ORGANIZACIÓN RESPONSABLE

Biblioteca Popular 9 de Julio

ORGANIZACIONES ASOCIADAS

Subsecretaría de Juntas Vecinales. Municipalidad.

Junta Vecinal del Barrio 3 de Caballería.

Junta Vecinal del Barrio Cantera.

Junta Vecinal del Barrio Vallejos.

LOCALIDAD

San Martín de los Andes

NOMBRE DEL PROYECTO

Libros puerta a puerta.

SÍNTESIS

El proyecto consiste en realizar una campaña de difusión de la lectura en barrios periféricos, difundiendo a la vez las actividades que realizan las Bibliotecas Populares de la ciudad, y fomentando la participación ciudadana.

MONTO TOTAL SOLICITADO: $ 50.000

I) Información institucional

Nombre de la organización: **Biblioteca Popular 9 de Julio.**

Tipo de personería jurídica: Asociación civil sin fines de lucro. Tiene Personería Jurídica por Decreto Provincial N° 4489/87.

CUIT N° 30-67258608-5

Domicilio: Gral. Roca 1223, C.P. 8370, San Martín de los Andes. NEUQUEN

Teléfonos: 02972 429149 / 421410

Correo electrónico: bp9jul@smandes.com.ar

Fecha de inicio de las actividades:

4 de noviembre de 1917

Misión de la organización:

1- Promover la lectura creativa y reflexiva;

2- Brindar a la comunidad espacios y otros recursos para el desarrollo de actividades que favorezcan el acceso al arte y la cultura;

3- Fomentar el conocimiento, cuidado y respeto por la historia de la ciudad y su patrimonio cultural.

Representante legal

Santos, Gustavo Daniel.

Cargo: Presidente.

Tipo y número de documento: DNIº 20.567.261

Teléfono celular: 029415 4297635

Correo electrónico: gustavos@smandes.com.ar

II) Contexto (destinatarios)

El programa abarcará 5 barrios periféricos que se encuentran en un radio de 1 km, tomando como centro la biblioteca. Estos barrios son: Parque Sur, Vallejos, 3 de Caballería, Buenos Aires Chico y Cantera. En todos los casos se trata de barrios espontáneos, con poblaciones en situación de riesgo ambiental, ubicados en laderas escarpadas, y con poblaciones vulnerables.

III) Proyecto (descripción)

El proyecto Libros puerta a puerta tendrá dos pilares:

1. Circulación de libros y difusión de servicios de la biblioteca. Puesta en circulación de una cantidad de libros que se ofrecerán en todos los domicilios de los 5 barrios a visitar. Los libros tendrán una etiqueta que informará sobre el programa. El vecino que elija un libro para leer recibirá también un díptico con información básica sobre la biblioteca, y un carnet de "lector invitado". Con la devolución del libro el carnet se activará, con un crédito a su favor de hasta 3 cuotas pagas. Esto quiere decir que el vecino podrá utilizar sin costo todos los servicios que la biblioteca ofrece a sus socios durante ese tiempo (3 meses). Como actividad complementaria, al momento de activar el carnet de "lector invitado", se le hará una presentación de la Biblioteca Popular con el objetivo de que, además de poner a su disposición la colección, se lo interiorice sobre el resto de los servicios, actividades y espacios (gratuitos, en su mayoría) que esta ofrece.

Por otra parte, los libros recuperados serán puestos nuevamente en circulación.

2. Participación ciudadana. Se espera que un número de vecinos continúe asociado a la biblioteca luego de los 3 meses, incorporándose al padrón de socios activos. A estos nuevos socios se los invitará a una reunión especial para informarlos sobre la gestión de la biblioteca, y la importancia de la participación comunitaria. Del mismo modo, se los invitará especialmente a la próxima asamblea ordinaria.

IV) Fundamentación-Definición del problema

Los sectores de mayor vulnerabilidad social son, por diversos motivos, los que menor acceso tienen a los bienes culturales. Esto, sumado al hecho de que el hábito de la lectura se esté perdiendo (tendencia que parece ser universal, según lo indican varias estadísticas nacionales y mundiales) dificulta aún más que dichos sectores obtengan las ventajas que ofrece la lectura: a través de ella, podemos transformar nuestra realidad.

Como cada vez hay menos lectores, hay por ende cada vez menos socios activos en las bibliotecas. Pretendemos, con esta campaña, revertir localmente la situación. Se trata de una apuesta fuerte que pretende llevar un mensaje y una propuesta a cada integrante de la comunidad de un modo directo. El mensaje principal se refiere a las ventajas que ofrece la lectura y la propuesta es, precisamente, invitar al vecino a que lea y conozca la labor de las Bibliotecas Populares.

