



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EBCI

Escuela de
Bibliotecología y Ciencias
de la Información

e-Ciencias de la Información

Divulgación de la carrera de Bibliotecología: Una mirada desde la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica (UCR), 2019

Jairo Guadamuz-Villalobos y Daniela Rodríguez Valerio

Recibido: 18/10/2019 | Corregido: 03/04/2020 | Aceptado: 25/05/2020

e-Ciencias de la Información, volumen 10, número 2, Jul-Dic 2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v10i2.39366>

ISSN: 1649-4142



¿Cómo citar este artículo?

Guadamuz-Villalobos, J. y Rodríguez-Valerio, D. (2020). Divulgación de la carrera de Bibliotecología: Una mirada desde la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica (UCR), 2019. *e-Ciencias de la Información*, 10(2). doi: [10.15517/eci.v10i2.39366](https://doi.org/10.15517/eci.v10i2.39366)

Divulgación de la carrera de Bibliotecología: Una mirada desde la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica (UCR), 2019

Promotion of the library science career: A look from the Vocational Fair of the University of Costa Rica (UCR) 2019

Clairo Guadamuz-Villalobos¹  Daniela Rodríguez Valerio² 

RESUMEN

Elegir una carrera universitaria es una decisión compleja que impacta el desarrollo profesional, personal y el futuro de todo individuo. Como apoyo a este proceso, las universidades ayudan a estudiantes que están terminando la secundaria y que se encuentran en una transición hacia la educación superior, mediante la organización de ferias vocacionales; por lo anterior, el presente artículo narra la experiencia de divulgación de las carreras ofrecidas por la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información (EBCI) de la Universidad de Costa Rica (UCR) en el marco de la Feria Vocacional 2019, donde se explica cómo se diseñaron e implementaron las estrategias de divulgación a través de la creación de diferentes actividades experienciales sobre labores cotidianas de la persona profesional en Bibliotecología, la generación de material gráfico y audiovisual sobre la carrera y la confección de recursos para apoyar el discurso expuesto. Así mismo, se evalúan las estrategias y los recursos utilizados tanto con el personal colaborador como con la comunidad estudiantil que visitó el evento. Se concluye que las actividades experienciales son recibidas por los participantes con mayor anuencia y que les permite tener una visión más real de la carrera, además, se recomienda utilizar este tipo de recursos para futuras ferias vocacionales.

Palabras Clave: *Bibliotecología, Feria vocacional, Educación superior, Mercadeo educativo, Tecnologías de Información y Comunicación, Orientación vocacional.*

ABSTRACT

Choosing a university career is a complex decision that impacts the professional, personal and future development of every individual. To support this process, universities offer grants to students who are finishing their secondary studies and who are in a transition to higher education, by organizing vocational fairs. This article narrates the experience of dissemination of the careers offered by the School of Library and Information Sciences of the University of Costa Rica within the framework of the 2019 Vocational Fair. It explains how the dissemination strategies were designed and implemented by creating of different experiential activities on the daily tasks of the professional person in library science, the generation of graphic and audiovisual material on the career and the preparation of resources to support the exposed discourse. Likewise, the strategies and resources used are evaluated both with the collaborating staff and with the student community that visited the event. Finally, it is concluded that the experiential activities are received by the participants with greater consent and that it allows them to have a more real vision of the career, in addition, it is recommended to use this type of

1. Universidad de Costa Rica, COSTA RICA. Correo electrónico: jairo.guadamuz@ucr.ac.cr

2. Universidad de Costa Rica, COSTA RICA. Correo electrónico: daniela.rodriguezvalerio@ucr.ac.cr



resources for future vocational fairs.

Keywords: *Library and Information Sciences, Vocational Fair, Higher Education, Educational Marketing, Information and Communications Technology, Vocational Orientation.*

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Oficina de Orientación de la Universidad de Costa Rica (2019), la Feria Vocacional es una actividad que apoya a la persona joven en su proceso de elección de carrera, su objetivo es informar a futuros estudiantes sobre las opciones de estudio que ofrece la universidad, habilidades, perfil profesional, mercado laboral y características personales necesarias para desempeñarse en cada disciplina. Es, además, una oportunidad para promocionar y proyectar, de manera positiva, las diferentes opciones de estudio, por lo tanto, es una actividad que requiere de una planificación adecuada y que implica poner en práctica estrategias de mercadeo.

En el caso de la Universidad de Costa Rica, esta es una actividad que se celebra de forma anual, es organizada desde la Oficina de Orientación, conlleva varios meses de planificación y es dirigida, principalmente, a estudiantes que están finalizando sus estudios de secundaria y que se encuentran en un proceso de decisión vocacional.

Por lo anterior, en el presente artículo se expone la experiencia desarrollada por la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información (ECBI) de la Universidad de Costa Rica (UCR) para la Feria Vocacional 2019 desde la perspectiva de las personas autoras, quienes fueron coordinadoras de la participación de dicha unidad académica en el evento.

En ese sentido, tomando en cuenta que por más de 50 años se ha impartido la carrera de Bibliotecología en la Universidad de Costa Rica (Pérez Guzmán, 2012), y tras medio siglo de historia, el panorama ha cambiado significativamente en mercado laboral, el perfil profesional y la naturaleza de la disciplina; estos cambios exigen una formación interdisciplinaria de la carrera, dominio de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, amplio conocimiento en el tratamiento de la información y la conservación documental, destrezas para el desarrollo profesional en centros educativos, afinidad por la lectura y habilidades para la investigación, características primordiales del discurso que debe manejarse para la promoción de la carrera en ferias vocacionales.

Por lo tanto, en la presente investigación se buscó informar a las personas visitantes de la Feria Vocacional UCR 2019 sobre la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información, mediante actividades interactivas que involucraron a las personas asistentes en experiencias vivenciales, considerando que a través de una participación activa se consigue un aprendizaje más significativo.

Para informar sobre la totalidad de la carrera, se consideró importante desarrollar estrategias que mostraran su componente educativo y tecnológico, el rol de la investigación, el papel del profesional en Bibliotecología en la preservación de la información y el fomento a la lectura.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo general divulgar la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad de Costa Rica mediante actividades interactivas en la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019. Adicionalmente, se plantearon cuatro objetivos específicos, estos son: diseñar un espacio de encuentro vivencial entre la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información y las personas visitantes de la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019; crear recursos impresos, digitales y audiovisuales para ilustrar las diferentes tareas que ejecuta un profesional graduado de la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información; producir material impreso y audiovisual para la promoción de las actividades y alcances de la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información de la Universidad de Costa Rica y finalmente, evaluar las estrategias de divulgación de la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información durante la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019.

2. REFERENTES TEÓRICOS

La elección de una carrera profesional es una decisión importante para todo ser humano, ya que tiene implicaciones para su vida futura y su desarrollo personal. Es una decisión que debe tomarse cuando el individuo está en un momento de transición de la educación secundaria hacia la universitaria, lo cual lo convierte en un proceso complejo.

