

# **Análisis de los contenidos e imágenes de los sitios web de las bibliotecas universitarias utilizados para la promoción de la alfabetización informacional a nivel mundial**

María Pinto\*

Alejandro Uribe-Tirado\*\*

Ramón Alberto Manso Rodríguez\*\*\*

*Artículo recibido:*

*4 de mayo de 2023*

*Artículo aceptado:*

*30 de agosto de 2023*

*Artículo de investigación*

## **RESUMEN**

Se analiza la información de sitios web de bibliotecas universitarias a nivel mundial, los contenidos e imágenes utilizados para la promoción de los servicios-programas de alfabetización informacional (ALFIN). El estudio pretende, por un lado, conocer cómo gestionan las bibliotecas universitarias (BU) su identidad visual relacionada con ALFIN, qué elementos emplean (figuras, logos, infografías, videos) y cómo, ante los retos (noticias falsas *-fake news-*, minería de datos, ciencia abierta, inteligencia artificial) van actualizando sus

\* Grupo de Investigación "e-*INFOSFERA*", Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Granada, España  
mpinto@uqr.es

\*\* Grupo de Investigación "Información, conocimiento y sociedad", Escuela Interamericana de Bibliotecología, Universidad de Antioquia, Colombia  
alejandro.uribe2@udea.edu.co

\*\*\* Centro de Investigación y Promoción Cultural Samuel Feijóo, Cuba  
cfeijoodir@cenit.cult.cu

contenidos e imágenes; y por otro, identificar las BU que ofrecen mejores prácticas en el desarrollo de contenidos e identidad visual de ALFIN. Los datos se recogieron en línea desde el «Mapa ALFIN en Iberoamérica y el mundo». Se creó una base de datos conforme a sus características formativas, y un banco de imágenes con información completa y estructurada sobre los elementos de identidad visual, que permitieran el análisis de contenido y visual. Los resultados proporcionaron una radiografía del grado de desarrollo que tienen estos servicios-programas, en relación con su contenido y la promoción de ALFIN mediante el uso de imágenes específicas. Destacaron algunos sitios-casos como buenas prácticas.

**Palabras clave:** Alfabetización informacional; Identidad visual; Promoción; Sitios web.

**Analysis of the content and images of the web sites of university libraries used for the promotion of information literacy worldwide**

*María Pinto, Alejandro Uribe-Tirado, and Ramón Alberto Manso Rodríguez*

ABSTRACT

The information on university library websites worldwide is analyzed, as well as the contents and images used to promote information literacy services and programs (IL-INFOLIT). The study aims, on the one hand, to know how university libraries (UL) manage their visual identity related to IL-INFOLIT, what elements they use (figures, logos, infographics, videos) and how, in the face of new challenges (fake news, mining data, open science, artificial intelligence) are updating their content and images; and on the other hand, identify the ULs that offer best practices in the development of IL-INFOLIT content and visual identity. The data was collected online from the «IL-INFOLIT Map in Latin America and the world». A database was created according to its formative characteristics, and an image bank with complete and structured information on the elements of visual identity, allowing content and visual analysis. The results of this review show a vision of the degree of development that these services-programs have, in relation to the content they offer and the promotion of IL-INFOLIT using specific images. Finally, some case-sites stand out as good experiences for benchmarking.

**Keywords:** Information literacy; Visual identity; Promotion; Websites.

## INTRODUCCIÓN

Las diversas tecnologías de información y comunicación (web, redes sociales, dispositivos móviles) han favorecido un incremento en la visualización e intercambio de imágenes y otros formatos no textuales, motivando incluso un creciente interés por parte de los profesores en su utilización para enseñar diversas materias. A propósito, señala Beaudoin (2016) que el contenido visual juega un papel importante en el intercambio de información y el desarrollo del conocimiento, afirmación compartida por Matusiak *et al.* (2019), quienes manifiestan que el uso de imágenes y multimedia en el aula propician una mejora en el aprendizaje de los estudiantes a través de múltiples modalidades sensoriales.

Junto al desarrollo tecnológico, a las facilidades para el intercambio de contenido digital y a la necesidad de reforzar el aprendizaje significativo, en las bibliotecas universitarias (BU) se ha acrecentado la importancia del uso de la imagen como elemento de mercadotecnia (*marketing*) e identidad visual, sobre todo en la promoción, difusión y formación del estudiante universitario. En este sentido, existe una variedad de recursos visuales, como imágenes, símbolos, gráficos, dibujos animados, logos, infografías, esquemas y mapas, etcétera, que ofrecen una forma atractiva de explorar la información, y resultan cruciales al ayudar a promover la formación en recursos y servicios conforme a los gustos, deseos e intereses de los usuarios actuales (Mondal 2022),

Asimismo, la Association of College and Research Libraries (ACRI) (2012) indica que, la sociedad actual es altamente visual y, por tanto, las imágenes son otras formas de acercarse a la información, por lo que los modelos actuales de ALFIN han de fomentar el uso de componentes relativos a la visión para atraer a los usuarios, apelando al pensamiento intuitivo que favorezca la aprehensión y recuerdo del texto que los acompaña, hecho que está cambiando el concepto de lectura y escritura en el siglo XXI. No obstante, esta realidad no se refleja en la mayoría de los modelos ALFIN. De ahí que sea necesario resaltar la importancia del uso de elementos visuales para la comunicación y difusión de información.