V) Objetivo general: Incentivar y facilitar, a los barrios Parque Sur, Vallejos, 3 de Caballería, Buenos Aires Chico y Cantera, de la localidad San Martín de los Andes, el acceso a la cultura letrada y a los servicios de la Biblioteca Popular 9 de Julio, a través de fuerte campaña de difusión de la lectura y de asociación gratuita.

VI) Objetivos específicos:

1. Realizar una fuerte campaña de difusión de la lectura en poblaciones de barrios periféricos, facilitando el acceso a los bienes culturales a través de la distribución de libros y la asociación sin costo a la biblioteca.

2. Difundir los espacios y servicios gratuitos que ofrece la Biblioteca Popular 9 de Julio.

3. Fomentar la conciencia de participación ciudadana en los barrios.

VII) Etapas, actividades

ETAPA	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
1) Meses 1 y 2. **Visitas a los domicilos.**	1. Logística de visitas.	Coordinador general y asistente social.
	2. Visitas a los domicilios. Entrega de libros e información.	Promotores culturales: una persona de la biblioteca y un referente barrial joven (un referente por barrio).
2) Meses 1 a 5. **Lectores invitados.**	3. Recepción de los libros y recirculación.	Personal de atención al público de la biblioteca. Coordinador general.
	4. Activación de carnets de "lectores invitados". Información sobre espacios y servicios.	Personal de atención al público de la biblioteca.
3) Mes 5. **Reunión con nuevos socios.**	5. Reunión informativa con nuevos socios: qué es la biblioteca, importancia de sostenerla entre todos, etc.	Autoridades de la biblioteca, coordinador general del proyecto, asistente social.
4) Mes 5. **Balance.**	6. Balance general.	Todo el equipo.

VIII) Presupuesto del programa (Financiamiento)

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	APORTES PROPIOS	APORTES SOLICITADOS	TOTAL
Incentivo a promotores culturales	5 promotores culturales (uno por barrio): 10 jornadas de 4 horas, a distribuir equitativamente, dependiendo del tiempo que lleve cada barrio. Costo del incentivo: $ 100 por hora.		$20.000	**$20.000**
Coordinador general		$5.000		**$5.000**
Asistente social		$3.500		**$3.500**
Canasto para libros		$550		**$550**
Mochila		$900		**$900**
Diseño gráfico	Diseño gráfico de dípticos y etiquetas	$1.500		**$1.500**
Buzos con identificación	5 buzos, uno por promotor. Costo de c/u con estampado identificatorio: $1.200		$6.000	**$6.000**
Díptico con información	300 dípticos tamaño 20 x 15 cm (abierto) full color		$3.340	**$3.340**
Libros	150 libros. Costo promedio de cada uno: $200.	$ 15.000	$ 6.660	**$31.660**

Etiquetas autoa-dhesivas libros			$2.500	**$2.500**
Registro audiovisual del proyecto	Cobertura del programa con fotografías, filmación, edición de video, etc.	$6.000		**$6.000**
Refrigerio	Refrigerio para cada jornada de trabajo, incluye reuniones de etapas 3 y 4.		$1.500	**$1.500**
TOTALES		**$33.450**	**$50.000**	**$83.450**

X) Evaluación

A través de nuestro sistema de registro de socios, evaluaremos cuántas de las personas que recibieron los libros viajeros se han acercado a la biblioteca para activar su carnet de socio. A partir de estos resultados, y de las observaciones que se realicen en el trabajo de campo por parte de los culturales, podremos realizar una evaluación en el momento para ver si nuestra estrategia de difusión de la lectura es efectiva o si necesita un cambio.

También llevaremos un registro de libros entregados, que servirá para la evaluación final, para ver a cuantos hogares llegamos. Y este registro, junto con el de socios, nos dará un resultado concreto de la efectividad de la campaña.

IX) Sustentabilidad

La Biblioteca Popular 9 de Julio asume el compromiso de destinar un monto para financiar parte de las campañas siguientes. Y buscará financiamiento de empresas locales que puedan cubrir los costos faltantes que correspondan.

Destacamos que parte del material será reutilizable (libros, canastos, etc.). Contar con los resultados de esta primera campaña permitirá ajustar parámetros y aspectos de logística para repetir la experiencia en el próximo año.