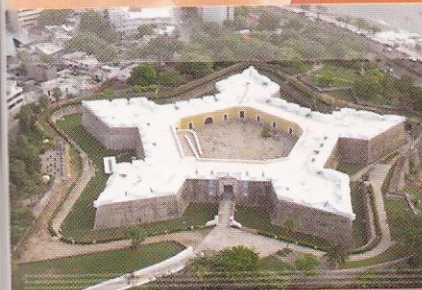


# XI Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía

ASOCIACIÓN MEXICANA DE BIBLIOTECARIOS, A.C.

USUARIOS: DEMANDA Y OFERTA  
INFORMATIVA DE LAS BIBLIOTECAS



## Memorias

 en tu biblioteca™



9 al 11 de septiembre, 2009  
Acapulco, Gro.



---

XL Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía  
Acapulco, Guerrero  
Memoria  
Septiembre 9-11, 2009

Asociación Mexicana de Bibliotecarios, A.C.



Asociación Mexicana de Bibliotecarios, A.C.

2011

Z673

J66

2009 Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía (40: 2009 :Acapulco, Guerrero)  
XL Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía : Memoria 9,10 y 11 de septiembre de 2009. ' y edición Jesús Lau Noriega – México: Asociación Mexicana de Bibliotecarios, 2011.

400 p.: il.

1.- Bibliotecología – México –Congresos. I. Lau, Jesús, comp.

Compilación y edición: Jesús Lau

Ensamblaje temático y revisión editorial: Miguel Ángel Ríos y Sergio Gómez Vinales

Primera edición 2011

DR © Asociación Mexicana de Bibliotecarios, A.C.

Angel Urraza 817-A

Col. Del Valle

México, 03100, D.F.

Impreso y hecho en México

Las opiniones contenidas en las ponencias que aparecen en esta obra son responsabilidad exclusiva de sus autores.

<i>Capítulo XI. Los infantes de 0 a 6 años como usuarios de la biblioteca: ¿será posible proporcionar una alfabetización informativa a este tipo de usuarios en México?</i>	135
Christian Rebeca Hernández González	
<i>Capítulo XII. Hacia la construcción de usuarios autónomos</i>	140
Jorge Velázquez Pérez y Gabriel Borunda Olivas	
<i>Capítulo XIII. Estrategia para colaborar y participar en el desarrollo de habilidades informativas: el caso de la Universidad Autónoma de Yucatán</i>	149
Silvia Medina Campoy	
<i>Capítulo XIV. Catálogo de autoridad de temas de la UNAM y su aporte para las bibliotecas mexicanas</i>	157
Carlos García López, Jorge Alberto Mejía Ruiz y Blanca Estela Sánchez Luna	

#### **IV. DIFUNDIENDO SERVICIOS, MULTIPLICANDO USUARIOS**

<i>Capítulo XV. Red Iberoamericana SciELO: difusión e indicadores bibliométricos para las revistas científicas iberoamericanas</i>	172
Antonio Sánchez Pereyra	
<i>Capítulo XVI. Bibliotecas en Movimiento: un esfuerzo por desarrollar una política pública para los usuarios en el Distrito Federal</i>	178
Virginia Sáyago Vergara, José Roque Quintero y Julio Zetter Leal	
<i>Capítulo XVII. Los clubes de lectura: una estrategia para fomentar la lectura en los adolescentes</i>	194
Joan Itztetli Martínez Serrano	
<i>Capítulo XVIII. El cine como elemento didáctico para el fomento del hábito lector en los jóvenes</i>	202
Álvaro Alejandro Jara Rangel	
<i>Capítulo XIX. Proyecto del catálogo colectivo UNAM-Multimedia</i>	211
Elsa Guzmán Rodríguez, Alfredo Martínez Gil y Norma Miranda Zárate	
<i>Capítulo XX. La bibliografía lo es todo</i>	221
Elsa Barberena	

