programa de becas para nuevos profesionales para asistir al Congreso Mundial ofrecido por empresas junto con el NPSIG, el lanzamiento de diversos llamados a participación para la propuesta de mejoras en IFLA, ideas para eventos de innovación en IFLA, y programas dedicados a nuevos profesionales en las asociaciones profesionales de cada país, entre otros.

El plan de comunicación propuesto incluye además un análisis de los recursos humanos, materiales y técnicos necesarios, y un cronograma para su implementación en forma inmediata. Al realizar el cronograma se han tenido en cuenta plazos y factores externos, para asegurar que sea realista y realizable por el NPSIG.

Por último, para medir el impacto en la capacidad y alcance del NPSIG de todas estas acciones propuestas, se ofrece una serie de indicadores que pueden ser utilizados para monitorear el progreso y realizar una evaluación ex-post para medir el éxito de la implementación del plan.

## Referencias

- Amado Suárez, A. (1999). *Comunicaciones públicas: el modelo de la comunicación integrada* (1a ed.). Buenos Aires: Temas.
- Amado Suárez, A. (ed.) (2008). *Auditoría de comunicación* (1a ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Ander Egg, E. (2007). *Introducción a la planificación*. Buenos Aires: Lumen Humanitas.
- Balas Lara, M. (2012). *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector: cómo mejorar la imagen de las ONG*. Madrid: ESIC Editorial.
- Bertolini, M. V. (2012, septiembre 17). IFLAcamp 2012: una “desconferencia” por y para nuevos (y no tan nuevos) profesionales de la información [Blog post]. Recuperado de: <http://www.infotecarios.com/iflacamp-2012-una-desconferencia-por-y-para-nuevos-y-no-tan-nuevos-profesionales-de-la-informacion/>
- Bertolini, M. V. (2015, septiembre 30). @npsig: El espacio para #nuevosbibliotecarios en #IFLA [Blog post]. Recuperado de: <http://www.infotecarios.com/nuevosbibliotecariosenifla/>
- Brandolini, A. y M. González Frígoli. (2009). *Comunicación interna*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones: Editorial DIRCOM.
- Bustos, M. J. (2008). Planificación estratégica de la comunicación institucional. En Amado Suárez, A. (ed.). *Auditoría de comunicación* (pp. 97-115). Buenos Aires: La Crujía.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (4a ed.). Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

- Chaves, N y Belluscia, R. (2003). *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.
- Chaves, N. (2005). *La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación Institucional* [Kindle] (3a. ed.). Recuperado de: <https://www.amazon.com/Kindle-eBooks/>
- Costa, J. (2014). *El DirCom hoy: Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. Joan Costa Institute.
- Enz, A. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa* (1a ed.). Buenos Aires: Asociación Civil Comunia.
- Etkin, E. (2008). El recorrido metodológico de la auditoría. En Amado Suárez, A. (ed.). *Auditoría de comunicación* (pp. 61-96). Buenos Aires: La Crujía.
- Etkin, E. (2012). *Comunicación para organizaciones sociales* (1a ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas. (2015). *Plan estratégico de la IFLA 2016-2021*. La Haya: IFLA.
- Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas. (2016a). Sobre la IFLA. Recuperado de: <http://www.ifla.org/ES/about>
- Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas. (2016b). Planificación estratégica. Recuperado de: <http://www.ifla.org/ES/strategic-plan>
- Iglesias, G., y Vázquez, N. (2013). Propuesta de intervención como trabajo final. En G. Iglesias, y G. Resala (comps.). *Elaboración de tesis, tesinas y trabajos finales* (pp. 163-206). Buenos Aires: Noveduc.

International Federation of Library Associations and Institutions. (2008). *IFLA Statutes*. The Hague: IFLA.

International Federation of Library Associations and Institutions. (2016). Education and Training Section. Recuperado de: <http://www.ifla.org/set>

New Professionals Special Interest Group. (2016a). Get Involved with IFLA New Professionals Special Interest Group [Encuesta en línea]. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe-QSgE4xZiX38L7LT-EBIGEDjdaxxknMkLavcI11H-3fIN-w/viewform>. Traducción mía.

New Professionals Special Interest Group. (2016b). NPSIG Action Plan 2015-2016. Recuperado de: <http://www.ifla.org/publications/node/10591>. Traducción mía.

