

UAI Universidad Abierta Interamericana

Facultad de ciencias de la comunicación
Licenciatura en diseño gráfico

Planificación y diseño de contenidos para redes sociales y desarrollo de producción gráfica para la Biblioteca Popular Homero

Proyecto
Biblioteca Popular Homero

Tutora
Kuschner, Karen

Garcia, Rocío | B00068446-I1

Marzo 2026 | Lic. en diseño gráfico

Agradecimientos

A mi familia, en especial a mis papás, quienes me apoyaron y acompañaron en esta etapa. Gracias por haberme dado la posibilidad de estudiar, formarme como profesional y motivarme siempre a seguir lo que me apasiona. Nada de esto hubiera sido posible sin su esfuerzo y amor.

A mis compañeras de tesis, Cami y Valen, por acompañarme en este recorrido y hacerlo divertido. Gracias por su honestidad en cada intercambio, por las miradas sinceras cuando algo no funcionaba y por motivarnos mutuamente para alcanzar los resultados que nos propusimos. Trabajar con ustedes hizo este proceso mucho más llevadero y especial.

A mis compañeros y compañeras de comisión, quienes conforman un grupo hermoso. Cada año de cursada fue más divertido gracias a ustedes. Me llevo colegas con los que sé que puedo contar en el futuro, grandes profesionales y, sobre todo, grandes personas.

A las autoridades de la Biblioteca Popular Homero por abrirnos las puertas de la institución y confiar en nuestro trabajo. Su dedicación diario, esfuerzo y compromiso con la comunidad fueron de gran inspiración.

A todos ellos, muchísimas gracias por ser parte del proceso.

Resumen

Toda institución cultural tiene como propósito fortalecer su vínculo con la comunidad y promover el acceso al conocimiento a través de la participación ciudadana. En este contexto, la comunicación visual permite que las organizaciones expresen su identidad y consoliden su presencia dentro del entorno social. Contar con una identidad visual sólida contribuye al reconocimiento institucional al otorgar credibilidad, cercanía y coherencia en todos los puntos de contacto con el público.

El diseño gráfico, entendido como una disciplina que estructura y comunica los mensajes de manera visual, resulta una herramienta estratégica para optimizar los procesos de información y fortalecer la comunicación entre la institución y su audiencia. A través del diseño, es posible construir una imagen que represente la esencia y los objetivos de la organización de manera clara y significativa.

El presente trabajo tiene como objetivo fomentar el reconocimiento y la visibilidad de la *Biblioteca Popular Homero* mediante el desarrollo de un programa de identidad visual integral, acompañado por una estrategia de comunicación digital y la producción de piezas impresas. Asimismo, se propone el diseño y la maquetación de un sitio web institucional que centralice la información, difunda las actividades culturales y facilite el vínculo con la comunidad.

Palabras clave

Comunicación - Diseño Gráfico - Identidad visual - Redes sociales - Cultura - Producción gráfica - Sitio web

Índice

Capítulo 1. Descripción del proyecto 5

Denominación del proyecto **5**

Descripción del proyecto **5**

Instituciones involucradas: 6

Directivos de las instituciones: 6

Problemática y justificación **6**

Objetivos **9**

Objetivo general 9

Objetivos específicos 9

Objetivo general 9

Objetivos específicos 9

Destinatarios **10**

Capítulo 2. Contexto de la organización 11

Perfil de la organización **11**

Diagnóstico de comunicación visual **12**

Diagnóstico de la identidad visual **13**

Diagnóstico sobre canales de comunicación **16**

➔ Estética visual y organización del feed 18

➔ Interacción y alcance 19

➔ Estrategia de contenidos y redacción 19

➔ Tratamiento fotográfico 20

Conclusión general **20**

Análisis de organizaciones similares **21**

Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez **21**

➔ Análisis de la identidad visual 22

➔ Análisis de canales de comunicación 23

Capítulo 3. Planificación del proyecto **29**

Acciones **29**

Etapa de diagnóstico 29

Etapa de planificación 30

Etapa de producción 30

Acciones **32**

Recursos 32

Recursos humanos 32

Recursos técnicos y materiales 33

Capítulo 4. Memoria argumentativa **34**

Redes Sociales **34**

Producción gráfica **37**

Capítulo 5. Reflexiones finales **41**

Capítulo 1. Descripción del proyecto

Denominación del proyecto

Material de comunicación visual para la *Biblioteca Popular Homero*.

Descripción del proyecto

El siguiente proyecto tiene como propósito fomentar el reconocimiento de la *Biblioteca Popular Homero* y aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la misma, a través del desarrollo de un programa de identidad visual coherente y actualizado. Para lograrlo, se propone diseñar una nueva identidad gráfica acompañada de una estrategia de comunicación aplicada a redes sociales y piezas gráficas impresas. De forma complementaria, se trabajará en el diseño y maquetación de un sitio web institucional, que centralice la información, promueva sus actividades culturales y facilite el vínculo con la comunidad.

Marco institucional

El presente proyecto es realizado por las alumnas Valentina Acosta, Rocío Belén Garcia y Camila María González. El mismo se enmarca bajo las siguientes instituciones, contando con el respaldo y aval de sus respectivos directivos. (ver anexo Convenio)

Instituciones involucradas:

(UAI) Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, licenciatura en Diseño Gráfico.

(BPH) *Biblioteca Popular Homero*.

Directivos de las instituciones:

Fernández, Mirta, BPH "*Biblioteca Popular Homero*". Cargo institucional: presidenta de la institución.

Kuschner, Karen. UAI, sede regional Rosario. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lic. en Diseño Gráfico. Cargo institucional: dirección de carrera.

Pastor, Matías. BPH "*Biblioteca Popular Homero*". Cargo institucional: vicepresidente de la institución.

Problemática y justificación

La *Biblioteca Popular Homero* es una asociación civil autónoma. Fue creada por iniciativa comunitaria en 1936. Forma parte de la comisión nacional de bibliotecas populares (CONABIP). Es un organismo nacional que depende del Ministerio de Cultura de la Nación. Tiene como objetivo el apoyo, el fomento y la promoción de las bibliotecas populares.

La Ley 419 de 1870, impulsada por Domingo Faustino Sarmiento, dio origen a la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares. Según la Ley N.º 419 (1870), se estableció la educación primaria obligatoria en Argentina, lo que marcó un hito

fundamental en la política educativa nacional y en la promoción del acceso al conocimiento. En 1986 se sancionó la Ley 23.351, que regula el funcionamiento de la CONABIP. Esta ley también creó el Fondo Especial para Bibliotecas Populares. Desde el 2006, también recibe fondos del Tesoro Nacional. Esto permite mantener recursos más estables y garantizar la continuidad de sus programas.

Sin embargo, en la actualidad, el financiamiento se encuentra en riesgo. Según la Ley Ómnibus (Ley N.º 27.742, 2024) se propone la eliminación del Fondo Especial, creado por la Ley 23.351, que financia a la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares. Este fondo representa más del 50% del presupuesto de la CONABIP.

La eliminación del fondo afectaría directamente el funcionamiento de estas instituciones. La *Biblioteca Popular Homero* depende en parte de este fondo. Su continuidad podría verse comprometida ante una eventual quita de recursos. Por otro lado, según la CONABIP, una biblioteca popular "ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales, de la lectura y del libro en forma amplia, libre y pluralista.".

Para formar parte de esta red nacional de bibliotecas populares se deben cumplir ciertos requisitos. La iniciativa debe surgir desde la comunidad, en barrios carentes de una biblioteca popular cercana. La institución debe constituirse formalmente como asociación civil, con exclusividad para funcionar como biblioteca popular y con personería jurídica como tal. Tiene que abrir al público al menos veinte horas por semana. La atención debe ser libre, pública y gratuita. En su fachada debe exhibir un cartel con la denominación de la biblioteca, su carácter de biblioteca popular y el horario de atención. La institución debe contar con un número de

asociados y asociadas representativo del barrio en el que se inserta. También debe disponer de un espacio físico adecuado con acceso directo desde la calle. Su fondo bibliográfico debe ser básico, amplio y variado. Debe incluir diferentes temáticas y para todas las edades.

Este tipo de bibliotecas son gestionadas por vecinos y vecinas. No dependen del Estado, aunque pueden recibir apoyo. La misma fuente afirma que " las bibliotecas populares son dirigidas y sostenidas por sus socios y socias y brindan información, educación y recreación, mediante su acervo, el cual está abierto al público.". Por otro lado, la *Biblioteca Popular Homero* presenta una problemática comunicacional. No cuenta con un equipo profesional especializado en comunicación. Tampoco cuenta con los recursos necesarios para sostenerlo. Esto impide pensar acciones a largo plazo.

La identidad institucional, según Luciano Cassisi, diseñador gráfico, sostiene que la identidad visual se refiere al conjunto de signos gráficos identificadores, colores corporativos o institucionales y otros recursos visuales que las marcas utilizan para organizar e identificar sus comunicaciones y su gestión. (Foro Alfa, 2025).

Al tener esto en cuenta se puede decir que, su identidad visual carece de unidad. Utiliza distintas marcas gráficas en redes sociales, catálogo digital y material impreso. También varía el uso de colores, tipografías y recursos gráficos. Esto debilita su presencia institucional. Lo que dificulta el reconocimiento público de la institución.

A su vez, no cuentan con un sitio web institucional. Matías Pastor, vicepresidente de la biblioteca, manifestó "no tenemos una página web institucional

en la cual volcar cuestiones específicas como la historia de la biblioteca, los objetivos, hacia dónde apunta y otra información relevante". Esta ausencia limita la difusión de sus propuestas y genera barreras de acceso a la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

Fomentar el reconocimiento de la *Biblioteca Popular Homero*.

Objetivos específicos

- Desarrollar una identidad visual;
- Crear un manual de identidad;
- Crear un slogan de marca representativo;
- Diseñar y actualizar una página web institucional;
- Diseñar un sistema de pictogramas orientativos.

Objetivo general

Aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la biblioteca.

Objetivos específicos

- Generar piezas gráficas impresas y digitales para difundir los servicios, talleres y procesos de asociación de práctica y portable;
- Elaborar un planning de contenido para redes sociales;

- Generar plantillas gráficas para las redes sociales;
- Reestructurar la comunicación en redes sociales;
- Aumentar la visibilidad de la biblioteca como espacio cultural y comunitario;
- Crear cartelería interna informativa para comunicar en el espacio físico eventos, talleres y formas de asociarse;
- Diseñar folletos impresos y digitales para difundir actividades y servicios.

Destinatarios

Los destinatarios de este proyecto son todas aquellas personas adultas que residen en el barrio donde se encuentra la *Biblioteca Popular Homero*, y sus alrededores, que manifiestan un gran interés en la lectura, la cultura y las actividades comunitarias. Por otra parte, la *Biblioteca Popular Homero* y cada uno de sus socios constituyen los principales beneficiarios de las acciones desarrolladas a lo largo del proyecto. Ya que buscan fortalecer el vínculo comunitario, optimizar la difusión de actividades y ampliar las oportunidades de acceso a la lectura para toda la comunidad.

Capítulo 2. Contexto de la organización

Perfil de la organización

A partir de las pautas establecidas para el actual proyecto, el cual se centra en fortalecer y renovar los aspectos de diseño gráfico y estrategias de comunicación de una organización no gubernamental sin fines de lucro, se eligió a la *Biblioteca Popular Homero*. Esta elección se debe a dos factores clave, en primer lugar, los desafíos relevantes que presenta en el ámbito de la comunicación visual y en segundo lugar, el valor fundamental que simboliza dentro de su comunidad. Se llevó a cabo una entrevista a Mirta Fernández -presidenta- y a Matías Pastor -vicepresidente- con el objetivo de relevar datos clave para el análisis comunicacional.

La *Biblioteca Popular Homero* es una asociación civil sin fines de lucro ubicada en Vélez Sarsfield 902, en la ciudad de Rosario. La entidad se constituyó de manera formal el 2 de septiembre de 1936 por un grupo de vecinos del barrio. Nació como una iniciativa colectiva orientada a la creación de un espacio cultural abierto a toda la comunidad.

La institución experimentó una transformación significativa a lo largo de su historia. En su proceso evolutivo, la sede modificó su infraestructura gracias a una importante donación. Con los años se convirtió en un punto de encuentro intergeneracional. Su trayectoria institucional evidencia un compromiso constante con el desarrollo cultural y social de la comunidad.

La misión principal de la biblioteca es fomentar la lectura como herramienta de acceso al conocimiento. Además, busca promover el encuentro como forma de construir comunidad. Por otro lado, revaloriza el rol de las bibliotecas populares en los barrios al defender el acceso libre, gratuito e inclusivo a la cultura.

La visión institucional refiere a la consolidación de un espacio cultural, cercano, diverso y actual. En este marco, se propone fomentar un sentido de pertenencia entre la comunidad. Asimismo, busca ampliar su alcance a nuevos públicos sin descuidar los valores de responsabilidad y el respeto por su historia institucional.

Diagnóstico de comunicación visual

Para el presente trabajo se realizó una entrevista a Mirta Fernández, presidenta de la institución. 29 de abril de 2025. El primer contacto que se tuvo con la presidenta de la institución fue a través de una reunión en la *Biblioteca Popular Homero*. La finalidad de esta primera instancia fue presentar de manera formal el proyecto de investigación y poder interiorizarse sobre su funcionamiento, servicios y necesidades actuales. En segunda instancia, se desarrolló una encuesta destinada a los socios, con el objetivo de conocer en profundidad las estrategias de comunicación actuales y las preferencias de los encuestados, para determinar las soluciones adecuadas.

La encuesta permitió identificar características claves del vínculo entre la comunidad y la *Biblioteca Popular Homero*, se pudieron reconocer patrones de uso, niveles de participación y modos de comunicación. Se obtuvieron 134 respuestas, la

mayoría de las personas que participaron son adultas o adultos mayores. Viven en el mismo barrio y mantienen una relación cercana con la institución. Se observó un predominio de frecuencia mensual u ocasional en la asistencia. En general, para retirar libros y leer. Las actividades complementarias que ofrece la biblioteca presentan una menor participación.

La forma más efectiva de difusión es la recomendación. La cercanía física y las referencias dentro del barrio explican gran parte del conocimiento sobre la institución. Por otro lado, la cartelería y las redes sociales, presentan un alcance mucho menor. El principal medio de contacto e información es WhatsApp, supera de manera amplia a otros canales como correo electrónico o redes sociales. No obstante, el canal más utilizado es la comunicación presencial.

Una parte de los encuestados conoce los perfiles de Instagram y Facebook. A pesar de esto, las redes sociales cumplen un rol más informativo que interactivo. En sus espacios digitales informan sobre actividades, talleres y novedades pero no generan un intercambio sostenido. De esta forma, se puede decir que el contacto presencial sigue siendo el canal más valorado por la comunidad. Los socios muestran un alto nivel de interés en recibir novedades. Eso sugiere una oportunidad para potenciar la propuesta y pensar nuevas estrategias de comunicación que se alineen con las preferencias de la comunidad.

Diagnóstico de la identidad visual

Para poder realizar un análisis adecuado sobre la identidad visual se deben tener en cuenta ciertos elementos de la misma. Chaves y Belluccia (2003) señalan:

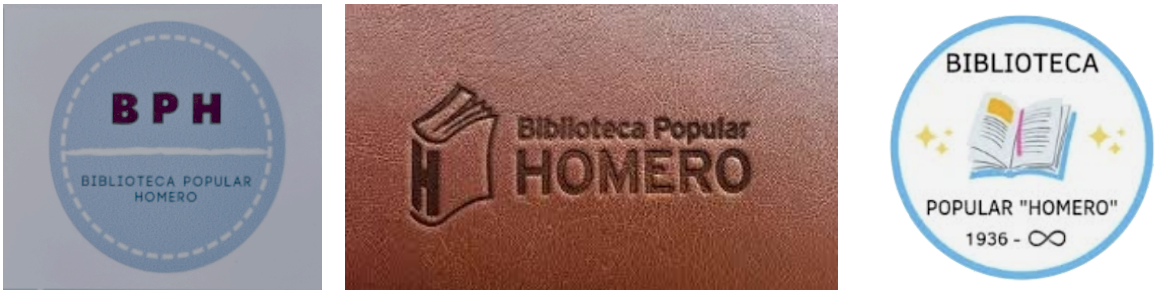
“Entendemos por identificador corporativo o marca gráfica el signo visual de cualquier tipo (logotipo, símbolo, monograma, mascota, etcétera) cuya función específica sea la de individualizar a una entidad”. Según Chaves y Belluccia (2003) *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos,* con respecto a la función de la marca gráfica sostienen lo siguiente:

> Que su función sea esencialmente denominativa significa que, por encima de toda otra utilidad, el identificador sirve para indicar emisor (quién es el que habla), propiedad (quién es el dueño o usuario) o autoría (quién es el productor de aquello que lleva esa marca). (p16)

La Biblioteca Popular Homero no cuenta con una identidad visual clara. En la actualidad, presenta múltiples versiones de su marca gráfica, con estilos, tipografías y elementos visuales diferentes. Esta falta de unificación dificulta su reconocimiento y debilita su presencia institucional. Como señalan Chaves y Belluccia (2003), una identidad visual debe incluir logotipo, símbolos, texturas, tipografía y signos cromáticos coherentes. En este caso, estos componentes se presentan de manera inconsistente.

Las distintas versiones del logotipo muestran estilos gráficos diversos, algunos más tradicionales y otros con un enfoque más moderno. Se utilizan elementos como libros abiertos o las siglas “BPH”, pero ninguno de estos diseños comunica con claridad los valores principales de la institución. Las tipografías empleadas presentan trazos y terminaciones distintas entre sí, lo que genera una falta de armonía y rompe la cohesión visual.

Por otro lado, la paleta cromática tampoco está definida. Se observan colores como azul, marrón, dorado y blanco, sin un esquema cromático consistente. Esto debilita la identidad visual de la biblioteca. Según Chaves y Belluccia (2003), una paleta cromática bien establecida es clave para lograr una correcta identificación de marca.



Marcas gráficas de la Biblioteca Popular Homero. (Fuente: redes sociales)

Se puede decir entonces que la *Biblioteca Popular Homero* presenta deficiencias graves en su identidad visual. La falta de coherencia tipográfica, la variabilidad en las imágenes, una paleta cromática inestable y la ausencia de un sistema compositivo adecuado son aspectos críticos a corregir. Para construir una identidad visual sólida, es esencial crear un logotipo distintivo, definir una paleta cromática institucional, seleccionar una tipografía principal y aplicar una retícula que garantice coherencia en todas las piezas gráficas.

El correcto manejo de estos elementos de comunicación visual facilitará el desarrollo de herramientas visuales organizadas y consistentes, que permitan fortalecer la comunicación de la biblioteca. De esta forma, se podrá reflejar de manera auténtica la cultura y los valores que definen a esta institución.

Diagnóstico sobre canales de comunicación

Para poder realizar una evaluación apropiada sobre los diferentes canales de comunicación que utiliza la *Biblioteca Popular Homero*, es necesario comprender de manera profunda la definición de los mismos. En el sitio web *Universidad Europea* (2025) se define:

> Un canal de comunicación es el medio físico mediante el cual se lleva a cabo un acto comunicativo para el intercambio de información entre emisor y receptor. Estos canales pueden variar según la naturaleza y alcance, por lo que la elección del tipo de comunicación es imprescindible para que el mensaje llegue de forma clara y eficiente.

Para ampliar su alcance y facilitar la interacción con la comunidad, la biblioteca integró diversas plataformas digitales, como Instagram, Facebook y YouTube. De esta manera, es conveniente examinar cómo se implementan dichos canales en la práctica. Observar su funcionamiento permite evaluar no solo el tipo de información que se transmite, sino también la forma en la que conectan con su público. La presencia en redes sociales ofrece una oportunidad clave para fortalecer la identidad institucional. Para ello, es necesario analizar ciertos aspectos puntuales de las mismas.

➔ Comunicación institucional

Para analizar la comunicación institucional, se debe tener presente la definición de la misma. En este caso, Daniel Forcada en el sitio web *Estrategos* sostiene que:

> La comunicación institucional es la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de los que la organización depende.

De esta manera, se puede determinar que la comunicación institucional de la *Biblioteca Popular Homero,* en los espacios antes mencionados, presenta ciertas limitaciones. En Instagram, la biografía ofrece información básica. En esta descripción, menciona que es una asociación civil sin fines de lucro, fundada el 2 de septiembre de 1936. A su vez, también incluye su número de teléfono y el enlace a WhatsApp. Sin embargo, no se mencionan los horarios de atención, servicios disponibles, ni enlaces a otras plataformas digitales. Esto refleja una reputación débil para su audiencia, quienes no terminan de encontrar información esencial.