#### **V. UNA MIRADA A LA EVALUACIÓN**

<i>Capítulo XXI. Quince años de la Reunión de Bibliotecarios de la Península de Yucatán, 1994-2008: análisis preliminar de la literatura bibliotecológica mexicana</i>	228
Raúl García Velarde y Genaro Pérez Figueroa	
<i>Capítulo XXII. Uso de los recursos de información entre estudiantes del Posgrado en Ciencias Matemáticas de la Universidad Nacional Autónoma de México</i>	240
Raúl Novelo Peña y Ma. Del Pilar Ladrón de Guevara Solís	

<i>Capítulo XXIII. Diseño de un instrumento de evaluación de los procesos de registro y digitalización de documentos para su integración a una biblioteca digital</i>	249
Robert Endean Gamboa y Carlos Solís Soberón	

## **VI. DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE BIBLIOTECAS**

<i>Capítulo XXIV. La última palabra: diseño y re-diseño de bibliotecas</i>	265
Robert Endean Gamboa y Emilio Reyes Velásquez	
<i>Capítulo XXV. Estudio ergonómico de las bibliotecas de la Facultad de Ingeniería de la UNAM: una experiencia compartida</i>	275
José Luis Almanza Morales, María Cristina León González y Silvina Hernández García	
<i>Capítulo XXVI. Aplicación de coaching en bibliotecología como herramienta para la solución de problemas</i>	286
Marcos López Carrasco y Cristina Lourdes Saucedo Navarro	
<i>Capítulo XXVII. Giving what your users want: marketing your libraries</i>	293
Camila Alire	

## **VII. BIBLIOTECAS ESCOLARES: SEMILLERO DE LECTORES**

<i>Capítulo XXVIII. Normativa para bibliotecas escolares</i>	302
Robert Endean Gamboa	
<i>Capítulo XXIX. Creando y operando la biblioteca escolar bajo un servicio de extensión universitaria</i>	316
Martha D. Castro Montoya	
<i>Capítulo XXX. Las necesidades de información en las bibliotecas escolares: una mirada a las bibliotecas de las instituciones de educación media superior</i>	329
Eder Ávila Barrientos	

## **VIII. LA TECNOLOGÍA LLEGÓ PARA QUEDARSE**

<i>Capítulo XXXI. Prospectiva de las tecnologías de la información y comunicación en las bibliotecas</i>	337
Jorge Octavio Ruiz Vaca	
<i>Capítulo XXXII. Los usuarios, la oferta y la demanda de información en medios electrónicos</i>	355
L.M. Casiano Casiano, Marisa Romo Baeza y Francisco Martínez Garduño	
<i>Capítulo XXXIII. Aceptación de tecnologías de la información en la práctica laboral: el caso de la Biblioteca "Daniel Cosío Villegas"</i>	365
Gabriela Cruz Linares Álvaro Quijano Solís	
<i>Capítulo XXXIV. Desarrollo de competencias para el manejo de Internet 2: propuesta para la Universidad Autónoma de San Luis Potosí</i>	375
Alan David Villaseñor Lozano, Nicté Ha Isis Briones Rosales y Rocío de Jesús Ariceaga Hernández	

Capítulo XXXV. Experiencias en el desarrollo del tutorial sesión inicial del Programa de Formación de Usuarios de la Biblioteca "Stephen A. Bastien" del CELE UNAM	381
Blanca Estela Solís Valdespino y Rodolfo García Ochoa	
Capítulo XXXVI. Programa de digitalización de periódicos del fondo reservado de la Biblioteca "Miguel Lerdo de Tejada"	389
Petra Brito Ocampo y Ángel Aurelio González Amozorrutia	

## CAPÍTULO XXVI

### Aplicación de *coaching* en bibliotecología como herramienta para la solución de problemas

Cristina L. Saucedo Navarro\*  
Marcos López Carrasco\*

#### Resumen

El *coaching* surge hace aproximadamente veinte años con una fundamentación en el método mayéutico propuesto por Sócrates en el siglo V a.C.; esta disciplina plantea que a través del liderazgo se puede ayudar a alcanzar objetivos mediante los propios recursos y habilidades.

Este trabajo propone la utilización de las técnicas y metodologías del *coaching* en las diferentes actividades de la bibliotecología como herramienta auxiliar para los bibliotecólogos en la solución de problemas, y como propuesta de diversificación de las posibilidades laborales de los dedicados a estos ámbitos.

