

# Advocacy y bibliotecas de Ciencias de la Salud: un debate colectivo para afrontar nuevos retos

- Sara Martínez Cardama (UC3M)

*Y profesionales y bibliotecarias en Ciencias de la SALUD*



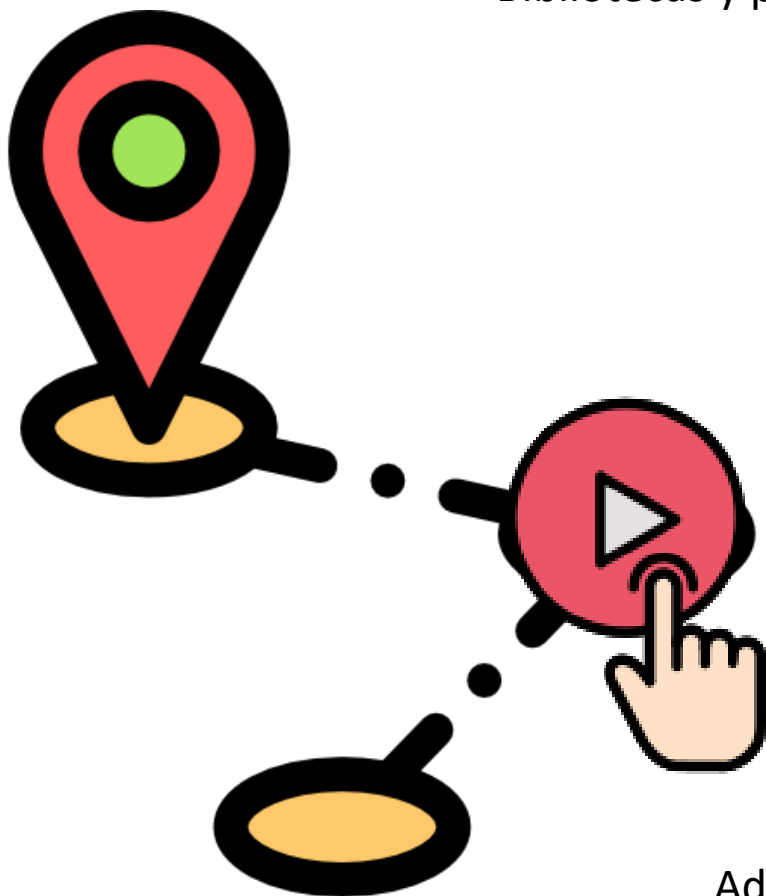
**Bibliosalud**  
**2023** XVII Jornadas nacionales de información y documentación en ciencias de la salud

Valladolid. 19 y 20 de octubre de 2023

Motívate, Implicáte y actúa

# Sumario

- Concepto de *Advocacy*: qué es y qué no es
- Activismo
- Valor y percepciones: ¿Cómo nos ven y cómo nos vemos?
- Bibliotecas y política



Vídeos


Advocacy y bibliotecas de Ciencias de la Salud

## ¡¡NOVEDAD!! Participa ...

En BiblioSalud 2023 queremos escucharos, fomentar vuestra participación y generar debate.

**Os proponemos colaborar con vuestros vídeos en la mesa 1**, el jueves a las 13:15, de [Sara Martínez Cárdena](#) ***Advocacy y bibliotecas en ciencias de la salud: un debate colectivo para afrontar nuevos retos.***

Para ello:

- Graba un vídeo de una extensión máxima de 1'30" (1 minuto y 30 segundos)
- En horizontal
- En formato mp4 o compatible con VLC 
- Que de respuesta a estas preguntas:

- ♦ Opinión sobre el impacto e influencia de bibliotecas de salud en sus instituciones o comunidad
- ♦ Problemas actuales encontrados
- ♦ ¿Somos activistas?
- ♦ Papel de lo colectivo: ¿Iniciativas como #ayudabiblioteca ha favorecido la colaboración y visibilidad?



2011. *Occupy Wall Street*

“Sabes que las cosas están complicadas, cuando los bibliotecarios comenzamos a manifestarnos”



Specialist librarians  
can help inform  
**#amilliondecisions** a  
day across healthcare

## PROMOTING HEALTHY COMMUNITIES

a health information and health literacy initiative

NIH > NLM > NNLM



**BECAUSE LIBRARIANS KNOW  
INFORMATION IS THE BEST  
MEDICINE FOR HEALTHCARE  
QUESTIONS.**

#LibrariesTransform  
**LIBRARIES  
TRANSFORM**

LIBRARIANS TRANSFORM . ORG

¿Qué vemos aquí?

Advocacy

Alianzas

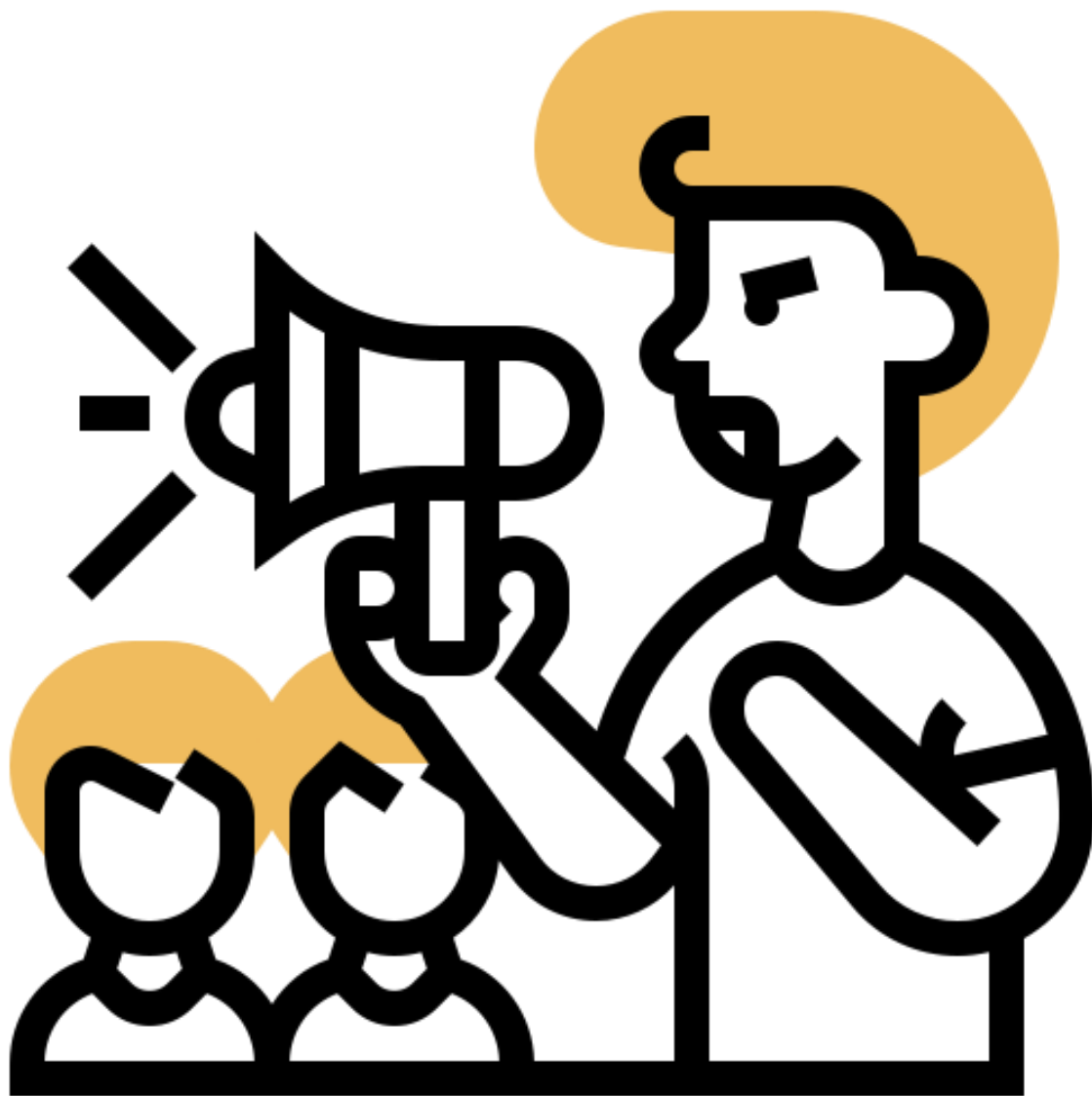
Valores

Marketing

# 1. Concepto

El concepto de *advocacy* o activismo no está claramente definido. El diccionario de la Real Academia Española señala que Activismo constituye “todo ejercicio del proselitismo y acción social de carácter público”.

Diccionarios de lengua inglesa como *Cambridge* definen *advocacy* como el acto de “apoyar de manera pública una idea o política”. Resulta más interesante rastrear su origen etimológico proveniente del latino *advocare*, y significa literalmente “abogar por”, esto es interceder en favor de alguien o algo.



# 1. Concepto

Academia para el Desarrollo de Educación lo define desde una perspectiva más actual como una:

“herramienta que consiste en poner un problema en una **agenda**, ofrecer una solución a ese problema, y **construir apoyo** para actuar tanto en el problema como ya en la solución”

El activismo no es solo apoyar o influenciar en una determinada política, sino, en primer lugar, **generar un clima de opinión proclive a ese cambio**



# 1. Concepto

- No es solo el apoyo a una idea
- **Proceso social complejo** en el que intervienen diferentes actores, actitudes, relaciones sociales entre el grupo y con los espacios de poder que refuerza la sociedad civil y abre nuevos espacios democráticos y de diálogo.
- Generalmente se asocia con la lucha por los derechos civiles, aunque en general, constituye un acto de guiar a una comunidad implicada hacia un asunto de interés y una vez construido ese nexo, tratar de influir en los agentes de decisión (legisladores...).

**Trabajo de fondo muy asociado a la planificación**

# 1. Mitos sobre el advocacy

Existen una serie de mitos sobre el advocacy, que conviene aclarar:

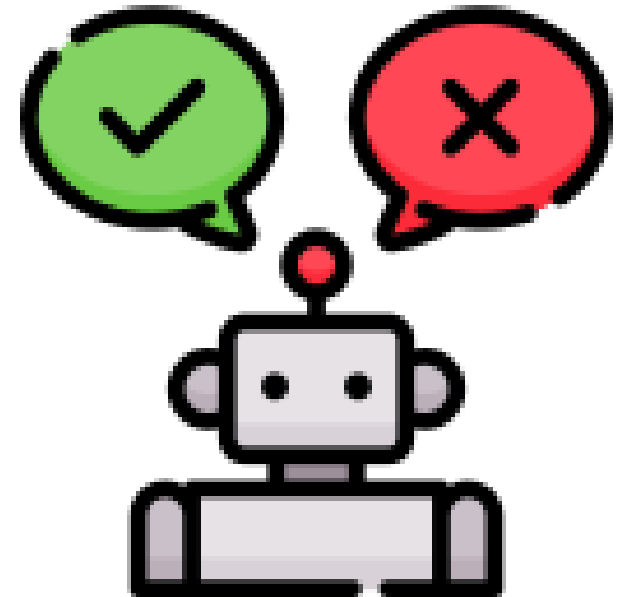
“El activismo o incidencia política es una cuestión de lobbies”

” Advocacy implica solo manifestarse”

” Solo busca recaudar fondos”

” Es demasiado complejo y solo puede llevarse a cabo a través de grandes organizaciones”

” Es algo meramente político”



BEGLOIAN, A. (s.f) *What is Advocacy and how can it help?*.

<https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/advocacy-course/what-is-advocacy>



# 1. Mitos sobre el advocacy

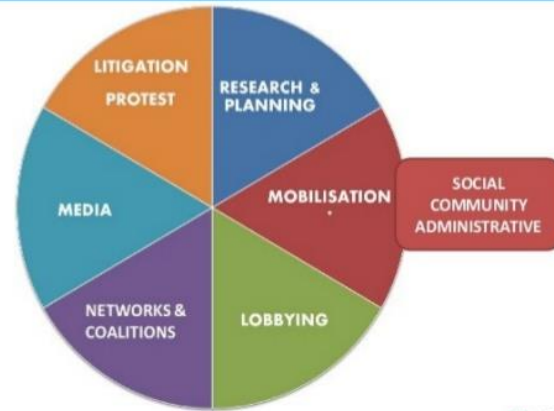
- El **activismo o advocacy** es un acto público y debe ser transparente, no se le presupone ningún poder de influencia que no sea visible a la comunidad
- La manifestación como acto de protesta puede ser una de las herramientas del activismo, pero no debe limitarse a esta
- El *fundraising* o captación de fondos puede ayudar a financiar algunas propuestas incluidas en la campaña de *advocacy*, pero no es el único medio
- Campañas pequeñas y reducidas pueden ser muy efectivas y no tienen por qué tener el paraguas de grandes organismos.
- Tiene mucho más que ver con el cambio social y alzar la voz representando a colectivos que no la tienen.