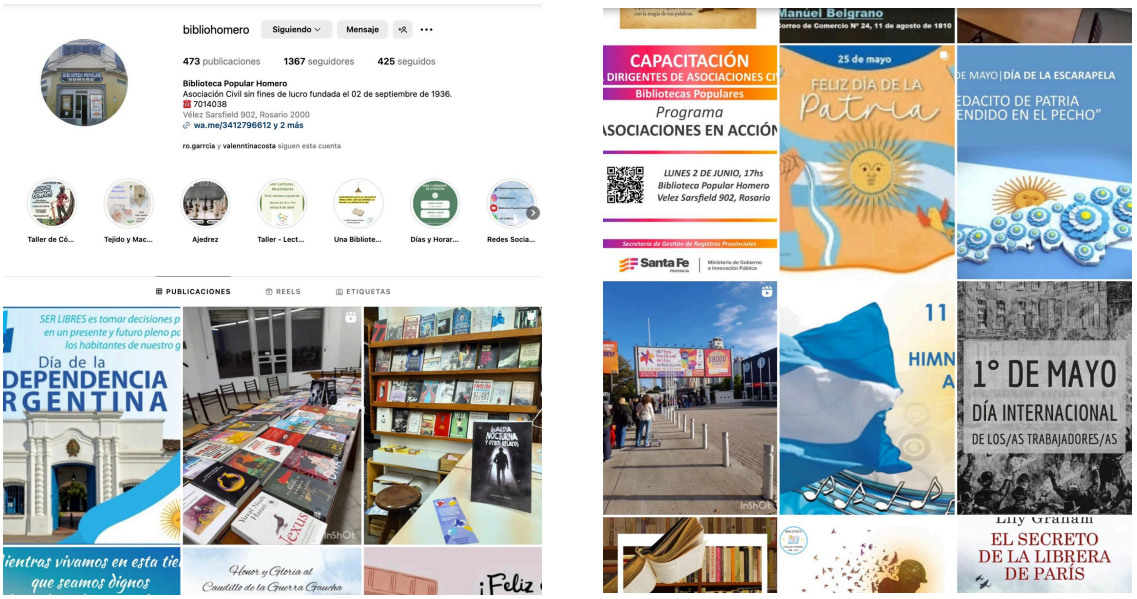
En Facebook, la descripción institucional es más completa, ya que se indica la dirección, el número de teléfono y los horarios de atención -que, de todos modos, no se encuentran actualizados-. No obstante, las publicaciones no presentan una frecuencia definida lo cual genera una imagen de inactividad ante la comunidad. Por otro lado, en la plataforma YouTube, los contenidos publicados son escasos. Solo se encuentran registros audiovisuales de eventos anteriores y material resubido de otras instituciones. No se determina una estrategia clara para comunicar la misión institucional, tampoco se observa un planning de contenido.

En conclusión, la falta de coherencia en la comunicación institucional en los diferentes canales implica un obstáculo para la consolidación de una identidad clara

y confiable. Debido a esto, la biblioteca pierde la oportunidad de reflejar de manera consistente su visión, misión y principios fundamentales.

➔ Estética visual y organización del feed

El perfil de Instagram carece de una identidad visual consolidada, ya que no existe una paleta cromática definida, ni un estilo gráfico reconocible entre sus publicaciones. Por otro lado, a pesar de presentar historias destacadas no poseen portadas identificatorias. Tampoco se encuentran jerarquizadas de manera correcta, lo que dificulta la navegación para los usuarios. En Facebook se publica el mismo contenido que en Instagram por lo cual no se percibe una marca visualmente reconocible.



Perfil y feed de Instagram de la Biblioteca Popular Homero. (Fuente: redes sociales)

➔ Interacción y alcance

En redes sociales, el alcance y la interacción son dos métricas fundamentales. Cada una aporta información distinta sobre el rendimiento de los contenidos. Por un lado, el alcance refiere a la cantidad de personas únicas que ven una publicación. Esta métrica es útil para evaluar la visibilidad de la asociación y su capacidad para llegar a nuevos usuarios. La interacción, en cambio, mide cómo responde la audiencia al contenido. Incluye acciones como likes, comentarios, compartidos y otras maneras de participación activa. De esta manera, esta métrica refleja el nivel de interés de una publicación.

Entonces, es posible determinar que la presencia en las redes sociales de la biblioteca, muestra un desempeño limitado en términos de alcance y participación. Los perfiles tienen un bajo nivel de interacción con respecto a la cantidad de seguidores, lo que refleja la falta de conexión con su audiencia. La falta de constancia y organización en las publicaciones limita su capacidad para atraer nuevo público y fidelizar con los asociados.

➔ Estrategia de contenidos y redacción

La biblioteca no posee una estrategia de contenido diversa, ya que los textos que acompañan las publicaciones son breves, sin incluir ningún tipo de llamados a la acción (CTA), lo que debilita el potencial de interacción con la audiencia. Asimismo, se observa el uso de hashtags, lo cual representa un intento por llegar a más personas a través de las redes.

➔ Tratamiento fotográfico

Dentro de los distintos recursos que integran una identidad visual se encuentran las fotografías e ilustraciones. En la biblioteca, el uso de estos elementos presentan variaciones. En lo que respecta a las ilustraciones, se observan diversas en cuanto a complejidad y estilo gráfico, mientras que en las imágenes no se mantiene una concordancia en los formatos ni el tratamiento de las mismas. Estas cuestiones logran repercutir de forma negativa ya que todos los elementos mencionados quedan desconectados entre sí.

Conclusión general

En síntesis, este análisis de los canales de comunicación de la *Biblioteca Popular Homero* evidencia debilidades en su estrategia digital e institucional. La presencia en plataformas como Instagram, Facebook y YouTube representa una oportunidad para ampliar su alcance y fortalecer el vínculo con la comunidad. Sin embargo, la ausencia de una estrategia clara de comunicación limita su posicionamiento.

En este sentido, resulta imperativo repensar la comunicación desde una perspectiva integral. A partir de un abordaje en las redes sociales con criterios profesionales, la entidad podrá construir una imagen institucional sólida. A su vez, logrará generar mayor engagement con su audiencia y proyectar de manera eficaz su misión y sus valores en el entorno digital.

Análisis de organizaciones similares

Es primordial analizar a las instituciones del mismo rubro para comprender el contexto en el que se inserta la *Biblioteca Popular Homero*. El análisis de otras bibliotecas permite identificar buenas prácticas y posibles áreas de mejora. También facilita reconocer tendencias en comunicación, diseño y gestión cultural. La comparación con referentes locales aporta información concreta para tomar decisiones estratégicas.

Si bien en la ciudad existen diversas bibliotecas populares, el presente análisis se enfocó en la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez*, debido a su relevancia institucional, su trayectoria y la solidez de su identidad visual. Si bien se consideraron otras posibles referencias, como la *Biblioteca Popular Estímulo al Estudio* y la *Biblioteca Popular Amor al Estudio*, estas no fueron incluídas en la evaluación, ya que no presentan criterios desarrollados -en especial en términos de comunicación visual e identidad- que puedan aportar a la mejora del caso analizado.

Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez

En primer lugar, se analizó la identidad visual y los canales de comunicación de la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez*. Esta institución cuenta con una larga trayectoria y mantiene una fuerte presencia en el ámbito cultural de Rosario. El objetivo fue relevar las características generales de su sistema de comunicación visual y evaluar su eficacia en relación con el público al que se dirige.

➔ Análisis de la identidad visual

A continuación, se analiza el logotipo de la *Biblioteca Argentina* según los catorce parámetros propuestos por Chaves y Belluccia. Estos criterios permiten evaluar su desempeño formal, funcional y comunicacional. El objetivo es identificar fortalezas y debilidades en su diseño visual.



Logotipo de la Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (Fuente: redes sociales)

El logo de la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez* presenta una **calidad gráfica** que responde a los principios básicos del diseño visual, aunque evidencia carencias en cuanto al refinamiento en ritmo y balance formal. Su **diseño tipológico**, que combina un símbolo y un logotipo, se enmarca dentro de una estructura convencional. Sin embargo, no logra establecer un vínculo claro con una estrategia comunicacional, aspecto que puede analizarse desde los criterios de pertinencia y originalidad desarrollados por Chaves y Belluccia.

La **corrección estilística** del logo es moderada. Utiliza recursos formales modernos, pero sin una conexión clara con una corriente estética establecida. Además, la **compatibilidad semántica** es débil, ya que el símbolo -la "I" inclinada que podría representar un libro- no tiene relación obvia con el rubro de la institución,

lo que dificulta crear asociaciones significativas. Aunque la marca cumple con el parámetro de **suficiencia**, podría funcionar bien incluso sin el símbolo y, de igual forma, conservar su identidad.

La **versatilidad** del logo es limitada, ya que no se adapta a distintos contextos y pierde fuerza en tamaños pequeños. En cuanto a su **vigencia**, el diseño es contemporáneo y atemporal. Sin embargo, la **reproducibilidad** es deficiente en tamaños pequeños y en versiones monocromáticas. La **legibilidad** del logotipo es adecuada, aunque no óptima a largas distancias o sobre fondos complejos.

La **inteligibilidad** del símbolo es baja debido a su nivel de abstracción y ambigüedad. Tampoco sobresale en **pregnancia**, ya que su forma carece de elementos memorables o singulares. En cuanto a la **vocatividad**, su diseño fragmentado captura la mirada. La estridencia formal y el contraste cromático lo hacen notar. Esta composición genera curiosidad. Sin embargo, la baja legibilidad altera su propósito. La alta vocatividad lleva a confusión. El signo llama la atención pero dificulta la lectura. Una vocatividad adecuada exige legibilidad.

En una última instancia, la marca no presenta una **singularidad** destacable, su forma es genérica y poco distintiva dentro del ecosistema institucional. Su **declinabilidad** es reducida, ya que no permite aplicaciones flexibles ni versiones alternativas sin comprometer la identidad visual.

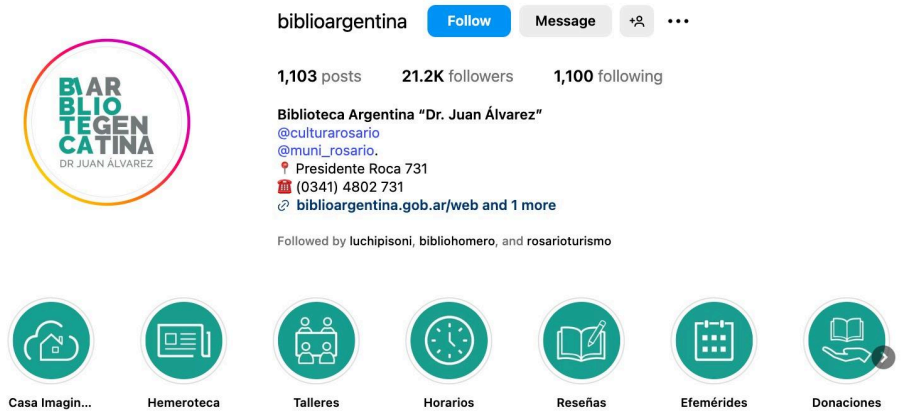
➔ Análisis de canales de comunicación

Para desarrollar un análisis claro y adecuado se definió un enfoque específico. Se eligieron como objeto de estudio los canales digitales de la biblioteca. Estos

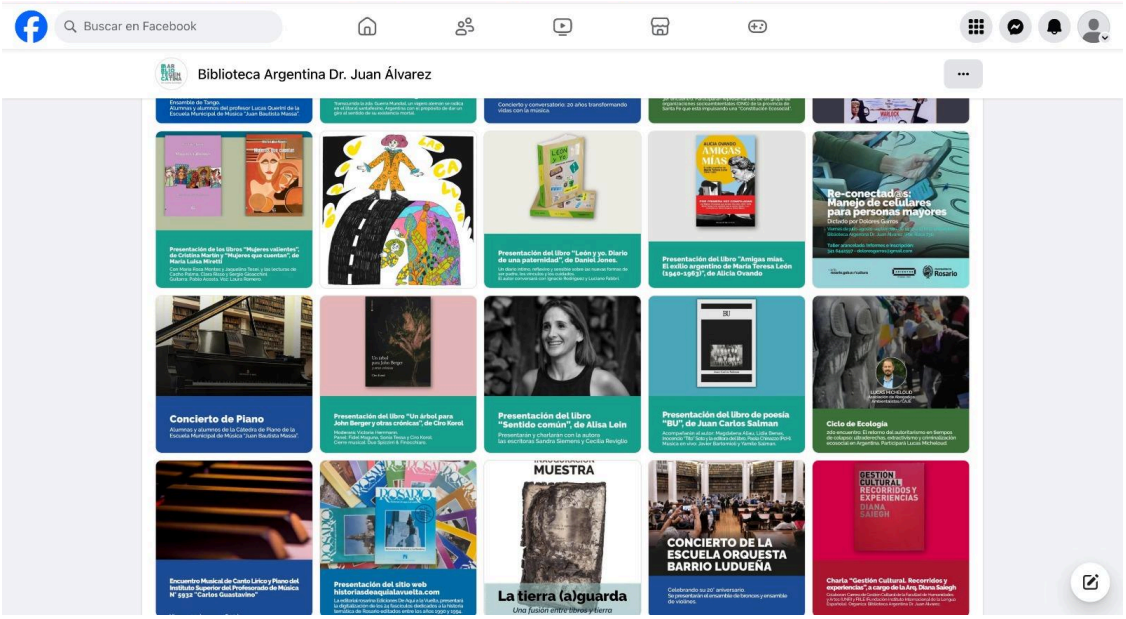
medios permiten observar su comunicación actual. A su vez, permiten identificar aspectos claves para el proyecto. La selección responde a criterios vinculados con la temática en general.

La comunicación externa que establece la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez* con su público se da a través de su sitio web oficial, que brinda información actualizada sobre sus servicios, el acceso al catálogo en línea, actividades y propuestas culturales. Además, utiliza de manera activa sus redes sociales, como Instagram y Facebook, para compartir contenidos visuales, anunciar eventos, difundir iniciativas y mantener contacto con la comunidad. Estos canales digitales permiten una comunicación fluida, accesible y cercana que fortalece el vínculo con su audiencia y promueve la participación ciudadana.

En sus redes, la biblioteca refleja su identidad visual a partir de ciertos recursos que forman un sistema. Uno de ellos es el color de la marca gráfica, que se encuentra presente en algunos posteos y en los íconos de las historias destacadas. Por otro lado, las redes son informativas, ya que cada posteo cuenta con los datos necesarios sobre los encuentros que se realizan.



Perfil de Instagram de la Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (Fuente: redes Sociales)



Perfil de Facebook de la Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (Fuente: redes Sociales)

Es destacable la redacción de los copys que, según la definición propuesta por *Coderhouse*, es un mensaje escrito de forma concreta y directa a un determinado público con el fin de generar una acción. Su efectividad se apoya en los principios de persuasión desarrollados por Robert Cialdini en el libro *Las Armas de la Persuasión*: reciprocidad, aprobación social, afinidad, autoridad, compromiso y escasez.

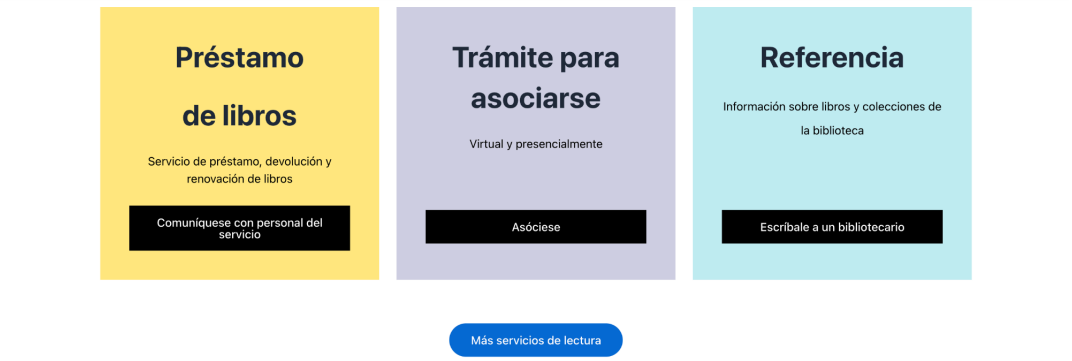
De esta manera se puede decir que los copys publicados por la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez* cumplen con los principios nombrados. La reciprocidad se manifiesta en el ofrecimiento de actividades culturales gratuitas, lo que puede motivar su participación o apoyo. La aprobación aparece de forma implícita al mostrar presentaciones o encuentros anteriores, lo que sugiere continuidad y aval por parte de la comunidad. La afinidad se expresa en el tono cercano y accesible de sus mensajes. La autoridad se establece a través de la mención de referentes conocidos o especializados, a su vez, la biblioteca es una institución reconocida con una gran trayectoria lo cual genera confianza y credibilidad. Por otra parte, el

compromiso se activa al proponer instancias de participación pública acerca de intereses colectivos lo cual incita a involucrarse. Por último, la escasez incentiva a no perderse la oportunidad de asistir a ciertos eventos o presentaciones ya que nuestro cerebro intenta evitar dicha sensación.



Copy de posteos de Instagram de la Biblioteca Popular Homero. (Fuente: redes sociales)

Otro canal a analizar es la página web de la *Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez*. Es importante mencionar que los sitios web deben cumplir requisitos básicos para ser funcionales y accesibles. Frascara (2000) indica que "la función del diseño no consiste en hacer cosas más bellas, sino más comprensibles." Por eso, el análisis del sitio web de la entidad toma en cuenta cuatro conceptos clave.



Página web de la Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (Fuente: sitio oficial)

Primero, la **accesibilidad** hace referencia a la posibilidad de que la mayor cantidad de personas, sin importar sus características físicas o contextos particulares, puedan acceder y utilizar un sitio web. Por su parte, la **usabilidad** está relacionada con la claridad y facilidad con la que los usuarios interactúan con la interfaz y encuentran la información que necesitan. En cuanto a la **navegabilidad,** se vincula con lo intuitivo y simple que resulta desplazarse por las distintas páginas y secciones del sitio. Por último, la **escalabilidad** se refiere a la capacidad del sitio para adaptarse a nuevos requerimientos y acompañar su crecimiento de forma eficiente.

En cuanto a la accesibilidad, el sitio muestra un diseño claro y las imágenes cuentan con descripciones que ayudan a su compresión. Sin embargo, los títulos carecen de organización clara y algunas categorías confunden al usuario. A su vez, el menú no presenta opciones desplegables que faciliten la navegación rápida. Los colores ofrecen buen contraste a pesar de que no se utilizan los colores institucionales que refuercen la identidad visual de la entidad. La página se adapta de forma correcta en diferentes pantallas. No obstante, en su versión móvil se observan defectos en el diseño de ciertas secciones, lo que impide una correcta visualización en ese formato.

Con respecto a la usabilidad, el sitio carga rápido en cada sección. La estructura resulta algo desordenada y carece de jerarquía clara. Esto dificulta la navegación para quienes visitan la página por primera vez. Algunas rutas son confusas y el usuario debe familiarizarse para desplazarse de manera correcta. La información básica, como su historia, su misión o sus valores no es fácil de identificar ni acceder. El contenido está bien redactado y se presenta en formatos adecuados, es decir, que son reales y no están incrustados en imágenes.

Sobre la navegabilidad, la página se mantiene actualizada y responde a los mensajes recientes. Sin embargo, el sitio no es flexible ya que el usuario carece de vías alternativas para encontrar información o realizar acciones. La única manera de volver hacia atrás es si se presiona el logotipo o si se utiliza la flecha del navegador. Varias secciones carecen del footer de página, lo que no permite el rápido acceso a enlaces importantes y entorpece el uso del sitio.

Por último, la escalabilidad parece adecuada. La estructura permite agregar contenido sin afectar la funcionalidad. La adaptación a distintos dispositivos es muy importante.

Capítulo 3. Planificación del proyecto

Acciones

Etapa de diagnóstico

- Elección de la organización;
- Indagación acerca de la institución *Biblioteca Popular Homero*;
- Reuniones preliminares con la institución;
- Diseño de instrumentos de recolección de datos (entrevista);
- Entrevista con responsables de la organización;
- Diseño de instrumentos de recolección de datos (encuesta);
- Difusión de la encuesta;
- Análisis de los resultados de la encuesta realizada;
- Análisis de la situación comunicacional de la *Biblioteca Popular Homero;*
- Análisis de situación de organizaciones similares;
- Determinación de la problemática;
- Definición de objetivos;

- Construcción final del diagnóstico.