#### Introducción

Las ciencias de la información se refieren a una serie de disciplinas interrelacionadas que desde la creación del concepto se han venido sumando, para conceptualizar lo que hoy se conoce justamente como ciencias de la información, pero la estructura fundamental de estas son la bibliotecología, documentación y archivística. Según algunos teóricos (Illye 1989), estas tres corrientes se han allegado de técnicas y metodologías de otras disciplinas, principalmente la administración, que le han sido de gran utilidad para ampliar sus posibilidades. El quehacer del profesional de la información, sin embargo, al menos en México, se ha circunscrito al ámbito de la bibliotecología, pero no obstante cuenta con una serie de ramificaciones poco investigadas y por lo tanto poco explotadas en nuestro país, las cuales comienzan apenas a ser tomadas en cuenta en Estados Unidos y Europa.

El trabajo que a continuación se presenta pretende describir una actividad relativamente nueva y desconocida en nuestro país: el *coaching*, el cual se basa en la mayéutica propuesta por Sócrates, y discurrirá además en torno a la aplicación del *coaching*, sus procedimientos y posibilidades, a la bibliotecología, para explotar sus ventajas.

---

\*Universidad Autónoma de Chihuahua.

## Coaching

El coaching es una herramienta que permite un asesoramiento externo, el cual consiste en una serie de actividades que se aplican en las áreas de oportunidad para potencializar el liderazgo. Existen tres tipos de coaching: el personal, el ejecutivo y el organizacional. La metodología de trabajo con cada uno es diferente, y la naturaleza de los mismos requiere ciertas particularidades.

El coaching personal es de las corrientes más antiguas, y está fundamentado en la mayéutica, método que Sócrates difundió en el siglo V a.C. Mediante el arte de hacer preguntas, se incursiona en la persona, forzándola a realizar conclusiones o enunciados verdaderos sobre sí misma, dando como resultado el liderazgo personal; no se debe confundir con una psicoterapia, que se concentra en un problema que debe ser resuelto, y cuya metodología es adentrarse en la psicología y en la historia emocional de la persona. El coaching, por el contrario, indaga en el presente y está orientado al futuro (Braham, 2000).

El coaching ejecutivo se define como la relación entre un cliente que está a cargo de un puesto gerencial o es un facilitador de la organización y un consultor externo, el cual usa un método y técnicas para enriquecer con propuestas o metas institucionales, mejorando de forma efectiva la organización del cliente con un acuerdo de coaching.

El coaching organizacional es el arte de trabajar con los demás para que obtengan resultados fuera de lo común y mejoren su desempeño. Esta herramienta se basa en una relación donde el *coach* asiste en el aprendizaje de nuevas maneras de ser y de hacer, necesarias para generar un cambio paradigmático o cultural. El concepto de coach puede tomarse como una asistencia, tutela o guía. En definitiva, este no es más que un profesional con formación empresarial y conocimientos de técnicas de ayuda que permiten crear un espacio de diálogo entre él y el empresario o directivo, un espacio de reflexión para mejorar que puede darse cuando los problemas de una institución son de carácter específico.

	¿Cuándo aplicarlo?	Mejoras
<b>Coaching personal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevo empleo.</li><li>• Problema personal.</li><li>• Cambio de hábitos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabilidad.</li><li>• Metas personales.</li><li>• Proyectos.</li></ul>
<b>Coaching ejecutivo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estancamiento.</li><li>• Metas poco claras.</li><li>• Inseguridad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Claridad en proyectos.</li></ul>
<b>Coaching organizacional</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pérdida de empleados.</li><li>• Inestabilidad de mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programación neurolingüística</li></ul>