New Professionals Special Interest Group. (2016c). NPSIG Activists Survey [Encuesta en línea]. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfotg74nK8B5SWepSS87Hn--UPTiHBkQC7dBLHYPcIjqa-8bQ/viewform?c=0&w=1>. Traducción mía.

New Professionals Special Interest Group. (2016d). NPSIG Activities Report: September 2015-August 2016 [Blog post]. Recuperado de: <https://npsig.wordpress.com/2016/08/19/npsig-activities-report-september-2015-august-2016/>

New Professionals Special Interest Group. (2016e). Survey of Library and Information Science New Professionals and Students [Encuesta en línea]. Recuperado de: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeVe4TzVYT3oMuTwrvv-NxyRpnDSw4tERTgmnBAUO3bJE7ZQA/viewform?c=0&w=1>. Traducción mía.

New Professionals Special Interest Group [NPSIG IFLA] (2016, junio 28). What is IFLA New Professionals Special Interest Group? [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=jCxxwkV3j6c>

Sánchez-González, M., y Paniagua-Rojano, F. (2013). “Estrategias de comunicación 2.0 en asociaciones profesionales. Estudio del caso de los Colegios Oficiales de Médicos en España”. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(1).

Shklyar, K. (2016, marzo 27). Come together! Or what is an IFLA Special Interest Group about [Blog post]. Recuperado de: <https://npsig.wordpress.com/2016/03/27/npsig-get-involved/>

Torres, S., González Bonorino, A., y Vavilova, I. (2015). *La cita y referencia bibliográfica: guía basada en las normas APA* (3a ed., Rev. y ampliada). Buenos Aires: Biblioteca Central UCES. Recuperado de: [http://www.uces.edu.ar/biblioteca/Citas\\_bibliograficas-APA-2015.pdf](http://www.uces.edu.ar/biblioteca/Citas_bibliograficas-APA-2015.pdf)

Uruguay. Dirección Nacional de Gestión Territorial. (2015). *Manual de fortalecimiento para organizaciones sociales*. MIDES, DNGT.

Vargas, C. (2016). “La Transformación Digital de Asociaciones profesionales y empresariales”. *Merca2.0*, 30 de marzo de 2016.

Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin; Jackson, Don D. (2011). *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies and paradoxes* [Kindle]. Recuperado de: <https://www.amazon.com/Kindle-eBooks/>. Traducción mía.



## Acrónimos

- ALA: American Library Association = Asociación Estadounidense de Bibliotecas
- CPDWL: Continuing Professional Development and Workplace Learning Section = Sección sobre el Desarrollo Profesional Continuo y la Formación en el Lugar de Trabajo
- IFLA: International Federation of Library Associations and Institutions = Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas
- LTR: Library Theory and Research Section = Sección de Teoría e Investigación Bibliotecaria
- MLAS: Management of Library Associations Section = Sección de Gestión de Asociaciones de Bibliotecas
- NPSIG: New Professionals Special Interest Group = Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales
- SET: Education and Training Section = Sección de Educación y Entrenamiento
- WLIC: World Library and Information Congress = Congreso Mundial de Bibliotecas e Información

## Anexos

### **Anexo 1. Entrevista autoadministrada al equipo de liderazgo del NPSIG y Co-Fundadora**

Por favor, responde las preguntas más con tus propias apreciaciones. Las respuestas a las preguntas serán consideradas anónimamente, compiladas en conclusiones generales de todo el equipo, sin intención de hacer referencia a lo que cada miembro del equipo dijo.

1. ¿Por qué crees que es importante que IFLA tenga un Grupo de Interés Especial especialmente dedicado a los nuevos profesionales?
2. ¿Cuál consideras que es la misión del NPSIG? (su negocio, su razón de ser)
3. ¿Cuáles dirías que son los valores que guían la forma en la cual trabaja en NPSIG?
4. ¿En dónde/Cómo ves al NPSIG en 5 años?
5. ¿Cómo crees que los nuevos profesionales ven al NPSIG?
6. ¿Cómo crees que MLAS y la Sede de IFLA ven al NPSIG?
7. ¿Qué ves como oportunidades para el NPSIG?
8. ¿Qué ves como amenazas para el NPSIG?
9. ¿Qué identificas como las principales debilidades en la efectividad de las comunicaciones del NPSIG?
10. ¿Qué identificas como las principales fortalezas en la efectividad de las comunicaciones del NPSIG?