Al respecto, Sánchez García (2017) establece que el trabajo tiene un rol muy importante en la vida de las personas, por lo tanto, las prácticas orientadoras se vienen desarrollando desde el principio del siglo XX como respuesta a los problemas derivados del proceso de industrialización, cuando los individuos encontraron la necesidad de formarse en ciertos oficios. Además, hasta inicios de los años 1950 la orientación se daba para establecer la idoneidad entre una persona y una ocupación, por ende, se utilizaba la Psicometría para definir la profesión más acorde con las capacidades de cada persona y aconsejar una elección.

Más adelante, avanzada la década de 1950 y 1960 se comenzó a entender esta orientación “como una ayuda a la persona para elegir, prepararse, acceder y progresar en una ocupación con un carácter más integral y totalizador” (Rodríguez Moreno, 1998, citado en Sánchez García, 2017, p. 2). Posteriormente, entre los años 1980 y 1990, los mecanismos de orientación se consolidan en las escuelas de primaria y secundaria y se extienden a la educación superior, cabe recalcar que esta labor ha recaído en la figura de las personas profesional en Orientación.

Para Castaño, (1983) la orientación vocacional se dirige a despertar, iluminar y favorecer la capacidad del individuo para alcanzar su propia autorrealización mediante el ejercicio de una vida profesional (citado en Sánchez García, 2017). Es importante mencionar que la orientación vocacional puede darse en distintos niveles y etapas de la vida del ser humano, incluso cuando una persona ya está inmersa en el mundo laboral (Ureña Salazar y Barboza Arrieta, 2015), sin embargo, para efectos de este trabajo se hará énfasis en la orientación vocacional dirigida a adolescentes.



En esta etapa, Niño Lara y Miranda Jaramillo (2012), establecen que la importancia de la orientación vocacional recae en que es un proceso preventivo del fracaso académico, ya que le posibilita al estudiante esclarecer su identidad, estimular su capacidad de decisión y buscar la satisfacción de sus necesidades internas. Tiene como objetivo que la o el alumno describa sus propias capacidades, rendimiento, motivaciones, intereses, inteligencia, aptitudes y personalidad. Las autoras explican que “a partir de aquí se les mostrarán las posibilidades reales que le ofrece el mundo académico y profesional para que descubra su propia vocación y tome una decisión libre y acorde con sus características y las del entorno” (p. 18).

2.1 La feria como estrategia de orientación vocacional

La orientación vocacional es un proceso de descubrimiento que inicia en los primeros años de vida cuando las personas empiezan a forjar su identidad y reconocer sus intereses, sin embargo, se refuerza en los centros educativos, el hogar y el trabajo. Una de las etapas de mayor trascendencia es cuando los individuos culminan sus estudios de secundaria, por esto, las instituciones educativas organizan ferias vocacionales. Sobre el tema, Olivares y Quezada (2013) establecen que una feria es un punto de encuentro entre oferta y demanda, donde la oferta son quienes prestan servicios y productos, mientras que la demanda son los compradores o consumidores.

Por este motivo, los centros educativos ofrecen planes de formación académica, suministran información de promoción y difusión acerca de las opciones de estudio, y el conjunto de los estudiantes que egresan de la enseñanza media son receptores:

Dichos eventos son auspiciados por instituciones educativas y/o empresas, en ellas se proporciona información oral y escrita sobre las modalidades de admisión, carreras profesionales que se ofrecen, duración de las carreras, costo de ellas, campo laboral, así como posibilidades de becas que ofrece la institución (Olivares y Quezada, 2013, p. 84).

Cabe recalcar que algunas condiciones indispensables para realizar una feria vocacional exitosa son:

- Disponer de personas capacitadas respecto a la oferta educativa de la institución.
- Contar con un espacio físico adecuado, para atender a los estudiantes y brindarles la información requerida.
- Brindar información directa sobre las carreras a través de una exposición apoyada con material gráfico y audiovisual (Olivares y Quezada, 2013).

Olivares y Quezada (2013) establecen, además, que las ferias vocacionales deben estar ubicadas en aulas donde las personas visitantes puedan ingresar voluntariamente de acuerdo a sus intereses, el promedio de tiempo de la charla debe ser de unos 20 a 25 minutos y es posible desarrollarlas en auditorios de colegios, en el campus de la universidad o en centros de convenciones. De igual manera, quienes organizan son personas encargadas de departamentos de Psicología, directores o subdirectores, encargados de carrera y/o tutores.

2.2 La feria vocacional y la promoción de la educación superior

Las ferias son lugares de encuentro que propician intercambios entre la oferta y la demanda, donde pueden intercambiarse tanto productos tangibles como intangibles y donde suele mediar el dinero, aunque esto último no es estrictamente necesario, ya que en las ferias también se intercambian experiencias, ideas y conocimientos. Al respecto, Muñoz Picó (2015) comenta que desde la antigüedad estos espacios han brindado la oportunidad de realizar demostraciones e intercambiar ideas y productos mediante el encuentro oferta-demanda. En ellas, los expositores y visitantes pueden intercambiar opiniones, informarse y establecer relaciones, de ahí la importancia que tienen como estrategia de mercadeo (específicamente para la comunicación), incluso a partir de principios de siglo se empieza a denominar la herramienta ferial como mercadeo ferial o “marketing ferial”.

Por su parte, las instituciones educativas han tenido la necesidad de promoción y comunicación hacia la sociedad, recientemente, y con gran intensidad, se utiliza el término ‘mercadeo educativo’ “desde principios del siglo XXI, se observa una clara tendencia hacia una aplicación práctica y global del marketing dentro de las instituciones educativas, derivado de los cambios sociales, demográficos y normativos, que han producido entornos educativos altamente competitivos” (Muñoz Picó, 2015, p. 110).

Muñoz Picó (2015) explica, además, que las universidades no pueden limitarse a aparecer en medios de comunicación. La búsqueda de espacios ciudadanos compartidos entre universidad y entorno son el mejor camino para que las estrategias de comunicación sean efectivas. En los últimos años se ha fomentado la creación de servicios que favorezcan la promoción y la captación de estudiantes, centrandos sus esfuerzos especialmente en estudiantes de 16 a 18 años que están próximos a entrar a la universidad. En consecuencia, las ferias vocacionales son una fuente de información directa y personal que tienen los siguientes objetivos:

- Asesorar a públicos que desean iniciar una nueva etapa académica en su vida.
- Proyectar la identidad de la oferta educativa y la institución, mediante el contacto cara a cara con el público.
- Ser una herramienta de promoción de las universidades, intentando despertar el interés de alumnos potenciales para que acudan a la universidad y/o conseguir una visita posterior al centro educativo (Muñoz Picó, 2015).