El objetivo general de este trabajo es conocer la situación de promoción de ALFIN de las BU a nivel mundial, identificando su grado de desarrollo en el uso de la imagen, como aspecto clave para la vinculación de los usuarios con dicho servicio-programa formativo y los contenidos que despliega. Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Identificar a partir del «Mapa ALFIN en Iberoamérica y el mundo» un universo de bibliotecas que desde sus sitios web realicen una promoción de sus servicios-programas de ALFIN mediante algún tipo de imágenes.

2. Analizar el grado de desarrollo e incorporación de los servicios-programas de ALFIN de las bibliotecas seleccionadas, así como el uso de imágenes específicas para tal propósito.
3. Destacar las bibliotecas con un nivel alto de promoción de ALFIN, a partir de las imágenes y elementos visuales, considerando tipología de imágenes, tipo de mensaje transmitido, oportunidad, impacto, etc.
4. Proponer recomendaciones para las BU en fase de incorporación de la imagen para la promoción de los servicios-programas de ALFIN desde sus sitios web, aprovechando todo el potencial que tiene el uso de las imágenes específicas de ALFIN como estrategia de motivación.

### REVISIÓN DE LA LITERATURA

Se realizó una búsqueda bibliográfica centrada en la promoción y difusión de ALFIN desde la biblioteca universitaria, entre los años 2000-2022. Se utilizaron estas cuatro bases de datos con su ecuación correspondiente:

- **WoS:** «information literacy» (Topic) and diffusion OR promotion OR academic library (Topic) and Articles (Document Types) and English or Spanish (Languages) Timespan: 2000-01-31 to 2022-12-31 (Publication Date): 56 documentos.
- **Scopus:** (TITLE-ABS-KEY («information literacy») AND TITLE-ABS-KEY (diffusion OR promotion OR academic library) ) AND PUBYEAR > 1999 AND PUBYEAR < 2022 AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE, «ar») AND LIMIT-TO (LANGUAGE, «English») OR LIMIT-TO (LANGUAGE, «Spanish»): 158 documentos.
- **LISA:** Cualquier campo excepto texto completo (NOFT) noft («information literacy») AND noft (diffusion OR promotion OR academic library) Fecha: Desde 01 January 2000 hasta 31 December 2022. Tipo de fuente: Revistas científicas. Tipo de documento: Artículo. Idioma: español, inglés: 197 documentos.
- **Emerald insight:** (content-type:article) AND (title: «information literacy») AND (title: «information literacy») AND (diffusion OR promotion OR academic library): 85 documentos.

Los resultados de la búsqueda se exportaron a una base de datos propia (en Excel) para la eliminación de duplicados y textos no pertinentes, además de completar sus datos y normalizarlos. Tras esta depuración, se revisaron más de 300 documentos para identificar los trabajos previos sobre la promoción de ALFIN

que enfatizaran el uso de imágenes específicas desde los sitios web de bibliotecas y la información-promoción de sus servicios-programas y contenidos de formación. Pese a esta búsqueda amplia, no se localizó ningún estudio específico sobre dicha promoción a partir del análisis de la información visual suministrada por los sitios web, aunque sí se identificaron algunos trabajos sobre conceptos, aspectos, perspectivas, aplicaciones y experiencias de ALFIN.

### ***La alfabetización informacional hoy y su promoción***

Desde la incubación del concepto *information literacy* (Zurkowski 1974), hubo que esperar al año 1989 para que la Association of College and Research Libraries le diera su primer impulso en los entornos de Educación Superior al considerarla una competencia clave de supervivencia en la era de la información. Posteriormente, se publicó la norma *Information Literacy Competency Standards for Higher Education* (2000), que recogía un conjunto de estándares que debe reunir la persona competente en el acceso y uso de la información. Estos se relacionan con la capacidad de determinar la necesidad de información, la evaluación de los recursos de forma crítica, la capacidad de incorporar nueva información a la base de conocimientos y sistema de valores, la capacidad de utilizar de forma eficaz la información, y la aptitud de comprender las cuestiones económicas, legales y sociales relacionadas con el uso y el acceso ético y legal de la información. ALFIN se convierte en una competencia clave para el siglo XXI, más allá de la educación tradicional y el aprendizaje a lo largo de la vida. Para que esto se produzca resulta fundamental que la persona aprenda a aprender.