## **Anexo 2. Encuesta para reclutar voluntarios “Involúcrate con el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales de IFLA”**

1. Nombre (Nombre completo, apodo, nombre corto, como prefieras)
  2. Correo electrónico
  3. País de origen (este campo no es obligatorio, puede ser difícil de contestar para algunas personas)
  4. País y lugar de residencia (es más fácil decir en dónde vives en este momento)
  5. Lengua materna (puedes listar todas las que correspondan)
  6. Otras lenguas en las cuales te sientes con confianza (Por ejemplo, puedes escribir un blog post o comunicarte en esta lengua, aunque no sea tu lengua materna. No tiene que ser perfecto)
  7. Trabajo/Lugar de estudio (¿Qué estás haciendo actualmente? o ¿qué estás a punto de empezar?)
  8. Áreas de interés profesional (por ejemplo, si te gusta más la catalogación o la organización de eventos en una biblioteca infantil, etc.)
  9. ¿De qué manera te gustaría contribuir?
- Parte 1: Trabajando con textos
    - Hacer traducciones (en las lenguas mencionadas)
    - Corregir textos (en tu lengua materna)
    - Escribir blog posts para el blog del NPSIG

Si elegiste escribir blog posts, ¿cuál sería el primer tópico sobre el cual escribirías? (Puedes escribir blog posts en cualquier idioma, aunque es bueno al menos tener también un resumen en inglés)

- Parte 2: Presencia activa en redes sociales ¿En cuáles canales eres activo/a y estarías listo/a para involucrarte con el NPSIG?
  - Facebook
  - Twitter
  - YouTube
  - Otros:
  
- Parte 3: IFLA WLIC 2016 y eventos relacionados en Columbus, USA (Planificar y asistir con las actividades del NPSIG, a distancia e in situ, antes, durante y después de los eventos)
  - Webinars #newlibgc
  - IFLAcamp 2016 (organizado antes de IFLA WLIC)
  - Evento de ciclismo de día completo en Columbus
  - Sesión Abierta 2016
  - Evento Social en IFLA WLIC 2016
  - Sesión de la Presidenta-Electa de IFLA
  - Ayuda práctica in situ antes y durante IFLA WLIC 2016 en Columbus

Si estás interesado/a en ayudar con IFLA WLIC 2016, ¿crees que estarás físicamente disponible in situ? Solo una parte del tiempo estaría bien también (IFLA WLIC 2016 y eventos relacionados se organizarán entre el 6 y el 20 de agosto)

- Si, estaré en Columbus en ese momento
- No, no puedo ir a Columbus, pero puedo ayudar a distancia
- Estoy interesado/a en ir, pero no estoy seguro/a aún

- Parte 4: Otros

- Planificando y asistiendo con Webinars
- Difundiendo información en la comunidad profesional local sobre las actividades del NPSIG
- Otros:

10. ¿Cuánto tiempo por semana/mes crees que puedes contribuir para el voluntariado? 1 hora por semana, o 10 horas por mes, o... sé realista :)

11. ¿Quieres agregar algo? (¿Algo que no preguntamos? ¡Esta es tu oportunidad de contestarlo!)

12. ¿Cómo supiste acerca del Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales?

### **Anexo 3. Encuesta a nuevos profesionales y estudiantes de bibliotecología y ciencias de la información**

1. ¿En qué etapa de tus estudios de bibliotecología y ciencias de la información te encuentras? (Marca todas las casillas que correspondan)

- Estudiante de grado (licenciatura o tecnicatura)
- Graduado de grado (licenciatura o tecnicatura)
- Estudiante de posgrado (Master)
- Graduado de posgrado (Master)
- Estudiante de Doctorado
- Graduado de Doctorado

2. ¿Te consideras un/a nuevo/a profesional? (La definición de un/a nuevo/a profesional no es restrictiva, podría ser que eres nuevo/a en la profesión, que eres un/a joven profesional, o que en general eres más joven/nuevo que otros miembros en tu círculo)

- Si
- No

3. ¿Eres miembro de alguna asociación de bibliotecarios o profesionales de la información?

Si

No

4. Si eres miembro de alguna asociación: ¿de cuál(es)?

5. Si no eres miembro de ninguna asociación: ¿por qué no?

6. ¿Has escuchado alguna vez sobre el trabajo de IFLA en el cual puedes involucrarte?

Si

No

7. ¿Estás formalmente o informalmente involucrado/a con alguna Sección o Grupo de Interés Especial de IFLA?