2.3 Consideraciones para organizar ferias vocacionales orientadas a la promoción de la educación superior

La feria vocacional requiere considerar elementos propios del mercadeo como el análisis estratégico, definido por Caldwell (2009) como “un conjunto de actividades que facilitan la concepción de estrategias y la toma de decisiones; contiene tres etapas básicas: análisis situacional, definición de objetivos y selección de estrategias, así como el diseño de los mecanismos de control de la ejecución” (p. 29), esto es importante considerarlo a pesar de que no tiene un espíritu comercial y con ánimo de lucro, como ocurre en



otros eventos feriales (Muñoz Picó, 2015). El autor dice que son eventos que buscan brindar un valor añadido a la sociedad a través del asesoramiento tanto a expositores como visitantes; por eso, deben establecerse objetivos claros de participación y realizarse una debida medición de los resultados. Otras consideraciones se enumeran a continuación:

1. Tomar en cuenta las características del público meta: La ferias vocacionales son atendidas por variedad de poblaciones como familiares, orientadores, tutores, profesores y en especial estudiantes, estos últimos son en quienes enfocan sus esfuerzos. En el caso de Costa Rica, y a nivel mundial, es importante considerar que la sociedad actual se enfrenta ante “nativos digitales” y “migrantes digitales”, los primeros son personas que, en palabras de Olivares y Quezada (2013), han nacido con una cultura tecnológica digital, este es un término acuñado por el estadounidense Marc Prensky en el 2001, mientras que los últimos son aquellas personas que han vivido diferentes cambios tecnológicos a los que han tenido que adaptarse. Esta información es importante, pues la Feria vocacional 2019 de la Universidad de Costa Rica dirige sus esfuerzos, especialmente, a personas de 16 a 18 años, que pueden describirse como nativas digitales, lo cual sugiere la necesidad de implementar estrategias de promoción combinadas con elementos tecnológicos e interactivos que forman parte de la vida y captan la atención de esta población.
2. Implementar estrategias de promoción combinadas con mercadeo experiencial: Además de promocionar productos atractivos o satisfactorios, debe añadirse un valor adicional basado en aspectos emocionales-vivenciales (Caridad, Castellano y Hernández, 2015). Las autoras explican que esta es una estrategia reciente e innovadora basada en la implicación emocional de los clientes y en la creación de experiencias ligadas al producto con el fin de despertar una situación de consumo. Mencionan, además, que en un entorno educativo los consumidores (en este caso estudiantes en su mayoría) desean aprender, por lo tanto, para lograr este propósito deben “hacer”, “sentir” y “estar”, se les debe involucrar en situaciones vivenciales que les emocione, altere su ánimo, despierte su interés y les permita participar de lo que está ocurriendo.
3. También, esta tendencia coincide con la necesidad en el ámbito educativo de abandonar modelos instruccionales tradicionales, pues tal como lo explican Caridad, Castellano y Hernández (2015), los modelos vivenciales son más complejos, permiten la interactividad, la colaboración y se abordan elementos tanto cognitivos como afectivos, que fomentan un aprendizaje activo.
4. Incorporar elementos de comunicación de mercadeo integrado (CMI): Se trata de implementar estrategias que permitan “informar”, “persuadir” y “recordar”. De acuerdo con Luna (2007), la comunicación integrada favorece la creatividad, mensajes consistentes, un mejor uso de los medios y una mayor precisión de las estrategias (citado en Caridad, Castellano y Hernández, 2015). Por lo tanto, es recomendable combinar estrategias de promoción que permitan facilitar de conocimientos teórico-prácticos y que promuevan un aprendizaje significativo en el visitante de la feria vocacional.



3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, centrado en el análisis e interpretación de datos, números, indicadores y estadísticas asociadas al objeto de estudio, asimismo, permite a quien investiga recopilar información que puede ser plasmada mediante números para su posterior análisis racional y objetivo, lo cual favorece la interpretación de la realidad (Pimienta y de la Orden, 2017).

Se destaca, de igual modo, que la investigación tuvo un alcance descriptivo donde quien investiga diseña un proceso para descubrir, por medio de datos, las características de individuos, fenómenos o grupos, las cuales le ayudan a determinar o describir comportamientos o atributos, sin dar una explicación causal de los mismos (Muñoz, 2015).

3.2 Población de estudio

La población de estudio se conformó por 36 personas que visitaron el stand de las carreras ofrecidas por la EBCI de la UCR durante la Feria Vocacional organizada por esta institución de educación superior durante los días 7, 8 y 9 de agosto de 2019. Estas personas tienen edades que oscilan, en su mayoría, entre los 18 a 22 años y se les solicitó, de manera explícita, llenar un cuestionario en línea para evaluar su experiencia durante el recorrido por el stand.

Asimismo, se consultó a 12 personas (docentes y estudiantes) que conformaron el equipo de trabajo para la organización y desarrollo de la participación de la EBCI durante la Feria Vocacional 2019, a quienes se les suministró un instrumento para conocer su opinión respecto a la planificación de la actividad.

3.3 Técnicas de recolección

Para la recolección de la información de las personas visitantes del stand se aplicó una encuesta electrónica diseñada con la herramienta Typeform (Ver anexo 1). Dicho instrumento tuvo como objetivo recopilar datos generales sobre la población en estudio, conocer su opinión acerca del stand y determinar si este había influido en su interés hacia la carrera de Bibliotecología. Se construyó con seis preguntas cerradas y una abierta, procurando que fuera un instrumento breve y sencillo de completar, porque las personas visitantes suelen disponer de poco tiempo para recorrer los diferentes puestos de la Feria Vocacional. Este cuestionario se colocó en una tableta que estuvo a disposición de cada visitante durante todos los días de la actividad.

Es importante destacar que las preguntas se redactaron con un lenguaje

sencillo y adaptado a la población de estudio meta: estudiantes que recién egresaron de la educación secundaria, y se eligió el software Typeform, pues ofrece una interfaz gráfica llamativa y la posibilidad de adaptar el instrumento a dispositivos móviles.

También, fue importante recolectar información de las personas que conformaron el equipo de trabajo para organizar desde la EBCI la Feria Vocacional 2019, aplicando una encuesta electrónica diseñada con la herramienta Google Forms (Ver anexo 2), se facilitó a través de correo electrónico y al finalizar la Feria Vocacional 2019. Este instrumento tuvo como objetivo recoger información acerca del proceso de planificación y la opinión de las personas colaboradoras sobre el material de apoyo utilizado, las estrategias desarrolladas y los posibles puntos de mejora para las próximas ferias vocacionales.

3.4 Desarrollo de las estrategias de promoción

3.4.1 Planificación de las estrategias

Para la Universidad de Costa Rica y la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información es de mucha importancia ofrecer información de calidad y una adecuada atención a las personas que acuden a la Feria Vocacional, por ende, esta es una actividad planificada con varios meses de anticipación. En el caso de la Feria Vocacional 2019, el proceso de organización inició desde febrero de ese año, cuando la Escuela de Bibliotecología seleccionó a dos docentes para que se encargaran de definir los contenidos, los medios para exponerlos y la organización de un rol de atención del puesto a cargo de personas bien informadas.