Etapa de planificación

- Definición de las tareas;
- Distribución temporal de las tareas;
- Distribución de las responsabilidades según los autores del proyecto.

Etapa de producción

Identidad visual

- Creación de un sistema de identidad visual;
- Producción de un manual de identidad visual;
- Creación de un slogan de marca;
- Diseño de un sistema de pictogramas.

Canales de comunicación

- Elaboración de piezas gráficas impresas y digitales;
- Creación de un planning de contenidos para redes sociales;
- Producción de plantillas autoadministrables para redes sociales;
- Reestructuración de la comunicación en redes sociales;
- Creación de un sistema de carteles institucionales;

- Diseño de folletos institucionales.

Diseño web

- Actualización y diseño de una página web institucional;
- Maquetación del sitio web autoadministrable.

Etapa de evaluación

Etapa de difusión de las acciones

Diagrama de Gantt

Diagrama de Gantt

Biblioteca Popular Homero

Título de la tarea	Primer Cuatrimestre															
	Abril				Mayo				Junio				Julio			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Etapa del diagnóstico																
Elección de la organización																
Indagación acerca de la organización																
Reuniones preliminares con la organización																
Diseño de instrumento de recolección de datos (entrevista)																
Entrevista con responsables de la organización																
Diseño de instrumentos de recolección de datos (encuesta)																
Difusión de la encuesta																
Análisis de los resultados de la encuesta realizada																
Análisis de la situación comunicacional de la Biblioteca Popular Homero																
Análisis de situación de organizaciones similares																
Determinación de la problemática																
Definición de objetivos																
Construcción final del diagnóstico																
Etapa de planificación																
Definición de tareas																
Distribución temporal de las tareas																
Distribución de las responsabilidades																

Biblioteca Popular Homero	Segundo Cuatrimestre															
Título de la tarea	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Etapa de producción																
Identidad visual																
Creación de un sistema de identidad visual																
Producción de un manual de identidad visual																
Creación de un slogan de marca																
Diseño un sistema de pictogramas																
Canales de comunicación																
Elaboración de piezas gráficas impresas y digitales																
Creación de un planning de contenidos para redes sociales																
Producción de plantillas autoadministrables para redes sociales																
Reestructuración la comunicación en redes sociales																
Creación de un sistema de carteles institucionales																
Diseño de folletos institucionales																
Diseño web																
Actualicación y diseño de una página web institucional																
Maquetación del sitio web autoadministrable																
Etapa de evaluación																
Etapa de difusión de acciones																

Acciones

Recursos

Para la ejecución del proyecto se requirieron diversos recursos humanos, técnicos y materiales, fundamentales para su correcta planificación, desarrollo y finalización.

Recursos humanos

- Estudiantes encargados de llevar adelante las acciones propuestas;
- Docentes o tutores que orienten y supervisen el proceso;
- Personal de la organización que aporte información clave sobre su funcionamiento y necesidades.

Recursos técnicos y materiales

- Computadoras;
- Conexión a internet estable;
- Suscripción a Adobe Creative Cloud (Illustrator, Photoshop, InDesign, Premiere, entre otros);
- Programas de diseño y edición alternativa;
- Cámara fotográfica;
- Teléfonos celulares con buena cámara y grabadora de audio para entrevistas o voz en off.

Capítulo 4. Memoria argumentativa

El presente proyecto se enfoca en el rediseño de marca de la *Biblioteca Popular Homero*, así como en la creación y planificación de una estrategia de comunicación integral para sus redes sociales y página web. Estas acciones tienen como objetivos principales fomentar el reconocimiento de la *Biblioteca Popular Homero* y aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la misma.

En las secciones siguientes se presenta el desarrollo de la propuesta destinada a redes sociales y a la producción gráfica. Es importante señalar que otras piezas fundamentales, como la identidad visual, el manual de marca, los pictogramas y el diseño web, fueron elaboradas por las demás integrantes.

De este modo, el apartado que continúa se centra en los componentes comunicacionales y gráficos que forman parte de mi autoría dentro del proyecto integral. Esta instancia expone las piezas desarrolladas y profundiza en las decisiones estratégicas para su creación.

Redes Sociales

En el mundo digital actual, la identidad de una institución depende de su capacidad para atraer y mantener la atención del público. Con el objetivo de dejar atrás la imagen tradicional de la biblioteca, se desarrolló un plan estratégico que busca transformar a la *Biblioteca Popular Homero* en un espacio activo de intercambio cultural. Esta propuesta pretende fortalecer su presencia en el entorno digital, posicionándola como un lugar participativo y alineado con las nuevas formas de comunicación.

“Las redes sociales han permitido a las empresas establecer una conexión más cercana con sus clientes. Los consumidores pueden interactuar con las marcas de una manera personal, lo que ha llevado a una mayor lealtad y compromiso” (IEBS Business School). Esta premisa justifica la necesidad de potenciar la presencia digital de la biblioteca, buscan construir un vínculo directo, sostenido y emocional con la comunidad, en lugar de limitarse a una comunicación solo informativa.

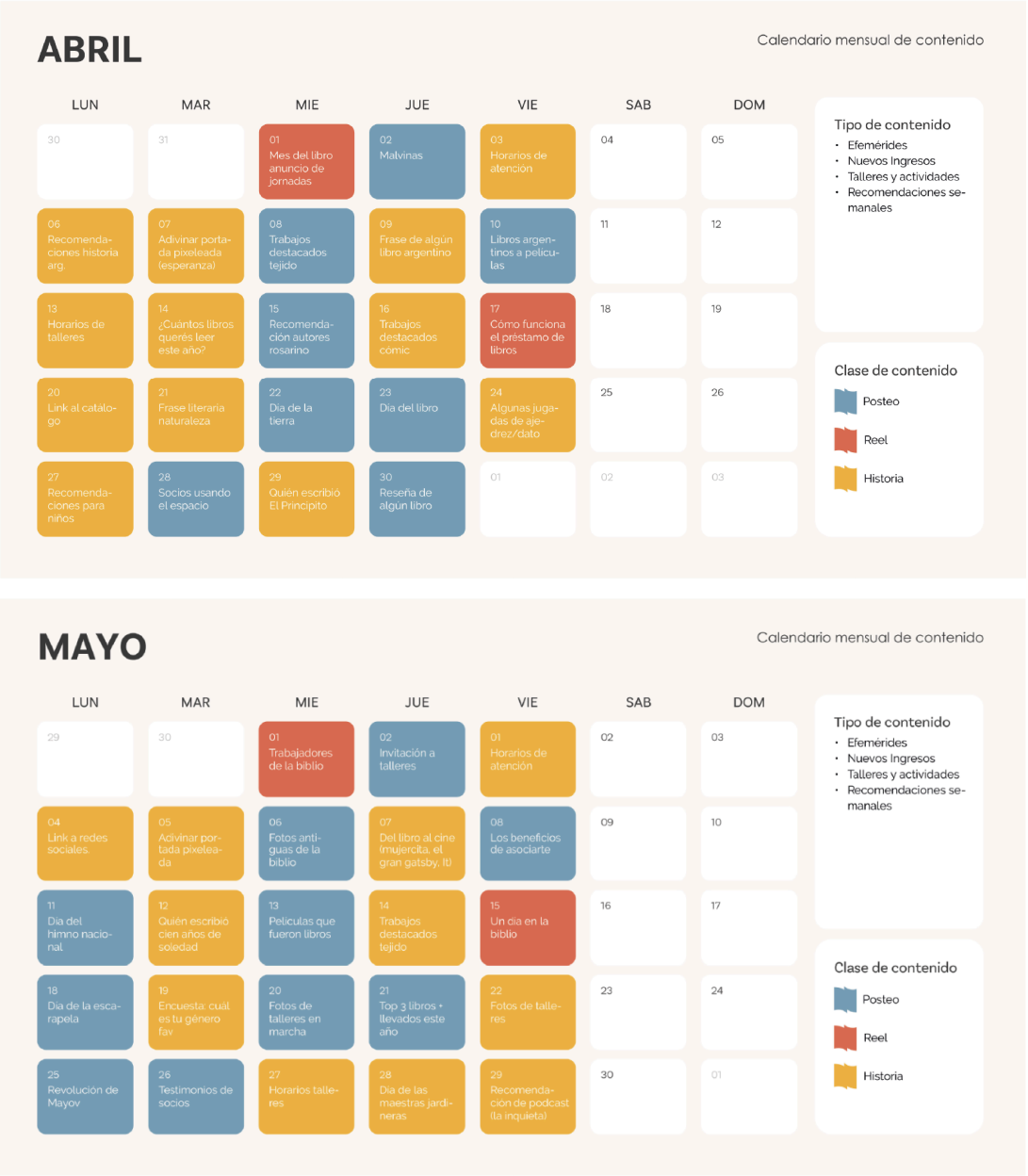
Además, las redes sociales ofrecen un valor agregado fundamental para la estrategia de marca, ya que permiten a las organizaciones “interactuar en tiempo real, obtener retroalimentación instantánea y personalizar su enfoque para llegar a públicos específicos” (IEBS Business School). Este dinamismo es valioso para la biblioteca, ya que facilita una comunicación bidireccional y adaptada a las necesidades e intereses de los diferentes segmentos de la comunidad. A su vez, esta humanización de la marca, permite proyectar una imagen más cercana y auténtica. Esto fortalece la confianza con la audiencia y apoya la construcción de la identidad de la *Biblioteca Popular Homero* para que sea emocional, participativa y humana.

Dado que la institución no poseía una estrategia de comunicación definida, se implementó un *planning* de contenido orientado a maximizar la interacción y el alcance del mensaje. “Para que una estrategia digital resulte efectiva, es fundamental crear y programar contenido relevante alineado con los intereses de la audiencia” (IEBS Business School). De esta manera, se puede establecer como objetivo principal que las redes sociales resulten atractivas y cercanas. Se busca comunicar contenido de interés directo para el público, sin perder la esencia educativa y cultural de la institución.

Con este enfoque, se planteó una estrategia que combina distintos formatos –posteos fijos, carruseles, historias y videos– con el fin de aportar valor real, fomentar una relación más cercana con su público, generar mayor engagement y diversidad narrativa. De este modo, se promueve una comunicación visual y textual más dinámica, adaptable a los hábitos de consumo digital actuales.

El planning está diseñado para asegurar la publicación de contenido de manera constante durante los días hábiles, lo que garantiza una presencia sostenida de la marca y contribuye a mantener el interés del público. Además, la variedad de contenidos —que alterna entre información institucional, materiales educativos, recursos lúdicos y efemérides– busca equilibrar el valor informativo con el entretenimiento, lo que favorece una interacción más orgánica y cercana con el público.





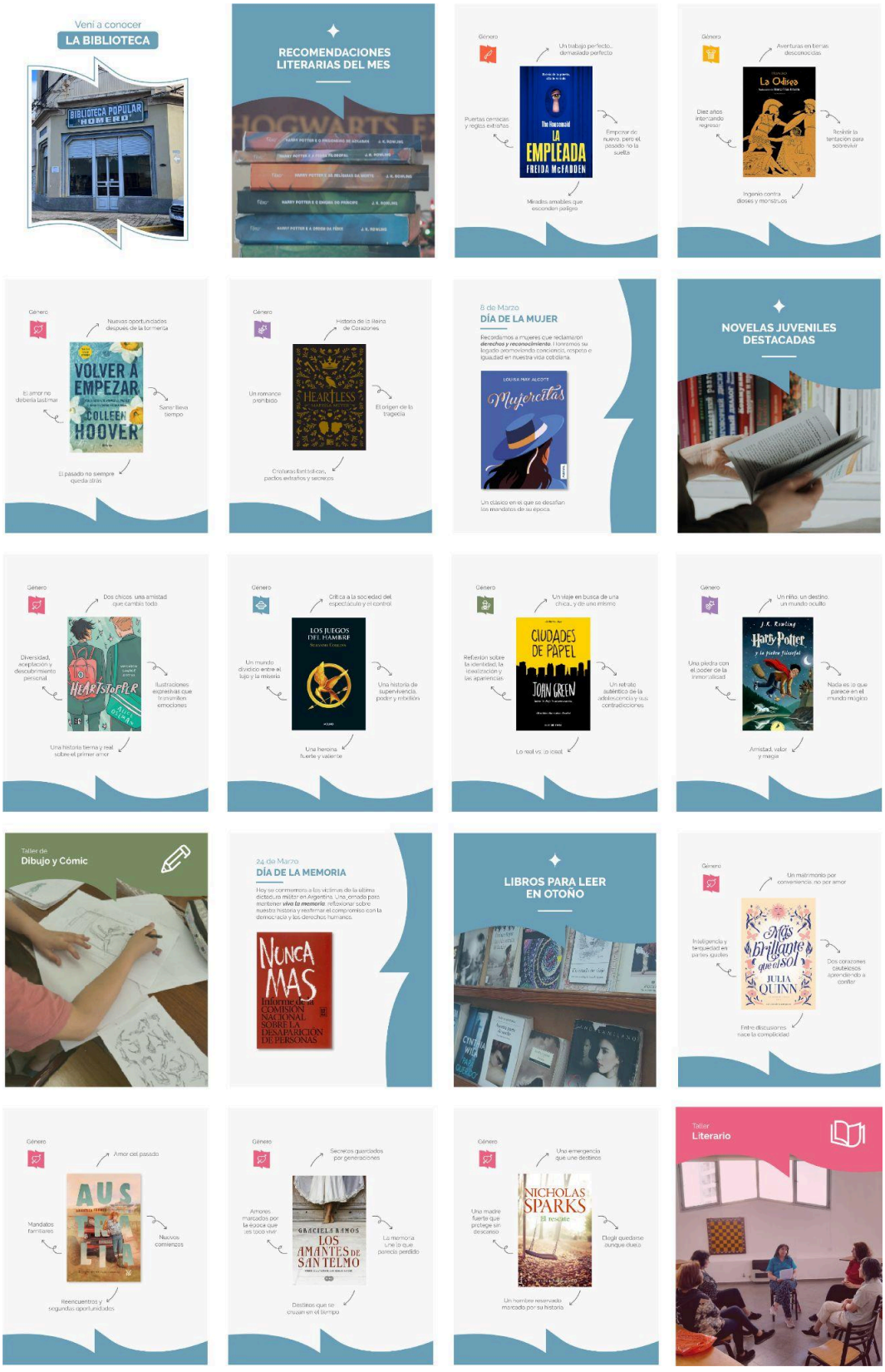
Planning de contenido para las redes de la Biblioteca Popular Homero.

Por otro lado, la nueva estética de las redes sociales se diseñó en base a la identidad visual renovada de la biblioteca, la cual procura una coherencia integral entre el logo, el sistema gráfico y las piezas digitales. Se concibió un lenguaje visual homogéneo que refleja la esencia de la institución, pero con una impronta moderna

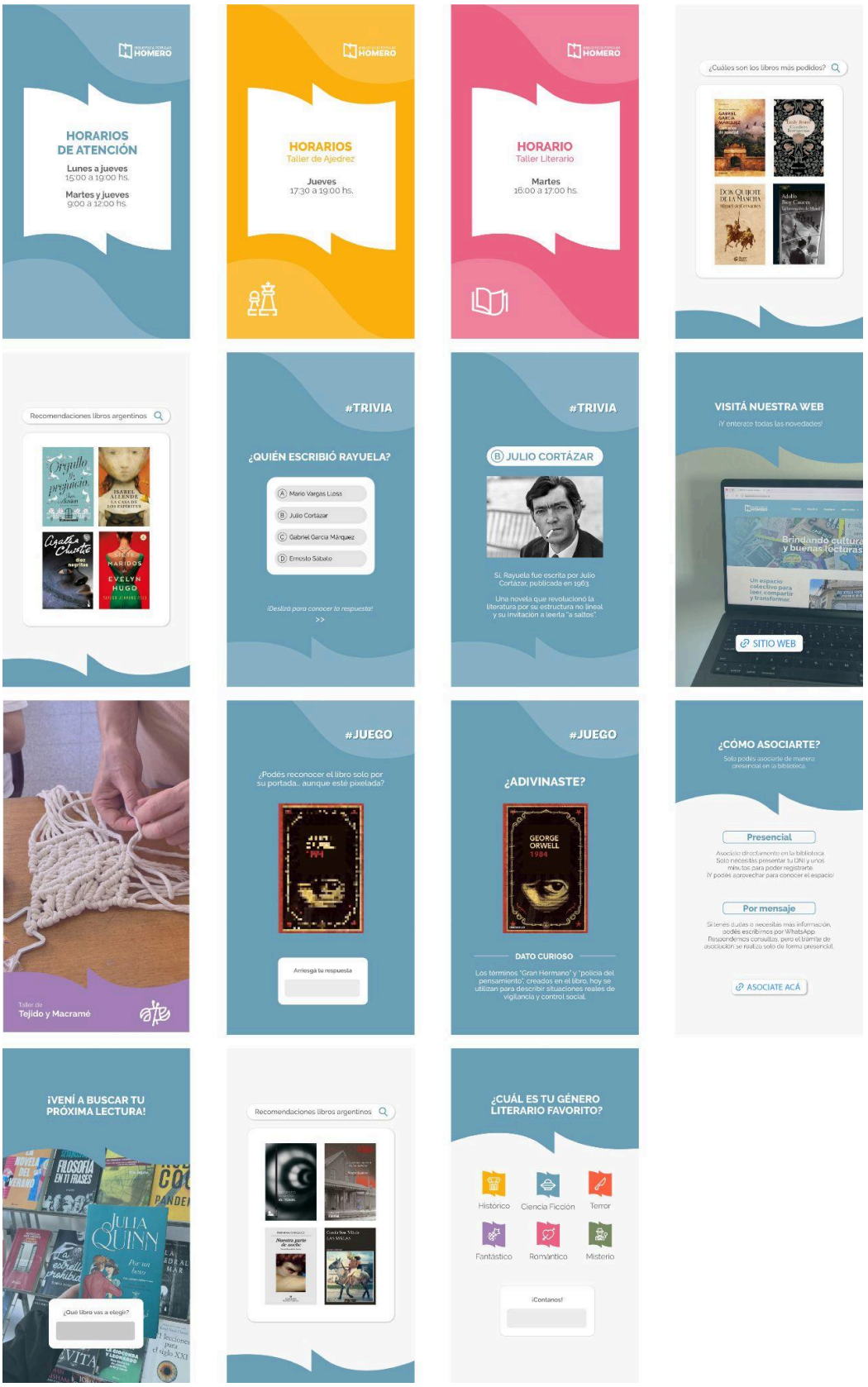
capaz de atraer a públicos más jóvenes y diversos. En este sentido, se diseñaron recursos gráficos a partir del isotipo institucional, que funcionan como elementos modulares para unificar el estilo visual de las publicaciones y otorgarles una personalidad distintiva y reconocible.

Se emplean los colores corporativos principales de manera predominante, que refuerzan la identidad de marca y aseguran coherencia visual en todos los soportes. Asimismo, los colores complementarios también fueron incorporados como sistema de codificación cromática para distinguir los distintos talleres y actividades. Esta decisión no solo aporta orden y claridad al conjunto visual, sino que permite mejorar la experiencia del usuario y la identificación rápida de los temas de su interés.