# Advocacy vs. Lobby

Este carácter aglutinador del *Advocacy* puede verse en la siguiente figura, que integra diversos mecanismos de acción pública como el Lobbismo, las campañas, investigación y planificación, los medios y las relaciones o coaliciones.



## ADVOCACY TOOLBOX



nicolc@spc.int



<https://vietnamlawandpractice.com/advocacy-or-lobbying-lawyers-should-know/>

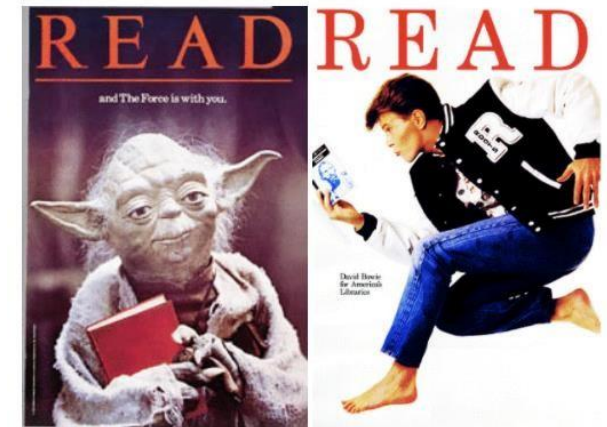
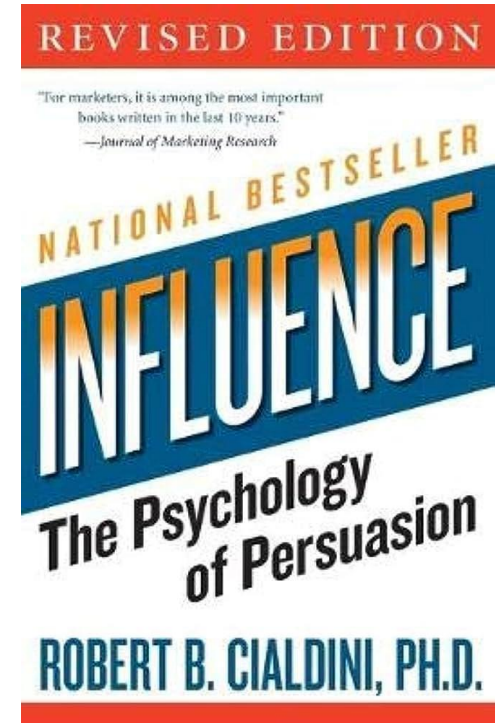
# Relación directa: Advocacy Marketing

---

Para entender los principios de este tipo de marketing, se recomienda conocer la obra de Robert Cialdini "Influence: the psychology of persuasión", en donde desgrana 6 principios clave de la persuasión para el ámbito de las ventas (Compromiso, aprobación social, empatía, autoridad...)

## Advocates

Los *influencers* pueden ayudar en nuestro propósito, pero generalmente son contribuciones puntuales, los *advocates* son fieles a nuestra marca o institución, y su poder de recomendación se mantiene en el tiempo.



## 2. Valor y percepción: ¿Cómo nos vemos y cómo nos ven?

Activismo bibliotecario (*Library Advocacy*): Valores transformadores

- El **activismo en bibliotecas y archivos** constituye la defensa pública de los valores que siempre han sido esenciales en las unidades de información
- Haycock defiende la idea del **activismo bibliotecario o Library Advocacy** como un **esfuerzo deliberado, planeado y basado en estrategias de acción concretas**

HAYCOCK, K (2011). Advocacy revisited: newer insights based on research and evidence. *World Libraries, River Forest*, v. 19, n. 1-2.

Activismo en unidades de información

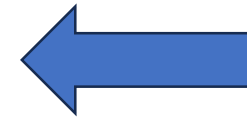
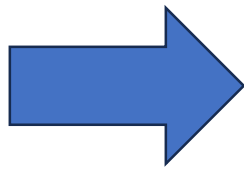
Es un movimiento social

Defensa pública

Organizada siempre en  
función de objetivos

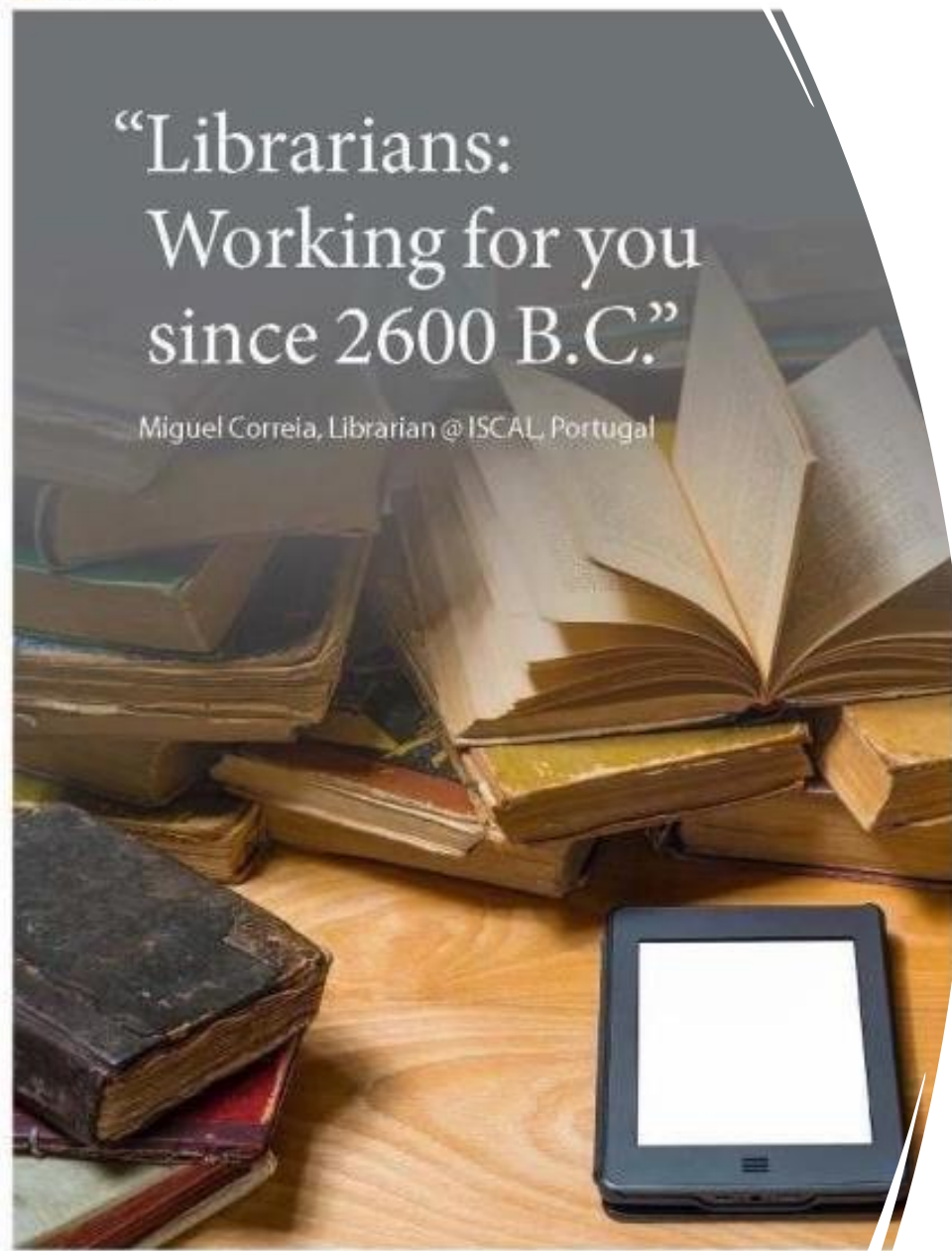
Esfuerzo continuo

Comienza con un proceso interno de  
autoconocimiento



“Librarians:  
Working for you  
since 2600 B.C.”

Miguel Correia, Librarian @ ISCAL, Portugal



# Defensa de nuestros valores

**Estos valores son atemporales,** independientemente de los cambios económicos, tecnológicos o sociales, cualquier campaña de *advocacy* no debe olvidarse de contestar a la pregunta de: *¿quiénes somos?*

# Valores

Gorman, en su libro: *Our enduring values revisited: Librarianship in an ever-changing world*, identifica ocho valores fundacionales



## ¿Qué falla entonces en el activismo?

Gallo-León, José-Pablo (2018). “Bibliotecidad: una discusión sobre la esencia de la biblioteca en momentos de cambio”. Anuario ThinkEPI, v. 12, pp. 113-124.

# Rising Book Bans, Librarians Have Come Under Attack

Over which books belong on the shelves have  
at the center of a bitter and widening culture  
war.



<https://www.nytimes.com/2022/07/06/books/book-ban-librarians.html>

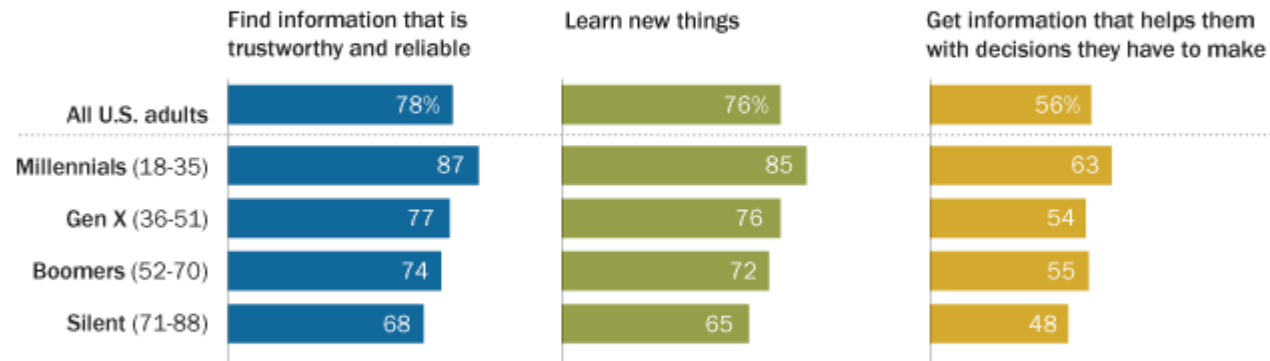
**No dar cosas por sentado**

# ¿Cómo nos ven?

Datos del *Pew Research Center* en Estados Unidos muestran cómo la generación *millennial* y *Z*, acuden con más frecuencia a la biblioteca que otras como los llamados *baby boomers*

## Millennials more likely than older generations to say libraries help them find trustworthy information, learn new things and make informed decisions

% of adults who say they think the public library helps them ...

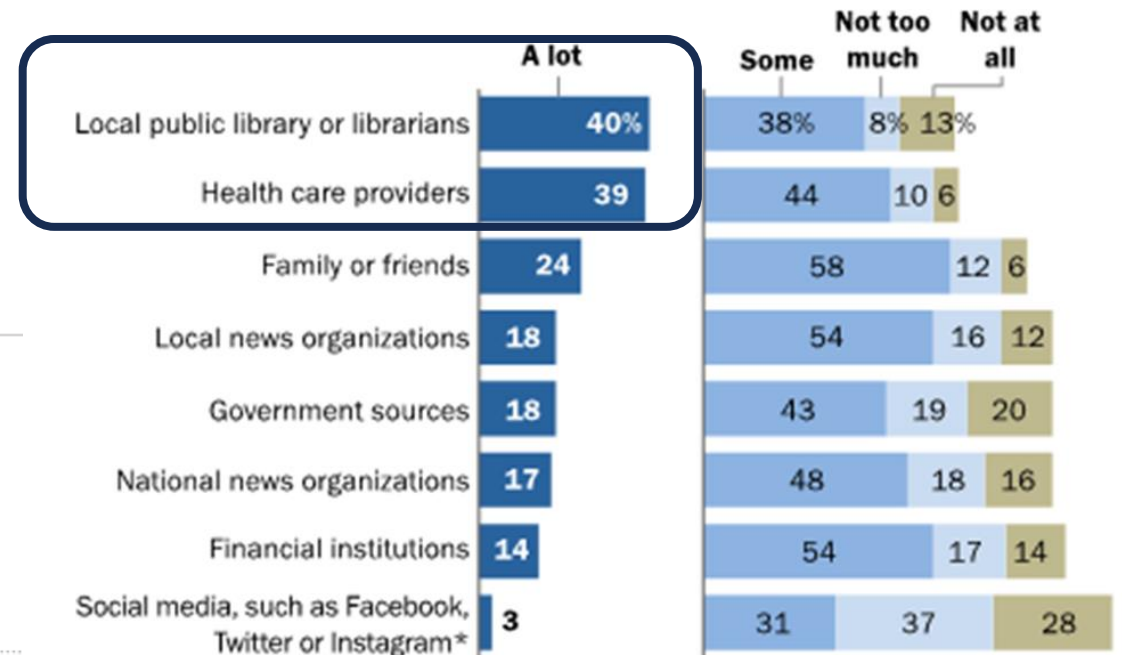


Source: Survey conducted Sept. 29-Nov. 6, 2016.