Además, desde la Vicerrectorías de Docencia y Vida Estudiantil se convocó a una reunión entre docentes encargados y la Comisión organizadora de la Feria Vocacional 2019, desarrollada en el mes de mayo y que permitió socializar información y dar directrices sobre la línea de trabajo de la Universidad para ese año. Los acuerdos tomados y que definieron el trabajo de la EBCI fueron:

1. Evitar tecnicismos durante las exposiciones.
2. Involucrar al estudiantado visitante en experiencias.
3. Decorar de manera elegante y con recursos amigables con el ambiente.
4. Diseñar recursos y material audiovisual acorde con la línea gráfica de la Universidad (Comisión Organizadora de la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019, comunicación personal, 22 de mayo de 2019).

En consecuencia, considerando las directrices anteriores y las características del público meta de esta actividad, desde la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información se trabajaron una serie de estrategias que se definen las siguientes unidades.

3.4.1.1 Manejo del discurso: Los elementos discursivos principales para abordar la promoción de la carrera de Bibliotecología pueden agruparse en: formación interdisciplinaria, dominio de las TIC; amplio conocimiento en



el tratamiento de la información y la conservación documental; destrezas para el desarrollo profesional en centros educativos; afinidad por la lectura y habilidades para la investigación. Además, existen otros temas importantes para el público meta de la Feria Vocacional, datos como los cortes del examen de admisión para la carrera, el perfil profesional, las áreas de desempeño de un profesional en Bibliotecología y datos estadísticos que muestren el estado actual del mercado laboral (Comisión Organizadora de la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica, 2019). También, fue importante incluir información sobre las actividades que organiza la EBCI y las oportunidades de desarrollo que tiene su comunidad estudiantil.

Para la elaboración de los diferentes materiales para promoción de la carrera se consultaron el perfil de ingreso, los planes de estudio, las notas de examen de admisión del año anterior y los resultados obtenidos por el Observatorio Laboral de Profesiones (OLAP) del Consejo Nacional de Rectores (CONARE) de Costa Rica, en su último estudio realizado a la profesión. Asimismo, se aprovechó la memoria fotográfica de la EBCI, su sitio web y canal en Youtube.

3.4.2 Diseño de recursos y material audiovisual para apoyar el discurso

Para comunicar al público meta toda la información recuperada se diseñaron diferentes recursos impresos, digitales y audiovisuales descritos en los siguientes párrafos.

3.4.2.1 Photo booth de fomento a la lectura: Para abordar el componente de afinidad por la lectura se diseñó un rincón literario que ilustró las labores de fomento a la lectura que se realizan desde la Bibliotecología. Dicho rincón se conformó por un asiento informal estilo poof, un roller up con un árbol impreso y el roller up con información promocional de la EBCI. También, se incluyó un cobertizo de juguete formado por piezas de rompecabezas con reproducciones del abecedario, peluches y una serie de libros infantiles. Además, se utilizó un marco decorado para que las personas visitantes pudieran tomarse fotografías en el rincón literario y, si lo deseaban, publicarlas en sus redes sociales, y de esa forma promocionar la carrera en forma virtual.

3.4.2.2 Tour virtual con fotografías esféricas 360°: con la finalidad de que las personas visitantes a la Feria Vocacional pudieran conocer de cerca las instalaciones de la EBCI se diseñó un tour virtual del edificio de la Escuela con la técnica de fotografía esférica 360°. Esta técnica consiste en:

la generación de imágenes equirectangulares, es decir, “fotografías cuyo ancho es exactamente el doble que su alto” (Toro, Comunicación personal, 6 de julio de 2018) que, al ser reconocidas por programas especiales, puedan emular el recorrido visual que una persona haría de forma natural si se moviera sobre su propio eje mientras observa el escenario que lo rodea (Guadamuz-Villalobos, 2019, p. 12).

El tour incluye la reproducción de tres espacios diferentes, estos son el exterior de la EBCI, y el primer y segundo piso de su planta física. Las fotografías tomadas se combinaron en el software libre Hugin, posteriormente, se creó un recorrido virtual a través de la aplicación gratuita Roundme. Dicha aplicación permite crear recorridos vinculando distintas fotografías, además, posibilita la visualización a través de un explorador de la Internet o a través de unos lentes de realidad virtual. Después, utilizando un teléfono móvil con



giroscopio y unos lentes de realidad virtual, se mostró en la Feria Vocacional el recorrido virtual del edificio.

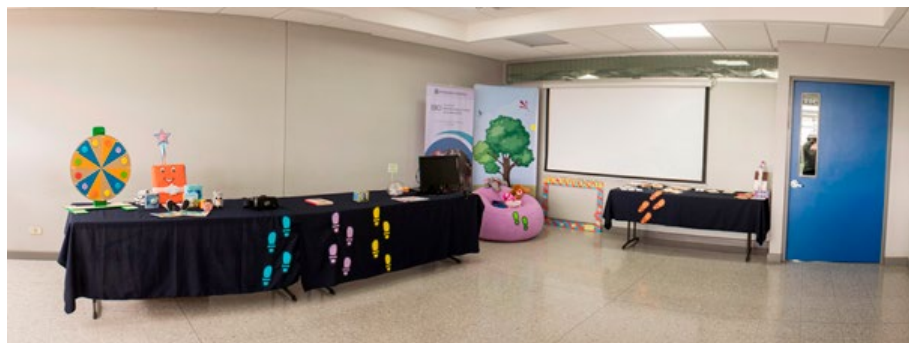
3.4.2.3 Mini taller de reparación de libros: Para exponer el área sobre tratamiento de la información y la conservación documental, se colocó un espacio con libros dañados por factores biológicos y humanos (hongos, rayones con lápiz, entre otros). Dicho espacio se equipó con herramientas que se utilizan en procesos de restauración de material bibliográfico impreso. De esta manera, se ofrecieron demostraciones y las personas visitantes pudieron experimentar y poner en práctica algunos de los conocimientos adquiridos.

3.4.2.4 Libro con realidad aumentada: Con el objetivo de ilustrar el dominio de las TIC se identificó un libro con realidad aumentada. Dicho libro se titula "Fuego lento", escrito por la autora costarricense Jessica Clark y publicado en el año 2013 por la Editorial Costa Rica. La obra incluye diferentes imágenes que, al ser leídas con un dispositivo móvil, permite observar animaciones que emergen del papel. Fue necesario utilizar una tableta con sistema operativo Android con la aplicación A fuego lento, para realizar la lectura del material de realidad aumentada.