El tema ALFIN ha sido ampliamente abordado por la literatura especializada, aunque según Yang y Chou (2014) existen pocos estudios que examinan la forma de promoción de dichas acciones en cuanto al servicio y su conceptualización, a través de los sitios web de las bibliotecas. La mayoría de ellos se centran en la usabilidad de los tutoriales en línea y las guías de investigación, la adopción de tecnologías Web 2.0, la evaluación de la ALFIN en el aprendizaje a distancia, o la percepción de los estudiantes sobre la instrucción bibliotecaria basada en la Web. También hay estudios de caso sobre el uso de sistemas de gestión de cursos para apoyar la enseñanza a distancia y la colaboración con el profesorado.

Algunas asociaciones bibliotecarias relevantes han abordado las diferentes re-conceptualizaciones de ALFIN en la educación superior. En Reino Unido, la Society of College, National and University Libraries (SCONUL) propuso el Modelo *Seven Pillars of Information Literacy*, según el cual «las personas alfabetizadas en información demostrarán una conciencia de cómo recopilan, utilizan, gestionan, sintetizan y crean información y datos de manera ética y tendrán las habilidades de información para hacerlo de manera efectiva» (2011, 3). En Es-

tados Unidos, la Association of College and Research Libraries propuso el *Framework for Information Literacy for Higher Education* (2015), basado en la filosofía de conceptos clave interrelacionados y no tanto en un conjunto de indicadores y habilidades concretas. Propone estos seis conceptos “umbral”, articulados en los siguientes marcos: la autoridad es construida y contextual; la creación de información es un proceso; la información tiene valor; la investigación es una indagación; el conocimiento científico es una conversación; y la búsqueda es una exploración (2015, 2-3). Este nuevo marco de referencia se basa en el concepto de meta-alfabetización, que sobrepasa la adquisición de un conjunto de competencias para derivar hacia comportamientos y enfoques afectivos, cognitivos y metacognitivos de alto nivel. Según el Chartered Institute of Library and Information Professionals (CILIP) (2018, 3) «ALFIN no es un concepto independiente [...] pues se relaciona con la información en todas sus formas [...], está asociado y se superpone con otras alfabetizaciones [...] y está alineado con otras áreas de conocimiento».

Entre los trabajos que abordaron los aspectos de ALFIN a través de los sitios web de las BU, destaca el de Lim (2010), quien analizó los sitios web de las bibliotecas de 21 universidades de Estados Unidos pertenecientes a la Red Urban 2. Describió cómo se promovía ALFIN y qué tipo de formación se difundía a través de Internet. Elaboró una clasificación de los sitios web atendiendo a la información que ofrecen sobre ALFIN y a la facilidad de localización de los espacios de formación en esos sitios web, proponiendo algunas recomendaciones para mejorar su legibilidad y usabilidad. Renditiso (2011) estudia los sitios web de las BU italianas para indagar la cobertura de la ALFIN en dichas instituciones. Por su parte, Wickramanayake (2012), al examinar los sitios web de 14 bibliotecas académicas de Sri Lanka sobre aplicaciones de instrucción y herramientas de ayuda, reconocía que la mayoría no incorporaban ofertas formativas sobre ALFIN.

Uribe-Tirado y Uribe (2012) analizaron los sitios web de 131 bibliotecas académicas españolas en relación con el grado de implantación de ALFIN. Tan solo 57 % ofrecía alguna referencia a acciones de formación. Propusieron una clasificación de las bibliotecas en cuatro niveles dependiendo del grado de incorporación de ALFIN: desconocedoras (sin información o formación de usuarios solo para el uso catálogo) = 21.5 %; iniciadas (formación de usuarios con instrucción en varios temas) = 39.5%; en crecimiento (formación desde ALFIN y en varias competencias) = 25.5 %; y comprometidas (formación a partir de ALFIN, en varias competencias y con créditos en el currículo) = 13.5 %.

