



## INDICE

<b>Prólogo</b>	9
<b>Parte I.</b>	
<b>La Biblioteconomía como disciplina</b>	
<b>1. La Biblioteconomía como disciplina. Teoría y concepto</b>	13
1.1. Evolución histórica de la Biblioteconomía	13
1.1.1. De los orígenes hasta el siglo XV	14
1.1.2. De los siglos XVI-XVIII	16
1.1.3. Del siglo XIX hasta nuestros días	17
1.2. Análisis conceptual de la Biblioteconomía como disciplina	19
1.2.1. Precisiones terminológicas	19
1.2.2. Estudio y evolución del concepto de Biblioteconomía	25
1.2.2.1. Alemania	25
1.2.2.2. Los países del Este de Europa	28
1.2.2.3. El ámbito anglosajón	30
1.2.2.4. La Europa mediterránea	34
1.2.2.5. Latinoamérica	35
1.2.3. Relación de la Biblioteconomía con otras ciencias	45
1.2.3.1. El concepto tradicional	46
1.2.3.2. El concepto divisorio	47
1.2.3.3. El concepto integrador	49
1.2.3.4. El concepto innovador	51
1.2.4. Definición de Biblioteconomía	52
1.2.4.1. Divisiones de la Biblioteconomía	54
<b>2. Nuevas tendencias y perspectivas de la Biblioteconomía</b>	63
2.1. Un modelo científico aplicado a la organización y administración de bibliotecas: la Teoría General de Sistemas	63
2.2. La Biblioteconomía inspirada en el principio del Management	73
2.3. Biblioteconomía y cultura digital: un nuevo concepto de biblioteca para un nuevo modelo de sociedad	78

## **Parte II.**

### **Nuevos escenarios de la Biblioteconomía**

#### **3. Usuarios y comunidad. Comunicación con el usuario y relaciones con la comunidad.**

<b>La atención al usuario</b>	<b>91</b>
3.1. Biblioteca, mediación y comunicación	91
3.2. La atención al usuario	97
3.3. El Servicio de Atención al Usuario	101
3.3.1. Actividades e instrumentos de recibimiento y acogida	102
3.3.1.1. Horarios	102
3.3.1.2. Gestión de flujos de público	103
3.3.1.3. Disposición de espacios	104
3.3.1.4. Visitadores a domicilio	105
3.3.1.5. Documentos de información al público	105
3.3.1.6. Quejas, reclamaciones y sugerencias	106
3.3.2. Actividades e instrumentos de orientación	107
3.3.2.1. La señalización	107
3.3.2.2. Documentos de orientación al público	108
3.3.2.3. Asistencia y formación de usuarios	110
3.3.2.4. Actividades de animación	111
3.3.3. Actividades e instrumentos de imagen y promoción	113
3.4. Servicios de información documental	115
3.5. La web institucional	117
3.6. Análisis de la comunidad y tipos de público	119
3.7. Los recursos humanos	122
3.8. La evaluación de la atención al usuario	123

#### **4. Imagen, publicidad y promoción de la biblioteca: arquitectura bibliotecaria, marketing e imagen corporativa**

4.1. La arquitectura bibliotecaria	131
4.1.1. El nuevo concepto de espacio bibliotecario	133
4.1.2. Programación y planificación	137
4.1.3. Tendencias y modelos de la arquitectura bibliotecaria desde las últimas décadas del siglo XX	141
4.2. Publicidad y marketing	144
4.3. Imagen corporativa	149
4.3.1. Configurar la personalidad corporativa	151
4.3.2. El programa de identidad visual corporativa: metodología para su elaboración	153

#### **5. Elementos definitorios de la profesión.**

##### **Habilidades y competencias del nuevo profesional.**

<b>Ética y deontología de la información.</b>	<b>163</b>
5.1. Evolución histórica de la profesión. Perfil del bibliotecario actual	163
5.2. Habilidades y competencias del nuevo profesional	169
5.2.1. Estatus y prestigio social	180
5.3. Ética y deontología de la información	191
5.3.1. Principios, valores y normas	194
5.3.2. Códigos deontológicos de los bibliotecarios	197
5.3.3. Códigos deontológicos de otros profesionales de la información	202
5.3.4. La enseñanza de la ética y la deontología en los estudios de Biblioteconomía y Documentación	203

## **BIBLIOGRAFÍA**