3.4.2.5 Cubo de la Bibliotecología y la investigación: Finalmente, se realizó una investigación documental con fuentes confiables para detectar seis casos reales y curiosos donde la biblioteca y la investigación hayan sido cruciales para resolver algún problema de la realidad y se colocó una fotografía alusiva al caso en cada una de las caras de un cubo de colores. De esta manera, se invitó a cada visitante a lanzar el cubo y se les narró una breve historia según la fotografía que aparecía en la cara superior del mismo. En esta dinámica se incorporó una estrategia lúdica y vivencial para acercar a la personas visitantes a la importancia de la investigación para el desarrollo y presentarla como una competencia propia del profesional en Bibliotecología. Los casos presentados narraron vivencias de personajes reconocidos nacional e internacional en las áreas tecnológica, empresarial, cinematográfica, científica, periodística y legislativa.

Estos cinco recursos creados se situaron en un stand conformado por tres mesas grandes, dos de las cuales se dedicaron a los recursos del cubo, tour virtual y libro de realidad aumentada, y la restante se utilizó para el mini taller de reparaciones de libros. En la figura 1 puede apreciarse el stand completo con todos los recursos diseñados:

FIGURA 1. STAND DE EXPOSICIÓN DE LAS CARRERAS OFRECIDAS POR EBCI EN LA FERIA VOCACIONAL 2019 DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA



Fuente: Elaboración propia

Para facilitar la participación de las personas visitantes en cada una de estas estaciones se diseñó una ruleta en lámina MDF, la cual permitió ubicar a cada participante en las diferentes estaciones (Ver figura 2):

FIGURA 2. RULETA PARA LA UBICACIÓN DE VISITANTES



Fuente: Elaboración propia

3.4.2.6 Material adicional de promoción: Presentación con diapositivas: Parte de la dinámica que se desarrolla en un stand para Feria Vocacional consiste en que estudiantes y profesores de la carrera interactúen con las personas interesadas, brindando breves exposiciones sobre la profesión, los cortes de ingreso, el mercado laboral y el perfil de ingreso. Para lograrlo, se diseñó una presentación en Google Drive, que consta de 10 diapositivas con toda la información requerida. Algunas de las diapositivas solamente tienen información gráfica para que funcione como apoyo visual al discurso oral de cada colaborador del stand.

3.4.2.7 Material adicional de promoción: Infografías: Para abordar el componente de la situación actual del mercado laboral se imprimió la infografía diseñada por OLaP (Observatorio Laboral de Profesionales del Consejo Nacional de Rectores), que muestra estadísticas de empleabilidad, datos demográficos y salario promedio de la carrera. Dicha impresión se emplastó y se puso a disposición de los colaboradores del stand para que pudiera ser utilizada como apoyo visual en las exposiciones.

3.4.2.8 Material adicional de promoción: Video “¿Por qué estudiar Bibliotecología?”: Para transmitir información sobre la situación actual del mercado laboral y los diferentes ámbitos donde se puede desempeñar una persona profesional en Bibliotecología se creó un video con entrevistas realizadas a siete profesionales de diferentes ámbitos laborales respondiendo a las preguntas ¿Cuál es su nombre? ¿Dónde trabaja? y ¿Por qué recomendaría estudiar Bibliotecología? El video fue publicado en el canal oficial de YouTube de la EBCI, puede ser visto en el siguiente enlace: <https://youtu.be/5LcrFOzZuVc>, y fue proyectado en la pizarra del aula asignada para la ubicación del stand.

3.4.2.9 Material adicional de promoción: Colección fotográfica: con el fin de mostrar las oportunidades de desarrollo académico de los estudiantes de la



carrera se compiló una colección de 12 fotografías para ser expuestas en una pantalla LED. Esta proyección visualizaba fotografías ilustrativas de talleres de reparación de documentos, visitas guiadas a centros de investigación, actividades de fomento a la lectura, encuentros académicos y cursos de actualización profesional.

3.4.2.10 Material adicional de promoción: Dewey de la suerte: Se diseñaron y entregaron pequeños libros que contenían códigos QR con enlaces a las redes sociales y planes de estudio de las carreras, además de mensajes cortos motivacionales. A estos libros se les llamó “Dewey de la Suerte” aludiendo a Melvin Dewey como referente importante de la disciplina, por sus aportes al área de referencia y al tratamiento documental. Se eligió este recurso como un elemento informativo creativo, de bajo costo y que permitió reducir la impresión de material divulgativo, ya que por disposiciones de la organización debían implementarse prácticas para apoyar el desarrollo sostenible, especialmente en lo que respecta al eje ambiental.

3.4.2.11 Material adicional de promoción: Libros y recursos para el fomento de la lectura: Para apoyar los componentes de destrezas para el desarrollo profesional en centros educativos y de afinidad por la lectura, se tuvieron en exhibición diversos libros infantiles y recursos manuales elaborados por estudiantes de la carrera, algunos contruidos a partir de materiales reciclados. A las personas visitantes se les explicó la importancia de las actividades prácticas y la utilización de elementos visuales para incentivar el aprendizaje y gusto por la lectura.

3.4.2.12 Material adicional de promoción: Publicaciones en redes sociales: Como parte de la promoción y comunicación de las actividades realizadas en el marco de la Feria Vocacional 2019, durante el evento se publicaron fotografías y textos divulgativos para dar a conocer a la comunidad las diferentes iniciativas emprendidas por la EBCI en esta actividad.

3.4.3 Ejecución de las estrategias

Simultáneamente, se organizaron dos reuniones con el equipo de trabajo que apoyó la participación de EBCI en la Feria Vocacional, dicho equipo se conformó con once docentes y cinco estudiantes. Ambas reuniones se planificaron con antelación para dar a conocer la logística de la actividad, comunicar las estrategias de promoción de la carrera, distribuir información sobre seguridad durante el evento, coordinar la asistencia de las personas que estuvieron en el stand y facilitar toda la información necesaria para que la actividad se pudiera mantener de forma activa durante los tres días de ejecución.

3.5 Procedimiento de análisis

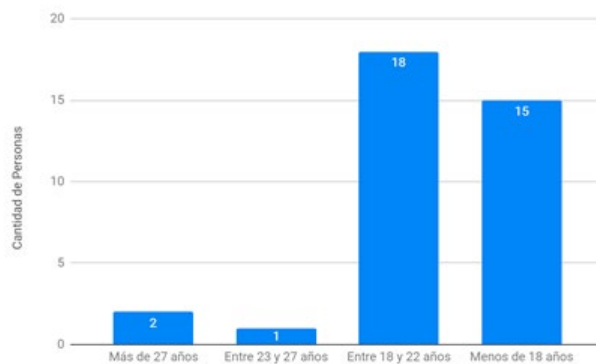
Durante la participación de la EBCI en la Feria Vocacional 2019 se facilitó una encuesta electrónica para que las personas visitantes ofrecieran una breve evaluación de la experiencia en su recorrido por el stand, los datos obtenidos se procesaron a través de un análisis descriptivo. Respecto a la encuesta aplicada al equipo de trabajo, se siguió el mismo procedimiento de análisis anterior. Por lo tanto, para ambos instrumentos se generaron gráficos que analizan los resultados obtenidos.