Yang y Chou (2014) realizaron un estudio sobre 264 bibliotecas académicas de Estados Unidos y Canadá, donde a partir de una encuesta y el análisis de contenido de los sitios web analizaron cómo se presenta y posiciona la ALFIN. Mientras un 30 % de estas bibliotecas no ofrecían información o espacio formativo sobre

el tema, para 65 % este servicio era fundamental, y para 5 % restante, un servicio secundario. Si bien muchas bibliotecas han avanzado bastante en identificar la ALFIN como un servicio-programa clave que ofrece información y formación para sus usuarios, otras evolucionan lentamente. Moyo (2014) analizó el contenido de los programas de ALFIN ofrecidos por instituciones de educación superior en Sudáfrica, en particular, en las universidades de Rhodes y de Fort Hare. Basado en el análisis de contenido de los programas de formación de las bibliotecas disponibles en los sitios web, así como en el empleo de cuestionarios y entrevistas, confirmó la existencia de desarrollos ALFIN, aunque había que avanzar más en la formación en línea y en adaptar los estándares internacionales a las necesidades locales. Ellis, Johnson y Rowley (2017) evaluaron la promoción de ALFIN en BU del Reino Unido a través de sus sitios web.

Finalmente, Pinto *et al.* (2021) estudiaron los sitios web de 78 BU españolas para medir el grado de implementación de ALFIN. Con tal propósito desarrollaron el instrumento de evaluación MeLIL conformado por seis criterios y 38 indicadores, que incorpora aspectos claves como *mobile learning*, *fake news*, *data literacy*, *open science*, entre otros. Emplearon una metodología cualitativa basada en el análisis de contenido de los sitios web de los programas de ALFIN, abordando aspectos relacionados con su incorporación en las estrategias de servicios y planes de las bibliotecas, con las ofertas formativas y con la utilización de determinadas metodologías didácticas. Los resultados evidenciaron tanto la validez y transferibilidad del instrumento para medir el nivel de desarrollo de ALFIN como los avances logrados en la formación y servicios ofrecidos.

En general, todos estos enfoques buscan respuestas más adecuadas a la creciente complejidad de la información. En la literatura científica se han utilizado diversos términos relacionados con ALFIN, como alfabetización visual, digital, mediática, en Internet; lo que indica que el concepto debe ampliarse para incluir las nuevas formas de multialfabetización. Por tanto, se asiste a una visión múltiple, inter y multidisciplinar de ALFIN, así como a una socialización de sus principios, con el reconocimiento de la importancia que tiene para el acceso y el uso ético de la información.

Sin embargo, no se han localizado trabajos específicos sobre la promoción de ALFIN desde las BU a partir del análisis de la información visual en sus sitios web, si bien algunos trabajos evidencian la relevancia de las bibliotecas y el rol de los bibliotecarios en la era digital. Es el caso de Lau y Cortés (2010) que promovieron el uso del Logo InfoLit IFLA-UNESCO para representar los valores y programas de la ALFIN sin el uso de palabras, y como herramienta para implementar un plan de (mercadotecnia y marca) marketing y branding apropiado a los propósitos de este servicio desde las bibliotecas. Murphy (2013) abordó la implementación de acciones de alfabetización informacional

a través del desarrollo de un plan de mercadotecnia que permitiera integrar en el campus virtual la biblioteca y las actividades de ALFIN como complemento del proceso docente, para lograr una mayor retención de los estudiantes de la Jones International University. Por su parte, Yang (2014) considera que la Web es una excelente oportunidad para la mercadotecnia (*marketing*) de la biblioteca al destacar las acciones desarrolladas sobre ALFIN.

El estudio que más se acerca al propósito de esta investigación es el realizado por Ellis, Johnson y Rowley (2017), aunque este solo aborda la promoción de contenidos y del programa de ALFIN a partir de cinco categorías (*IL in the mission statement, visions or strategic plan; IL model or framework; IL policy; IL assessment; and, IL training*) sin que haya mención a la imagen como aspecto clave. Consideran que para que las bibliotecas sean percibidas las principales promotoras y proveedoras de formación en ALFIN, deben ser más proactivas al promocionar sus sitios web.

En general, el tema se ha abordado desde la perspectiva de evaluación de los contenidos que ofrecen las bibliotecas, así como de las herramientas y métodos utilizados desde el portal web para la formación (Iyambo 2018; Gomes y Dumont 2018). Otros estudios se han centrado en las potencialidades de la mercadotecnia (*marketing*) para la promoción de ALFIN como parte de los servicios de las bibliotecas (Horsfall 2020).

En suma, no se han localizado estudios referentes a la promoción de ALFIN a partir del análisis de la información visual en los sitios web. Esta perspectiva supone un ámbito de investigación relevante porque, por un lado, los resultados podrán aportar datos actuales para la reflexión y acción por parte de las bibliotecas; y por otro, ayudará a establecer recomendaciones para que la comunidad universitaria y la ciudadanía tengan una mejor visibilidad y visualización de lo que es y supone ALFIN, en aras de su identificación como marca de progreso en las instituciones académicas.