### Características del coach:

1. Claridad: el coach debe ser explícito en su comunicación, de lo contrario el asesorado perderá el interés o interpretará las ideas del coach a su entendimiento.
2. Apoyo: es el trabajo en equipo, aportando la ayuda que necesitan, bien sea información, materiales, consejos o simplemente comprensión.
3. Confianza: permite que las personas del equipo sepan que se cree en ellas y en lo que hacen. Se debe señalar los éxitos obtenidos, prestando especial interés en las causas de tales éxitos, otorgando reconocimiento hacia la excelencia detrás de cada victoria.
4. Mutualidad: se debe compartir una visión de las metas comunes, tomando el tiempo necesario para explicar en detalle cada una de esas metas, asegurándose que los miembros del equipo puedan responder preguntas tales como: ¿Por qué ésta meta es tan buena para el equipo o para la organización?, o ¿cuáles pasos deben realizarse para lograr las metas?
5. Perspectiva: comprender el punto de vista de los subordinados. Realizar preguntas para involucrarse con las personas, que revelen la realidad de los miembros del equipo. Mientras más preguntas se hagan, más se comprenderá la situación de los asesorados.
6. Riesgo: es permitir que los miembros del equipo sepan que los errores no van a ser castigados con el despido, siempre y cuando todo el mundo aprenda de ellos.
7. Paciencia: el tiempo y la paciencia son claves para prevenir que el coach simplemente reaccione. Siempre que sea posible deben evitarse respuestas "visceral", ya que pueden minar la confianza del equipo en su habilidad para pensar y reaccionar.
8. Confidencialidad: Los mejores coaches son aquellos que logran mantener la boca cerrada. El mantener la confidencialidad de la información individual recolectada es la base de la confianza, y por ende, de su credibilidad como líder.
9. Respeto: implica la actitud percibida en el supervisor o gerente, hacia los individuos que guía.

### Rogers (2004) propone 6 principios esenciales en el coaching:

1. El cliente es una fuente de recursos donde él mismo puede encontrar la solución a los problemas.
2. El papel del coach no es dar la solución del problema, es reforzar los recursos del asistido.
3. Los coaches que trabajan en el campo corporativo en ocasiones se enfocan sólo en la parte del área laboral dejando de lado el área personal que en algunos casos es la fuente del problema.
4. El cliente o 'coachee' es quien establece la agenda, ya que a diferencia de la enseñanza, el coaching no tiene un programa establecido.
5. El coach y el cliente son equipo, trabajan juntos como iguales y no como subordinados, en el modo colega, el cual está basado en el respeto mutuo.
6. El coaching indiscutiblemente significa cambio, el cliente viene al coach con la mentalidad de hacer un cambio.

Uno de los factores a considerar para evaluar el nivel de desarrollo de una institución es la calidad de sus líderes. Se sabe bien que los hábitos de trabajo requeridos para desarrollarse han cambiado en forma radical no solo en México sino a nivel mundial. Aún si se tiene una buena reputación personal o institucional, ello no garantiza tener el mismo éxito el día de mañana: en esto radica la necesidad de cambiar constantemente las condiciones de trabajo, motivando y dando un respiro de aire fresco a los empleados.

“Los administradores motivan, mientras que los líderes inspiran. Las compañías inspiradas son las ganadoras, las empresas necesitan menos administradores y más líderes, y el coaching es una manera directa y práctica de inspirar ésta nueva cultura en la vida corporativa” (Rogers 2004).

Hoy en día, en el ambiente empresarial los negocios exitosos no consideran al coach como un lujo: es una necesidad para sobrevivir y crecer en un ambiente competitivo, lo cual requiere salir de lo convencional e innovar.

“El mejor momento para ser más receptivo al coaching es cuando la institución está en una etapa de retroceso o de estancamiento, ya sea por la pérdida de empleados clave, negocios fallidos o insatisfacción” (Goldsmith 2002).

### **Coaching aplicable a las bibliotecas.**

A pesar de que el coaching se ha visto en contextos tradicionales como aplicable a los ámbitos empresariales, se desea plantear la posibilidad de aplicación de las técnicas de esta nueva disciplina a la mejora en la gestión de los recursos de las bibliotecas, es decir, el coaching aplicado a las bibliotecas o centros de información puede tener utilidades tan diversas como la mejora en la gestión del recurso humano, que se ve complicada por el sindicalismo (López, Saucedo 2007), o la mejora en la prestación de servicios específicos dentro de la biblioteca que requieren una inversión importante de tiempo, como el requerido por los referencistas, y que con un buen liderazgo por parte del bibliotecario en jefe es posible elevar los indicadores de prestación de servicios y satisfacción por parte del usuario con respecto del producto obtenido en la biblioteca o unidad de información.