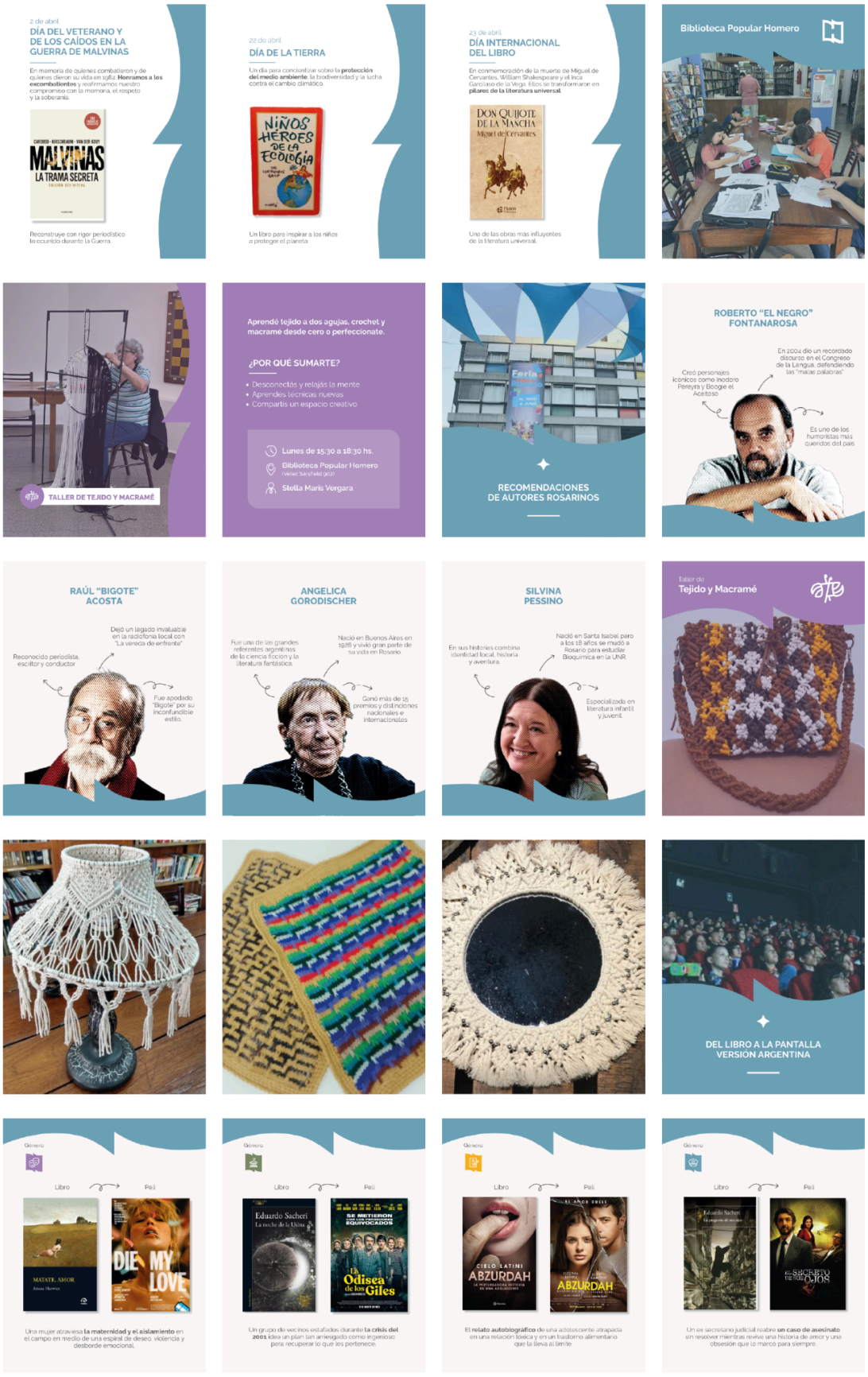
El diseño incorpora un equilibrio entre tipografías legibles, jerarquías visuales claras y recursos gráficos consistentes, lo que permite mantener una comunicación accesible. En cuanto al uso de recursos fotográficos, se priorizaron imágenes propias de la biblioteca, tomadas en sus espacios y durante sus actividades. Este relevamiento fotográfico fue una parte fundamental del proceso, ya que las mismas refuerzan la autenticidad de la comunicación y transmiten cercanía, pertenencia y transparencia institucional.



Posteos del mes de marzo para las redes de la Biblioteca Popular Homero.



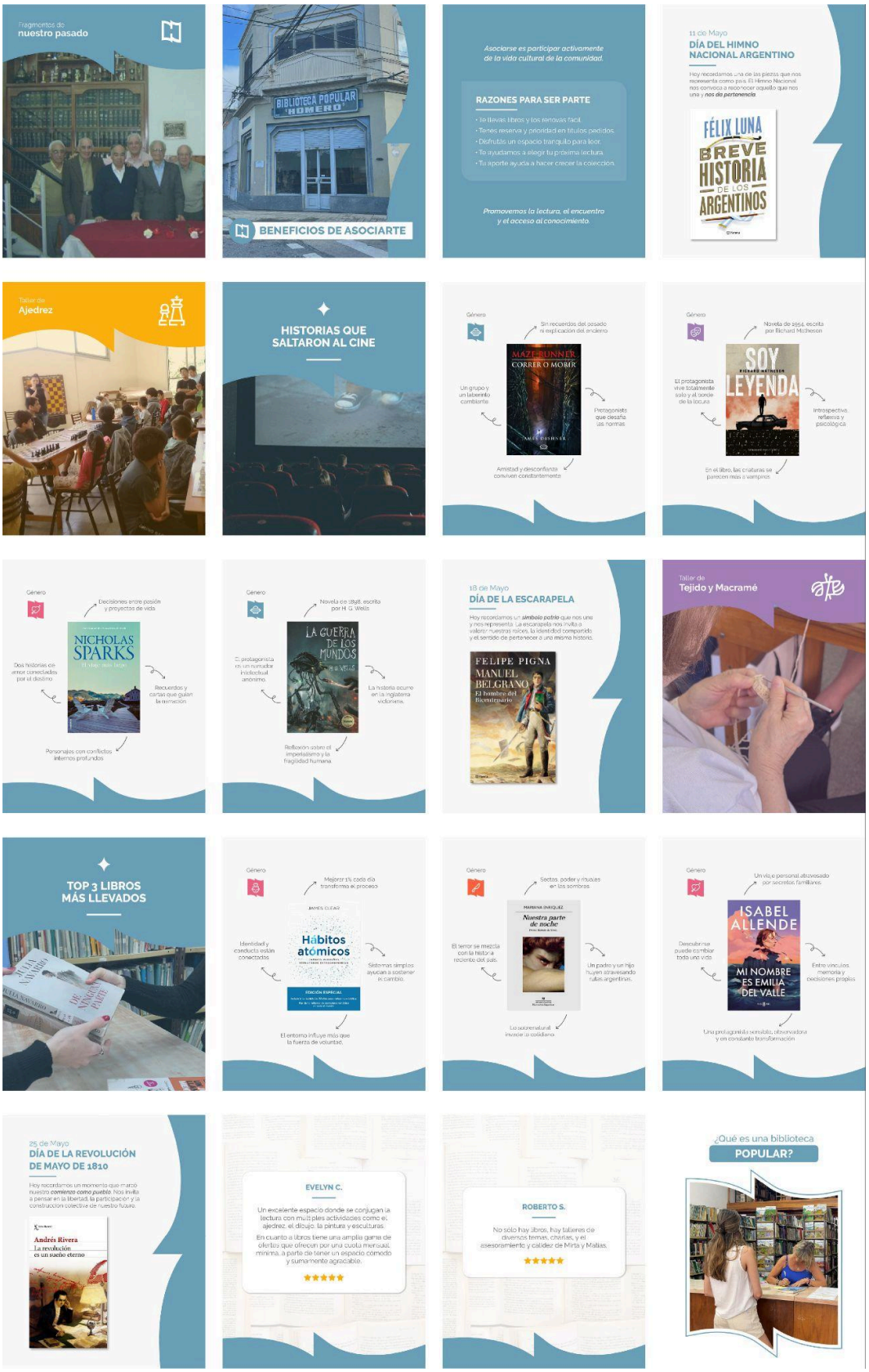
Historias del mes de marzo para las redes de la Biblioteca Popular Homero.



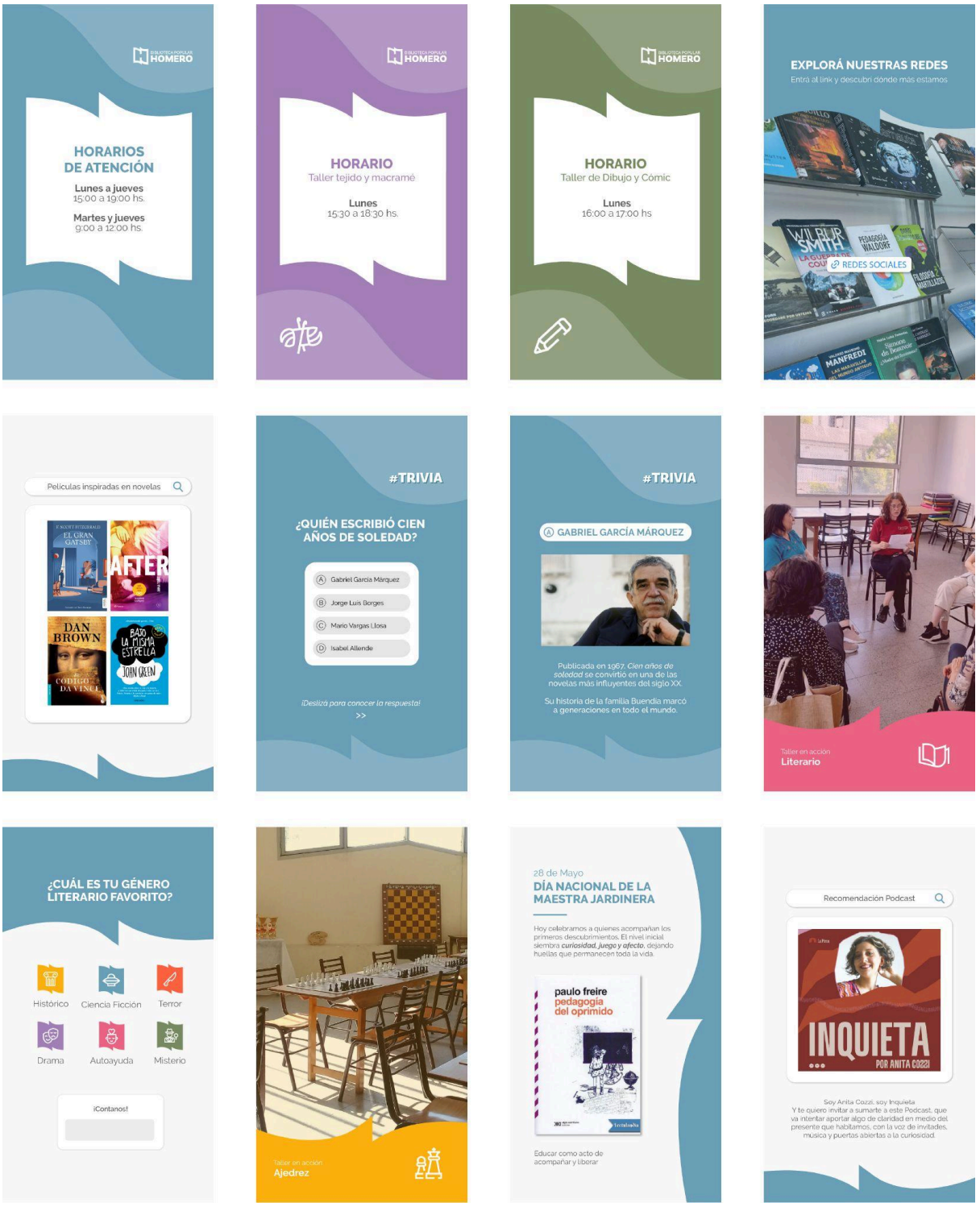
Posteos del mes de abril para las redes de la Biblioteca Popular Homero.



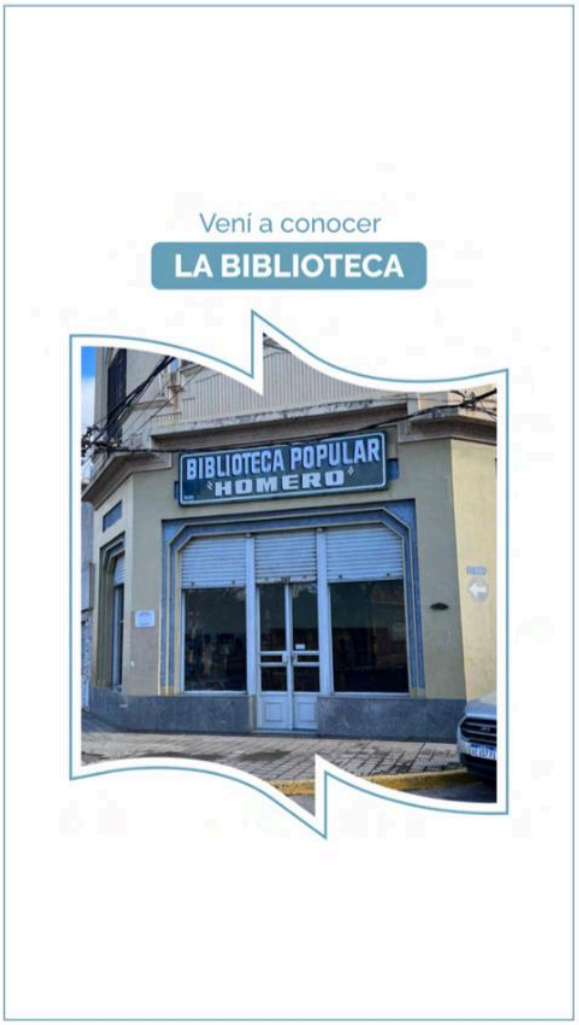
Historias del mes de abril para las redes de la Biblioteca Popular Homero.

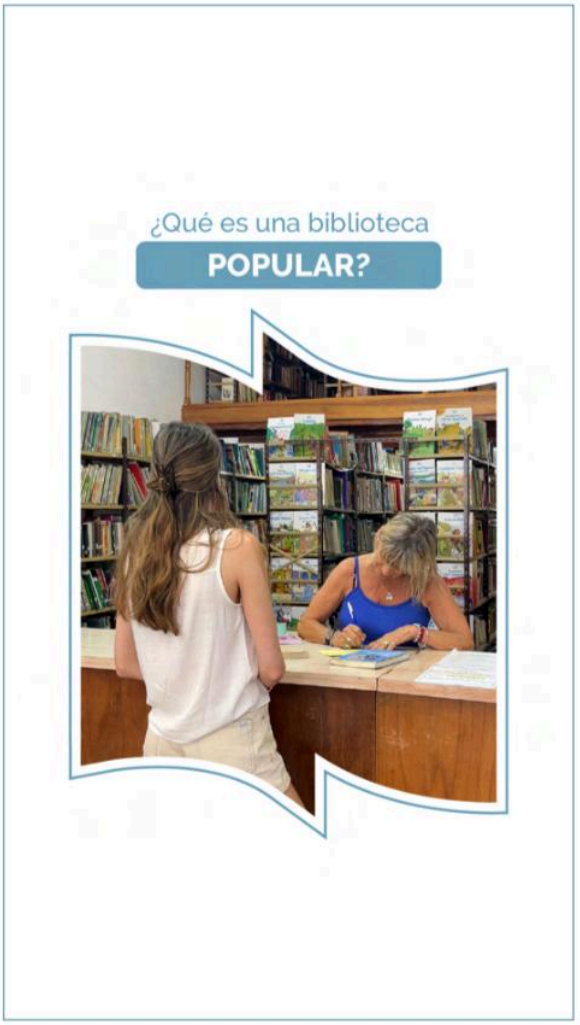


Posteos del mes de mayo para las redes de la Biblioteca Popular Homero.



Historias del mes de mayo para las redes de la Biblioteca Popular Homero.



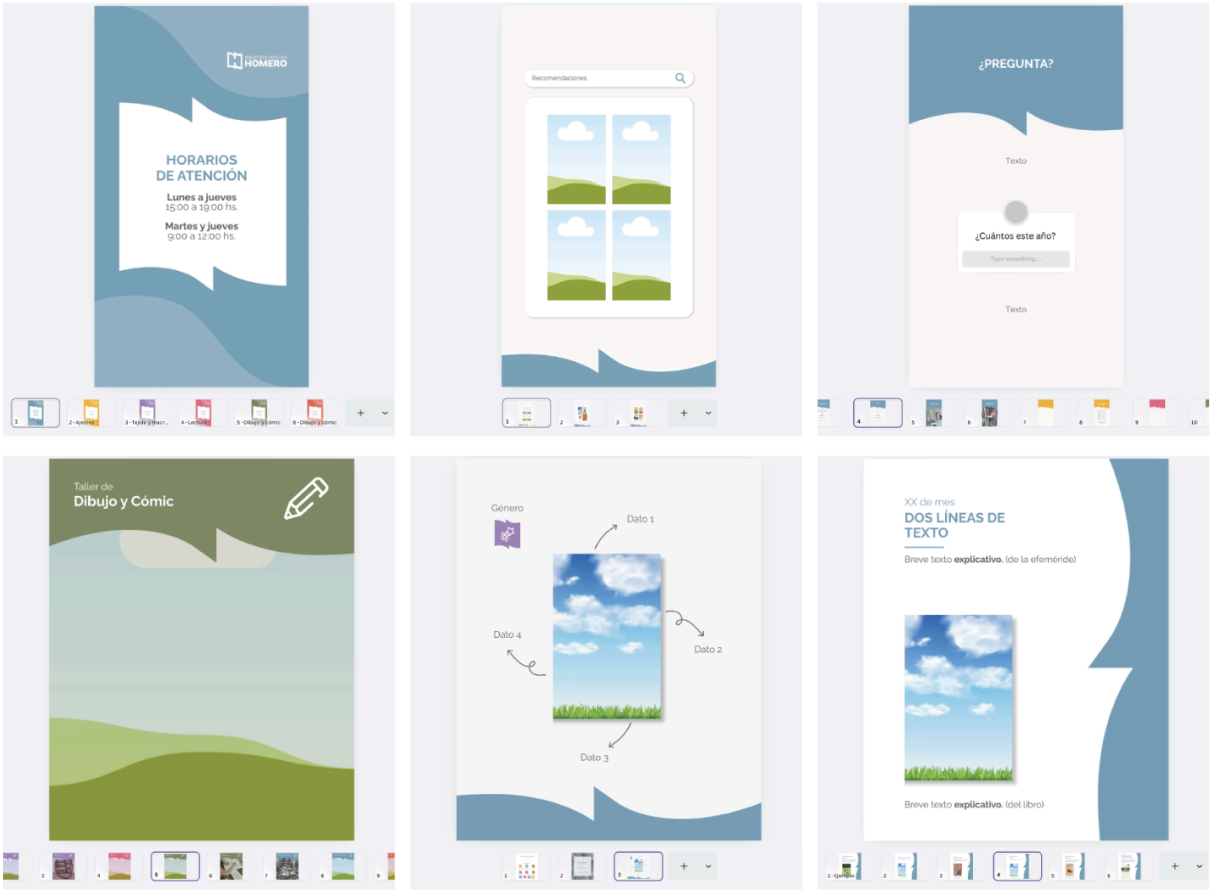


https://youtube.com/shorts/6hSJ8IfseLo?si=9q-DwBS62fKPrRDi https://youtube.com/shorts/puGv93SIkuQ?si=mSIAIQG2I7a_roFj

Reels para la Biblioteca Popular Homero.

Por otro lado, se tuvo en cuenta el desarrollo de plantillas personalizadas que permitan a los directivos y responsables de la biblioteca acceder a los archivos editables. Las mismas tienen como propósito simplificar la actualización y publicación de contenido en las redes sociales, de modo que los directivos cuenten con un recurso práctico que les facilite la gestión y difusión del material, sin perder la

nueva estética. De esta manera, se busca optimizar el proceso mensual de comunicación y garantizar una administración eficiente de la información.



Plantillas autoadministrables para las redes de la Biblioteca Popular Homero.

Producción gráfica

La producción gráfica de la *Biblioteca Popular Homero* integra las piezas impresas y complementarias desarrolladas en el marco del rediseño institucional. Bajo este concepto se incluyen carteles, folletos y elementos de papelería como señaladores y tarjetas de contacto, entre otros. Estas piezas fueron pensadas para

consolidar la identidad visual y fortalecer la comunicación entre la biblioteca y su comunidad. Además, su diseño busca transmitir una imagen unificada y contemporánea en todos los puntos de contacto.

En este contexto, el diseño de las piezas se fundamenta en los principios del diseño para la información, entendido como una práctica que se orienta a mejorar la efectividad de la comunicación mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información *(Material de cátedra: Diseño para la Educación, 2025, Universidad Abierta Interamericana)*. Su finalidad no se centra en persuadir ni educar directamente, sino en organizar y estructurar los datos de manera clara, comprensible y accesible para el usuario, garantizando que el mensaje visual cumpla su función comunicativa con precisión y coherencia.

De esta manera, se buscó optimizar la transmisión de información de modo que cada pieza cumpla su función comunicacional de manera eficiente, accesible y orientada al usuario. A su vez, para la producción de estas piezas gráficas, también se tuvieron en cuenta las seis funciones del cartel propuestas por Norberto Chaves en la *Pequeña Teoría del Cartel:* el contacto, la información, la persuasión, la identificación, la convencionalidad y la estética. Estas funciones orientaron las decisiones de diseño hacia objetivos comunicacionales específicos, que garantizan que cada pieza cumpla un papel dentro del sistema visual general. Así, el cartel se concibe no solo como un soporte estético, sino como un medio eficaz para transmitir mensajes, identificar a la institución y fortalecer su vínculo con la comunidad.