PEW RESEARCH CENTER

## Americans are not fully trusting of information from key sources. Libraries and health providers top the list

% of U.S. adults who trust information from the following sources ...



\*Among social media users

Source: Survey conducted Sept. 29-Nov. 6, 2016.

"How People Approach Facts and Information"

PEW RESEARCH CENTER

Esta confianza pública deriva en su carácter democrático e igualitario para toda la ciudadanía. Pero si gozan de tan buena fama... **¿Por qué cada X tiempo se discute su labor o pervivencia en la sociedad actual?**

"¿No se da cuenta todo el mundo de que los bibliotecarios de hoy en día son maravillas tecnológicas que luchan contra el mal mientras defienden la premisa de la libertad y la información para todos? Aparentemente no lo hacen. Así que ten miedo, ten mucho miedo." (Dempsey 2002, 77)

# Do We Still Need Libraries?

---

more than 3 years old

# Casos de movilización

## UK has closed almost 800 libraries in 2010, figures show

**Survey shows sharp cuts to local authority funding have led to the loss of 17% of branches, alongside sharp staff and funding cuts**

- Reino Unido
- Es uno de los países más afectados por los recortes con el cierre de bibliotecas públicas o su “existencia residual” como meros puntos de préstamo llevadas a cabo por voluntarios

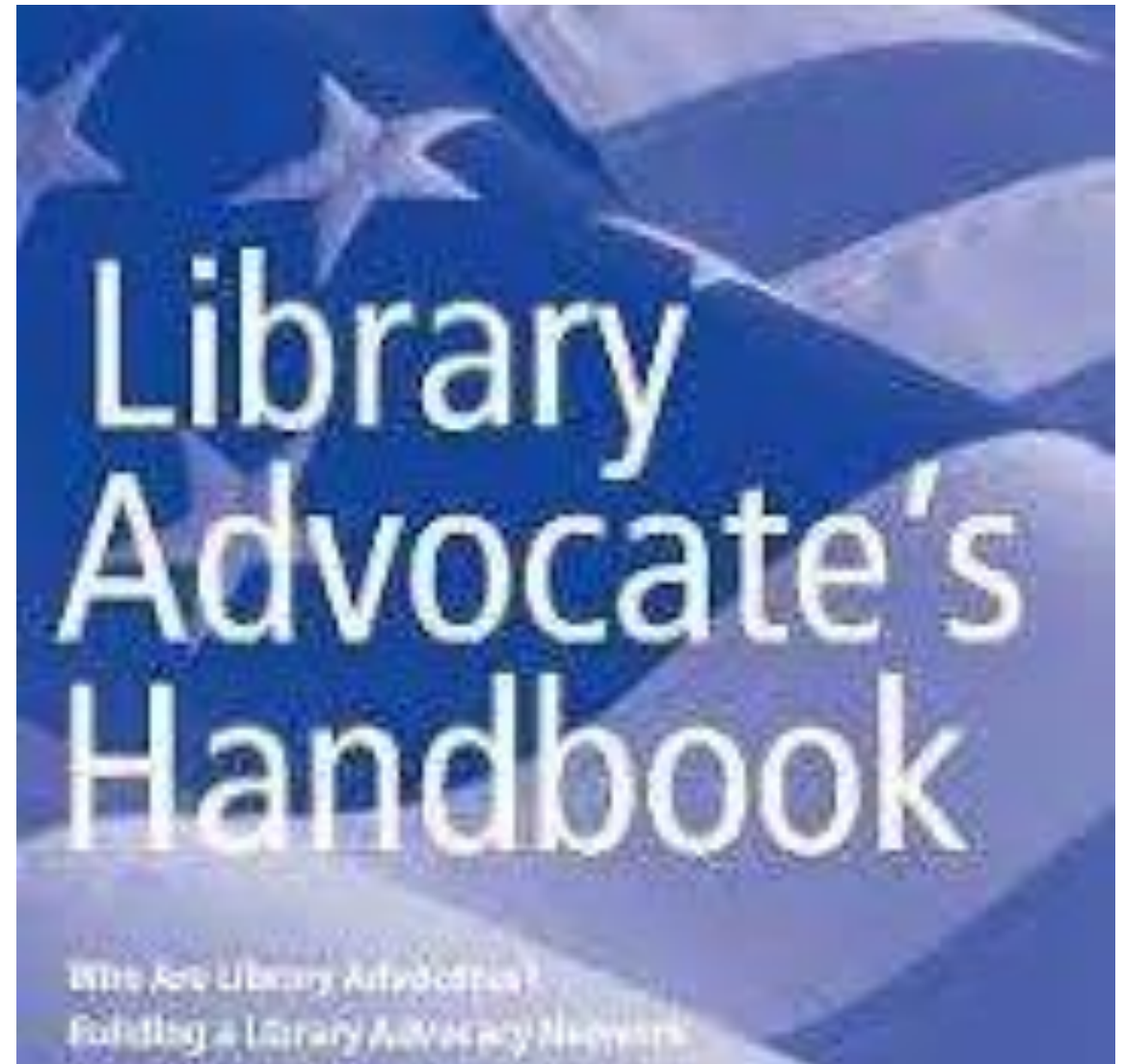


# Percepciones

---

El Manual sobre *Advocacy* de ALA *Library Advocate's Handbook* se inicia con las siguientes preguntas contra las que las campañas de *Advocacy* luchan:

- *¿Serán sustituidas las bibliotecas por tiendas Amazon?*
- *¿Por qué se invierte tanto dinero en colecciones de libros si todo está en internet?*
- *¿Por qué necesitamos una biblioteca en el campus si todo se consulta online?*



# The Librarian



What our parents think we do.



What our friends think we do.



What students think we do.



What we actually do.



## Percepciones y datos

- Hackman (2012) en su obra sobre *advocacy* y archivos: “**El amor no es suficiente**”
- Esto nos lleva a uno de los temas centrales del concepto de Advocacy: **la necesaria planificación y sistematización del activismo.**
- Hay que hablar de **impacto**
- Consenso en la falta de datos y estadísticas sobre percepción social

# Percepciones y datos

FESABID lanza el estudio *El valor económico y social de los servicios de información: biblioteca*

*La red de bibliotecas públicas, universitarias y científicas aporta a la sociedad entre 3.099,8 millones de €/ año y 4.238,5 millones de €/año, dependiendo del sistema de estimación*

*utilizado. Estas cifras equivalen a un Retorno de la Inversión (ROI) mínimo de 2,49 y máximo de 3,40€ por euro invertido, partiendo de unos gastos e inversiones anuales de 1.247,5 millones de €/año*



# Percepciones y datos



INFORME

INDICADORES

FUENTES

ENCUESTAS

OTROS ESTUDIOS

ACERCA DE

Se ofrece al ciudadano la posibilidad de que cada uno calcule en función de lo “ gastado”: el tiempo invertido, el espacio utilizado, la colección prestada... lo que cuestan estos servicios y cuáles es el verdadero retorno.

El coste de estos servicios para la biblioteca ha sido  euros.

Por cada euro invertido la biblioteca ofrece servicios valorados en 3.06 euros.

## Quotable Facts About America's Libraries

ALA American  
Library  
Association

### ACADEMIC

- ★ Academic librarians answer 97 million reference questions each year – almost three times the attendance at college football games.
- ★ College libraries receive less than three cents of every dollar spent on higher education.
- ★ If the cost of gas had risen as fast as the cost of academic library periodicals since 1990, it would cost \$3.00 a gallon to put fuel in your car.

- ↳ Americans spend more than three times as much on salty snacks as they do on public libraries.
- ↳ Americans check out an average of more than six books a year. They spend \$25.25 a year for the public library – much less than the average cost of one hardcover book.

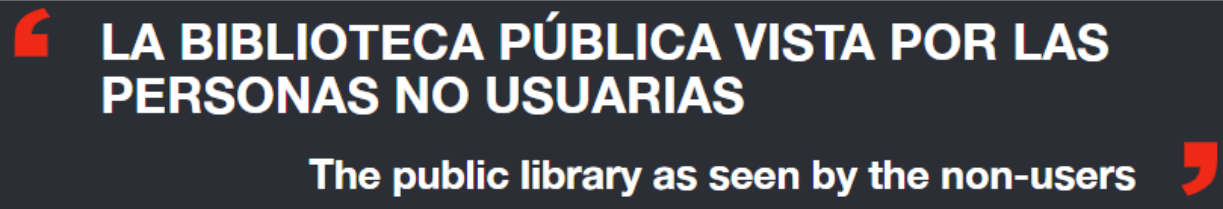
# Percepciones y datos

Este tipo de estrategias es potente pues se basa en la comparación con cosas cotidianas (precio de la gasolina, asistentes a partidos de futbol, gasto en aperitivos).

# Percepciones y datos

---

- La estrategia de Advocacy no tiene como objetivo **obtener más usuarios, sino más influencia en los agentes de decisión, en quienes tienen poder para decidir sobre la financiación sobre nuestros centros.**
- **Todas las voces: no-usuarios**

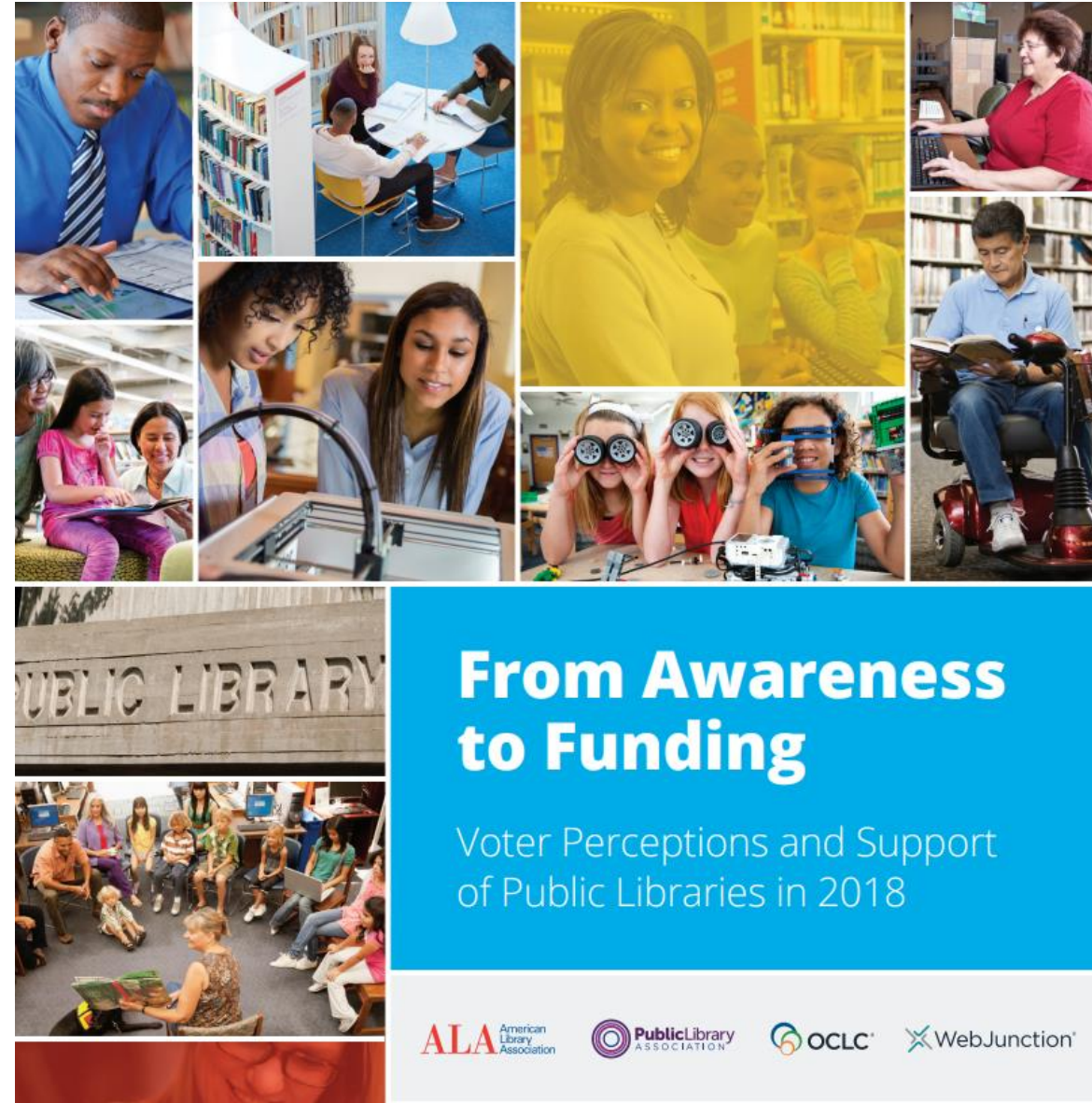


Mireia Fernández-Ardèvol, Núria Ferran-Ferrer, Javier Nieto-Arroyo y Carme Fenoll