Si

No

8. ¿Habías interactuado con el Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales antes de esta encuesta?

Si

No

9. ¿Habías interactuado con la Sección de Educación y Entrenamiento antes de esta encuesta?

Sí

No

10. ¿Te interesaría involucrarte (más) con IFLA?

Ya estoy involucrada con IFLA

Sí, me gustaría involucrarme más

No, no veo el beneficio de participar en IFLA

No, prefiero participar de solamente en mis asociaciones nacionales/locales

No (por cualquier otra(s) razón(es))

11. Si no estarías interesado/a en involucrarte (más) con IFLA for cualquier otra(s) razón(es):

Por favor, describe la razón principal:

12. ¿Qué crees que te motivaría a estar más involucrado/a con IFLA? (Selecciona todas las casillas que apliquen)

Recibir ayuda para asistir a la conferencia anual

Que alguien pague mi membresía

Que una sección me "adopte" y me incluya en las actividades



- Recibir un certificado/reconocimiento oficial por mi actividad de voluntariado en IFLA para agregar a mi CV o LinkedIn
- Definir con una Sección claros términos de referencia (tareas, responsabilidades, fechas de entrega) antes de empezar tu colaboración
- Tener un canal directo para proponer nuevas ideas para la innovación y mejora en IFLA
- Ser seleccionado/a para participar como Voluntario/a de IFLA en el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información (WLIC)
- Poder participar informalmente y ocasionalmente, solo cuando tengo tiempo
- Tener formas más efectivas de participar virtualmente y ser incluido más allá de mi ubicación geográfica
- Poder sumarme como miembro de un Comité Permanente incluso si no puedo viajar para participar de los congresos anuales
- Tener más recursos disponibles o formas de participar en mi propia lengua

13. ¿Crees que es importante que IFLA esté conectado con nuevos profesionales y estudiantes? Si es así, ¿por qué?

14. ¿Crees que es importante que los nuevos profesionales y estudiantes se involucren y participen en IFLA? Si es así, ¿por qué?

15. ¿Cuáles herramientas usas más frecuentemente para informarte sobre el campo de la bibliotecología y ciencias de la información? (por favor selecciona 3)

- Facebook
- Twitter
- Blogs
- Listas de discusión por correo electrónico
- Sitio web de IFLA
- YouTube
- Otros:

16. Completa la información más abajo si quisieras que te contactemos sobre programas para nuevos profesionales/estudiantes (Opcional):

- Tu nombre:
- País de origen:
- País en donde vives:
- Correo electrónico para contactarte:
- Estoy interesado/a en:
  - El Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales
  - La Sección de Educación y Entrenamiento

#### **Anexo 4. Encuesta a activistas del NPSIG**

La razón por la cual te hemos contactado es que eres un miembro de la Wiki del Grupo de Interés Especial de Nuevos Profesionales (NPSIG), y como tal te consideramos parte de la red de activistas del NPSIG. Puede que te hayas sumado hasta solo dos meses, o hace muchos años, entonces en esta encuesta nos gustaría conocerte mejor.

En particular, sería muy útil para nosotros conocer tu interés en apoyar al NPSIG y sus actividades, así como definir mejores formas para hacerte saber los proyectos y logros del NPSIG, y obtener tu retroalimentación y aportes.

El objetivo de esta encuesta es tener una mejor idea de la red de Activistas del NPSIG para poder comunicar y conectar mejor contigo, de esta manera fortalecer el NPSIG con tu aporte y cumplir en mejor medida con su misión dentro de IFLA.

¡Muchas gracias desde ya por tu tiempo! Esta encuesta no te tomará más de 5 minutos.

1. ¿Cuándo te involucraste con el NPSIG por primera vez?

- Este año (2016)
- El año pasado (2015)
- Hace 2-3 años

- Hace 4-5 años
- Hace más de 5 años
- Otro:

2. Te consideras un:

- ¿Un nuevo profesional?
- ¿Alguien que apoya a los nuevos profesionales?
- Otro:

3. ¿Crees que es importante que IFLA tenga un Grupo de Interés Especial especialmente dedicado a los nuevos profesionales? Si es así, ¿por qué?