## MATERIAL Y MÉTODO

La metodología empleada es de tipo mixto, cualitativa-cuantitativa basada en el análisis de contenido de la información de los sitios web de las bibliotecas universitarias y en la estadística descriptiva de los datos recopilados. Se articula en cinco fases: selección del universo de estudio; análisis general; análisis profundo, análisis integrador; y una evaluación comparativa (*benchmarking*). En dichas etapas acometidas en cascada se aplicó una batería de criterios ponderados, como se detalla más adelante, que generó la valoración y filtrado de los sitios web de la muestra inicial, reduciendo su número hasta identificar los casos más representativos en cuanto a contenidos e imágenes para la promoción de ALFIN.



### ***Selección del universo de estudio***

El material primario empleado procede del «Mapa ALFIN en Iberoamérica y el mundo» que recoge sitios web de universidades y bibliotecas con servicios y procesos de ALFIN (<http://bit.ly/9hu80u>). Este mapa (Uribe-Tirado 2011), desde su creación, ha tenido el objetivo de «ubicar las bibliotecas y proyectos universitarios [...] (y algunos de otras tipologías de bibliotecas y niveles de educación) que estén desarrollando programas de Alfabetización Informacional o que apoyan la inclusión de la ALFIN, de la formación en competencias informacionales, en diferentes currículos [...] con el fin último de poder generar procesos formativos-investigativos [...] y posibilitar procesos de bechmarking [...]». (Uribe-Tirado 2011, p. 1).

En sus inicios registraba 155 sitios, pero según la información que indica se ha ido actualizando con distintas etapas –a pesar de los normales procesos de links rotos–, por lo que cada año, –hacia septiembre, considerando que el 8 de dicho mes es el día internacional de la alfabetización– se revisan sus *url* y se incorporan algunos casos reportados en la literatura.

Al momento de utilizar el Mapa para este proceso investigativo, y tras la revisión inicial, se ubicaron 423 sitios diferentes, y de éstos mayoritariamente eran bibliotecas universitarias, aunque también aparecían algunos sitios de bibliotecas escolares, públicas y nacionales.

Por tanto, para definir el universo de estudio, se realizó un análisis previo de los sitios contenidos en el mapa ALFIN teniendo en cuenta que cumplieran estos tres criterios: 1) ser biblioteca universitaria; 2) que la información sobre ALFIN estuviera disponible en español, portugués, francés y/o inglés; y 3) que el sitio web donde se informa sobre el servicio-programa de ALFIN tuviera contenidos e imágenes para su promoción y difusión. La información de cada sitio web fue registrada en una base de datos (véase *tabla 1*) indicándose si cumplía o no con los tres criterios señalados. También se capturaron y almacenaron los pantallazos iniciales de cada sitio (véase *figura 1*), con el fin de identificar si cumplían el criterio de presentar tanto contenidos textuales de ALFIN como imágenes generales. Este proceso se aplicó en 395 sitios de bibliotecas universitarias, es decir, de los 423 del Mapa se descartaron 28 sitios desde la selección inicial del universo.

<b>Nombre del sitio-caso-biblioteca</b>	<b>URL</b>	<b>País</b>	<b>Nombre del Programa-Servicio</b>	<b>Estrategia de promoción Programa-Servicio</b>
York University	<a href="https://www.library.yorku.ca/web/research-learn/">https://www.library.yorku.ca/web/research-learn/</a>	Canadá	Research & Learn	Sí

Universit of Maastricht	<a href="https://library.maastrichtuniversity.nl/teach/information-literacy/">https://library.maastrichtuniversity.nl/teach/information-literacy/</a>	Holanda	Information Literacy	Sí
Glasgow School of Art	<a href="https://lib.gsa.ac.uk">https://lib.gsa.ac.uk</a>	Reino Unido - Escocia	InfosmART: Research Skills Online	Sí
University of Worcester	<a href="https://library.worc.ac.uk/finding-and-managing-resources#advanced-searching-sources-and-skills">https://library.worc.ac.uk/finding-and-managing-resources#advanced-searching-sources-and-skills</a>	Reino Unido	Information and Services. Finding and managing resources	No
University of Birmingham	<a href="https://intranet.birmingham.ac.uk/as/libraryservices/asc/index.aspx">https://intranet.birmingham.ac.uk/as/libraryservices/asc/index.aspx</a>	Reino Unido	Support for researchers. Academic Skills Centre (ASC)	No

Tabla 1. Ejemplo. Partes de la Base de datos con la información de cada sitio

Fuente: Elaboración propia.