4. RESULTADOS

Los resultados de la encuesta aplicada a las personas visitantes al stand de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información durante la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019 quedan reflejados en esta sección.

Ante la pregunta: ¿Cuál es tu edad?, la mayoría de visitantes se encuentra entre menos de 18 a los 22 años, este rango de edades identifica a aquellas personas que podrían haber terminado sus estudios de secundaria y que desean comenzar estudios superiores, no obstante, en este grupo también podrían identificarse personas que han comenzado su preparación universitaria y desean diversificar su formación (Ver figura 3).

FIGURA 3. EDADES DE LAS PERSONAS VISITANTES AL STAND DE LA EBCI



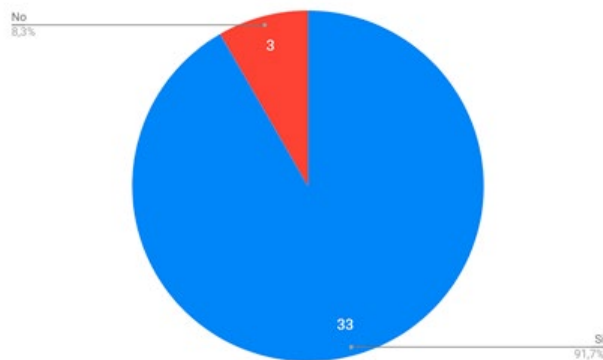
Fuente: Elaboración propia, 2019

En segundo lugar, se identifican a personas con menos de 18 años, por lo que se infiere que se trata de estudiantes a punto de terminar sus estudios de secundaria. Ambos grupos etáreos conforman la mayoría del público meta, por lo que el diseño de experiencias para la exposición de las carreras en feria vocacional debe tomar en cuenta sus hábitos de consumo de información, las redes sociales que visitan los costarricenses de estas edades y los intereses que tienen en común.

También, se consultó si era la primera vez que los visitantes estaban en una feria vocacional de la Universidad de Costa Rica, y es posible ver que el 91.7% de las personas respondió que sí (Ver figura 4).



FIGURA 4. ¿ES TU PRIMERA VEZ EN UNA FERIA VOCACIONAL DE LA UCR?



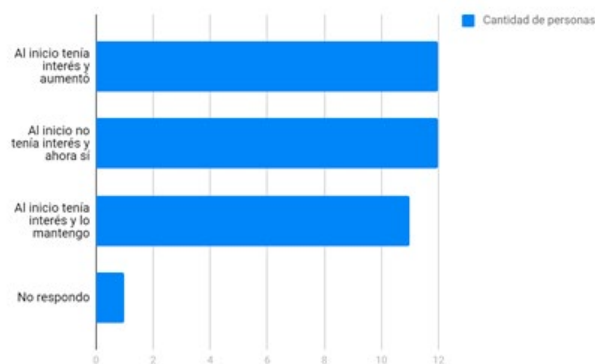
Fuente: Elaboración propia, 2019

Dicha situación permite estimar que las personas visitantes no están familiarizadas con la dinámica organizacional de la Universidad de Costa Rica, por lo que resulta importante apoyar el discurso de las carreras con información básica sobre la institución, sus procesos de matrícula y admisión, los programas de beca y los beneficios de que goza la comunidad estudiantil.

Ante las preguntas: ¿Qué te pareció el puesto de la Escuela de Bibliotecología?, ¿Fue más fácil entender la carrera al participar en actividades? y ¿Recomendarías este stand a alguien más?, el 100% manifestó en las tres preguntas que les gustó, que sí fue más sencillo comprender la carrera al visitar el stand y que recomendarían a otros su visita. Estos resultados muestran las posibilidades de atracción, interacción y aprendizaje que las experiencias vivenciales pueden provocar en un público determinado.

En el caso de la pregunta: ¿Cómo te sientes después de pasar por el stand?, 12 personas manifestaron tener interés al inicio y aumentarlo, 12 personas expresaron que al inicio no tenían interés y ahora sí, 11 dijeron tener interés y mantenerlo y una persona no respondió (Ver figura 5).

FIGURA 5. ¿CÓMO TE SIENTES DESPUÉS DE PASAR POR EL STAND?



Fuente: Elaboración propia, 2019

La capacidad de influir en el interés de las personas visitantes, de forma tal que se aumentara e incluso que se lograra obtener nuevos adeptos a la carrera no solo evidencia el cumplimiento de los objetivos promocionales que tiene la feria vocacional para la Unidad Académica, sino, también, señala los alcances que pueden lograrse al incluir experiencias vivenciales en procesos de promoción y mercadeo.

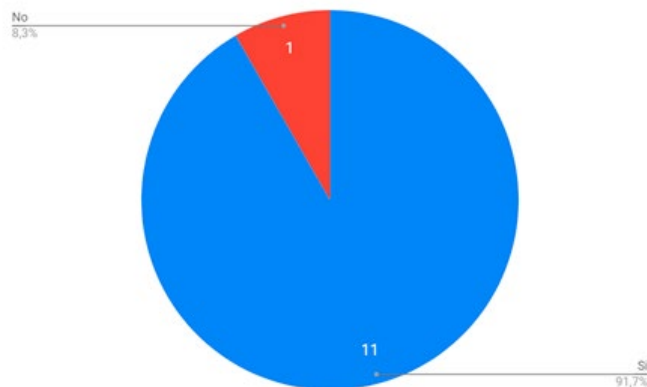
La encuesta culminó con una pregunta abierta, sobre algún comentario que desearan expresar. Es importante mencionar que 14 personas respondieron y expresaron su agradecimiento por la información brindada y expresaron que habían recibido una excelente atención durante su visita. Entre las opiniones recolectadas se mencionan: “Excelente atención” (pregunta 7, respuesta 23), “Todo estuvo muy bien” (pregunta 7, respuesta 31), “Nos vemos el otro año” (pregunta 7, respuesta 14) y “Todo muy bonito e interesante” (pregunta 7, respuesta 7).

Dichas respuestas reflejan la disposición positiva que tuvieron las personas visitantes ante todas las experiencias ofrecidas en el stand. Cabe destacar que, además de manifestar en repetidas ocasiones sentirse bien atendidas, las personas que se informaron sobre las carreras calificaron la información obtenida como interesante, incluso, manifestaron su voluntad de ingresar a la carrera el próximo año.

Los resultados de la encuesta aplicada al equipo de trabajo de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información durante la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019 se explican en los siguientes párrafos.

Ante la pregunta: ¿Considera que la planificación del stand de EBCI para la Feria Vocacional 2019 se realizó con suficiente antelación?, el 91.7% de las personas consultadas contestó que sí (Ver figura 6).