El coaching suena como un concepto abstracto ante la realidad latinoamericana, y más aún ante el quehacer bibliotecario, sin embargo es un hecho que cobra cada vez más auge entre los países del llamado primer mundo, y a pesar de que aún en estos, las metodologías utilizadas por esta herramienta no han permeado a la bibliotecología, es cierto que sus aplicaciones tienen un buen número de posibilidades aplicables a nuestra profesión.

Este es hoy por hoy un recurso costoso, y considerando que las asignaciones presupuestales a las bibliotecas en México y en Latinoamérica en general son escasas, posiblemente sean pocos los sistemas bibliotecarios que pueden acceder a los servicios de un coach profesional; sin embargo, a través de la auto instrucción en estos temas es posible acceder a algunos de los beneficios que el coaching ofrece, por ejemplo para la efectiva gestión del tiempo en las bibliotecas o centros de información, y con esto hacer más eficientes los recursos y los logros del personal bibliotecario. A este respecto, Estañ (2003) hace una serie de propuestas para mejorar la administración del tiempo que fácilmente pueden ser aplicables a la bibliotecología, se menciona que para gestionar bien el tiempo se pueden aplicar una serie de principios básicos:

- Planificar por adelantado.
- Hacer y seguir una lista de prioridades: tareas importantes, urgentes y tareas minucia.
- Agrupar las tareas según las capacidades requeridas.
- Programar actividades de descanso y recreo.
- Prometer menos y cumplir más.
- Hacer un seguimiento de los procesos.
- Delegar todo lo que se pueda.
- Establecer parámetros para decir "no".
- Tener en cuenta la curva del rendimiento.

A su vez, Estañ basa sus teorías en las de Pareto (1963), quien las realizó a través de investigaciones estadísticas y cuyos resultados pueden tener aplicaciones para hacer más eficientes los servicios de referencia; dicen que:

- El 20% de las entrevistas proporcionan el 80% de las conclusiones.
- El 20% del trabajo de mesa posibilita el 80% del éxito en el trabajo total.
- El 20% de nuestro tiempo contribuye al 80% de los resultados.

El coaching puede ser entendido por la bibliotecología como una forma de lucrar con las instituciones debido a que, como se ha mencionado anteriormente, los servicios del coach pueden llegar a ser realmente elevados. Es posible también pensar al coaching como una panacea para todos los males de las bibliotecas y la bibliotecología, sin embargo, debe ser visto más bien como una posibilidad de gestionar los recursos con los que se cuenta y con esto motivar al personal primeramente para que ejecute con mayor eficiencia su labor, y a su vez el cliente, que aplicado a este caso sería aquel que demanda los recursos de información con que contamos.

Por otro lado, para el profesional o gestor de la información, el coaching puede ser visto como una posibilidad de diversificar sus posibilidades laborales, atendiendo las necesidades de solución de problemas presentados en empresas de la iniciativa privada y el sector público, debido a que por el perfil con que cuenta está en posibilidades de ayudar a la solución de problemas de las organizaciones (Saucedo, 2008).

## Conclusiones

A pesar que el coaching se presenta como un método novedoso de autoayuda y liderazgo en el ámbito empresarial y que es aún desconocido en este mismo círculo del quehacer de gran importancia para los países, y siendo todavía más desconocido en la bibliotecología, es importante considerar que este tipo de técnicas suelen tomar gran importancia y auge, tal como sucedió por ejemplo con el surgimiento de los grupos focales y de las evaluaciones de 360 grados; es por esto y por la importancia que suelen adquirir este tipo de técnicas para las diferentes áreas del conocimiento, y considerando además su relativa novedad en el mundo y más específicamente en Latinoamérica, que se presenta como una posibilidad con vistas a futuro y como una realidad y una contingencia que puede incrustar a la bibliotecología en las más modernas tendencias que se desarrollan hoy por hoy en el mundo empresarial.