La primera función, el contacto, busca captar la atención, facilitar la lectura y mantener el interés del receptor. Para lograrlo se utilizan los colores representativos para cada taller, una fotografía y el nombre del mismo. Estas decisiones fortalecen la

visibilidad, legibilidad y pregnancia, lo que asegura que el mensaje se perciba y recuerde con facilidad.

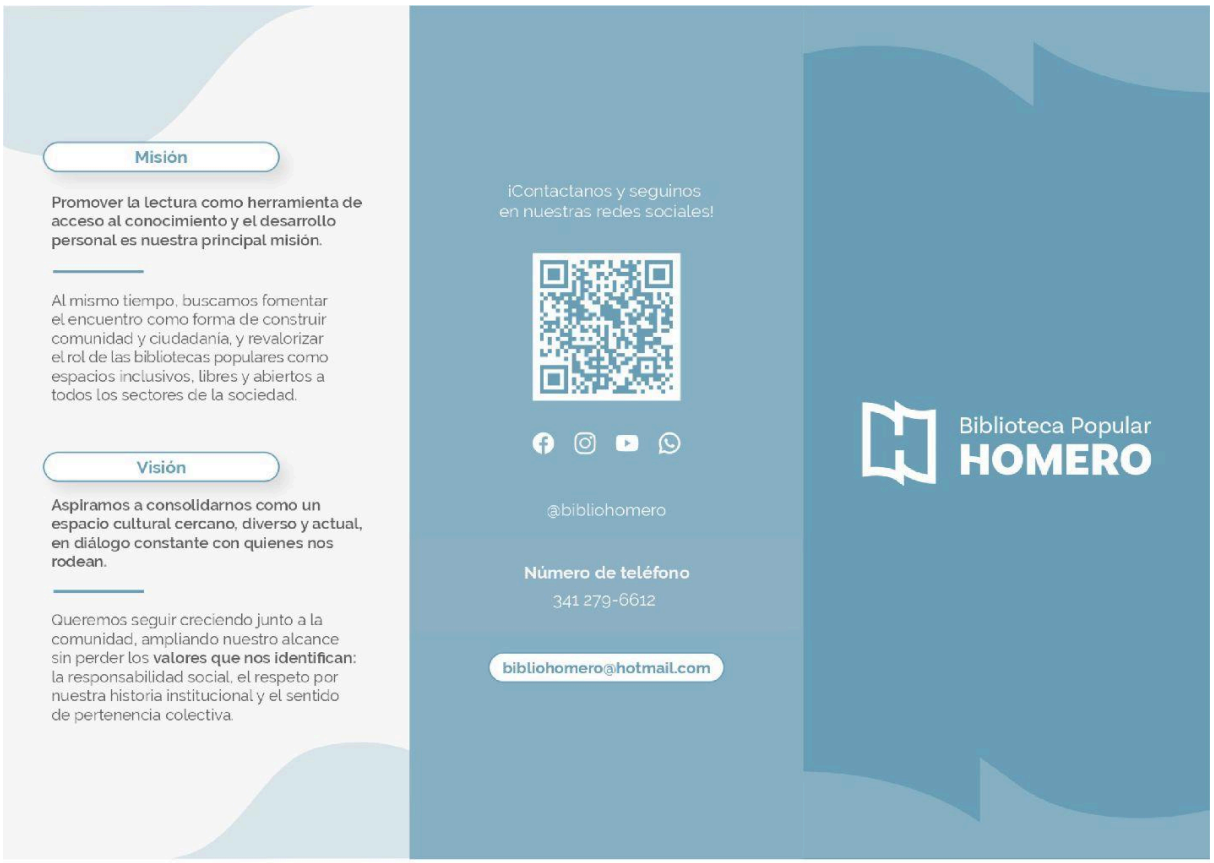
La segunda función, la información, busca transmitir nociones precisas y generar representaciones claras en el receptor. Por esta razón, cada taller incluye día, horario, profesor y una breve descripción de la actividad. Además, las fotografías permiten reconocer la actividad representada de manera rápida. El conjunto transmite de forma directa aquello que la institución desea comunicar.

La tercera función, la persuasión, dice que "El cartel posee, salvo raras excepciones, una aspiración persuasiva directa y evidente, sólidamente articulada con la función referencial o informativa", en consecuencia, se puede decir que busca producir en los receptores efectos ulteriores a la propia comunicación, cada pieza busca generar una respuesta positiva, lo que impulsa a los usuarios a involucrarse en las propuestas de la biblioteca.

La cuarta función, la identificación, permite reconocer al emisor a través del estilo y el tono del mensaje. En este caso, los carteles reflejan la identidad visual de la *Biblioteca Popular Homero* mediante el uso de los colores institucionales, la tipografía y los recursos gráficos definidos previamente. Estos elementos aseguran coherencia con el resto de las piezas comunicacionales y refuerzan la presencia de la institución en cada soporte.

La quinta función, la de convencionalidad, se garantiza mediante el uso de códigos visuales familiares que facilitan la lectura y comprensión del mensaje. Los carteles se presentan en un lenguaje gráfico claro y accesible, con estructuras visuales reconocibles y jerarquías coherentes. Este equilibrio asegura que la información llegue de forma directa al público.

Por último, en la sexta función, la estética, se expresa en la búsqueda de equilibrio, armonía y coherencia visual dentro de cada pieza. Los carteles presentan composiciones ordenadas, tipografías legibles y una paleta cromática vinculada a la identidad de cada taller. La estética, en este caso, es un medio que potencia la comunicación y favorece la conexión emocional con el público.



“Brindando cultura y buenas lecturas”

Somos la **Biblioteca Popular Homero**, una asociación civil sin fines de lucro fundada el 2 de septiembre de 1936, en la ciudad de Rosario, Santa Fe.

Nacimos del esfuerzo colectivo de vecinos y vecinas que creyeron en la importancia de **crear un espacio para compartir el conocimiento, la lectura y la cultura.**



Hoy seguimos trabajando con el mismo espíritu comunitario, ofreciendo distintas **actividades, talleres y servicios** que buscan acompañar y enriquecer la vida de quienes nos rodean.

Nos sostenemos gracias al **aporte de nuestros socios, socias y voluntarios,** y creemos que su participación es el motor que nos impulsa a crecer.

Nuestros talleres

Taller de Dibujo y Cómic

Creá tus propios personajes e historias mientras explorás técnicas de dibujo, color y narrativa.

Lunes: 16:00 a 17:00 hs.

Taller de Tejido y Macramé

Aprendé crochet, dos agujas y macramé en un entorno relajado y creativo.

Lunes: 15:30 a 18:30 hs.

Taller de Literario

Leé, escribí y compartí tus ideas en un espacio de reflexión y expresión personal.

Martes: 16:00 a 17:00 hs.

Taller de Ajedrez

Para todas las edades. Aprendé estrategias, practicá partidas y desarrollá la concentración en un ambiente amigable.

Jueves: 17:30 a 19:00 hs.

Taller de Yoga

Viví el yoga, el bienestar y la conexión en cada encuentro.

Martes y jueves: 10:00 a 11:00 hs.

¿Qué es una Biblioteca Popular?

Es una asociación civil autónoma sin fines de lucro creada por iniciativa de un grupo de vecinos/as de una comunidad. Ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales y de la lectura.

Es dirigida por miembros de la Comisión Directiva (Adhonoren) y sostenida por sus asociados, no pertenece al estado. Brinda información, educación, recreación y animación socio-cultural por medio de una colección bibliográfica y diversos talleres, y es abierta al público.

Como institución deseamos que cada asociado utilice al máximo los beneficios que brinda la misma y difunda la biblioteca entre familiares, amigos y vecinos tratando de aportar asociados.



Creación de folleto informativo para la Biblioteca Popular Homero.







Creación de cartelería para la Biblioteca Popular Homero.

BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO

Rediseño de marca gráfica de la Biblioteca Popular Homero.



Creación de paleta cromática.

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Acosta Valentina; García Rocío; González Camila

Manual de marca gráfica



ÍNDICE

Manual de marca

01. MARCA GRÁFICA
1. Logotipo
2. Grilla constructiva
3. Área de protección
4. Tamaños mínimos

02. ELEMENTOS GRÁFICOS
1. Paleta cromática
2. Tipografía institucional
3. Tipografía secundaria
4. Versión blanco y negro

03. NORMAS DE USO Y APLICACIONES
1. Aplicación sobre fondos
2. Usos incorrectos
3. Aplicaciones de marca

04. PICTOGRAMAS

01 MARCA GRÁFICA

1. 1. LOGOTIPO

la Biblioteca Popular Homero, una institución sin fines de Lucro ubicada en Vélez Sarsfield 502, Rosario. Brinda acceso a libros, talleres, actividades culturales y servicios de conectividad de manera libre y gratuita.

este manual presenta las herramientas esenciales para la adecuada utilización y representación de la marca en todas sus variantes. Se diseñó considerando las necesidades de aquellos encargados de interpretar, expresar, comunicar y aplicar la identidad corporativa en diversos entornos. El uso apropiado de la marca ayudará a alcanzar sus objetivos de fortalecimiento e identificación.

El logotipo, compuesto por un isotipo de libro abierto y una tipografía clara y legible, comunica acceso al conocimiento, apertura y encuentro comunitario. Su diseño busca reflejar la esencia de la institución un espacio donde la cultura, la educación y la participación, transmiten confianza, cercanía y compromiso social.

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

1. 2. GRILLA CONSTRUCTIVA

El logotipo de la Biblioteca Popular Homero se construyó a partir de una grilla modular que asegura proporción, equilibrio y coherencia entre el símbolo y la tipografía. Como base tipográfica se utilizó la **Basic Sans**, a la cual se le realizaron ajustes específicos, como la modificación de la barra transversal de la letra H, con el fin de otorgar mayor singularidad y personalidad a la marca.

Para la construcción de la grilla se tomó como referencia utilizar 1/3 (+) del ancho del asta vertical de la letra H, lo que permitió mantener la consistencia visual y asegurar una correcta relación entre todos los elementos del logotipo.

HOMERO
Tipografía original

HOMERO
Tipografía modificada



1. 3. ÁREA DE PROTECCIÓN

Con el objetivo de garantizar que la marca pueda ser utilizada de manera efectiva y mantenga su integridad visual en entornos compartidos con otros elementos, presentamos los márgenes mínimos de la zona de seguridad, que deben ser respetados para poder garantizar toda la legibilidad como el buen funcionamiento de la marca.

La área de protección, se ha determinado utilizando la letra O de logotipo. Estos parámetros están diseñados para asegurar que la marca tenga un espacio adecuado y sea claramente visible, sin que se vea comprometida su identidad visual en ningún contexto de aplicación.



1. 4. TAMAÑOS MÍNIMOS

Para que haya una buena percepción y legibilidad del logotipo, se ha establecido que el tamaño mínimo sea:

1. Para formatos impresos o digitales hasta 2cm o 80px de ancho, se utilizará el logo original.

2. Para formatos impresos o digitales hasta 1,5cm o 40px de ancho, se utilizará también el logo original.

3. Para formatos impresos o digitales hasta 1cm o 30px de ancho, se utilizará solo el isotipo.



02
ELEMENTOS GRÁFICOS

2. 1. PALETA CROMÁTICA

El color es un componente fundamental para la identidad gráfica de la marca. En este caso los dos tonos de celeste -el celeste corporativo y su variante más claro- constituyen los colores principales de la identidad.

La paleta se complementa con cuatro colores secundarios utilizados específicamente para diferenciar los distintos talleres y categorías internas de la institución. Estos colores facilitan la organización visual y permiten una rápida identificación de cada actividad sin perder la unidad general del sistema.

En caso de que las condiciones no permitan el uso de los colores principales, el logotipo podrá reproducirse utilizando cualquiera de las variaciones cromáticas presentadas.

Para formatos impresos, cada color debe aplicarse según su equivalente en CMYK. En piezas digitales, se utilizarán sus valores en RGB. Asimismo, se incluyen los valores correspondientes para vinilo, según cada color detallado en la paleta.



2. 2. TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

La elección de la tipografía institucional se basó en distintos criterios, considerando tanto el nombre como el emisor a quien se dirige el logotipo. Para ello, se seleccionó la tipografía **Basic Sans**, en una versión modificada, por sus características que armonizan con la identidad visual y refuerzan la intención de proyectar una institución más moderna.

Durante el proceso de selección se evaluaron diversas alternativas tipográficas y, tras un análisis comparativo, se determinó que la variante **Basic Sans Black** era la opción más adecuada, ya que transmite solidez, recalca la fuerza del nombre **Homero** y potencia la geometría de los trazos. Cabe destacar que se decidió no utilizar otras variantes de la misma fuente como tipografía corporativa, con el fin de preservar la coherencia en la representación gráfica e institucional.



2. 3. TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Como parte integral del proceso de diseño gráfico y tipográfico, se llevó a cabo la selección de una tipografía secundaria que pudiera complementar de manera armoniosa y estratégica a la identidad visual de la marca. Tras un análisis detallado de distintas alternativas, se decidió incorporar la fuente **Raleway**, considerando su capacidad para integrarse de manera coherente con la tipografía principal y reforzar la comunicación visual de la institución.

La tipografía **Raleway**, reconocida por sus trazos estilizados y su alta legibilidad, cumple un papel clave dentro del sistema gráfico, aportando elegancia y claridad en los textos complementarios. Su incorporación resulta especialmente útil a la hora de desarrollar contenidos que acompañen al logotipo y a otros elementos de identidad, garantizando consistencia y armonía en todas las aplicaciones visuales de la marca.



2. 4. VERSIÓN POSITIVA Y NEGATIVA

En caso de que deba imprimirse en planos y a una sola tinta, es posible utilizar las versiones del logo en **blanco y negro**. La adaptación de la marca en monocromos ofrece **flexibilidad** en diferentes contextos de impresión, especialmente en situaciones donde las limitaciones técnicas o de presupuesto implican la reproducción a color.

La **versión positiva** se utiliza cuando el fondo tiene una luminosidad **superior al negro al 50%**, asegurando un contraste adecuado para una óptima visibilidad. Por otro lado, la versión **negativa** se debe utilizar en fondos con una luminosidad **inferior al negro al 50%**, garantizando una nitidez y claridad adecuadas para una correcta percepción visual.



03
NORMAS DE USO Y APLICACIONES

3. 1. APLICACIONES SOBRE FONDOS

Es importante reproducir la marca sobre fondos complejos como fotografías, preservando su integridad y visibilidad. Al colocarla sobre imágenes, se debe tener cuidado para no interferir con su esencia ni obstaculizar su lectura.

Se considera que la marca fue diseñada en color celeste, manteniendo esta tonalidad como parte de su identidad visual corporativa para un buen funcionamiento.

También se muestra como presentarla sobre los colores que no son corporativos pero forman parte de su identidad visual, asegurando una buena legibilidad y destacándola de manera óptima.



3. 2. VERSIÓN POSITIVA Y NEGATIVA

La marca tiene dimensiones y proporciones establecidas de acuerdo a los principios de composición, jerarquía y utilidad. Es muy importante evitar cualquier uso incorrecto, ya que esto podría resultar perjudicial para la imagen de la identidad corporativa de la biblioteca.

1. No usar sobre fotos que no generen contraste.
2. No rotar en ningún sentido.
3. No utilizar en su versión lineal.
4. No modificar su composición.
5. No alterar los espacios y medidas.
6. No utilizar la marca en opacidad.
7. No utilizar la marca en degradados.



3. 3. APLICACIONES DE MARCA

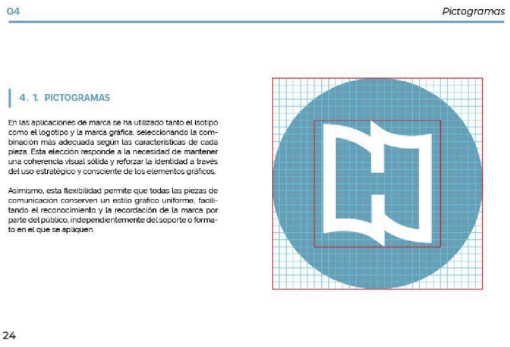
En las aplicaciones de marca se ha utilizado tanto el isotipo como el logotipo y la marca gráfica, seleccionando la combinación más adecuada según las características de cada pieza. Esta elección responde a la necesidad de mantener una coherencia visual sólida y reforzar la identidad a través del uso estratégico y consciente de los elementos gráficos.

Asimismo, esta flexibilidad permite que todas las piezas de comunicación conserven un estilo gráfico uniforme, facilitando el reconocimiento y la recordación de la marca por parte del público, independientemente del soporte o formato en el que se apliquen.











Creación del Manual de marca de la Biblioteca Popular Homero.



Creación de sistema de pictogramas.

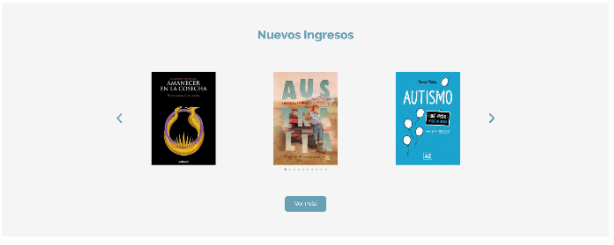

Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Contactanos
Brindando cultura
y buenas lecturas


Un espacio
colectivo para
leer, compartir
y transformar.
BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO


Horarios


Horarios de nuestros talleres
TALLER
Jueves
TALLER
Lunes
TALLER
Martes
TALLER
Lunes
TALLER
Martes y Jueves


Talleres


Nuevos Ingresos
AUTISMO


Nuestros asociados


Contactanos

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Catálogo | Nosotros | Asociarse | Talleres | Contáctanos

Nuestra historia



Nacimos del esfuerzo colectivo de vecinos y vecinas que creyeron en la importancia de crear un espacio para compartir el conocimiento, la lectura y la cultura.

Hoy seguimos trabajando con el mismo espíritu comunitario, ofreciendo actividades, talleres y servicios que buscan acompañar y enriquecer la vida de quienes nos rodean.

Nos sostenemos gracias al aporte de nuestros asociados, asociadas y voluntarios, y creemos que la participación de la comunidad es el motor que nos impulsa a crecer.

89
Años de experiencia

650
Asociados

35.000
Libros

Misión

Promover la lectura como herramienta de acceso al conocimiento y el desarrollo personal es nuestra principal misión.

Al mismo tiempo, buscamos fomentar el encuentro como forma de construir comunidad y ciudadanía, y revalorizar el rol de las bibliotecas populares como espacios inclusivos, libres y abiertos a todos los sectores de la sociedad.

Visión

Aspiramos a consolidarnos como un espacio cultural cercano, diverso y actual, en diálogo constante con quienes nos rodean.

Queremos seguir creciendo junto a la comunidad, ampliando nuestro alcance sin perder los valores que nos identifican: la responsabilidad social, el respeto por nuestra historia institucional y el sentido de pertenencia colectiva.

Valores







"Creemos que la lectura no es un lujo, sino un derecho. Por eso abrimos nuestras puertas para que el saber, la cultura y el encuentro estén al alcance de todos."



Somos una Biblioteca Popular

¿Qué es una Biblioteca Popular?

Es una asociación civil autónoma sin fines de lucro creada por iniciativa de un grupo de vecinos/as de una comunidad. Ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales y de la lectura.

Es dirigida por miembros de la Comisión Directiva (Adhonoren) y sostenida por sus asociados, no pertenece al estado. Brinda información, educación, recreación y animación socio-cultural por medio de una colección bibliográfica y diversos talleres, y es abierta al público.

Como institución deseamos que cada asociado utilice al máximo los beneficios que brinda la misma y difunda la biblioteca entre familiares, amigos y vecinos tratando de aportar asociados.

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse

Talleres
- Ajedrez
- Dibujo y cómic
- Literario
- Tejido y macramé
- Yoga

Contáctanos

Seguinos en nuestras redes

Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Catálogo Nosotros Asociarse Talleres Contáctanos

¿Por qué es importante que te asocies?

Tu aporte mensual contribuye al sostenimiento de un espacio comunitario que crece gracias al compromiso de quienes valoran la lectura, la cultura y el encuentro. Asociarte implica acompañar y fortalecer este proyecto colectivo, que desde hace años ofrece acceso libre y gratuito.

Tu apoyo garantiza la realización de actividades culturales, talleres y propuestas abiertas que enriquecen la vida social y educativa. Ser parte es también apostar a una construcción colectiva basada en el acceso equitativo al conocimiento y la participación ciudadana.



Presencial

Podés asociarte de manera presencial. Acercate a la biblioteca en los horarios de atención y registrate.