FIGURA 6. CANTIDAD DE COLABORADORES QUE CONSIDERAN SUFICIENTE EL TIEMPO DE PLANIFICACIÓN DEL STAND DE EBCI



Fuente: Elaboración propia, 2019

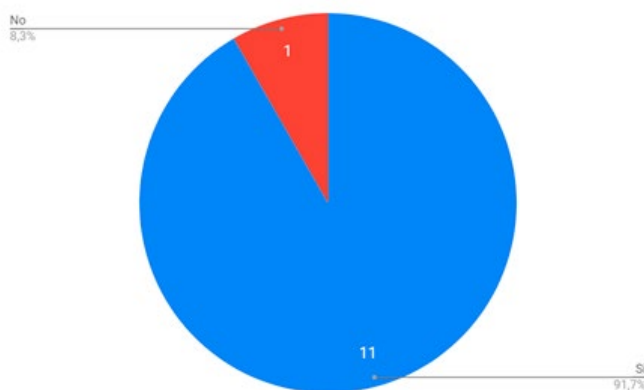
Es importante indicar que las reuniones de planificación y el envío de correos informativos comenzaron a realizarse tres meses antes, no solo con el fin de lograr una buena coordinación, sino, también, con el objetivo de contar con suficiente tiempo para la elaboración de los recursos de apoyo.

Seguidamente, en la pregunta: ¿Considera útil el material de apoyo a los expositores que se facilitó previo a la Feria Vocacional 2019? (Cuadro de distribución de roles, explicación del cubo, protocolo de emergencias,

presentación, guión para presentación y rúbrica para concurso), el 100% contestó que sí. Es decir, las personas colaboradoras del stand encontraron en la documentación enviada por correo electrónico y en la información brindada en las reuniones de coordinación un apoyo oportuno para guiarse en la dinámica de acción del stand y el uso de los diferentes recursos para la exposición del discurso.

Además del material diseñado para apoyar a las personas colaboradoras, la coordinación de la EBCI para Feria Vocacional comunicó todos los avances logrados en la elaboración de recursos para el stand, las indicaciones logísticas para la participación de la EBCI, las convocatorias de reuniones y la explicación detallada de cada uno de los recursos diseñados y cómo utilizarlos. Al respecto, el 91,7% de las personas consultadas, en la pregunta: ¿Cómo calificaría la comunicación de las ideas que se plantearon para la participación de EBCI en la Feria Vocacional 2019?, indicaron que fue “Buena”, mientras que el 8,3% la calificó como “Regular” (Ver figura 7).

FIGURA 7. CANTIDAD DE COLABORADORES QUE CONSIDERAN BUENA LA COMUNICACIÓN DE LAS IDEAS PLANTEADAS PARA LA PARTICIPACIÓN DE EBCI EN LA FERIA VOCACIONAL



Fuente: Elaboración propia, 2019

Aunado a estas afirmaciones, todas las personas colaboradoras consideraron pertinentes las dos reuniones de planificación sobre la participación de EBCI en la Feria Vocacional 2019. Estas fueron realizadas los días 24 de junio y 5 de agosto del año 2019.

También, se les solicitó a las personas entrevistadas sus observaciones sobre la organización de la participación de EBCI en el evento. Entre las respuestas ofrecidas destacan:

Como siempre, es una lástima que no todos los profesores se involucren, para equilibrar el esfuerzo. Espero con los años y con profesores nuevos logremos un verdadero grupo de respaldo y colaboración para estas actividades (Pregunta 5, respuesta 1).

Dicha opinión refleja la necesidad de involucrar la mayor cantidad de actores posibles, con el fin de poder desarrollar actividades más complejas y que requieran mayor planificación. Otra de las opiniones indica:

Sería conveniente que a pesar de ya tener actividades planeadas,

en las reuniones previas se pudiese considerar modificaciones de actividades o cambio de las mismas, con mayor antelación. Debido a que quizás el resultado de algunas actividades no era el deseado y no lograba llamar tanto la atención como otras (Pregunta 5, respuesta 2).

Al respecto, merece la pena reflexionar sobre las posibilidades de mejora para futuras experiencias, ya que el evento, al desarrollarse únicamente tres días seguidos, ofrece pocas posibilidades para realizar cambios significativos sobre la marcha de la actividad, no obstante, todas las observaciones recolectadas en el cuestionario se tomarán en cuenta en futuras ediciones.

Finalmente, en la pregunta: ¿Qué ideas propondría para futuras participaciones de la EBCI en la Feria Vocacional?, destacaron las siguientes respuestas: “Simular una pequeña biblioteca e incluir más tecnología” (Pregunta 6, respuesta 3), “Hacer obsequios o un sorteo de algún libro o material como promoción a la lectura” (Pregunta 6, respuesta 3) y “Utilización de otros tipos de recursos tecnológicos porque llaman mucho la atención y más actividades que involucren a los visitantes”. (Pregunta 6, respuesta 4).

Dichas opiniones ponen en evidencia la preferencia del uso de la tecnología y la planificación de actividades que involucren a las personas visitantes en experiencias. Es importante llamar la atención del público meta mostrando el vínculo que existe entre las carreras ofrecidas por EBCI y las TIC, así mismo, las actividades que invitan a la interacción entre colaboradores, visitantes y recursos innovadores se perciben como oportunidades para mejorar la promoción de la profesión.

5. CONCLUSIONES

Con la participación de la EBCI en la Feria Vocacional de la Universidad de Costa Rica 2019, se concluye que en este tipo de actividades es relevante implementar estrategias de divulgación innovadoras y que involucren a las personas visitantes en distintas experiencias. Estas estrategias conllevan un proceso de planificación detallado, organizado estratégicamente, que debe considerar las características del público meta y las posibilidades de la unidad académica organizadora en cuanto a recursos económicos, tecnológicos, didácticos, de espacio, tiempo y de talento humano.

Ofrecer experiencias y divulgar la información sobre la oferta académica de una manera interactiva y vivencial contribuye al aprendizaje significativo de las personas visitantes, ya que adquieren un papel activo, se despierta la curiosidad y una oportunidad de diálogo más fluido entre las personas informantes y visitantes. Asimismo, hacerlo de esta manera puede incluso cambiar la percepción de las personas visitantes sobre la carrera y abre la posibilidad de erradicar mitos sobre ella.

Es importante analizar las características del público meta de toda estrategia de divulgación. En este caso, las estrategias de divulgación de la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información se orientaron, principalmente, a personas nativas y migrantes digitales, por lo tanto, fue muy importante y significativa la incorporación de tecnología para este propósito.



Estas estrategias implican una logística importante y del trabajo en equipo de personas organizadoras, docentes y estudiantes. Estas personas deben trabajar en conjunto para planificar actividades, diseñar material divulgativo, lúdico, didáctico, preparar espacios, coordinar con personas tomadoras de decisiones y para participar de la implementación de las estrategias propiamente dichas durante el desarrollo de la feria vocacional. Se destaca que estas deben ser personas comprometidas, con facilidad de diálogo y con conocimiento sobre la carrera.