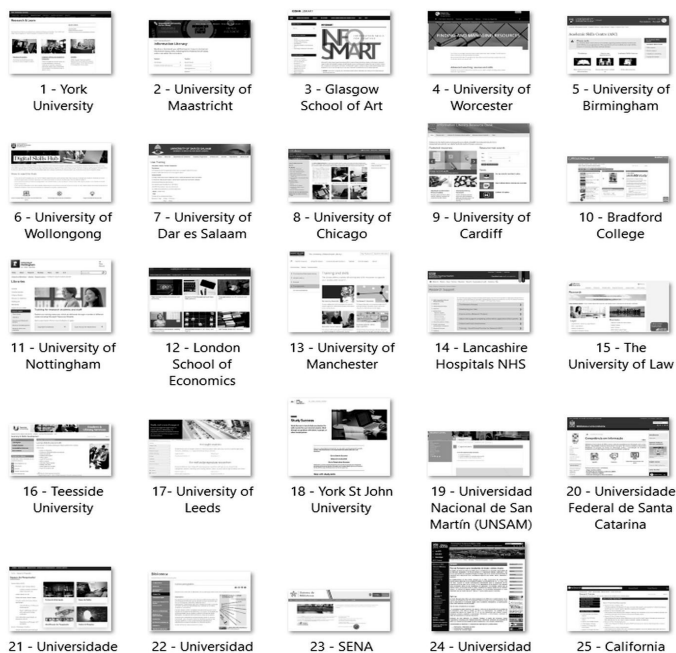


Figura 1. Banco de imágenes: pantallazos capturados sobre ALFIN de cada sitio web

Fuente: Elaboración propia.

### ***Análisis general***

En esta primera fase se realizó un estudio global de los sitios web de los programas de ALFIN de las BU para determinar sus principales características en relación con los servicios-programas ofertados. Con tal fin, se diseñó una matriz de recogida de datos en Google Forms compuesta por 10 ítems (véase *tabla 2*), que aborda la información principal recogida por los sitios web en los programas de ALFIN, como nombre, *url* y país (ítems 1, 2, 3), información sobre si hay o no un determinado recurso web de apoyo y divulgación (ítems 6 y 7), la presencia o ausencia de determinada información, presentación, claridad y amplitud (ítems 4, 5, 8, 9 y 10).

- |     |   |
|-----|---|
| 1.  | Nombre de la biblioteca   |
| 2.  | URL   |
| 3.  | País  |
| 4.  | Nombre del Servicio-Programa relacionado con ALFIN                              |
| 5.  | Destinatarios principales a los que se ofrece el Servicio-Programa de Formación |
| 6.  | Presencia en Redes Sociales (de la Biblioteca directamente) (SI – NO)           |
| 7.  | Presenta una APP para formación (SI – NO)                                       |
| 8.  | Descripción (encabezado) que presenta el sitio sobre                            |
| 9.  | Servicio-Programa de Formación que presenta                                     |
| 10. | Servicio-Programa de Formación ofertados  |

*Tabla 2.* Matriz para el análisis general  
Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se incluyó en la base de datos aquellas imágenes específicas sobre ALFIN (véase *figura 2*) que contenían los sitios web dentro de las primeras tres páginas, con el fin de analizarlas y destacar sus aportaciones. La ejecución de esta fase general conduciría a un filtrado de los sitios web para su posterior análisis profundo.

### ***Análisis profundo***

Se abordan los aspectos específicos de los sitios web, tanto contenidos como elementos visuales sobre ALFIN utilizados por las BU para la promoción-difusión. Para ello, se diseñó una matriz de veinte ítems estructurada en dos partes (véase *tabla 3*). La parte A se centra en los contenidos sobre ALFIN y consta de diez ítems con valores ponderados (máximo 100 puntos) que permiten identificar los casos con mayor desarrollo en la implementación de la oferta formativa

de ALFIN. Esto coincide en parte con lo señalado por Ellis, Johnson y Rowley (2017) en la revisión de la literatura, aunque en este caso se incluyeron otros aspectos sobre planificación, conceptualización, implementación, evaluación y comunicación del programa. La parte B consta de diez ítems con valores ponderados (máximo 100 puntos) referidos a los elementos visuales –como imágenes, tutoriales, etc.– usados para la promoción de ALFIN. Para la selección de los ítems relativos a la identidad visual, se tuvieron en cuenta algunos aspectos contenidos en los trabajos de Herrera, Pérez y Carrillo (2007) –que recogen los elementos de identidad visual corporativa proyectados a través de la Web de 59 bibliotecas universitarias españolas–; Menéndez (2015) –que investiga la posible correlación lineal entre el aumento de la utilización de determinados entornos web a través de la medición de métricas específicas; Arenas (2019) –que reitera la necesidad de diferentes acciones para reforzar la «marca biblioteca» por la importancia de la identidad visual corporativa en entornos digitales como internet y redes sociales–, y Noh (2022), que analiza las diferentes características que deben tener las bibliotecas hoy día.