# Elementos clave

*From Awareness to Funding: Voter Perceptions and Support of Public Libraries in 2018* de ALA y OCLC

- **El compromiso con las bibliotecas y su apoyo a las mismas viene en muchos casos de gente no usuaria de las mismas pero movilizada socialmente**
- **Se desconoce de dónde provienen los fondos para sostener las bibliotecas.**
- A pesar de que las bibliotecas públicas son una prioridad de la ciudadanía, cuando se realizan en estos estudios cuestiones como “¿Por qué servicios estará dispuesto a pagar más impuestos?”, se percibe menor urgencia por su financiación que por otros servicios públicos locales como los bomberos, el servicio de salud, la policía o las escuelas



# THE visible LIBRARIAN

*Asserting Your Value with  
Marketing and Advocacy*

JUDITH A. SIESS

Visibilidad

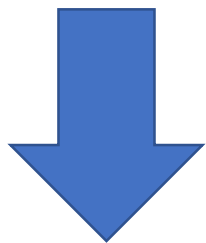
Habilidades comunicativas

Identidad

Palabra: Política

"Todos los bibliotecarios deben participar en el *advocacy* para garantizar la supervivencia a largo plazo y la prosperidad de sus instituciones individuales y de la profesión bibliotecaria en su conjunto." (Kirchner 1999, 844)

Uno de los principios del advocacy es conocer a quién toma las decisiones y ser capaces de construir relaciones. No se trata de hacer oposición, sino de obtener influencia

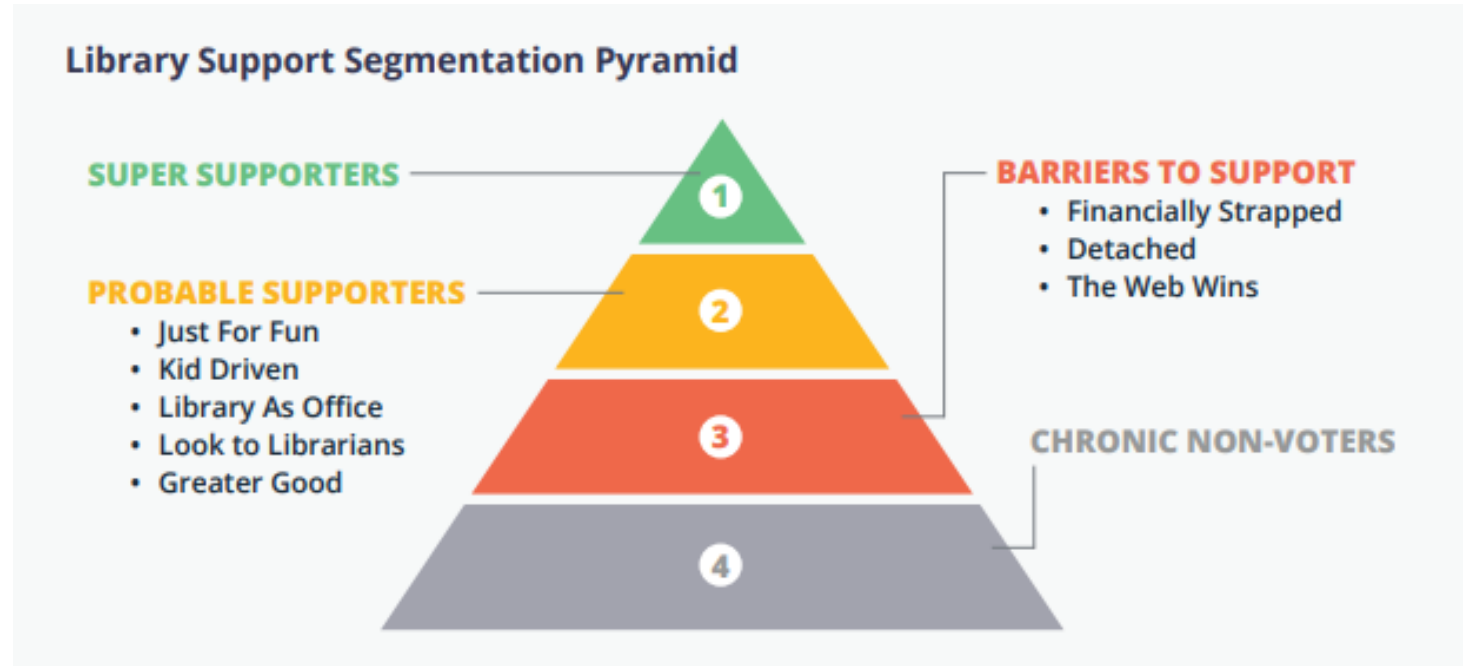


Por ejemplo, el estudio citado de OCLC *From Awareness to Funding* indica que frecuentemente los **bibliotecarios no son vistos por los políticos como un colectivo que trabaje de manera activa con otros sectores y colectivos de la comunidad**. Por tanto, es relevante continuar investigando sobre el papel de la influencia social real en el proceso de la toma de decisiones de nuestros colectivos

# ¿Quiénes son los aliados?

- Asociaciones profesionales
- Usuarios
- Profesionales
- Estudiantes...

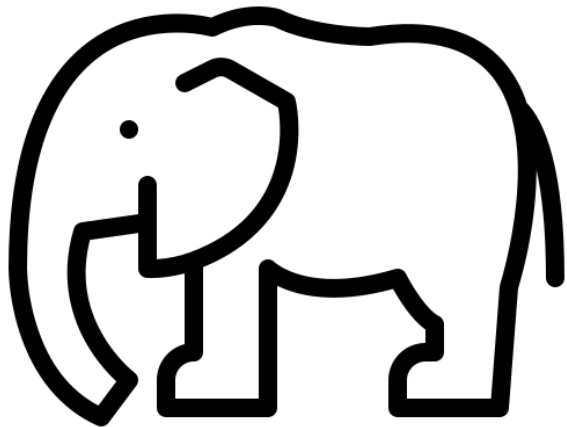
- Diferentes escalas



Pirámide de segmentación del apoyo a la causa bibliotecaria (Fuente: OCLC, 2018)

# Estrategia de Advocacy

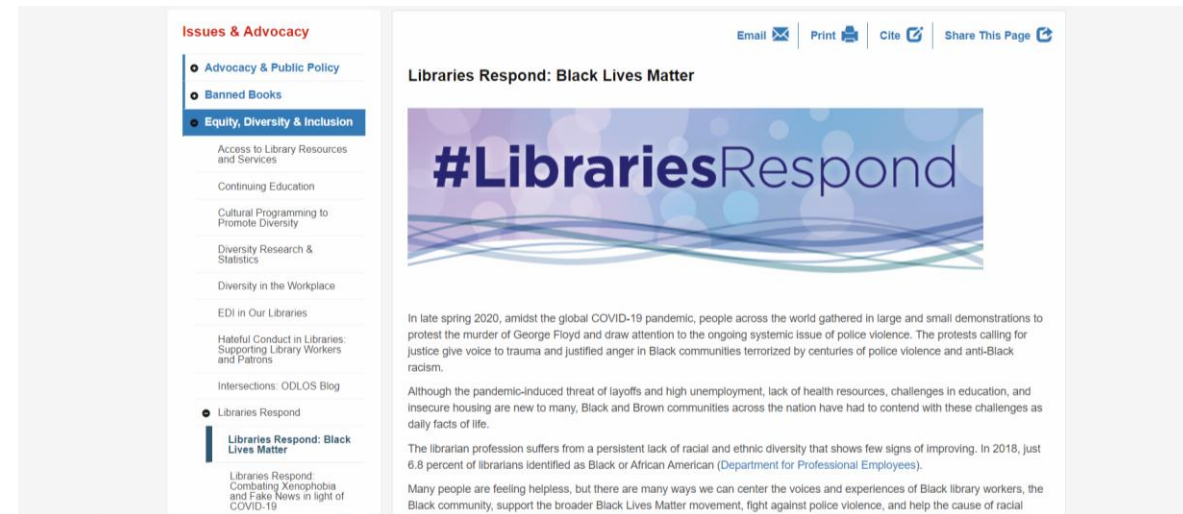
¿Qué hacemos con el elefante en la habitación?



- Dar por sentado y obvio nuestros valores (hemos visto que no lo son para muchos ciudadanos)
- Falta de datos estadísticos sobre nuestros resultados
- Huir de la política y centrarnos solo en una única cuestión para defendernos: generalmente nuestro valor para la sociedad (cuando este valor no es igual para todos los sectores o capas de la sociedad).

# Bibliotecas y política

- Somos parte de la agenda política y, por tanto, hay que participar en esta esfera. Tal y como señala Gallo-León “las bibliotecas, su creación, mantenimiento y dotación, son fruto mayoritariamente de una decisión política.”
- Este autor señala que en ocasiones los bibliotecarios malinterpretan su necesaria independencia y neutralidad, uno de los pilares de nuestra deontología, y se alejan de la política, rehuyéndola. La neutralidad es adecuada cuando se aplica a lo que se entiende en la literatura como libertad de acceso a la información, y así lo recogen las directrices IFLA/UNESCO



The image shows a screenshot of a webpage. On the left is a sidebar menu under the heading "Issues & Advocacy". The menu items are: "Advocacy & Public Policy", "Banned Books", "Equity, Diversity & Inclusion" (which is highlighted), "Access to Library Resources and Services", "Continuing Education", "Cultural Programming to Promote Diversity", "Diversity Research & Statistics", "Diversity in the Workplace", "EDI in Our Libraries", "Hateful Conduct in Libraries: Supporting Library Workers and Patrons", "Intersections: ODLOS Blog", "Libraries Respond", and "Libraries Respond: Black Lives Matter" (which is highlighted with a blue bar). Below the menu is a small thumbnail for "Libraries Respond: Combating Xenophobia and Fake News in light of COVID-19".

The main content area has a header with "Email", "Print", "Cite", and "Share This Page" icons. The title is "Libraries Respond: Black Lives Matter". Below the title is a large graphic with the text "#LibrariesRespond" in white on a blue and purple background with wavy lines. The text below the graphic reads: "In late spring 2020, amidst the global COVID-19 pandemic, people across the world gathered in large and small demonstrations to protest the murder of George Floyd and draw attention to the ongoing systemic issue of police violence. The protests calling for justice give voice to trauma and justified anger in Black communities terrorized by centuries of police violence and anti-Black racism. Although the pandemic-induced threat of layoffs and high unemployment, lack of health resources, challenges in education, and insecure housing are new to many, Black and Brown communities across the nation have had to contend with these challenges as daily facts of life. The librarian profession suffers from a persistent lack of racial and ethnic diversity that shows few signs of improving. In 2018, just 6.8 percent of librarians identified as Black or African American (Department for Professional Employees). Many people are feeling helpless, but there are many ways we can center the voices and experiences of Black library workers, the Black community, support the broader Black Lives Matter movement, fight against police violence, and help the cause of racial

# Posicionamientos (Antecedentes España)





El *advocacy* requiere de planificación. No es espontáneo

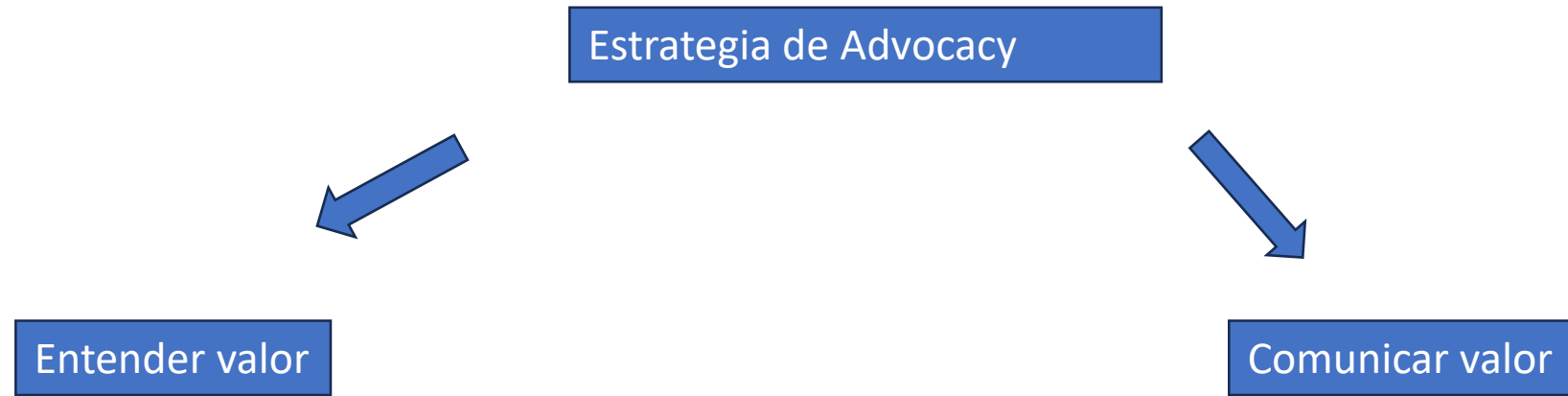


Evita movilizaciones “a posteriori” con poco margen de acción

Construcción de influencia y relaciones

Falso concepto de Neutralidad

Relevante: serlo y parecerlo



- Planificación y análisis. Autodiagnóstico
- Identificar *stakeholders*, quienes:
  - Toman las decisiones
  - Influencers (que nos ayudan a visibilizar)
  - Opositores
  - No-usuarios
- Establecer guías de posibles conexiones e intereses
- Qué impacto queremos obtener (Definición clara de objetivos)

- Técnicas de comunicación (*storytelling*, uso de datos, elección de canales...)
- Construcción de relaciones de Influencia. Principios de influencia de Cialdini...