- **Dirección:** Vélez Sárfield 902.
- **Horarios de atención:**
  Lunes y Miércoles: 15:00 a 19:00 hs.
  Martes y Jueves: 9:00 a 12:00 hs. – 15:00 a 19:00 hs.

Sólo necesitás traer tu DNI y unos minutos para completar el formulario. También podés aprovechar para conocer el espacio, consultar el catálogo o sacarte cualquier duda.

¡Asociate ahora!







Formá parte de este lugar donde leer juntos nos transforma.

Preguntas frecuentes

¿Puedo asociarme si no vivo cerca? −

¡Sí, claro! Podés asociarte aunque no vivas cerca. Solo es necesario acercarte a la biblioteca la primera vez para realizar el trámite de asociación. Después, las cuotas se pueden pagar por transferencia.

¿Puedo darme de baja en cualquier momento? +

¿Qué pasa si me atraso con el pago? +

¿Qué pasa si pierdo un libro prestado? +

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse

Talleres
› Ajedrez
› Dibujo y cómic
› Literario
› Tejido y macramé
› Yoga

Contáctanos

Seguinos en nuestras redes

Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Catálogo Nosotros Asociarse Talleres Contáctanos

Talleres



Taller de Ajedrez

El taller de ajedrez está pensado para todas las edades y niveles. Ya sea que estés dando tus primeros pasos o quieras mejorar tu juego, vas a encontrar un espacio amigable para aprender estrategias, practicar partidas y desarrollar la concentración y el pensamiento lógico.

Además, es una gran oportunidad para poder socializar a través del juego.

Jueves: 17:30 a 19:00

¡Inscribite ahora!

Taller de Dibujo y Cómic

Un espacio creativo para quienes aman dibujar, imaginar personajes y contar historias visuales. En este taller se exploran técnicas básicas de dibujo, composición, color y narrativa gráfica, fomentando el desarrollo de un estilo propio.

Apto para jóvenes y adolescentes con o sin experiencia, es ideal para canalizar la imaginación y aprender en un entorno lúdico y motivador.

Lunes: 16:00 a 17:30

¡Inscribite ahora!





Taller Literario

Este taller propone un encuentro íntimo y significativo con la lectura y la escritura. A través de textos seleccionados, se abre el diálogo, el análisis y la producción escrita propia, generando así un espacio de reflexión y expresión personal.

Ideal para quienes disfrutan de la palabra, tanto leída como escrita, y buscan compartir sus ideas en grupo.

Martes: 16:00 a 17:00

¡Inscribite ahora!

Taller de Tejido y Macramé

Un taller ideal para quienes quieren iniciarse o perfeccionarse en técnicas textiles como el crochet, las dos agujas y el macramé. Es un espacio relajado, de creación manual y charla compartida, donde cada uno puede trabajar a su ritmo, desarrollar proyectos propios y aprender en compañía.

No se necesita experiencia previa, solo ganas de crear con las manos y disfrutar del proceso.

Lunes: 15:30 a 18:30

¡Inscribite ahora!





Taller de Yoga

Te invitamos a sumarte a este espacio de yoga, pensado para conectar cuerpo, mente y respiración. A través de la práctica de posturas, ejercicios de respiración y momentos de relajación, buscamos promover el bienestar y el equilibrio en un ambiente tranquilo y compartido.

Un taller abierto a personas de todas las edades, donde cada participante puede avanzar a su propio ritmo y disfrutar de una pausa para el cuidado personal.

Martes: 10:00 a 11:00

¡Inscribite ahora!

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse

Talleres
- Ajedrez
- Dibujo y cómic
- Literario
- Tejido y macramé
- Yoga

Contáctanos

Seguinos en nuestras redes

Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero

BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

Catálogo Nosotros Asociarse Talleres Contáctanos



Ajedrez

Desde sus orígenes, **el ajedrez ocupa un lugar central en la historia de la Biblioteca Popular Homero**. Este taller sostiene una tradición barrial que ha acompañado a generaciones de vecinos y vecinas desde 1936.

El espacio está abierto a todas las edades y niveles: quienes se inician pueden aprender las reglas y los fundamentos del juego, mientras que quienes ya tienen experiencia encuentran un lugar para perfeccionar estrategias, compartir partidas y desarrollar el pensamiento lógico y la concentración.

El taller ha participado en numerosos torneos locales y virtuales, consolidando a la biblioteca como un referente en la promoción del ajedrez. Además, **cuenta con una valiosa colección de libros especializados**, considerada un patrimonio único en Latinoamérica, que nutre el aprendizaje y la pasión de su comunidad.

Horarios
Jueves: 17:30 a 19:00

Lugar
Biblioteca Popular Homero
(Vélez Sársfield 902)

Profesor
Nahuel Straini



BIBLIOTECA POPULAR HOMERO

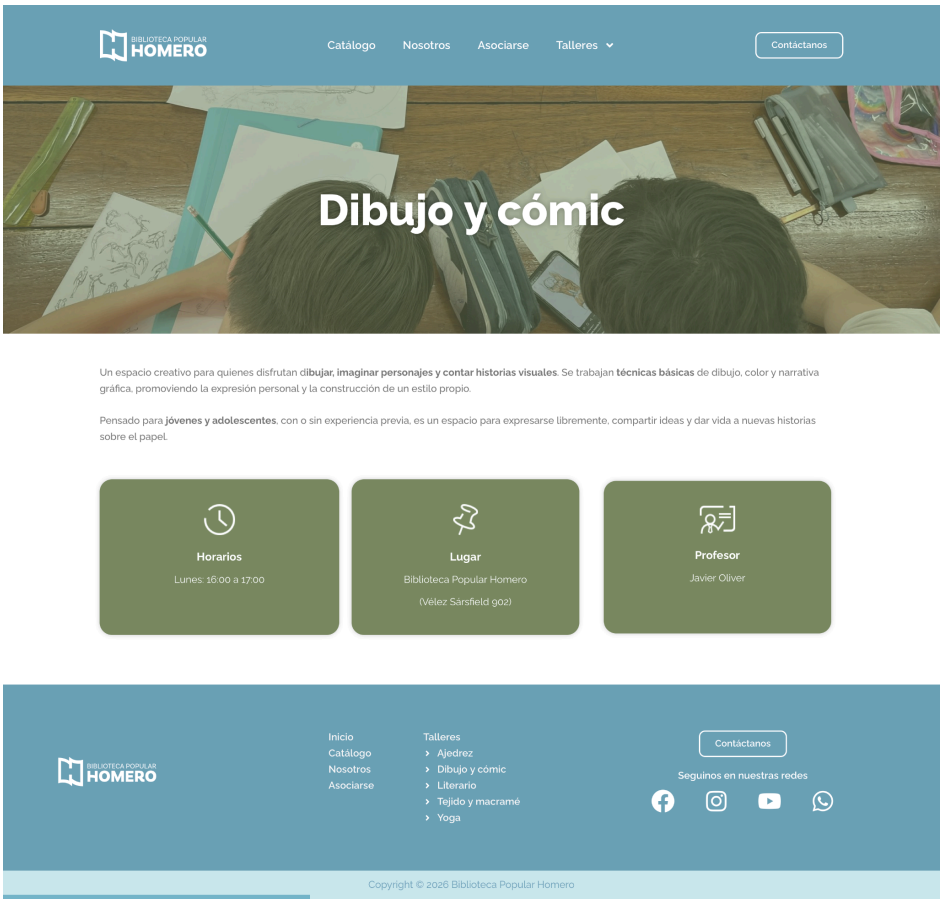
Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse

Talleres
- Ajedrez
- Dibujo y cómic
- Literario
- Tejido y macramé
- Yoga

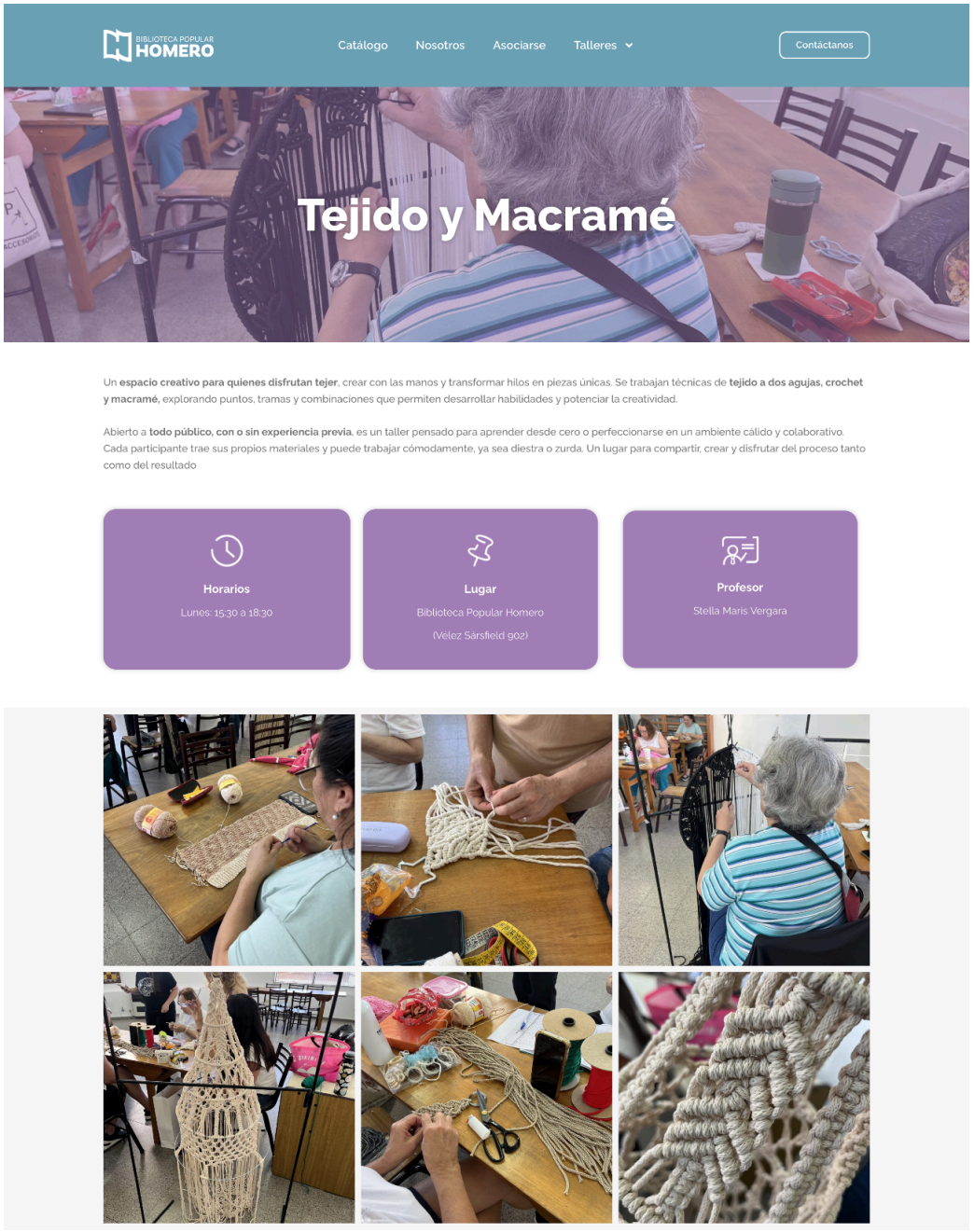
Contáctanos

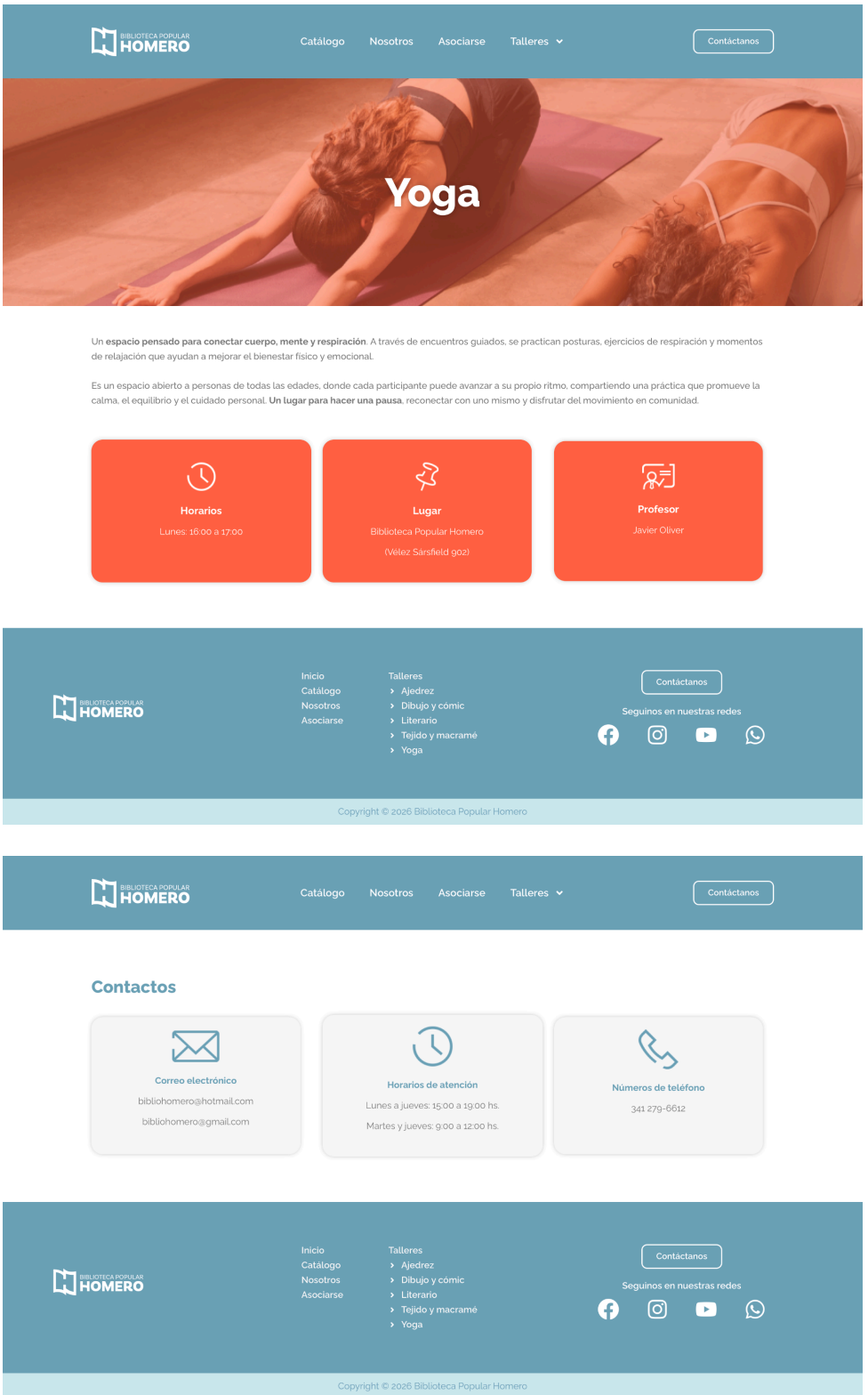
Seguinos en nuestras redes

Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero


BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Contáctanos
Dibujo y cómic
Un espacio creativo para quienes disfrutan dibujar, imaginar personajes y contar historias visuales. Se trabajan técnicas básicas de dibujo, color y narrativa gráfica, promoviendo la expresión personal y la construcción de un estilo propio.
Pensado para jóvenes y adolescentes, con o sin experiencia previa, es un espacio para expresarse libremente, compartir ideas y dar vida a nuevas historias sobre el papel.
Horarios
Lunes: 16:00 a 17:00
Lugar
Biblioteca Popular Homero
(Vélez Sársfield 902)
Profesor
Javier Oliver
BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO
Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Ajedrez
Dibujo y cómic
Literario
Tejido y macramé
Yoga
Contáctanos
Seguinos en nuestras redes
Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero


BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Contáctanos
Lectura
Un espacio de encuentro para compartir el placer de leer y descubrir nuevas miradas sobre los textos. A partir de una obra o autor seleccionado, el grupo se reúne para intercambiar ideas, reflexiones y sensaciones que surgen de la lectura.
A través del diálogo, el debate y las puestas en común, cada participante puede enriquecer su experiencia lectora, escuchar otras interpretaciones y acercarse a la literatura desde diferentes perspectivas. Un espacio abierto, participativo y pensado para quienes disfrutan leer y compartir esa experiencia con otros.
Horarios
Martes: 16:00 a 17:00
Lugar
Biblioteca Popular Homero
(Vélez Sársfield 902)
Profesor
Adriana Izquierdo
BIBLIOTECA POPULAR
HOMERO
Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Ajedrez
Dibujo y cómic
Literario
Tejido y macramé
Yoga
Contáctanos
Seguinos en nuestras redes
Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero


BIBLIOTECA POPULAR HOMERO
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Contáctanos
Tejido y Macramé
Un espacio creativo para quienes disfrutan tejer, crear con las manos y transformar hilos en piezas únicas. Se trabajan técnicas de tejido a dos agujas, crochet y macramé, explorando puntos, tramas y combinaciones que permiten desarrollar habilidades y potenciar la creatividad.
Abierto a todo público, con o sin experiencia previa, es un taller pensado para aprender desde cero o perfeccionarse en un ambiente cálido y colaborativo. Cada participante trae sus propios materiales y puede trabajar cómodamente, ya sea diestra o zurda. Un lugar para compartir, crear y disfrutar del proceso tanto como del resultado
Horarios
Lunes: 15:30 a 18:30
Lugar
Biblioteca Popular Homero
(Vélez Sársfield 902)
Profesor
Stella Maris Vergara
BIBLIOTECA POPULAR HOMERO
Inicio
Catálogo
Nosotros
Asociarse
Talleres
Ajedrez
Dibujo y cómic
Literario
Tejido y macramé
Yoga
Contáctanos
Seguinos en nuestras redes
Copyright © 2026 Biblioteca Popular Homero



Creación de una página web institucional.

Capítulo 5. Reflexiones finales

El desarrollo de este proyecto tuvo como propósito principal fortalecer el reconocimiento y la visibilidad de la *Biblioteca Popular Homero* mediante la creación de un programa de identidad visual actualizado. Cada decisión tomada durante el proyecto se orientó a expresar la esencia de la biblioteca como un espacio comunitario que promueve la lectura, la cultura y el encuentro vecinal.

La *Biblioteca Popular Homero* desempeña un rol fundamental dentro de su entorno, no solo como institución cultural sino también como agente social que sostiene actividades educativas, recreativas y comunitarias. Frente a este compromiso, una identidad visual sólida y una comunicación clara se vuelven herramientas indispensables para fortalecer su presencia y garantizar que su misión llegue a un público más amplio.

A lo largo del proceso, uno de los aprendizajes más significativos fue tomar dimensión del enorme esfuerzo que implica sostener el funcionamiento diario de una biblioteca popular. Tanto la directora como el secretario –quienes realizan su labor de manera voluntaria– dedican tiempo, energía y compromiso a mantener viva la institución. Este acercamiento permitió comprender las dificultades que enfrentan, en especial en la comunicación digital. Aunque las redes sociales son un recurso clave para dar a conocer sus actividades, la falta de tiempo, conocimientos técnicos o recursos hace que muchas veces no puedan utilizarlas como desearían. Reconocer esta realidad generó una mayor sensibilidad hacia el trabajo y reafirmó la importancia del diseño como herramienta de acompañamiento y apoyo.

En este sentido, haber podido contribuir con una producción visual y comunicacional que ellos valoran, resulta una de las experiencias más significativas

del proyecto. Saber que el trabajo realizado además de aportar a nivel profesional, también representa una ayuda concreta para una institución que trabaja con tanto compromiso, constituye una instancia de crecimiento personal y reafirma el valor social del diseño gráfico.

Es por eso que este proyecto implicó un aprendizaje académico y, a su vez, una comprensión más humana del rol que cumplen las instituciones culturales en la comunidad y del impacto que pueden generar las intervenciones de diseño. La experiencia consolida que el diseño, cuando se orienta hacia necesidades reales, tiene la capacidad de potenciar, acompañar y enriquecer el trabajo de quienes sostienen espacios fundamentales para la vida cultural y social del barrio.