Figura 2. Ejemplo. Pantallazos con información de cada sitio ALFIN (Sitios de diferentes idiomas y países)  
Fuente: Elaboración propia.

**Parte A. Contenido: Información sobre ALFIN**

1. Variedad formativa: *Presenta una formación con distintos cursos que trabajan diferentes competencias informacionales.* Valor: 20
2. Público: *La formación se dirige tanto a estudiantes (pregrado-posgrado) como a profesores-investigadores y personal administrativo universitario.* Valor: 5
3. Modalidades: *La formación se ofrece de forma presencial y/o virtual.* Valor: 5
4. Créditos: *Los cursos que se desarrollan incluyen créditos como parte curricular de la formación universitaria.* Valor: 10
5. Presentación y objetivos formativos: *El sitio presenta una descripción del Programa de ALFIN de manera completa (objetivos, cursos, etc.).* Valor: 20
6. Conceptualización ALFIN: *El programa ALFIN hace mención explícita a conceptualizaciones o marcos-estándares de ALFIN.* Valor: 5
7. Multialfabetización: *La formación de ALFIN se interrelaciona con otras alfabetizaciones (multiliteracy).* Valor: 5
8. Evaluación: *Los cursos presentan de manera explícita, además de los contenidos, los aspectos a evaluar y logros a alcanzar por los usuarios.* Valor: 5
9. Contacto-Retroalimentación: *Se evidencia cómo solicitar y participar en la formación de manera explícita y cómo contactar a los encargados.* Valor: 5
10. Estrategia de Promoción: *Se evidencia la búsqueda de la formación de ALFIN como un aspecto clave en el aprendizaje para toda la vida, para las competencia profesionales y laborales, etcétera, y se promueve ese mensaje entre los públicos para ver su utilidad.* Valor: 20

**Parte B. Visual: Promoción desde la Imagen<sup>1</sup>**

1. Tipo de imagen: *Forma de la representación visual, pueden ser imagen fija (fotografías, gráficos, infografías, logotipo) o en movimiento (película, clip animado, etc.).* Valor: 10
2. Tipo de video: *Según la técnica empleada para su realización (Acción en vivo, Animación, Motion Graphics, Video de texto, Screencast, Whiteboard).* Valor: 10
3. Ambiente Gráfico: *Valoración de aspectos formales tales como el cromatismo y la forma de representación espacial (1D, 2D, 3D).* Valor: 10
4. Formas representadas: *Descripción denotativa de la imagen, valorando la relación entre la imagen y el texto que representa.* Valor: 10
5. Nitidez del mensaje: *Claridad del mensaje que se expresa a través del título, encabezado o palabras clave.* Valor: 10

1 Se agradecen las aportaciones del arquitecto Anier Castro Barreto quien orientó a los autores de este texto sobre algunas consideraciones claves para la valoración de las imágenes.

6. Composición: *Organización de los elementos formales, tales como simetría, equilibrio dinámico, ritmo visual, perspectivas, iluminación y creatividad*  
Valor: 10
7. Tipo de contenido de la imagen: *Definición del contenido predominante en la imagen: promocional, informativo o formativo.* Valor: 10
8. Aspectos relativos a la información: *Elementos de comunicación incluidos como parte del sitio: información de contacto, acceso a informes, plan de actividades, certificados de calidad, premios.* Valor: 10
9. Usabilidad: *Valoración de elementos del diseño general del sitio que faciliten su uso y accesibilidad.* Valor: 10
10. Integración imagen, video, mensaje-texto: *Valoración de la estética general del sitio, que comunique un significado claro y preciso.* Valor: 10

Tabla 3. Matriz para el análisis profundo y específico  
Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la ponderación de las variables contenidas en la Parte A de la matriz, se dio el mayor valor (20 puntos) a estas tres: variedad formativa, presentación-objetivos formativos, y estrategia de promoción, teniendo en cuenta la importancia de sus contenidos como reflejan los trabajos de Lim (2010); Yang y Chou (2014); y Pinto *et al.* (2021).

Por otra parte, con relación a la ponderación de las variables en la Parte B, se optó por asignar idéntico peso para cada una de ellas, dada la importancia de todos los ítems a estudiar. De manera particular, cada uno de los elementos se valoran, tras la observación, mediante la escala de Likert, donde 0 representa la ausencia del elemento y 10 la presencia de imágenes y sus características con la calidad requerida.

La información recogida en este análisis dual (contenidos + imágenes) se registró en un formulario de *Google Forms*,<sup>2</sup> facilitando su exportación a una tabla en Excel que permitió posteriormente realizar filtros y ponderar los datos procedentes de la matriz, dando lugar a una selección de casos, como se verá en la sección de resultados.