Creación del plan

# Estrategia de Advocacy

Las estrategias de comunicación han de ser diversas y sortear estos escollos, centrándonos en:

- Aquello que realmente es único y nos diferencia
- Cuáles son nuestras prioridades
- Por qué son urgentes

# Estrategia de Advocacy

- El mismo ideario debe impregnar toda difusión de la campaña de *advocacy*, independientemente del soporte o formato que se emplee. **El mayor reto es contarlo a través de una historia, que sea sencilla y convincente.**
- Propuestas de valor ( Manuales de Advocacy)

*National Values Profile of Canadian Libraries*, que contiene 422 propuestas de valor (algo así como las *Quotable Facts* vistas para ALA). Constituye una importante fuente de inspiración, llena de mensajes, datos de impacto e historias agrupadas a partir de múltiples fuentes.

There were 1 million visits to libraries (public, academic, and school) every day of the year in 2010.

Every Canadian visited a library once a month in 2010 (11 visits per year).

There were 189,000 electronic database sessions conducted in libraries (public, academic and the three national special libraries) every day of the year in 2010.

[https://era.library.ualberta.ca/items/4bd00534-9692-43ea-b071-500911f141cc/view/e62d29d6-570e-495f-b4a5-7e877c02bc0c/National%20Values%20Profile%20of%20Canadian%20Libraries\\_Draft\\_2012.pdf](https://era.library.ualberta.ca/items/4bd00534-9692-43ea-b071-500911f141cc/view/e62d29d6-570e-495f-b4a5-7e877c02bc0c/National%20Values%20Profile%20of%20Canadian%20Libraries_Draft_2012.pdf)

# Estrategia de Advocacy

- Storytelling

1. **Una persona real.** Generalmente, las campañas de activismo segmentan la audiencia a la que van destinadas, pero de manera muy general.
2. **Un problema real.** El argumento debe ser un problema o una situación para superar. No debemos poner el foco en la institución, sino en la persona
3. **Intervención de la biblioteca.** Se trata de incluir a un personaje de apoyo, bien sea un bibliotecario, archivero, programa o servicio.
4. **Un final feliz.**
5. **Un dato.** Ofrecer una estadística que apoye el mensaje de la historia
6. **Un eslogan.** Proporciona el marco para que el mensaje impacte en la audiencia. Por ejemplo, los mensajes de “Las bibliotecas transforman vidas” de ALA.

LARUE, J (2018). *Advocacy and the power of narrative.*

<http://www.ilovelibraries.org/article/advocacy-and-power-narrative>

# Estrategia de Advocacy

## Finals by Alden Therapy Dog Visit @ Alden Library

By Bobcats Well-Being, University Libraries

Monday, December 5, 2022 3:30pm to 5pm

I'm Interested



*Caiden tiene tres años. Caiden tiene problemas de tartamudez. Un día vio a un perro en la biblioteca y a una niña que le leía. Después de leerle a perros durante meses, Caiden no volvió a tartamudear más. Solo en nuestro estado, más de 112 bibliotecas ofrecen Programa R.E.A.D.® de Lectura con Perros (Reading Education Assistance Dogs)*

# Estrategia de Advocacy

- **Componente emocional**
- “Elevator pitch”, un anglicismo empleado para una **presentación exprés ante potenciales clientes o emprendedores**
- Se trata de un texto que debe reflejar nuestro **valor fundacional con una narrativa potente** (puede realizarse en forma de historia también) y una pregunta o consideración final, una interpelación directa a aquellos a los que queremos influenciar.

## El mensaje

¿ Qué necesita tu audiencia conocer?



## La historia & los datos

Conecta el mensaje con datos rápidos o una historia



## La pregunta

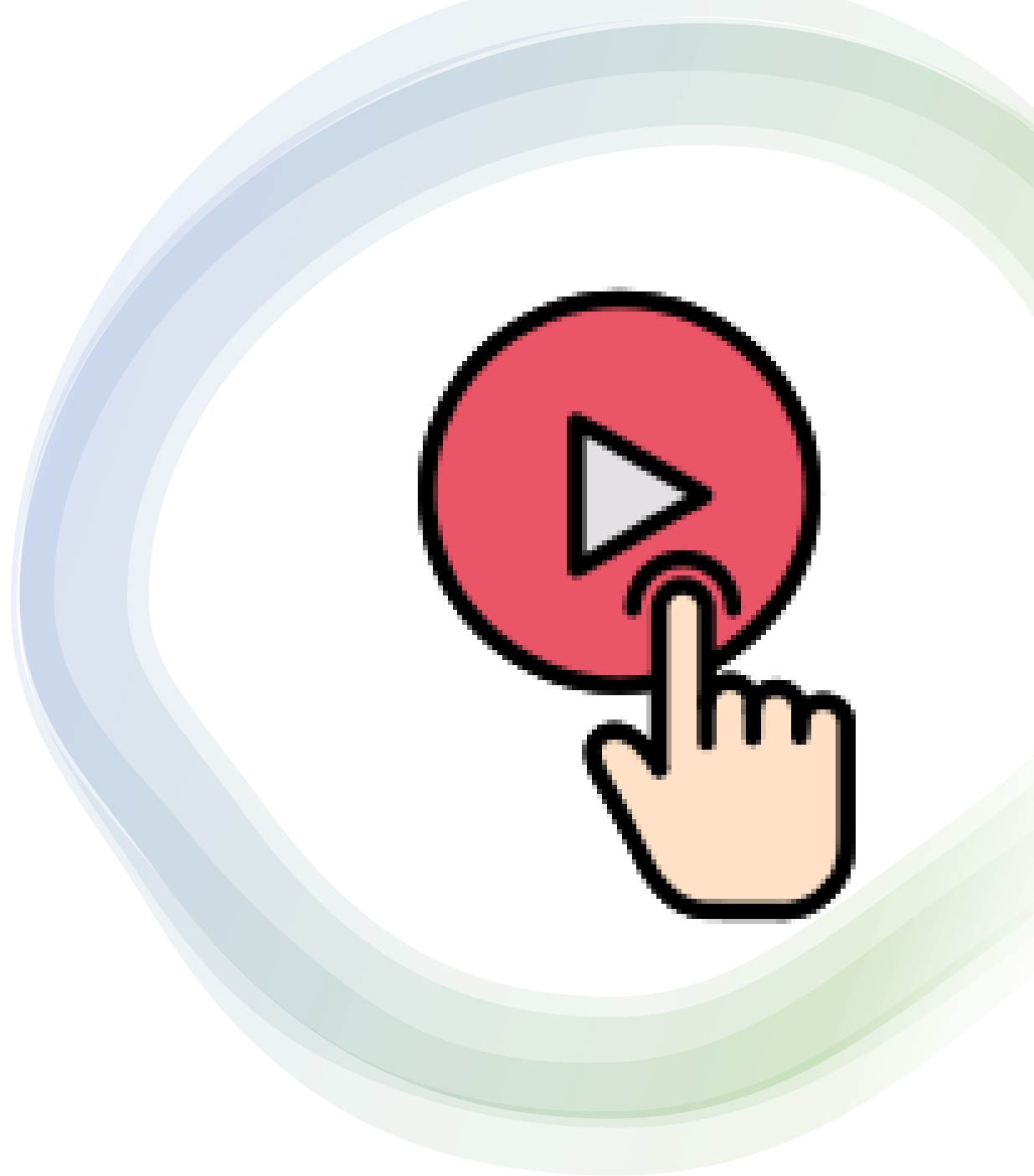
Considera a quién le estamos hablando, qué le preocupa, y que está en su mano.  
Realiza una petición específica

## Elevator pitch

Envuelve todo esto en un mensaje corto, personal y memorable

# Vuestro turno...

- Impacto e influencia de bibliotecas de salud en sus instituciones o comunidad
- Problemas encontrados
- ¿Somos activistas?
- Papel de lo colectivo: ¿Iniciativas como #ayudabiblioteca ha favorecido la colaboración y visibilidad?



# 1. Impacto e influencia

*Relevancia en la toma de decisiones clínicas para el profesional sanitario*

*Grande, enorme*

*Relevancia e impacto del profesional bibliotecario en la institución, pero impacto político reducido (Conserjería o Comunidad)*

*COVID: investigación y papel de la Biblioteca médica*

*Importancia del espacio*

*Se es relevante si se alinea con la estrategia y objetivos de la institución*

*Espacio como lugar  
versátil y de encuentro  
para crear influencia  
directa a través de lazos  
personales*

*Influencia a través de lazos personales*

**¿ Y más allá?**

## 2. Problemas encontrados

*Google (y la desintermediación)*

*Espacio, Espacio y espacio*

*Sobreinformación*

*Carrera profesional y reposición*

*Reto de la Inteligencia artificial*

*Idea obsoleta de la profesión*

*Decisiones post-pandemia: virtual vs. presencial*

*Posibilidad de negociación conjunta de acuerdos transformativos de revistas*

# 3. ¿Somos activistas?

*Posición sedendaria*

*Tenemos que ser activistas*

*Necesidad de planes conjuntos de activismo profesional*

*“ Que no sea por no intentarlo”*

*Pensar en la colectividad en vez de en problemas individuales*

*Defender la biblioteca como la vacuna ante la desinformación en salud*

# 4. Papel de lo colectivo: ¿Iniciativas como #ayudabiblioteca ha favorecido la colaboración y visibilidad?


*La gran riqueza de la profesión es la cooperación, se lleva en el ADN porque habitualmente se está solo/a*

“Nos dio visibilidad y vidilla en momentos complicados”



## COVID-19- ESPECIALIDA...

- Página principal
- Evidencias y ensayos clínicos
- Alergología
- Anatomía Patológica, Legal y Forense
- Anestesia
- Angiología y Cirugía Vascular
- Atención Primaria y MFyC
- Bioética
- Cardiología
- Cirugía
- Codificación
- Cuidados Intensivos
- Cuidados Paliativos



## COVID-19 por especialidades y temas

**Estimados usuarios y usuarias:**

En marzo de 2021, un año después del nacimiento de esta web, os anunciamos que hemos decidido clausurarla puesto que con la vuelta a nuestro ritmo de trabajo cotidiano nos resulta imposible mantenerla actualizada como sería deseable.

Creemos que este *site* cumplió su objetivo en el momento de su creación y ayudó a localizar información en medio del caos que nos sacudió y en el que nos vimos inmersos ese mes de marzo de 2020, cuando la información sobre la nueva pandemia a la que nos enfrentábamos era escasa y desconocida.

Hoy por hoy existen muchas otras plataformas y bases de datos de información sobre COVID-19 disponibles y de excelente calidad.

Pero no queremos marcharnos sin recordaros que seguimos disponibles en nuestras bibliotecas, al pie del cañón, para seguir proporcionando nuestros servicios como expertos en la búsqueda y localización de la literatura relevante, en el desarrollo de vuestra carrera investigadora y asistencial, en las tareas de publicación científica y en las de difusión y evaluación, necesarias en los contextos de investigación.

Cerramos esta web que cumplió la misión para la que fue creada pero, por expresa voluntad de los 90 profesionales implicados, hemos decidido mantener abierta entre nosotros la línea de colaboración a través del Whatsapp, siempre con la vista puesta en proporcionaros la mejor información y servicios cuando lo necesitéis y cuando la situación lo requiera.

Gracias por estar ahí.

Vuestras bibliotecarias y bibliotecarios de ciencias de la salud



## Reflexiones desde el Advocacy

- Problemas estructurales y otros nuevos (Inteligencia artificial)
- Necesidad de estrategias colectivas de mejora de financiación
- Visibilidad institucional, no social
- Delimitación del perfil profesional
- Necesidad de relaciones más allá de la institución *¿Cómo generar influencia en el ámbito digital?*
- Definición colectiva de la profesión
- Mejora en la divulgación y comunicación (Sector político)
- Comunicación bibliotecaria muy ligada al mundo académico



Reflexiones desde el Advocacy

Covid-19: ¿Oportunidad o trampantojo?