4. ¿Cuáles herramientas usas más frecuentemente para informarte sobre el campo de la bibliotecología y ciencias de la información? (por favor selecciona 3)

- Twitter
- Facebook
- Blogs
- Listas de discusión por correo electrónico
- Sitio web de IFLA
- YouTube
- Otros:

5. ¿Te interesaría involucrarte (más) y ser más activo/a en el NPSIG?

- Ya estoy involucrado/a y soy activo/a con IFLA
- Sí, me gustaría involucrarme más
- No, ahora me involucro con otros grupos en IFLA
- No (por cualquier otra(s) razón(es))

6. Si no te interesaría involucrarte (más) con el NPSIG por cualquier otra(s) razón(es): Por favor, describe la razón principal:

7. Si te gustaría estar (más) involucrado/a, por favor completa tu información aquí abajo para que podamos estar en contacto (Opcional):

- Tu nombre
- País de origen
- País en donde vives
- Correo electrónico para contactarte:

8. ¿Tienes preguntas, comentarios, o sugerencias para el NPSIG? (agrega tu correo electrónico arriba si quisieras que te respondamos sobre tu mensaje)

## **Anexo 5. Compilación de respuestas a la entrevista autoadministrada al equipo de liderazgo del NPSIG y Co-Fundadora**

### **Los miembros del equipo de liderazgo consideran como la misión del NPSIG:**

- Ser la voz de los nuevos bibliotecarios, del futuro de nuestra profesión, dentro de IFLA.
- Ofrecer un foro global para nuevos bibliotecarios que buscan estar comprometidos con IFLA y con la profesión, para plantear y discutir cuestiones profesionales que son importantes para ellos y hacerlos oír en la IFLA.
- Ofrecer a nuevos bibliotecarios de todo el mundo un espacio libre para la discusión, para expresar nuevas ideas y conectar con colegas que comparten intereses similares.
- Diseminar innovaciones y tendencias en el mundo de las bibliotecas.
- Ser una vía de entrada a IFLA para nuevos profesionales, un espacio de intercambio flexible, abierto y diverso para promover la innovación y cambios constructivos en IFLA y la integración de nuevos bibliotecarios en forma internacional.
- Fomentar la participación de nuevos bibliotecarios para fortalecer su desarrollo, ampliar e internacionalizar su red profesional, acceder a oportunidades de aprendizaje y eventos de networking e innovación, y motivarlos a involucrarse con las asociaciones de bibliotecarios de sus propios países.
- Ayudar a los nuevos bibliotecarios a conocer cómo funciona IFLA.
- Ayudar a IFLA a obtener el aporte de nuevos profesionales para dinamizar y actualizar su membresía, contenidos y organización.

- Para acercar la bibliotecología internacional a los nuevos bibliotecarios, estén donde estén.
- Ser un espacio para intercambiar ideas y compartir conocimiento, innovaciones, experiencias y buenas prácticas relacionadas a bibliotecología y ciencias de la información.

### **¿En dónde/cómo ves al NPSIG en 5 años?**

En equipo de liderazgo ve al NPSIG en el 2021 como:

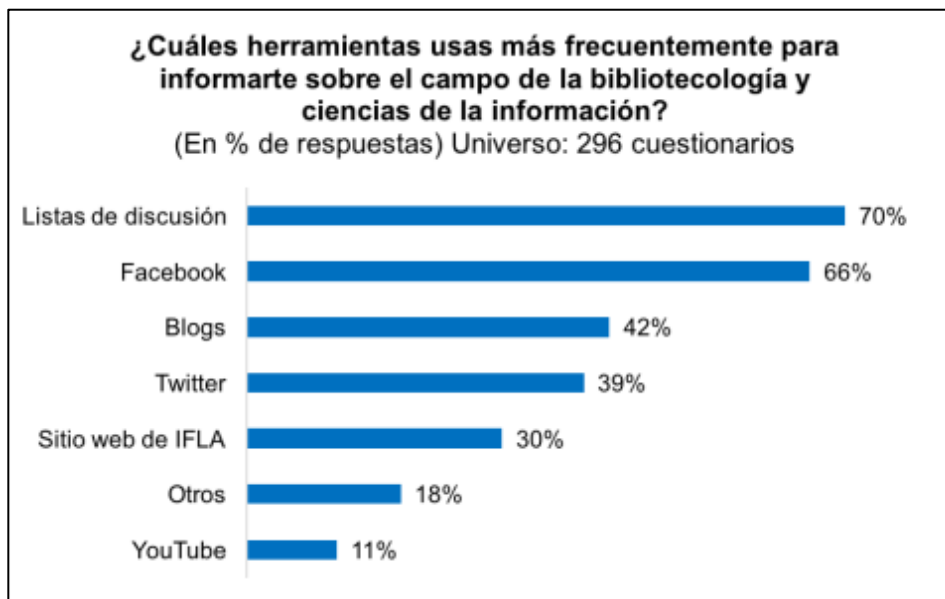
- Una red y un equipo de trabajo más grande y estructurado.
- Construyendo puentes entre bibliotecarios y otros profesionales.
- Una nueva sección dentro de IFLA que innova constantemente en la interacción con otras secciones, en la forma en la que está organizada, en los tipos de programas y eventos que ofrece, en la composición de su comité, en las temáticas de trabajo, en la interacción con sus voluntarios, activistas y beneficiarios en las herramientas que utiliza para comunicación, eventos, etc.
- Un foro para los nuevos bibliotecarios que buscan estar comprometidos con IFLA y con la profesión.
- Con un equipo de liderazgo comprometido y una red confiable de activistas, construido a partir de nuevos bibliotecarios actuales y ex miembros del grupo que han seguido adelante.