Referencia bibliográfica

Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (31 de mayo de 2025). *Facebook*. Disponible en: https://www.facebook.com/BibliotecaArgentinaDrJuanAlvarez

Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (31 de mayo de 2025). *Instagram*. Disponible en: *https://www.instagram.com/biblioargentina/?hl=es*

Biblioteca Argentina Dr. Juan Álvarez. (31 de mayo de 2025). *Sitio web oficial*. Disponible en: *https://biblioargentina.gob.ar/web/*

Biblioteca Popular Homero. (31 de mayo de 2025). *Catálogo en línea (Koha)*. Disponible en: http://2005.bepe.ar/cgi-bin/koha/opac-main.pl

Biblioteca Popular Homero. (31 de mayo de 2025). *Facebook*. Disponible en: *https://www.facebook.com/BibliotecaPopularHomeroRosario?locale=es_LA*

Biblioteca Popular Homero. (31 de mayo de 2025). *Instagram*. Disponible en: *https://www.instagram.com/bibliohomero/?hl=es*

Biblioteca Popular Homero. (31 de mayo de 2025). *YouTube*. Disponible en: *https://www.youtube.com/channel/UCJ7S6FTvkS6ROPkPSqa2OBw*

Brightbrain. *Engagement Vs Reach: What's More Critical For Social Media Engagement*. (31 de mayo de 2025) Disponible en: https://www.brightbraintech.com/blog/social-media-engagement-vs-reach-2/

Chaves, N. (1989). Pequeña teoría del cartel. Revista TipoGráfica N°7.

Chaves, N. y Belluccia, R. (2003). *La marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Paidós SAICF. España.

Cialdini, Robert. (2022) Influencia. *La psicología de la persuasión*. Harper Collins Ibérica. España.

Coderhouse. *Copywriting: qué es, consejos y cómo aplicar en redes*. (23 de junio de 2025) Disponible en: https://www.coderhouse.com/ar/coderlibrary/copywriting-que-es-consejos-como-aplicar-en-redes

CONABIP (Comisión Nacional de Bibliotecas Populares. *¿Qué es una biblioteca popular?* (23 de junio de 2025) Disponible en: https://www.conabip.gob.ar/node/40

Enríquez, D. *¿Cómo han cambiado las redes sociales las estrategias de marca?* IEBS Business School. (14 de noviembre de 2025) Disponible en: https://www.iebschool.com/hub/como-ha-cambiado-las-redes-sociales-las-estrategias-de-marca/

Estrategos. *Comunicación institucional: concepto, tipos, características e importancias*. (31 de mayo de 2025) Disponible en: https://estrategos.org/es/comunicacion/que-es-la-comunicacion-institucional/

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social (2ª ed.)*. Ediciones Infinito.

Frascara, Jorge. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Ediciones Infinito. Buenos Aires, Argentina.

Foro Alfa. *Cómo definir el tipo marcario adecuado*. (1 de septiembre 2025). Disponible en: https://foroalfa.org/articulos/como-definir-el-tipo-marcario-adecuado

Foro Alfa. *Diseño y estrategia de marca*. (1 de septiembre 2025). Disponible en: https://foroalfa.org/articulos/diseno-y-estrategia-de-marca

Foro Alfa. *Identidad, identificación e imagen en branding*. (31 de mayo de 2025). Disponible en: https://foroalfa.org/articulos/identidad-identificacion-e-imagen-en-branding

González-Miranda, E., & Quindós, T. (2011). Diseño de iconos y pictogramas (Versión corregida y ampliada). Lamografía.

Ley de Bases y Puntos de Partida para la Libertad de los Argentinos (Ley Ómnibus), Ley N.º 27.742, aprobada el 12 de junio de 2024, promulgada el 27 de junio de 2024. Argentina.

Ley N.º 419, de Educación Común, 18 de septiembre de 1870. Argentina.

Summa. *¿Qué es el manueal de identidad corporativa y cuál es su importancia?* (5 de Septiembre 2025). Disponible en: https://summa.es/blog/manual-de-identidad-corporativa/

Universidad Europea. *¿Qué son los canales de comunicación y cuántos tipos existen?* (19 de mayo de 2025) Disponible en: https://universidadeuropea.com/blog/canales-comunicacion/

Anexo

Convenio marco de cooperación (en trámite)

CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN

Entre la **FUNDACIÓN IBEROAMERICANA DE ESTUDIOS SUPERIORES**, CUIT N° 30-65941461-5, titular de la personería jurídica de la **UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA -UAI-,** con domicilio en la Av. San Juan 960, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, representada en este acto por el Presidente de la primera y Vicerrector de Gestión y Evaluación de la segunda, **Dr. Marcelo Edgardo DE VINCENZI ZEMBORAIN**, DNI N° 14.952.462, en adelante **"LA UNIVERSIDAD";** por una parte, y por la otra, la **BIBLIOTECA POPULAR HOMERO, CUIT N° 30-68470593-4,** con domicilio en Vélez Sarsfield, 902, Rosario, Santa Fe, representado en este acto por su presidente, **Mirta Fernández,** DNI N°14.328586, en adelante "**LA ENTIDAD";** denominadas en conjunto **"LAS PARTES"**, convienen en celebrar el presente convenio marco de cooperación institucional, sujeto a las siguientes cláusulas y condiciones:

PRIMERA - ANTECEDENTES: La **UNIVERSIDAD** es una institución educativa de reconocida trayectoria, excelencia y prestigio, que desarrolla sus actividades dentro de la educación superior privada y que tiene en funcionamiento la enseñanza de diversas disciplinas dentro de la órbita de interés de **LA ENTIDAD**, contando además con desarrollos edilicios de importancia y una elaborada infraestructura administrativa. **LA ENTIDAD** es una asociación civil autónoma creada por iniciativa comunitaria. Ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales, de la lectura y del libro en forma amplia, libre y pluralista. Está dirigida y sostenida por sus socios y socias y brinda información, educación y recreación, mediante su acervo, el cual está abierto al público.

SEGUNDA - OBJETO: Atento a que **LAS PARTES** comparten similares propósitos en cuanto a brindar a la comunidad altos niveles de calidad en Educación Superior y a propiciar mejores oportunidades para el cumplimiento de sus fines particulares, **LAS PARTES** acuerdan brindarse mutua cooperación en temas de interés común que involucren, siendo esta enumeración meramente enunciativa, intercambios de

experiencia, formación de recursos humanos, pasantías, prácticas no rentadas, asistencia técnica, investigación, acreditación de estudios cursados, educación a distancia, promoción social y comunitaria, y en general, toda iniciativa concerniente a sus finalidades y mutuos intereses.

TERCERA - INSTRUMENTACIÓN: LAS PARTES acuerdan impulsar los objetivos propuestos en la cláusula anterior mediante el nombramiento de un representante por cada parte, lo que se harán saber recíprocamente mediante comunicación por medio fehaciente con la designación de aquellos por parte de autoridad competente. Los representantes actuarán como interlocutores de las respectivas instituciones y serán los encargados de impulsar las iniciativas que se generen en forma conjunta. En la planificación y ejecución de dichas iniciativas se tendrá en cuenta:

1.- Los antecedentes satisfactorios que posean las personas o instituciones beneficiarias de las iniciativas.

2.- La trayectoria personal, profesional y ética de tales beneficiarios.

3.- Los intereses comunes entre ambas partes en el área de diseño de comunicación visual

CUARTA - PLAZO: El presente convenio es de plazo indeterminado, dado que por sus características continuará vigente mientras las actividades comunes estén activas.

QUINTA - CONTRAPRESTACIÓN: El presente convenio no conllevará contraprestaciones económicas de ningún tipo entre **LAS PARTES,** sino que se limitará a la ejecución y desarrollo de actividades conjuntas. Toda actividad extraordinaria y/o que importe erogación de recursos deberá ser acordada previamente por **LAS PARTES** e instrumentada mediante acuerdos anexos o convenios específicos, de conformidad con lo establecido en la cláusula sexta siguiente, no pudiendo contradecir el espíritu del presente convenio.

SEXTA - PARTICIPACIÓN CONJUNTA - CONVENIOS ESPECÍFICOS - RESULTADOS:

6.1 Cualquiera de **LAS PARTES** podrá proponer a la otra el desarrollo de iniciativas

conjuntas concordantes con el objeto del presente convenio, instrumentándose los aspectos concretos de las actividades y tareas mediante acuerdos anexos o convenios específicos, los que serán parte integrante del presente convenio. En ellos se determinarán la naturaleza, términos y alcance de las actividades a realizar, sus objetivos y planes de trabajo, plazos de ejecución de las tareas, equipamiento y personal a ser afectado, toda actividad que importe erogación de recursos, si hubiere, y toda otra cuestión que las **PARTES** consideren pertinente incluir. ——————

6.2 Los estudios, proyectos, informes, documentos y demás resultados que se logren a través de trabajos realizados en virtud del presente convenio, serán de propiedad común y podrán ser publicados conjunta o separadamente por las partes, con indicación de origen y autoría. Asimismo, en la realización de dichos proyectos de investigación y otras actividades en que intervengan ambas partes, se consignará la participación correspondiente, como así también los mecanismos de financiamiento que cada actividad demande. ——————————

SÉPTIMA – RESPONSABILIDAD:

7.1 LAS PARTES convienen que en toda circunstancia o hecho que tenga relación con el presente convenio mantendrán la individualidad y autonomía de sus respectivas estructuras técnicas y administrativas. En consecuencia, el personal aportado por cada una de **LAS PARTES** para la realización del objeto del presente convenio se entenderá relacionado exclusivamente con aquella que lo empleó, aclarando que cada una de **LAS PARTES** que intervienen en este convenio tiene medios propios y suficientes para afrontar la responsabilidad que derive de las relaciones laborales.

7.2 LA UNIVERSIDAD declara que posee una póliza de riesgo cubierto que ampara a sus alumnos en toda actividad que desarrollen en calidad de alumnos de **LA UNIVERSIDAD**, en el ámbito territorial de la República Argentina. Respecto de todos los docentes de **LA UNIVERSIDAD** que participaren en actividades en virtud de este convenio, se deja constancia que los mismos se encuentran cubiertos por ART, sin perjuicio de cualquier otro seguro requerido y previsto en los acuerdos anexos o convenios específicos que eventualmente **LAS PARTES** suscriban. De la misma

manera, **LA ENTIDAD** se obliga a mantener a su personal asegurado para toda actividad vinculada al presente convenio. ———————————————————

OCTAVA - PUBLICIDAD: LAS PARTES no podrán utilizar y/o difundir ningún elemento en el que figure el nombre y/o logo de **LAS PARTES** sin previo acuerdo escrito y firmado por la contraria, con la versión final del documento o pieza publicitaria a difundir. **LA ENTIDAD** toma expreso conocimiento de las particularidades que hacen a la publicidad o emisión de documentación de una institución universitaria privada, atento las especificidades conforme se desprende de las disposiciones de la Ley de Educación Superior y las disposiciones reglamentarias y complementarias dictadas por el Ministerio de Educación, razón por la cual se abstendrá de efectuar cualquier acto que lleve el nombre de la **UNIVERSIDAD**, sin previo acuerdo escrito de la misma, conforme lo aquí establecido.———————————————————

NOVENA - RESCISIÓN:

9.1 Cualquiera de **LAS PARTES** podrá dar por rescindido el presente convenio, en cualquier momento y sin expresión de causa, incluyendo su sola voluntad, y sin que ello genere derechos indemnizatorios en cabeza del otro contratante. En caso de ejercer esa facultad, se deberá notificar fehacientemente a la contraparte la decisión de rescindir el convenio con una antelación mínima de treinta (30) días corridos. ———————————————————

9.2 Asimismo, se establece que la rescisión de los acuerdos anexos o convenios específicos que eventualmente **LAS PARTES** suscriban como consecuencia del presente convenio, de conformidad con lo establecido en la cláusula 6.1, no afectará la continuidad del presente convenio. La rescisión del presente convenio implicará la rescisión automática de todos los acuerdos anexos o convenios específicos que se hayan firmado y que se encuentren vigentes, comprometiéndose **LAS PARTES** a concluir las acciones que ya hubieren iniciado. ———————————————————

DÉCIMA – JURISDICCIÓN, COMPETENCIA Y DOMICILIOS: LAS PARTES manifiestan que llevarán a cabo de buena fe todas las acciones derivadas del presente convenio, de sus acuerdos anexos o convenios específicos, por lo que pondrán todo

su empeño para su debido cumplimiento. En caso de desacuerdos o desinteligencias, se comprometen a resolverlos directa y voluntariamente entre ellas, con las instancias jerárquicas que corresponda. En caso de diferendo, controversia o reclamo que surja entre ellas con motivo de la ejecución del presente convenio o de cualquier asunto vinculado con la suscripción del presente convenio, sus acuerdos anexos o convenios específicos, incluyendo su incumplimiento, terminación o validez, **LAS PARTES** convienen someterse a la jurisdicción de los tribunales ordinarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dependientes del Poder Judicial de la Nación, con renuncia expresa a todo otro fuero o jurisdicción que por cualquier causa pudiere corresponderles. Las partes constituyen domicilios a los efectos de este convenio en los indicados en el encabezado, donde se tendrán por válidas las comunicaciones que se cursaren. ———————————

Previa lectura y ratificación de su contenido, en prueba de conformidad las partes firman dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, en la Ciudad de Rosario, a los 10 días del mes de Julio del año 2025.———————————

MIRTA FERNANDEZ
PRESIDENTE
"BIBLIOTECA POPULAR HOMERO"

Firma de la presidente de la Biblioteca Popular Homero,
Mirta Fernández

Convenio de prácticas estudiantiles (en trámite)

CONVENIO DE PRÁCTICAS ESTUDIANTILES

Entre la **FUNDACIÓN IBEROAMERICANA DE ESTUDIOS SUPERIORES (FIES)**, entidad titular de la personería jurídica de **LA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA (UAI)**, representada en este acto por el Dr. **Marcelo Edgardo De Vincenzi Zemborain**, DNI Nº 14.952.462, en su carácter de Presidente de la primera y Vicerrector de Gestión y Evaluación de la segunda, con domicilio en Avenida San Juan 960 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en adelante **LA UNIVERSIDAD**, por una parte y por la otra **BIBLIOTECA POPULAR HOMERO, CUIT Nº** 30-68470593-4, representada en este acto por su presidente, **Mirta Fernández,** DNI Nº 14.328586 con domicilio en Vélez Sarsfield, 902, de la ciudad de Rosario, Santa Fe, en adelante **LA ENTIDAD**, denominadas en conjunto **LAS PARTES**, convienen en celebrar el presente **Convenio de Prácticas Estudiantiles** (en adelante, el "**CONVENIO**"), sujeto a las siguientes cláusulas y condiciones:

PRIMERA - OBJETO: LAS PARTES reconocen y ratifican todas las tratativas anteriores que las han llevado al entendimiento que da cuenta el presente **CONVENIO**, cuya finalidad es brindar al alumnado de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de **LA UNIVERSIDAD**, un ámbito físico-profesional donde puedan desarrollar observaciones y actividades prácticas exigidas para la carrera de grado en cuestión.

SEGUNDA – OBLIGACIONES CONJUNTAS: LAS PARTES establecerán de común acuerdo el número de alumnos que podrán concurrir a **LA ENTIDAD** y el plazo de duración de cada práctica, así como los días y horarios para la realización de estas actividades de formación educativa.

Asimismo, en función del desarrollo y cumplimiento de la formación que deben recibir los alumnos durante la realización de las prácticas, **LAS PARTES** designarán de común acuerdo los profesionales que asumirán las tareas docentes y la reglamentación por la que se regirán.

TERCERA – OBLIGACIONES DE LA UNIVERSIDAD: **LA UNIVERSIDAD** será titular y responsable de la planificación, coordinación, supervisión y control de calidad del proceso de enseñanza y aprendizaje de las actividades prácticas. Además, se compromete a: **1)** Proveer recursos técnicos, como los materiales necesarios para

llevar a cabo el proceso de enseñanza y aprendizaje de las actividades prácticas, **2)** Proporcionar a **LA ENTIDAD** una lista con la identificación completa de los estudiantes que deban efectuar su práctica de campo obligatoria; **3)** Mantener en todo momento un amplio control de la actividad práctica desarrollada mediante la presencia tanto del profesor como de bedeles que controlen la asistencia y el comportamiento de los alumnos.

CUARTA – OBLIGACIONES DE LA ENTIDAD: 1) Aportar la infraestructura edilicia necesaria para el dictado de las prácticas aludidas; **2)** Indicar a los funcionarios del área que permitan a los alumnos de **LA UNIVERSIDAD** la observación y el aprendizaje, en la medida en que ello no perturbe el desarrollo de los temas particularmente delicados, **3)** Evitar dar cualquier tipo de instrucción a los alumnos, más que las imprescindibles para guardar su comportamiento, decoro y cuidado de las actividades.

QUINTA – OBLIGACIONES DE LOS ALUMNOS: Los alumnos de la carrera Licenciatura en Diseño Gráfico de **LA UNIVERSIDAD** deberán mantener una conducta tal que no afecte la intimidad de las personas que concurran a **LA ENTIDAD**, procurar que su actuación sea ética en todo momento y respetar las normas del Reglamento Interno de **LA ENTIDAD** en todo cuanto les fuere aplicable.

SEXTA – RESPONSABILIDAD - COBERTURA DE SEGURO:

7.1.- LA UNIVERSIDAD se obliga a mantener indemne y a salvo a **LA ENTIDAD**, a sus accionistas, afiliadas, directores, gerentes y empleados, de los daños y perjuicios causados por los alumnos y docentes a **LA ENTIDAD** o a terceros, con motivo de las actividades prácticas realizadas en **LA ENTIDAD**.

7.2.- LA UNIVERSIDAD declara que posee una póliza de riesgo cubierto que ampara a sus alumnos en toda actividad que desarrollen en calidad de alumnos de **LA UNIVERSIDAD**, en el ámbito territorial de la República Argentina. Respecto de todos los docentes de **LA UNIVERSIDAD** que asistieran a los alumnos en las prácticas en virtud de este convenio, se deja constancia que los mismos se encuentran cubiertos por ART.

SÉPTIMA – NATURALEZA DE LA PRÁCTICA: Queda expresamente establecido que la totalidad de las actividades prácticas a desarrollar por los alumnos dentro del

marco de este **CONVENIO** son exclusivamente parte de la currícula obligatoria de los mismos, con la única particularidad de que se llevan a cabo fuera del ámbito áulico natural y por aplicación de las normas aquí citadas. Por ende, las actividades no encuadran dentro de las previsiones de la ley 20.744 (Ley de Contrato de Trabajo) ni de la Ley 26.427 (Ley de Pasantías Educativas), sino dentro de la ley 24.521 (Ley de Educación Superior) y de la Resolución 3401/2017 del Ministerio de Educación, así como de sus normas concordantes y complementarias. En todos los casos, deberá establecerse con claridad que las actividades aquí convenidas son de prácticas educativas no rentadas y de naturaleza obligatoria dentro de la carrera en cuestión, sin que se trate en ningún supuesto de relaciones laborales o de pasantía. De modo tal que las actividades estarán relacionadas con las siguientes asignaturas: Práctica Profesional Supervisada. ——————————————————————————————

OCTAVA – PLAZO: El presente convenio se establece por el plazo de un (1) año académico. El mismo se considerará prorrogado automáticamente a su vencimiento por períodos similares de un año académico por vez, salvo que cualquiera de **LAS PARTES** manifieste su voluntad en contrario expresada fehacientemente con sesenta (60) días de antelación a su vencimiento o al de sus eventuales prórrogas.——————————————————————————————

NOVENA - RESCISIÓN: Cualquiera de **LAS PARTES** podrá dar por rescindido el presente **CONVENIO** en cualquier momento y sin expresión de causa, incluyendo su sola voluntad, debiendo, en caso de ejercer esa facultad, notificar fehacientemente a la contraparte de su decisión de rescindir el **CONVENIO** con una antelación mínima de sesenta (60) días. El ejercicio de este derecho de rescindir sin causa el **CONVENIO** no dará derecho a ninguna de **LAS PARTES** a ninguna indemnización ni suma alguna por cualquier concepto. Asimismo, se establece que la rescisión de este **CONVENIO** no afectará la continuidad del convenio marco de cooperación previamente firmado por **LAS PARTES** y de cualquier otro acuerdo anexo o convenio específico que **LAS PARTES** hubieren suscripto. La rescisión del convenio marco de cooperación implicará la rescisión automática del presente **CONVENIO**. **LAS PARTES** acuerdan que, si al momento de la rescisión del presente por cualquier causa, hubiere alumnos de **LA UNIVERSIDAD** realizando prácticas pre profesionales en **LA ENTIDAD,** continuarán las mismas hasta su finalización.——————————————————

DÉCIMA - JURISDICCIÓN, COMPETENCIA Y DOMICILIOS: **LAS PARTES** manifiestan que llevarán a cabo de buena fe todas las acciones derivadas del presente **CONVENIO**, por lo que pondrán todo su empeño para su debido cumplimiento. En caso de desacuerdos o desinteligencias, se comprometen a resolverlos directa y voluntariamente entre ellas, con las instancias jerárquicas que corresponda. En caso de diferendo, controversia o reclamo que surja entre ellas con motivo de la ejecución del presente **CONVENIO** o de cualquier asunto vinculado con la suscripción del presente **CONVENIO**, incluyendo su incumplimiento, terminación o validez, **LAS PARTES** convienen someterse a la jurisdicción de los tribunales ordinarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dependientes del poder judicial de la Nación, con renuncia expresa a todo otro fuero o jurisdicción que por cualquier causa pudiere corresponderles. **LAS PARTES** constituyen domicilios a los efectos de este **CONVENIO** en los indicados en el encabezado, donde se tendrán por válidas las comunicaciones que se cursaren. ———————————

Previa lectura y ratificación de su contenido, en prueba de conformidad las partes firman dos ejemplares de un mismo tenor y un solo efecto en la de Rosario, a los 10 días del mes de Julio del año 2025.