# 3. Advocacy y bibliotecas en Ciencias de la Salud

- Problemas comunes, respuestas diversas



[J Med Libr Assoc.](#) 2022 Jan 1; 110(1): 5–14.

Published online 2022 Jan 1. doi: [10.5195/jmla.2022.1327](https://doi.org/10.5195/jmla.2022.1327)

PMCID: PMC8830397

PMID: [35210957](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35210957/)

Advocacy is all of us: recommendations to enhance the Medical Library Association's advocacy initiatives

[JJ Pionke](#),<sup>1</sup> [Kathleen Phillips](#),<sup>2</sup> [Alyssa Migdalski](#), AHIP,<sup>3</sup> and [Erin M. Smith](#)<sup>4</sup>

▶ [Author information](#) ▶ [Article notes](#) ▶ [Copyright and License information](#) ▶ [PMC Disclaimer](#)

1. Recogida de datos y evidencias
2. Análisis de webs de organizaciones
3. Encuesta a profesionales
4. Entrevistas a expertos en *advocacy*



# American Library Association

- Tradición
- ALA reconoce que el *advocacy* es una cuestión que está en la raíz de la propia Biblioteconomía y ha demandado su inclusión en los programas de estudio.

Elementos a destacar

## 1. Transparencia:

- ALA incorpora todas las actividades recientes de manera pública en su página web



<https://www.ala.org/advocacy/>

# American Library Association

Infografía sobre respuesta el COVID-19 (Fuente:

[http://www.ala.org/advocacy/sites/ala.org.advocacy/files/content/telecom/broadband/ALA%20COVID%20Two%20Pager%20FINAL\\_05212020.pdf](http://www.ala.org/advocacy/sites/ala.org.advocacy/files/content/telecom/broadband/ALA%20COVID%20Two%20Pager%20FINAL_05212020.pdf))

Rapidez

## Libraries respond to COVID-19

Connecting communities during a critical time and ready to aid in recovery

### Libraries deliver essential community services— which are more urgent now than ever

The Public Library Association surveyed libraries about their responses to COVID-19, including connecting people to critical broadband services.

- 81% of public libraries provide (or plan to provide) free Wi-Fi access on their grounds even when their buildings are closed to the public.
- One-third of public libraries have moved readers outdoors to improve public access.
- 23% of libraries surveyed also provide Wi-Fi hotspots for patrons to check out and use at home.

Library staff are also innovating to adapt and respond to community needs, including:



### Libraries will be integral to recovery

- Libraries are essential partners in economic recovery, workforce and small business development, student success, and digital inclusion.
- Demand for library services increases during economic downturns.

### America's libraries need ongoing support

Libraries need support and funding from local, state, and federal policymakers, as well as philanthropic and business partners, to keep communities connected, help students keep learning, and help small businesses and workers

## America's local libraries in action

Across the country, library staff are adapting and launching services to meet changing community needs and preparing to accelerate recovery for all.

Library systems from Mississippi to Maine have made maps of available Wi-Fi library parking lots.



The Denver Public Library in Colorado is helping with career preparation and high school equivalency certification via its Career Online High School.

The Parkersburg-Wood County Public Library and branches in West Virginia boosted their Wi-Fi coverage to include their parking lots to better support students lacking home internet.



The Gustavus Public Library in Alaska has closed its building but offers "take out" services: patrons can collect 20 books or 10 DVDs each from staff outside the library.



East Baton Rouge Parish Library in Louisiana built a comprehensive directory for local residents with information for businesses and family preparedness as well as entertainment and information from the library's collection.



Workers seeking unemployment benefits can Skype with library staff in Kingsport, Tennessee, for assistance with unemployment benefits applications.

Library workers in Rockland, Maine have STEM programming live on their Facebook page to keep kids engaged while parents work.



The Lexington Public Library in Kentucky has launched virtual programming for kids and adults across the area.



Kansas' Topeka and Shawnee Public Libraries have announced a bookmobile

# American Library Association

The screenshot shows the ALA website's 'Advocacy' section. At the top left, it says 'ALA > Advocacy'. On the right, there is a 'CONTACT CONGRESS' button. Below this, there are links for 'Email', 'Print', 'Cite', and 'Share This Page'. The main heading is 'Advocacy Library'. A large blue banner features the ALA logo and the text 'ADVOCACY LIBRARY'. Below the banner, a description states: 'A comprehensive collection of advocacy resources available from the American Library Association. Browse by topic or search the collection for a specific issue.' There is a search interface with a 'Topics' dropdown menu (currently set to '- Any -'), a search input field, and an 'Apply' button. Below the search area, there is a link for 'American Association of School Librarians Advocacy Resources' followed by a paragraph of text: 'Materials to facilitate school library advocacy from the American Association of School Librarians (AASL) including advocacy brochures, infographics, and toolkits; definitions developed by the AASL Advocacy Committee; information on school library specific legislation and the ongoing legislative efforts; and information on AASL sponsored events including Banned Websites Awareness'.

<https://www.ala.org/advocacy/advocacy-library>

Podemos ver las cartas enviadas a congresistas, las reuniones, las declaraciones... Además, ALA dispone de una base de datos retrospectiva con colecciones de las diferentes campañas que han realizado

# American Library Association

## 3. Presencia histórica como grupo de presión

- La oficina de *advocacy* de ALA data de 1945. Todas estas décadas se han constituido como un grupo de presión en el Congreso de Estados Unidos para la defensa de legislación que apoye a las bibliotecas.

## 4. Presencia en medios tradicionales y nuevos medios sociales

- Ofrecen consejos prácticos para elevar nuestra estrategia tanto a medios tradicionales como prensa o radio, como en llevar a cabo campañas a través de los medios sociales. Un ejemplo de ello es el *Social Media Toolkit* para tratar de forjar relaciones a través de estos medios que ayuden a la campaña

# American Library Association Social Media Toolkit



Effective advocacy through social media begins with strong relationships with local community influencers and elected leaders at the local, state and federal level. Check out these strategies to get your lawmakers attention and advocate for libraries.

## The Basics



**Research:** Use ALA's Action Center to identify and follow your U.S. senators and representatives as well as your state and local policymakers. Be sure to sign up to receive their regular email updates. And read up! What issues are important to your elected leader? What was their profession before their political career? How do their interests intersect with your library's services?



**Follow:** Elected officials have social media for the same reason they have phone numbers and email: they want to hear from their constituents. By following them, you can track what issues your elected officials are prioritizing as well as upcoming events, town halls, and debates. Tweet (or send an email!) to legislators to introduce (or reintroduce) your library and offer resources to them and their staff.



**Follow Up:** You might not get a response when you Tweet at your decision-makers or leave your elected officials a comment on their Facebook page, but your message still gets through. When you meet them in person, let them know that you've been interacting with them on social media. When they can connect the messages with the people sending them, they pay attention.

## Best Practices on Social Media

- **Balance your content.** Be careful not to overload your followers with too many posts about your campaign. Aim for three posts about your daily library life for every one post about your advocacy campaign.
- **Create a response plan.** Anything could happen during your campaign. Identify the people you will call on if a crisis develops and let them know ahead of time that you may need them to add their voice to the discussion. Maintain a list of who should be notified and the steps you need to respond.
- **Tag after meeting.** If you have an opportunity to speak with an elected official or their staff, express your thanks publicly on social media and tag them on your channels after the meeting. Remember to restate your ask in the post so that the staff can connect the dots!
- **Use pictures.** Lawmakers respond well to photos with their constituents. When possible, include a photo of you with a lawmaker or staff when you tag them in a post.
- **Think globally, act locally.** Make sure to only reach out to the representative for whom you are a constituent; although it may be tempting, reaching out to representatives outside your state or district through social media can have a negative effect.

## Tips for Facebook

- **Like your elected leaders' pages.** Many elected officials have Facebook pages, be sure to 'Like' and 'Follow' them.
- **Mentions and comments.** Use Facebook tags to engage with your elected leaders' official pages. You can do this by tagging them on your own page or by commenting on posts that are related to your library's resources. Are they posting a lot about workforce development? Helping them to connect the dots to
- **Create photo albums.** Photo albums with descriptions of what is happening and, whenever possible, tie in your advocacy messages. For example: "We had a great community meeting at the library tonight. We need to #FundLibraries to keep these events going!"
- **Keep text brief.** Posts under 90 characters are 4x more likely to go viral and 3x more likely to receive clicks. Give enough to tease

<https://www.ala.org/advocacy/social-media>

# American Library Association

## 5. Generación de campañas basadas en historias

- Como vimos, el *storytelling* es una herramienta muy potente para lanzar nuestro mensaje. ALA suele incluirlo en todas sus guías para el activismo, e insta a los propios ciudadanos a compartir sus historias con el fin de apoyar sus campañas. Dentro de las iniciativas enfocadas a medios sociales, destacan campañas basadas en hashtags colaborativos como #mylibrarymystory (Mi biblioteca, mi historia) que animaba a todos los activistas a crear contenido y videos sobre el papel que han tenido las bibliotecas en su vida



# American Library Association

- 6. **Uso de eslóganes**
- El tipo de eslóganes que se escogen en las campañas de *advocacy* son parte esencial para el éxito de la campaña. Estos deben de ser **claros y simples, y que capten nuestro valor**. Esto puede ser difícil en instituciones tan complejas como las bibliotecas, cuyos beneficios se extienden a diversas capas de la sociedad



# American Library Association

## 7. Material de apoyo

A la hora de hacer la campaña, es **importante crear un “universo expandido”** entorno a ella. Es decir, expandir donde difunde tanto es espacios digitales como físicos. Este universo *transmedia* de las campañas, puede verse en los diferentes *Toolkit* que generalmente acompañan a las campañas de *Advocacy* de ALA. Contienen material de apoyo que permiten difundir de manera exitosa la campaña

Campaña de *Libraries=strong communities* (las bibliotecas=comunidades fuertes), donde ponen a disposición de los activistas todo un conjunto de elementos para integrar en los perfiles individuales de medios sociales (plantillas personalizadas...) y también otro tipo de elementos de *merchandising*

### Graphics

- [Libraries = Strong Communities logo \(EPS\)](#)
- [Facebook Share 1200 x 630](#)
- [Twitter Share 1024 X 512](#)
- [Facebook Cover Art](#)
- [Twitter Cover Art](#)
- [810 px X 450 px](#)



### Frame Templates

Add the Libraries = Strong Communities frame to your Facebook profile or images of your library's community-building efforts. It's available under "Effects" or by searching "American Library Association" when uploading images to Facebook. You can also [download the transparent PNG file](#) and place it over images for use on other platforms.

- [1200px x 1200 px Facebook frame](#)
- [776px x 1200 px frame](#)
- [1080px x 1080px Instagram frame](#)



### Bookmarks

- [Blue Horizontal \(PDF\)](#)
- [Yellow/Green Vertical \(PDF\)](#)

# American Library Association

- **8. Rendición de cuentas**

Toda campaña de *advocacy* debe ser evaluada de cara al público, que este sepa en qué medida ha sido efectiva. Generalmente, al igual que la planificación de estas campañas o estrategias debe ser a largo plazo, también lo es su evaluación

## PRINT AND DIGITAL MEDIA

Libraries Transform continues to reach new audiences through media relations and social media efforts. This past year, the message about the power of libraries was spread to millions of more people.

**375**  
ARTICLES FEATURING THE CAMPAIGN

**85,223**  
SOCIAL MEDIA ENGAGEMENTS

**207,000,000+**  
MEDIA REACH

**25,843**  
USES OF #LIBRARIESTRANSFORM

**3,400,000+**  
SOCIAL MEDIA IMPRESSIONS

**163,262**  
PAGE VIEWS ON  
LIBRARIESTRANSFORM.ORG



On Instagram, the Allegany County Library System (MD) celebrates Library Card Sign-up Month.



The ALA Facebook page highlights a Libraries Transform Because statement.



Live Oak Public Libraries (GA) joins the National Library Week festivities in a Twitter post.

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

- 1. Conexión del *advocacy* con el marco internacional
- Implementación de la Agenda de Naciones Unidas 2030 y los objetivos del milenio



**Libraries & United Nations 2030.**

<https://www.ifla.org/libraries-development>

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

## 2. Creación de herramientas específicas que refuerzan la estrategia de Advocacy

La estrategia de Advocacy necesita **de evidencias, de datos e historias** que contribuyan a reforzar la visibilidad de nuestras instituciones. En este sentido, elaborar **productos “vendibles”** es una estrategia útil para comunicar nuestro mensaje.