- Un parte importante de IFLA con buenos procedimientos y aplicables, permitiendo al equipo de liderazgo y voluntarios involucrarse de manera clara y fácilmente accesible.
- Teniendo conexiones establecidas en todo el mundo y consiguiendo apoyo financiero para sus actividades.
- Todavía como un Grupo de Interés Especial. Esto le permite estar en una posición desde la cual poder ofrecer críticas constructivas sobre IFLA y demostrar cuán exitoso puede ser un Grupo de Interés Especial, teniendo una estructura mucho más flexible que el resto de la Federación.
- Si el NPSIG continua igual que como se encuentra ahora en 5 años, significa que ha fallado en promover el cambio y la innovación en IFLA.



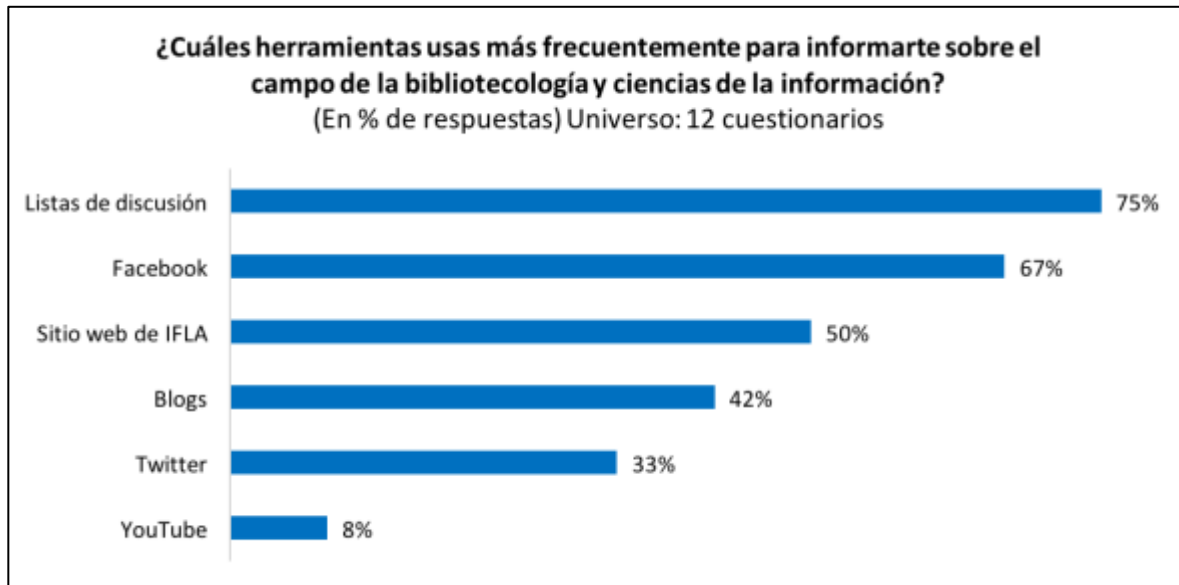
**Anexo 6. Compilación de respuestas de nuevos profesionales y estudiantes, voluntarios y activistas, de interés para planificar actividades y comunicaciones del NPSIG**