MIRTA FERNANDEZ
PRESIDENTE
"BIBLIOTECA POPULAR HOMERO"

Firma de la presidente de la Biblioteca Popular Homero,
Mirta Fernández

Entrevista Biblioteca Popular Homero

Entrevista a Mirta Fernandez, presidente de la *Biblioteca Popular Homero*

¿Cómo se fundó la Biblioteca y cuándo?

La biblioteca primero se encontraba ubicada en Santa María de Oro y Gorriti. Desde el 2 de septiembre de 1936 está acá, en Vélez Sarsfield 902.

¿Les interesa expandir su público?

Sí, siempre.El objetivo principal es fomentar la lectura y fomentarla está relacionado con que se amplíe el universo de gente que venga, de eso se trata, esa es la idea.

¿Cuál es la misión de la biblioteca?

La misión es fomentar la lectura, se parte de distintas premisas pero siempre contribuimos a lo mismo que es fomentar la lectura. Este espacio es importante por una cuestión de tener acceso fácil a la difusión de la lectura y por otro lado que se visibilicen este tipo de instituciones. La importancia que tiene una biblioteca en un barrio.

¿Cómo definirías a la personalidad de la biblioteca?

En su momento fue formal y tradicional. Nosotros intentamos seguir la línea de las personas que participaron de la biblioteca en el pasado pero aggiornarse y darle la impronta de la actualidad, porque eso es lo que necesita la institución. Por ejemplo, hay gente que se va de la zona por distintas cuestiones pero sigue volviendo

porque siente que la institución es cercana y tiene sentido de pertenencia y para ellos y demás.

¿Cómo evaluarías el estado actual de la identidad de la biblioteca?

Las cuestiones de debilidades de la identidad, o los diferentes logos que aparecen en otros lugares tiene que ver, más que nada, por un tema de desactualización. No se ha podido unificar todo.

¿Sentís que las redes sociales comunican de forma clara lo que quiere transmitir la biblioteca?

Quizá eso no esté muy afiatado o consolidado. Como la biblioteca ya tiene marca propia por tradición, en ese sentido la biblioteca no es tradicional, tiene tradición, que es muy diferente. Donde voy digo que soy de la *Biblioteca Homero* y todo el mundo me dice, wow, yo la conozco por esto, por el ajedrez y demás; entonces eso es una marca también, una identidad. De igual forma, las generaciones nuevas se guían mucho por lo visual y eso es lo que entra primero, las redes, los colores y demás.

¿Qué rol ocupan los talleres en la planificación de actividades?

Ofrecemos algunos talleres, tenemos el de ajedrez que siempre fue el más importante y también de tejido, cómics y lectura. No tenemos tantos porque nuestro objetivo es fomentar la lectura más que la realización de talleres. Muchas otras bibliotecas tienen muchos talleres porque necesitan sustentar el personal contratado. Nosotros no nos queremos atiborrar de muchas actividades porque hay un tema de

disponibilidad horaria. Nuestras actividades están siempre funcionando cuando está abierta la biblioteca.

¿Los recursos actuales alcanzan para sostener el funcionamiento integral de la biblioteca?

No, no alcanza. Siempre hay épocas de carencia. Dentro de todo tratamos de cubrir lo mínimo pero nunca va a alcanzar para lo que nosotros queremos, pero eso es una cuestión propia, nuestro deseo. Tratamos de ir cubriendo lo que más necesitamos. Por otro lado, nosotros tenemos dos públicos, el que te cuestiona el precio de las cuotas y el que nunca se lleva un libro y paga siempre la cuota al día. Por eso es importante esto en un barrio. Hay gente que se mantuvo con la cuota, se jubila y recién ahí empieza a leer, depende de cada persona. Esto está hecho a mucho pulmón, las caras visibles son siempre las mismas. Tenemos mucho compromiso para que no se pierda la biblioteca.

Cada uno tiene su ideología política, pero más allá de eso, acá nosotros hacemos política cultural. Acá nadie va a ver que haya banderas de partidos políticos, hay otras bibliotecas que tienen una impronta más política, para cierto partido, pero acá tratamos de trabajar con todas esas variables y sostenerlo en el tiempo, que no es fácil. Acá también hay otra cuestión, no es solo el servicio de prestación de libros, hay cuestiones de papeles, de trámites, con un montón de cosas, hay otras responsabilidades que tenemos que hacer, esa es la parte más tediosa, pero para que la biblioteca esté donde está tenemos que hacer esto. El funcionamiento de una institución con estas características tiene todo un andamiaje atrás que no es solo lo ofrece de los talleres, el servicio de préstamos y lectura en sala, es mucho más.

¿Cómo gestionan la adquisición de libros y el mantenimiento del material?

Cuando tenemos algo de dinero a lo largo del año vamos comprando libros, nosotros estamos muy actualizados y contamos con un repertorio muy amplio. LA CONABIP nos da un presupuesto para la feria del libro en Buenos Aires, que es muchísimo más grande que la de acá, todos los libros que compramos ahí tienen un 50% de descuento. Todas las bibliotecas populares del país tienen un día asignado. Y ahí compramos todo el material que consideramos necesario.

Entrevista Biblioteca Popular Homero

Entrevista a Matías Pastor, vicepresidente de la *Biblioteca Popular Homero*

¿Cómo funciona la biblioteca?

La biblioteca está abierta al público, si queres retirar libros a domicilio te tenés que asociar. Pero se puede leer, utilizar las instalaciones, para estudiar o lo que cada uno desee y usar el wifi sin ser socio, de forma gratuita. Para asistir a los talleres no es necesario ser asociado, se le debe abonar al tallerista, el taller de lectura, por ejemplo, es gratuito ya que es propio de la institución. El taller principal de la biblioteca es el de ajetreada, en cierto punto la biblioteca se fundó por ello.

¿Cómo se comunican los asociados con la biblioteca?

Depende generalmente de la relación con cada socio, en lo general es formal por medio de WhatsApp, por el cual nos comunicamos con la mayoría de los asociados, y en cuanto a las redes sociales, esta tiene ventajas y desventajas, ya que

hay algunos socios que no poseen las redes o no nos sigue, nosotros intentamos que nos sigan. Por otro lado, en cuanto a la comunicación personal, es un trato mucho más cercano.

¿Considerás que la biblioteca tiene algún problema en cuanto a la comunicación?

Desde la comunicación, no tenemos una página web institucional, tenemos redes y catálogo online. Pero no tenemos una página en la cual volcar cuestiones específicas como la historia de la biblioteca, los objetivos, hacia dónde apunta, a qué hace referencia una biblioteca popular, cómo se mantiene, cómo funciona.

¿Sentís que las redes representan la identidad de la biblioteca?

Siempre tratamos de tener nuestro sello y mantener el mismo objetivo. Nuestro objetivo principal es fomentar y difundir la lectura, que es lo que siempre transmitimos, a pesar de que también se publican talleres o encuentros, el foco principal está en la lectura. En las redes intentamos publicar siempre los eventos o material bibliográfico. Tal vez no se sostiene en el tiempo qué es una biblioteca popular, pero está bueno recordarlo, porque es muy importante.

¿Cuál es su diferencial con respecto a otras bibliotecas?

En principio, la actualización del material bibliográfico en relación a lo que pide el público. Hay otras bibliotecas que también están actualizadas pero es algo que siempre intentamos mantener al día. También en cuanto a cuestiones de papeles, para que pueda funcionar y recibir subsidios debemos estar al día con los papeles. No

somos una empresa, pero funcionamos como tal, ya que a la hora de papeles te exigen como a cualquier otra institución.

Encuesta



Biblioteca Popular Homero

Somos estudiantes del último año de la Licenciatura en Diseño Gráfico y te invitamos a participar de esta encuesta sobre la Biblioteca Popular Homero.

Tus respuestas son muy valiosas y nos van a permitir conocer distintas experiencias y miradas sobre el uso de la biblioteca. La encuesta es anónima y sólo tomará unos minutos completarla.

¡Gracias por tu colaboración! 📚🙌

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

- ◯ Entre 18 y 25
- ◯ 25 y 60
- ◯ Más de 60

Residencia *

- ◯ Dentro del barrio
- ◯ Otros barrios de Rosario
- ◯ Gran Rosario
- ◯ Otro

¿Cuál es tu ocupación principal? *

- ◯ Estudiante
- ◯ Docente
- ◯ Profesional
- ◯ Autónomo
- ◯ Empleado
- ◯ Jubilado
- ◯ Otro

¿Cómo conociste la biblioteca? *

- ◯ Por recomendación
- ◯ Por redes sociales
- ◯ Carteles/folletos
- ◯ Otro

¿Con qué frecuencia visitás la biblioteca? *

- ◯ Diariamente
- ◯ Varias veces por semana
- ◯ Semanalmente
- ◯ Mensualmente
- ◯ Ocasionalmente

¿Conocés las actividades que se realizan en la biblioteca? *

- ◯ Sí
- ◯ No
- ◯ Algunas

¿Qué actividades realizás en la biblioteca? *

- ☐ Leer/retirar libros
- ☐ Buscar material académico/escolar
- ☐ Talleres
- ☐ 0tro: _____

¿Cómo te enteraste de dichas actividades? *

- ◯ Por recomendación
- ◯ Por redes sociales
- ◯ Carteles/folletos
- ◯ Otro

¿Por qué medio te comunicás con la biblioteca? *

- ☐ WhatsApp
- ☐ Redes sociales
- ☐ Correo electrónico
- ☐ Personalmente

¿Conocés las redes sociales de la biblioteca? *

- [ ] Instagram
- [ ] Facebook
- [ ] YouTube
- [ ] WhatsApp
- [ ] No conozco

¿Te gustaría recibir información sobre los eventos y actividades? *

- ◯ Sí
- ◯ No
- ◯ Tal vez

¿Por qué medio te gustaría recibir la información?

- ◯ WhatsApp
- ◯ Redes sociales
- ◯ Correo electrónico

¿Sobre qué temas te gustaría recibir la información?

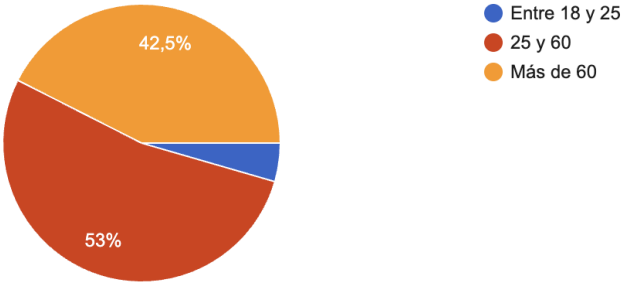
- [ ] Nuevos ingresos de libros
- [ ] Talleres
- [ ] Eventos
- [ ] Otro: _____

Resultados de encuesta

Edad

Copiar gráfico

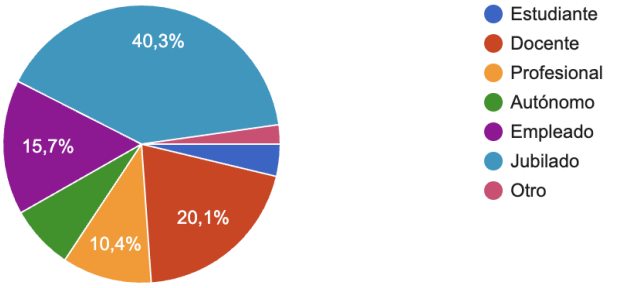
134 respuestas



¿Cuál es tu ocupación principal?

Copiar gráfico

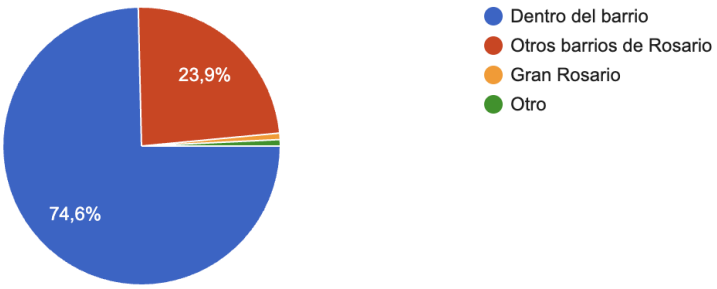
134 respuestas



Residencia

Copiar gráfico

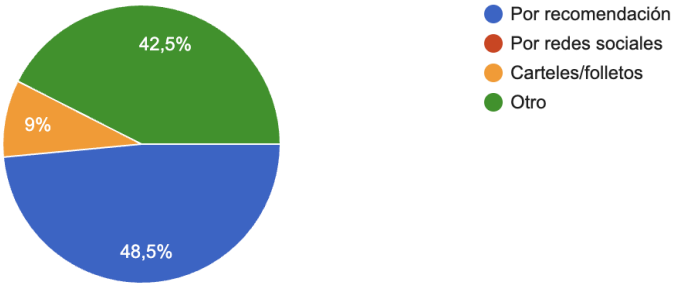
134 respuestas



¿Cómo conociste la biblioteca?

Copiar gráfico

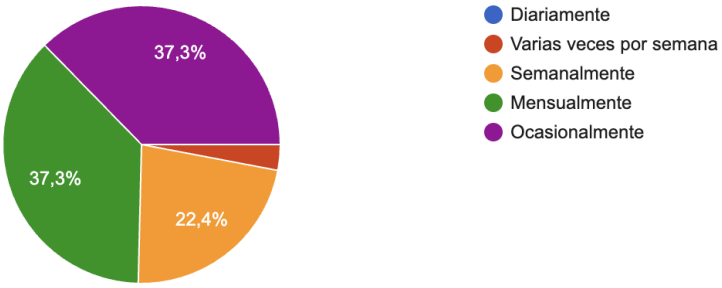
134 respuestas



¿Con qué frecuencia visitás la biblioteca?

Copiar gráfico

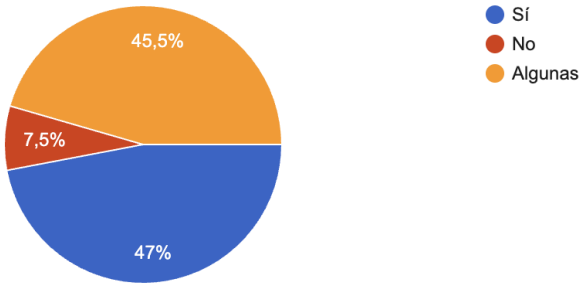
134 respuestas



¿Conocés las actividades que se realizan en la biblioteca?

Copiar gráfico

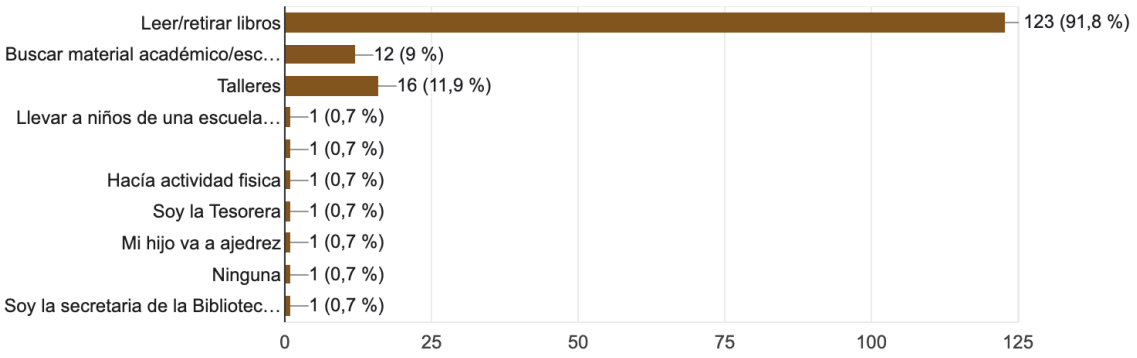
134 respuestas



¿Qué actividades realizás en la biblioteca?

Copiar gráfico

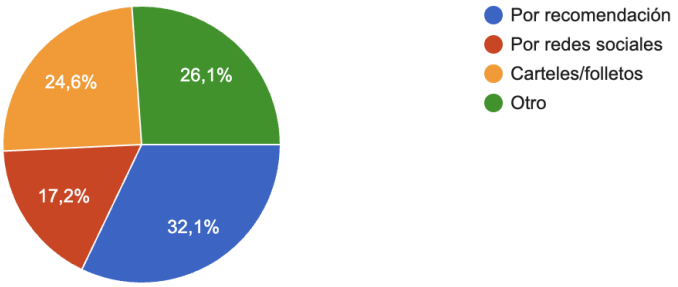
134 respuestas



¿Cómo te enteraste de dichas actividades?

Copiar gráfico

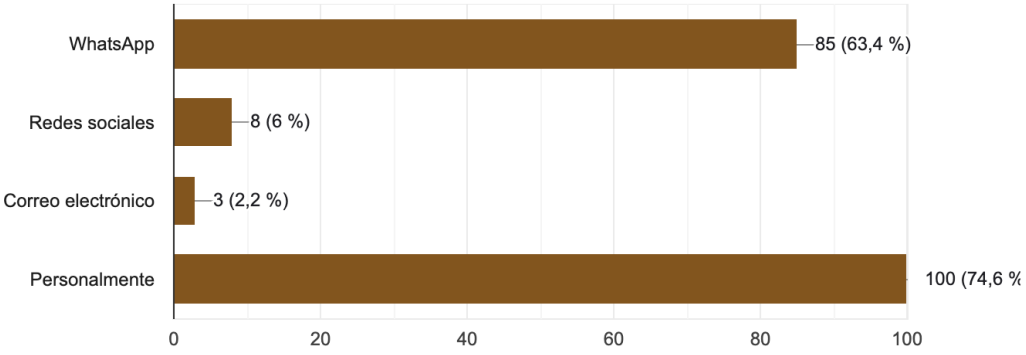
134 respuestas



¿Por qué medio te comunicás con la biblioteca?

Copiar gráfico

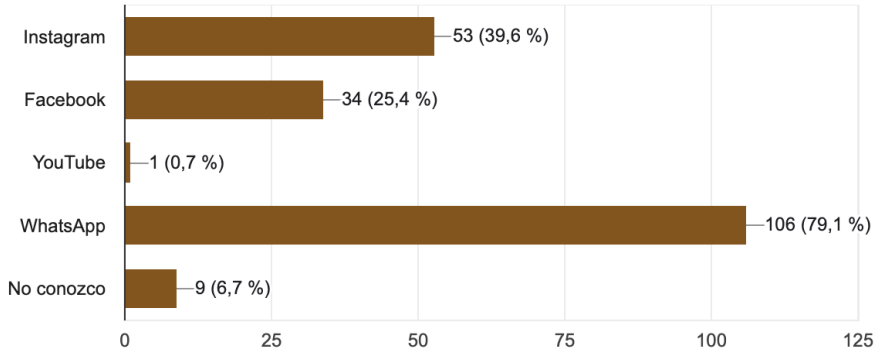
134 respuestas



¿Conocés las redes sociales de la biblioteca?

Copiar gráfico

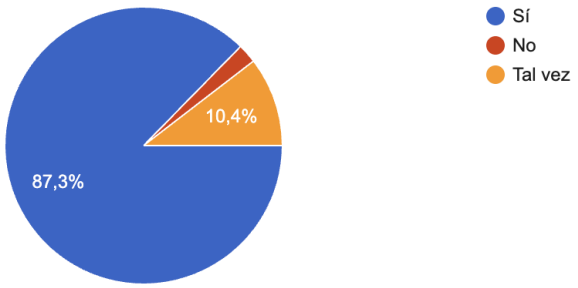
134 respuestas



¿Te gustaría recibir información sobre los eventos y actividades?

Copiar gráfico

134 respuestas



¿Sobre qué temas te gustaría recibir la información?

Copiar gráfico

133 respuestas