Mapa Mundial de Bibliotecas de la IFLA

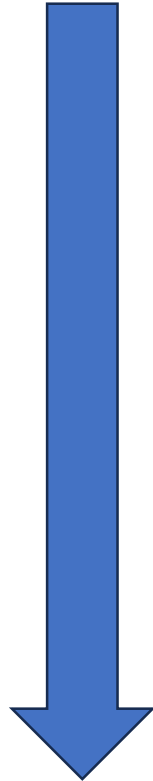
<https://librarymap.ifla.org/stories/sdg/0/Country/Cana>

[da](#)

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

## 3. Mecanismos de trabajo

## Pasos a seguir y evaluación



	A. STARTER	B. BASIC	C. INTERMEDIATE	D. ADVANCED
<b>1. UNDERSTANDING THE LANDSCAPE</b>	We are not aware of how decisions are made about how libraries are supported.	We are aware in broad terms of how decisions on core library funding and support are made.	We have a strong knowledge of the process for core library support decisions and are aware of how other relevant processes work.	We have a detailed understanding of how all potential significant sources of support for libraries operate (core and additional), and the process for decision-making.
<b>2. COORDINATING YOUR WORK</b>	We do not have anyone responsible for advocacy in our core team.	We have a person focused on advocacy in our core team.	We have someone focused on advocacy, who also coordinates the work of others.	We have a team working on advocacy who can share responsibilities amongst them, according to availability and skills.
<b>3. MOBILISING THE FIELD</b>	There is a passive attitude to influencing decisions, and no-one is engaged in advocacy.	There is an awareness of the need for advocacy, with one responsible person ready to act when necessary.	There is an active group of people with a variety of skills ready to get involved in basic advocacy when needed.	There is a large and well-organised group (with well-mapped out skills and strengths) with whom you can work on advocacy, in all parts of the country.
<b>4. GATHERING EVIDENCE</b>	We do not have any stories or data we can use to back up our advocacy by showing the value of libraries.	We have a limited set of examples and stories we can use to support our advocacy by showing the value of libraries..	We have a good collection of stories and data we use in our advocacy to show value, for example via the IFLA Library Map of the World.	We can share well-evaluated evidence of library value, and use examples from home and abroad, for example via the IFLA Library Map of the World.
<b>5. COMMUNICATIONS</b>	We do not have any capacity to communicate either with specific target groups or the general public as part of our advocacy.	We have can define and share basic messages with contacts and the general public, and define broad target audiences.	We can explain messages and asks clearly, in depth and attractively, and communicate using more than one channel with relatively well-defined target audiences.	We can use a variety of channels and tools in order to get our message across most effectively to well-defined audiences and engage them in our efforts.
<b>6. BUILDING RELATIONS WITH DECISION-MAKERS</b>	We don't know who is taking decisions about library funding, support or other related issues.	We know which person or team is leading on decisions about library funding, support or other related issues	We have a relationship with the person leading on library funding support or other related issues, and who else is involved in decisions.	We have a strong, regular relationship with the lead decision-maker on library funding, support or other related issues, and others involved in the process.
<b>7. BUILDING ADVOCACY PARTNERSHIPS</b>	We do not work with any other communications professionals or others working on library advocacy.	We are aware of communications professionals, and others working on library-related issues who could strengthen our advocacy	We have a relationship with communications professionals and others working on library-related issues to plan advocacy actions.	We have strong relationships and successful cooperation with a number of communications professionals and others working on library-related issues
<b>8. EVALUATION OF ADVOCACY</b>	We do not evaluate the effectiveness of our library advocacy.	When planning ahead, we think about what did and didn't work in the past.	For each major action, we carry out an assessment of what did and didn't work.	We pre-define indicators of success and metrics for all major actions, and then evaluate against these at the end.

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

IFLA enumera una serie de capacidades o competencias clave que son relevantes en cualquier lugar del mundo como son:

- Entender el entorno
- Coordinar el trabajo
- Movilización
- Recolección de evidencias
- Comunicación
- Construcción de relaciones con los agentes de decisión
- Construcción de relaciones en materia de Advocacy
- Evaluación

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

- Diagrama de flujo para contar historias de los ODS  
<https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/libraries-development/documents/sdg-storytelling-flowchart-es.pdf>



# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

- 4. Difusión selectiva de información sobre *Advocacy* y orientación a redes sociales

## THE 10 MINUTE LIBRARY ADVOCATE



IFLA.org

*10-Minute Library Advocate*

<https://blogs.ifla.org/lpa/2019/01/10/introducing-the-10-minute-library-advocate/>

#EveryLibrarianAnAdvocate

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

« [Older](#) Page 1 of 8

## Tag Archive for '#EveryLibrarianAnAdvocate'

### The 10-Minute Library Advocate #50: Celebrate Success

[19 December 2019](#) – [library-policy](#)

Advocacy is not always easy. Through this series, we have shared 50 ideas of what you can do in 10 minutes to become a more effective advocate. Together, that's over eight hours of activity. Of course in reality you may spend longer in order to think, plan, and do things, [...]

<https://blogs.ifla.org/lpa/tag/everylibrariananadvocate/>

50 ideas:

#### Recent Posts

- [Libraries: The Forgotten Science-Policy Interface?](#)
- [Education for Peace and Development: Highlighting key moments and resources from 2022](#)
- [Copyright Week: Copyright Enforcement Tools as Censorship](#)
- [Copyright Week: Fair Use protection in recent US Supreme Court cases](#)
- [Happy Public Domain Day 2023!](#)

#### Recent Comments

- [library-policy](#) on [Banned Books](#)

# Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA)

The 10-Minute Library Advocate #49: Say Thank You

19 December 2019 - [library-policy](#)

**#49**

**Say  
Thank You**



**THE 10 MINUTE  
LIBRARY ADVOCATE**

IFLA.org

Advocacy is about building support.

It relies on convincing other people of the need to speak, and to act, for libraries.

They, in turn, are the ones who can make a difference for you in your work.

Successful advocacy may rely on a whole network – from those in power (see [Exercise #6](#)) to journalists (see [Exercise #14](#)) and other partners (see [Exercise #8](#)).

It may even involve your friends, who have helped you refine your message (see [Exercise #9](#)) or repeat it around them (see [Exercise #49](#)).

Re

Integración en Social media



IFLA @IFLA · 1 nov. 2019

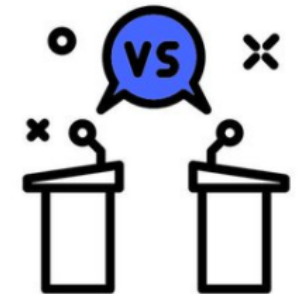
[#LibraryAdvocacy](#) is about changing people's minds. But what happens when they don't want to? Be prepared!

For our 42nd 10-Minute [#Library](#) Advocate exercise, think of a counter-argument, so you can practice your reply: [bit.ly/336CWff](https://bit.ly/336CWff)

[#EveryLibrarianAnAdvocate](#)

**#42**

**Think of a  
Counter-  
Argument**



**THE 10 MINUTE  
LIBRARY ADVOCATE**

IFLA.org

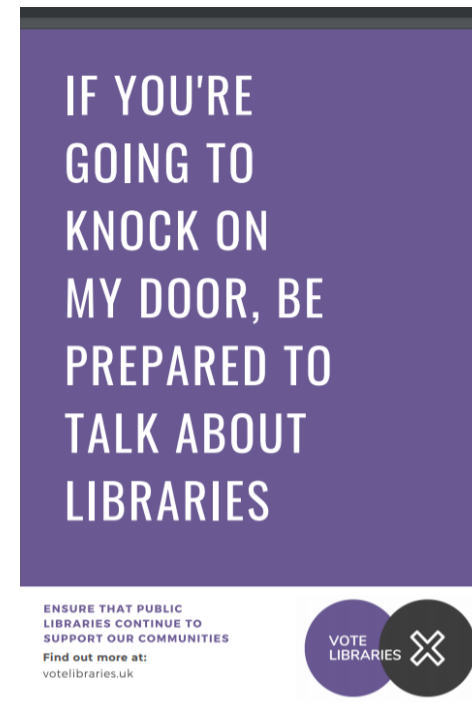
Explicación de un consejo de la estrategia *10-Minute Library Advocate* <https://blogs.ifla.org/lpa/2019/12/19/the-10-minute-library-advocate-49-say-thank-you/>

# CILIP: The library and information association

- Fundada en 1877 como Library Association y anteriormente denominada *Chartered Institute of Library and Information Professionals*, tiene una amplia tradición en Reino Unido.

## 1. Intervención directa en acontecimientos políticos del país

En este caso en los eventos electorales, mediante la campaña #voteforlibraries que tratan de movilizar al electorado para que presione a los políticos y candidatos para que se manifiesten en favor de sus bibliotecas y contra la reducción de sus presupuestos



# CILIP: The library and information association

## 2. Campañas elaboradas con socios u otras instituciones

En el activismo, la unión hace la fuerza. Para aumentar la visibilidad de las campañas, es conveniente encontrar un **compañero de viaje** que nos ayude a presionar y obtener mayor visibilidad. Así, es frecuente ver campañas co-protagonizadas por CILIP y otras asociaciones profesionales como la destinada a las bibliotecas escolares o con la institución **Health Education England's Library and Knowledge Services (HEELKS)**

<p><b>Making the Difference</b> An excellence framework for prison libraries</p> <p><b>Making the Difference: An excellence framework for prison libraries</b></p> <p>This document is a strategic framework to help prison library providers and staff to develop, deliver and promote prison library services.</p> <p>DOWNLOAD</p>	<p><b>Green Libraries</b></p> <p>We believe that public libraries are hubs of sustainability. Reusing and recycling books and providing information to communities to underpin their own climate action, is at the core to what we do.</p> <p>GREEN LIBRARIES</p>	<p><b>Warm Spaces</b></p> <p>Providing warm spaces is a role that libraries and librarians have quietly undertaken for decades, but during this cost of living crisis the sector and CILIP knew that need was going to markedly increase and were already discussing what could</p> <p>WARM SPACES</p>
<p><b>Vote Libraries</b></p> <p>CILIP asked members to reach out to their local candidates and encourage them to 'Vote Libraries' in recognition of the tremendous social and economic impact that strong local library services provide to a community.</p> <p>VOTE LIBRARIES</p>	<p><b>Every child deserves a great school library</b></p> <p><b>Great School Libraries</b></p> <p>A joint CILIP, CILIP SLG and School Libraries Association campaign to ensure that every child in England has access to a great school library.</p> <p>GREAT SCHOOL LIBRARIES</p>	<p><b>A MILLION DECISIONS</b></p> <p><b>A million decisions</b></p> <p>CILIP &amp; HEE are campaigning for decisions in the healthcare sector to be fully evidence-based, calling on the government and health service providers to employ and make use of the skills of librarians and knowledge specialists.</p> <p>A MILLION DECISIONS</p>

# CILIP: The library and information association

## 3. Gran material de apoyo a las campañas

- Para facilitar la distribución en redes de los mensajes, CILIP al igual que otras de las asociaciones vistas, facilita:
- **Plantillas de mensajes para Twitter** ya preparadas para aquellos que disponen de poco tiempo

If you have 1 minute:

- Share this message: Health librarians & info services bring the evidence for #amilliondecisions in #healthcare #nhs [www.cilip.org.uk/amilliondecisions](http://www.cilip.org.uk/amilliondecisions)

# CILIP: The library and information association

- **4. Facilidad para realizar donaciones**

- El activismo político requiere de fondos. Este tipo de asociaciones, al margen de los ingresos que obtienen por las cuotas de sus socios, ponen a disposición de todos los ciudadanos mecanismos de financiación colectiva (*crowdfunding*).

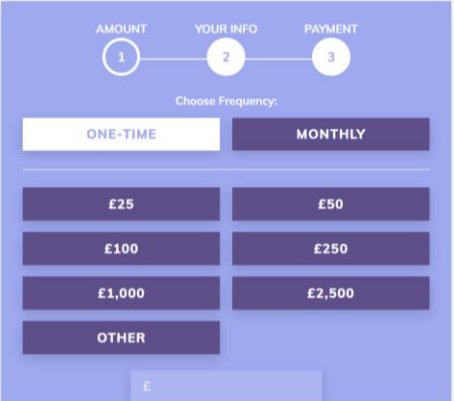
Libraries Deliver is a project made possible by a generous grant from [Arts Council England](#) in partnership with the [Chartered Institute of Library and Information Professionals](#) (CILIP) and developed by the [EveryLibrary Institute](#). The goals of this project are:

- Raise awareness of the importance and impact of English Libraries
- Increase support for funding of English Libraries
- Identify, cultivate, and empower library supporters across England to take action on behalf of English libraries.

You can help us achieve these goals by making a one-time donation of just £10-£25 or starting a monthly donation of £1, £3, or £5 today.

Your donation will be processed by CILIP and put to work specifically for this project. We have a lofty fundraising goal of £100,000 pounds that we'll put work in order to support our great libraries and ensure that libraries can continue to provide critical programmes, services, and collections to their communities.