A raíz de la experiencia como coordinadores de la participación de la EBCI en la Feria Vocacional 2019 de la Universidad de Costa Rica, las personas autoras de este artículo destacan, en primer lugar, la importancia de implementar estrategias de promoción que involucren en experiencias a la comunidad estudiantil que asiste a la feria, ya que las vivencias conllevan a un aprendizaje más significativo; es importante, además, que se complementen las experiencias con el uso de tecnología, considerando que en la actualidad la mayoría de asistentes a este evento son personas nativas digitales, por ende, deben tomarse en cuenta sus intereses para ofrecerles productos de valor. Sumado a esta realidad, es relevante destacar que estas estrategias implican una mayor logística y planificación, de manera que se puedan implementar un análisis estratégico se vuelve fundamental para que estas actividades se desarrollen de la mejor manera y se alcancen los objetivos esperados.

Es importante mantener una comunicación constante y asertiva con las personas organizadoras del evento, el personal docente, estudiantes colaboradores y otros actores que puedan intervenir en el proceso, ya que este tipo de actividades requiere de una alta participación de recurso humano debido a las posibilidades de interacción que no pueden ser superadas por los recursos, lúdicos, tecnológicos y audiovisuales.

Igualmente, se recomienda diseñar un discurso claro y constante, alcanzar una coordinación entre las diversas herramientas y recursos informativos, además de consultar fuentes confiables y apoyarse en la información facilitada por organizaciones reconocidas en el campo laboral con el fin de comunicar mensajes actuales y de relevancia para las personas que visitan el stand. En este aspecto es también fundamental que las personas que apoyan como expositoras en la feria vocacional estén muy bien informadas sobre la carrera y la dinámica general de funcionamiento de la universidad, ya que estas son dudas comunes entre la comunidad de visitantes.

En el futuro, se recomienda continuar desarrollando estrategias vivenciales, además de implementar un prototipo de biblioteca física y digital que le permita al visitante manipular recursos y comparar la biblioteca tradicional con las tendencias.

Finalmente, para la Escuela de Bibliotecología es una oportunidad el considerar llevar la feria vocacional a las aulas del estudiantado que está culminando sus estudios de secundaria. Para estos efectos es importante establecer alianzas con centros educativos públicos y privados que ya organizan eventos para ayudar a sus estudiantes en el complejo proceso de decisión vocacional.



6. AGRADECIMIENTOS

Las personas autoras de este artículo agradecen a la dirección de la Escuela de Bibliotecología por el apoyo brindado para diseñar los diferentes recursos y estrategias que apoyaron la promoción de la carrera de bibliotecología durante la Feria Vocacional 2019, asimismo, extienden su agradecimiento a los docentes y estudiantes que conformaron el equipo de trabajo y que colaboraron en los procesos de planificación, ejecución de la feria y brindando retroalimentación para futuras actividades de promoción de la EBCI.

7. REFERENCIAS

- Caridad, M., Castellano, M.I. y Hernández, M.F. (2015). Marketing experiencial para la promoción del proceso educativo a nivel de pregrado: Un estudio de dos universidades privadas. *Investigación y reflexión*, 23(2), 81-95. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/909/90943601006.pdf>
- Caldwell, E.G. (2009). *Mercadotecnia de productos y servicios sociales: principios tácticos y estratégicos*. Costa Rica: Editorial UCR
- Guadamuz-Villalobos, J. (2019). *Creación de un libro álbum con realidad aumentada de la obra La guardiana de la naturaleza y sus amigos salvan el río como apoyo al proyecto Verde que te leo verde de la Fundación Leer / IBBY Costa Rica* (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica. Recuperado de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/79140>
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación: Ciencias sociales*. México: Oxford University Press
- Muñoz Picó, Z. (2015). *Las ferias como herramienta de comunicación y promoción del sector educativo, una aproximación al marketing ferial universitario en España, el caso de Aula, Talent y Unitour Valencia 2012* (Tesis doctoral). Recuperado de <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/704>
- Niño Lara, M.E. y Miranda Jaramillo, C.J. (2012). La importancia de la orientación vocacional para el adolescente. *Presencia Universitaria*, 2(4), 14-20. Recuperado de http://eprints.uanl.mx/3109/1/La_importancia_de_la_orientacion_vocacional_para_el_adolescente.pdf
- Olivares, M. y Quezada, J. (2013). Impacto de las ferias vocacionales en la orientación vocacional. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 2(1), 83-91. Recuperado de http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2013/4_olivares.pdf
- Pérez Guzmán, A. (2012). *Origen y evolución de la bibliotecología en Costa Rica*. San José, Costa Rica. Colegio de Bibliotecarios de Costa Rica
- Pimienta, J.H. y de la Orden, A. (2017). *Metodología de la investigación* (3 ed.). México: Pearson Educación.



Sánchez García, M.F. (2017). Marco conceptual de la orientación para el desarrollo profesional y personal. En Sánchez García, M.F. (coord.), *Orientación profesional y personal* (pp. 15-39). Madrid, España: UNED.

Universidad de Costa Rica. Oficina de Orientación. (2019). *Feria vocacional UCR* [Sitio web]. Recuperado de <http://orientacion.ucr.ac.cr/feria-vocacional/>

Ureña Salazar, V. y Barboza Arrieta, C. (2015). Aportes de la orientación vocacional en el contexto laboral. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 15(1), 1-21. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/447/44733027040.pdf>

8. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta electrónica aplicada a las personas visitantes al stand de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información durante la Feria Vocacional 2019 de la Universidad de Costa Rica: <https://daniela662.typeform.com/to/PWlIjb>

Anexo 2: Encuesta electrónica aplicada a las personas que conformaron el equipo de trabajo para planificar la participación de la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información en la Feria Vocacional 2019 de la Universidad de Costa Rica: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScV5QiAACdHM7TgLTpCrkGo0m3zN7n67qvSHIRrhIOSeaGQfQ/viewform>





2011-2013

Creación de e-Ciencias de la Información como una nueva alternativa, que responde a un contexto marcado por una mayor apertura, flexibilidad y rigurosidad en la publicación científica.



2014-2016

Ingresa a bases de datos de prestigio y calidad como Scielo, DOAJ, Redalyc y otros. Amplía sus horizontes usando como gestor editorial el software OJS y publica en PDF, HTML y EPUB.



HOY

Se encuentra en el cuartil A del UCRIIndex y en el Catálogo Latindex con una calificación perfecta, e ingresa al Emerging Source Citation Index de Thomson Reuters.

Revista e-Ciencias de la Información

¿Dónde se encuentra indexada e-Ciencias de la Información?



Para más información ingrese a nuestra [lista completa de indexadores](#)

¿Desea publicar su trabajo?
Ingrese [aquí](#)

O escribanos a la siguiente dirección
revista.ebci@ucr.ac.cr