- **Herramientas**



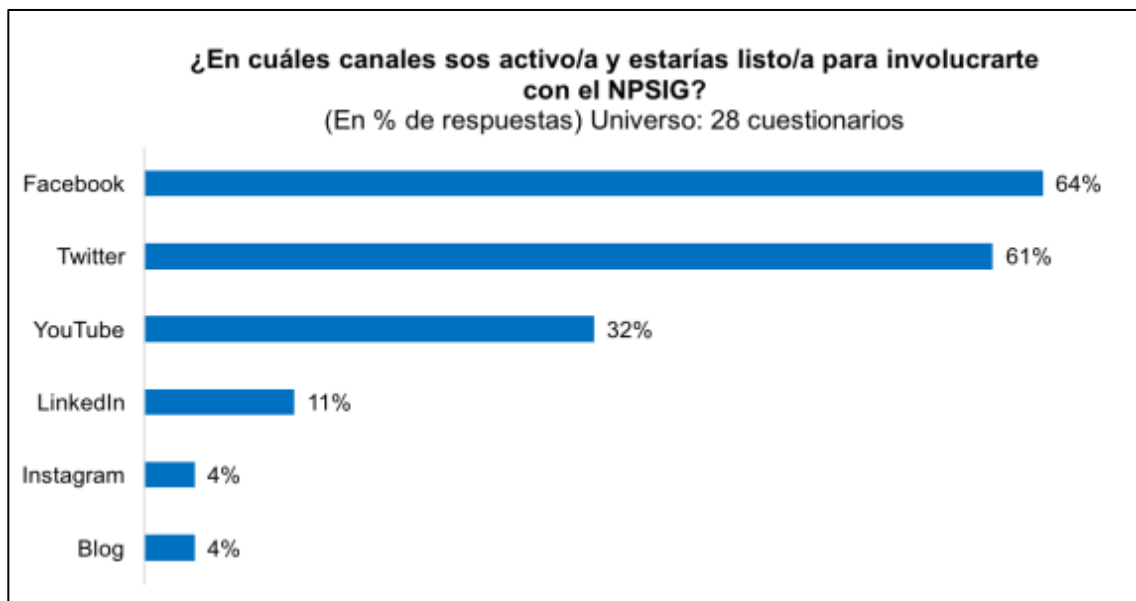
*Figura 25.* Herramientas usadas más frecuentemente por nuevos profesionales y estudiantes para informarse sobre el campo de la bibliotecología y ciencias de la información

*Nota:* La suma de las opciones supera el 100% porque se trata de una pregunta de opción múltiple.



*Figura 26:* Herramientas usadas más frecuentemente por activistas para informarse sobre el campo de la bibliotecología y ciencias de la información

*Nota:* La suma de las opciones supera el 100% porque se trata de una pregunta de opción múltiple.



*Figura 27.* Canales/Herramientas en las cuales los voluntarios son activos y están listos para involucrarse con el NPSIG.

*Nota:* La suma de las opciones supera el 100% porque se trata de una pregunta de opción múltiple.

- **Lenguas**

Entre el equipo de liderazgo y los voluntarios se cuenta con el conocimiento de las 7 lenguas oficiales de IFLA (árabe, chino, inglés, francés, alemán, ruso y español) para escribir blog posts o diseminar comunicados y convocatorias en una gran diversidad de redes.

Los voluntarios del NPSIG (28 respuestas) tienen conocimiento de las siguientes lenguas: inglés (20 respuestas), español (11 respuestas), francés (8 respuestas), portugués (3 respuestas) y alemán (3 respuestas). También al menos un voluntario habla una de las siguientes lenguas: árabe, japonés, luganda, shona, sueco, wolof, yoruba, chino, danés, feroés, islandés, italiano, malayo y noruego.

El equipo de liderazgo tiene conocimiento de las siguientes lenguas: francés, inglés, español, ruso, finlandés, portugués, italiano, serbio, croata, y alemán.

- **Tiempo**

El tiempo disponible de los voluntarios para dedicar al NPSIG varía de 1-3 horas a la semana (13 respuestas), 5 horas a la semana (3 respuestas), 1-5 horas al mes (7 respuestas), 10-12 horas al mes (2 respuestas).

- **Formas de contribuir deseadas**



*Figura 28.* Maneras en las cuales los voluntarios estarían interesados en contribuir con el NPSIG  
*Nota:* La suma de las opciones supera el 100% porque se trata de una pregunta de opción múltiple.