Showing 133 comments



Ejemplo de integración de mecanismos de financiación colectiva en la campaña Libraries Deliver de CILIP <https://www.librariesdeliver.uk/donate>

# CILIP: The library and information association

## Impact Toolkit

### IMPACT TOOLKIT



The Impact Toolkit is an online resource with practical information, resources and support to help you demonstrate your professional value. We've got tools to help you with everything from stakeholder management and analysing impact through to advocating and influencing.

Use the Impact Toolkit to clearly and effectively demonstrate your value as a professional – and the value of the services you manage and provide – to key decision makers and stakeholders.

The toolkit is organised into two main subject areas, with a variety of resources under each.

### Understanding Value



Planning and scoping

**Planning and Scoping:** This course looks at how you can use the planning process to stimulate discussion about your service. It covers applying SWOT and PESTLE tools to explore your current context, understanding how the business plan framework can stimulate discussion of a service and using planning information to build a case.



Stakeholder analysis

**Stakeholder Analysis:** Stakeholder analysis is a vital part of proving your value. Knowing who are the key decision makers, the influencers, the opposers and supporters of your service is key. This course will cover basic stakeholder analysis, power vs interest grids and mapping connections between stakeholders



Impact and evidence

**Impact and Evidence:** This course will cover a definition of what we mean by impact, understanding the big picture - what research can tell us about impact and evidence, methods for evaluating the impact of your service and the evidence cycle.

### Communicating Value



Communications

**Communications:** Communication is a vital part of advocating your professional value and impact. This course will cover using the inverted pyramid as a writing technique, tips for communicating effectively, choosing the right channel of communication.



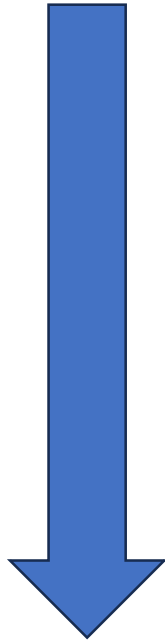
Relationships and influence

**Relationships and Influence:** Building relationships and influence are an essential part of advocacy. This course will cover the 6 principles of persuasion and help you identify ways you can develop existing relationships.



Advocacy

**Advocacy:** In advocacy we see the culmination of the previous sections of this Impact Toolkit. In this course you will explore different advocacy models and create an advocacy plan



# MLA (Medical Library Association)



**Need only the best information for your research, patients or staff?**



**Yes, we do that!**

Reach out to your medical librarian & health information professionals to achieve faster and better results for your patients.

Infografías, eslóganes, banners personalizados para la firma de correo

Ask me to find that crucial piece to  
**INSTRUCTION & TRAINING**

**Yes, we do that!**

Celebrate Medical Librarians

Ask me to find that crucial piece to  
**EXPERT SEARCH & ANALYSIS**

**Yes, we do that!**

Celebrate Medical Librarians

# MLA (Medical Library Association)



## AVOID HEALTH MISINFORMATION!

Take the right path: Partner with your medical librarian

### Make Better Decisions With a Medical Librarian

A study of 118 hospitals with more than 16,122 participants found that



Made better informed clinical decisions



Changed advice given to a patient



Changed the choice of drugs



Changed a diagnosis



Marshall JG, Sollenberger J, Easterby-Gannett S, et al. [The value of library and information services in patient care: results of a multisite study \(full text\)](#). *Journal of the Medical Library Association*;01(1):38-46. DOI: [10.3163/1536-5050.1011.007](#)



## AVOID HEALTH MISINFORMATION!

Take the right path: Partner with your medical librarian

### Medical librarians help improve outcomes.

Consult medical librarians to get best-in-class, evidence-based answers.



Save Money

Morning reports revealed median hospital charges were reduced by

**\$3,618**

per case



Improve Outcomes

**12%**

reported cost savings through reduced hospital length of stay



Reduce Patient Stays

A systematic review of 28 studies indicated a reduction in length of patient stay by

**10-19%**



[Banks, DE., et. al., 2007](#) | [Brettle, A, et. al, 2016](#) | [Weightman, AL, et. al, 2005](#)

Estadísticas y datos

# MLA (Medical Library Association)



ABOUT MLA - JOIN MLA - COMMUNITIES - PROFESSIONAL DEVELOPMENT - MEETINGS - TAKE ACTION - PUBLICATIONS - FOR PATIENTS - MEDLIB-ED - EFTS

## TAKE ACTION

Public Policy Center +

Support Medical Librarians -

Advocate for Authorship

Partner with Hospital Librarians

About the Profession

Value of the Health Information Profession

For Providers: Aim for Excellence To Provide Better Care

For Providers: Impact and Contribution to Health Care, Education, Research and Community

For Providers: Research and Statistics About the Value of the Profession

Workplace Advocacy Resources for Medical Librarians +

Rittenhouse R2 Digital Library  
All You Need to Know

Save on MORE!

Expanding your digital health sciences collection just got more affordable!

## Advocating for Authorship: Recognizing Librarians and Information Professionals as Authors on Evidence Synthesis Publications

Despite making significant intellectual contributions to systematic reviews and evidence synthesis publications, and meeting authorship criteria specified by the [Committee on Publication Ethics \(COPE\)](#) and [International Committee of Medical Journal Editors \(ICMJE\)](#), librarians are frequently not granted authorship. MLA members requested that the MLA Board of Directors address this issue with ICMJE and develop a statement that individual librarians can use to advocate for authorship.

The MLA Board has approved the Statement, "[It's Time to Acknowledge Authorship for Librarians and Information Professionals on Evidence Synthesis Publications](#)," in response to this issue of librarians not receiving authorship on evidence synthesis publications, such as guidelines and systematic reviews. This statement was developed in collaboration with the members making the initial request and incorporated feedback from prior chairs of the Systematic Review and Research caucuses, among others.

MLA's hope is that this statement raises awareness about, and ultimately increases, librarian co-authorship on evidence synthesis publications. Librarians and information professionals are welcome to use the [Statement](#) to advocate for recognition when their authorship is being questioned.

The Canadian Health Libraries Association / Association des bibliothèques de la santé du Canada (CHLA/ABSC) has co-signed the statement, and MLA calls on other organizations and publications to indicate their endorsed support by completing [this form](#) and submitting a request.

[Download MLA's Authorship Statement \(PDF\)](#)

[Complete the form](#) to provide endorsed support of the statement.



It's Time to Acknowledge Authorship for Librarians and Information Professionals on Evidence Synthesis Publications  
In accordance with the Committee on Publication Ethics (COPE) policies and International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE)  
Librarians and information professionals have a vital role in the development of evidence synthesis publications, but are frequently not credited. This statement calls for their recognition, identifying their role in research, and their contribution to the profession. It is a call to action for the profession to recognize their role in research, and their contribution to the profession.

Información de apoyo y argumentario para bibliotecarios para la defensa de ciertos temas



# ADVOCACY TOOLKIT



## Hospital Library Caucus: Guidance for Healthcare Administrators

Information for Hospital Librarians

[HLC Advocacy Home](#) [Advocacy Statement](#) [Standards of Practice](#) [New Hospital Librarians Resources](#) [Advocacy Toolkit](#) [Guidance for Healthcare Administrators](#)

MLA Hospital Library Caucus – Guidance for Administrators

[Executive Summary](#) [Competencies](#) [Role of the Hospital Library in Patient Care](#) [Role of the Hospital Library in Research](#) [Role of the Hospital Library in Education](#)

[Hospital Library Facilities](#)

### Role of the Hospital Librarian in Research:

#### Basic

Monitor and assess locally available information resources for ongoing relevance to local research programs and emerging practice and research areas.

#### Guidance and consultation with literature searches.

- Knowledge of basic clinical medicine databases, e.g., PubMed, CINAHL.
- Guidance in using advanced search techniques and features/tools.
- Knowledge of use of search filters and alerts in those databases.
- Awareness of predatory and unreliable information sources.
- Understanding of basic Evidence Based Practice terms and concepts.

#### Support for writing and publishing

- Familiarity with resources to support those writing research papers.
- Provides writing and presentation tools for internal and external documents.
- Familiarity with current Copyright regulations and guidelines as they relate to publishing, author rights, re-use, and interlibrary loans.

#### Advanced (in addition to the above)

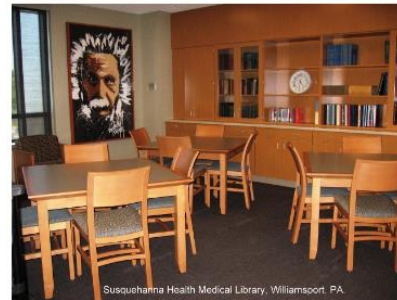
#### Guidance and consultation with literature searches and systematic reviews

- Expertise in use of advanced clinical medicine databases, e.g., Cochrane databases, ECRI, gray literature sources, and pre-print servers.
- Support and guidance for creating systematic reviews.
  - Knowledge of tools (e.g., Covidence) to support systematic reviews.
  - Familiarity with PROSPERO and core sources for systematic reviews (e.g., Cochrane, Briggs)

- Material colectivo para argumentar, defender, posicionarse
- Guías de defensa ante gestores sobre el rol y valor de la biblioteca en el Hospital

Ejemplo de guía de recursos para la defensa del papel de la biblioteca de Hospital ante gestores

# Library as Place



## General Principles

What is meant by library as place? An ongoing assessment of the library collections and services should be part of every hospital librarian's strategic planning. Thinking about how the library serves the needs of its parent institution allows the librarian to be prepared to defend the library against ill-considered plans by institution administrators to reduce or eliminate

## Bibliography and Links to Additional Resources

- [Utility of Space and Furnishing Needs](#)
- [Space Planning](#)
- [Hospital Design Standards](#)

# Buenas prácticas y debate

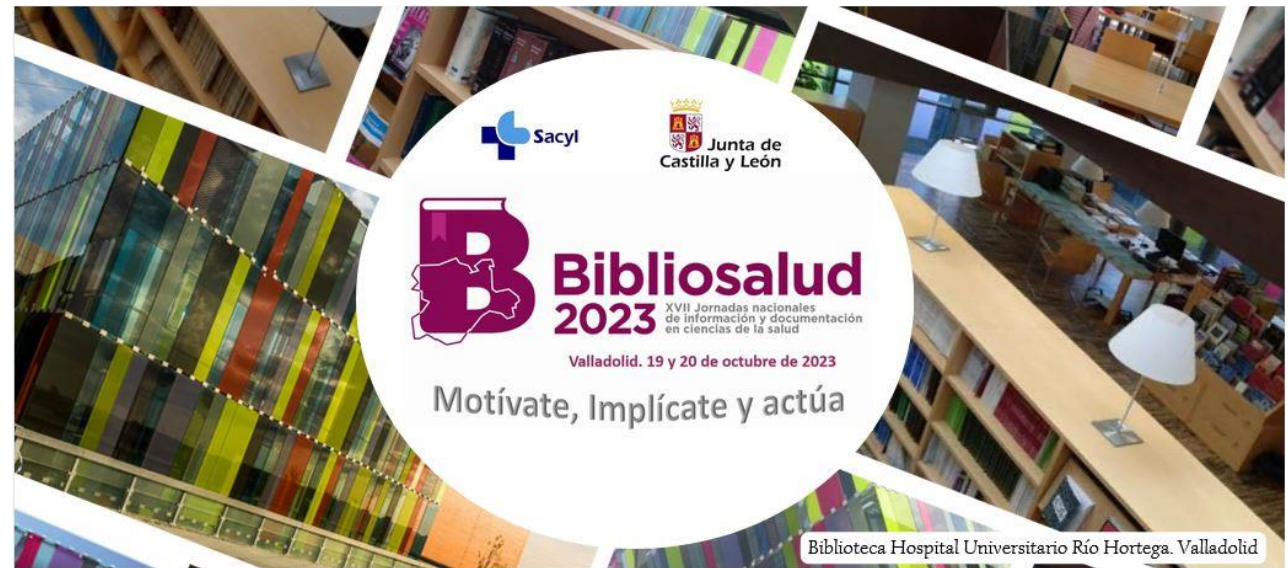
- Articular la defensa pública en la planificación estratégica de la institución
- Determinar responsabilidades y planificación temporal
- Identifica: personas que toman decisiones y agentes influyentes (ayudan en la causa)
- Estrategias de comunicación correctas: *¿Activismo en medios sociales es una cámara de resonancia?*
- Búsqueda de aliados: **Iniciativas de Alfabetización en Salud**
- Preparación de datos y evidencias sobre nuestro valor
- Construcción de material colectivo (guías, argumentarios, posicionamientos, que ayuden como forma de contacto)



# Punto de partida



# Gracias por vuestra participación



Sara Martínez Cardama  
[smarti1@bib.uc3m.es](mailto:smarti1@bib.uc3m.es)