### ***Análisis integrado***

La fase de análisis integrado aúna la combinación de la información registrada y ponderada tanto sobre contenidos (parte A, registrando los valores de sus 10 ítems) como imágenes ALFIN (parte B, registrando los valores de sus 10 ítems), dando lugar a una puntuación para una de ellas.

2. Ver formulario en: <https://forms.gle/r5T9VXKmg0EAQMt97>

En esta etapa se aplicó el criterio de cuartil (25 %) a los casos analizados, el cual selecciona por sus puntuaciones los sitios del primer cuartil con valores altos en contenidos y los sitios con valores altos en imágenes. Además, se comprobó estadísticamente si existía o no una brecha entre la calidad de los contenidos y formas de prestación del servicio-programa, y la utilización de imágenes para su promoción. Asimismo, se ponderaron los resultados finales asignándole 40 % de la puntuación a la parte de contenidos y el 60 % a la visual, distribuyendo 20 % a lo visual general, y 40 % a lo visual específico (véase *tabla 4*), esto es, imágenes, videos, mapas o tutoriales creados exclusivamente para ALFIN. Dicha distribución de porcentajes se justifica por la importancia que desde este estudio se concede a lo visual, a la imagen como aspecto clave, en la enseñanza, en la promoción de ALFIN.

- Imagen específica de ALFIN. Valor: 10
- Video tutoriales de ALFIN. Valor: 20
- Infografías sobre ALFIN. Valor: 15
- Mapa y esquema específico de ALFIN. Valor: 10
- Juegos específicos de ALFIN. Valor: 10
- Presentaciones y animaciones de ALFIN. Valor: 15
- Logotipos exclusivos de ALFIN. Valor: 10
- Interactivo evaluativo de ALFIN. Valor: 10

*Tabla 4.* Ítems para el análisis de la imagen exclusiva de ALFIN  
Fuente: Elaboración propia.

Las distribuciones anteriores, que dan mayor peso a ciertos ítems, se basan en que la visualización de la información es una tendencia creciente en la difusión de la información y, por tanto, las BU están caminando hacia ello, especialmente en ALFIN (Tewell 2010; Crane 2015; Martín y Martín 2015; Medina Cetout y Ayala Ramos 2022), ya que los usuarios, sobre todo estudiantes, lo demandan más. Por eso, a los video tutoriales, infografías y presentaciones-animaciones sobre ALFIN se les conceden esos valores. Todo este proceso de análisis integrador, y a la vez diferenciador, condujo a la selección de 25 BU que ofrecían los mejores contenidos e imágenes para la promoción y difusión de los servicios-programas de ALFIN.

### ***Análisis de Benchmarking (evaluación comparativa)***

Los sitios-casos seleccionados son los que presentan una mayor integración de contenidos e imágenes de ALFIN. Se recogieron los aspectos más destacados identificando puntos comunes y ejemplos de buenas prácticas que podrán ser tenidas en cuenta como *benchmarking* por BU de todo el mundo, para mejorar la

promoción de sus servicios-programas desde la información que ofrecen los sitios web. Es evidente que una adecuada promoción web de contenidos e imágenes puede ser la clave para un mayor reconocimiento, utilización y valoración de los sitios web de las bibliotecas (Ellis, Johnson y Rowley 2017).

## RESULTADOS

Como ya se ha señalado, el proceso metodológico en cascada y la puesta en marcha de sus distintas fases ayudó a depurar el número de sitios-casos (véase *tabla 5*). Tras el análisis general, surgió un primer universo de 395 sitios-casos de BU; el análisis profundo lo reducía a 127; el análisis comparativo remitía a 60 casos, y finalmente, el *benchmarking* destacaba los 25 sitios recomendados que ofrecen de manera conjunta buenas prácticas sobre contenidos e imágenes ALFIN.

Metodología	Resultados N.º sitios-casos
Análisis general	De 600 a 395 sitios
Análisis profundo	De 395 a 127 sitios
Análisis comparativo: Contenidos e Imágenes	De 127 a 60 sitios
Sitios recomendados (Benchmarking)	De 60 a 25 sitios

*Tabla 5.* Relación metodología y resultados según las cuatro etapas desarrolladas  
Fuente: Elaboración propia.

### ***Resultados generales***

Tras aplicar los criterios metodológicos iniciales, como se indicó, se obtuvieron 395 sitios web con información de ALFIN y su servicio-programa, que además evidenciaban una gestión mínima de imágenes. Estos casos correspondían a BU de distintos lugares del mundo, que ofrecían formación sobre ALFIN dirigida a diversos públicos (véase *figura 3*), especialmente a estudiantes de pregrado y postgrado (véase *figura 4*).



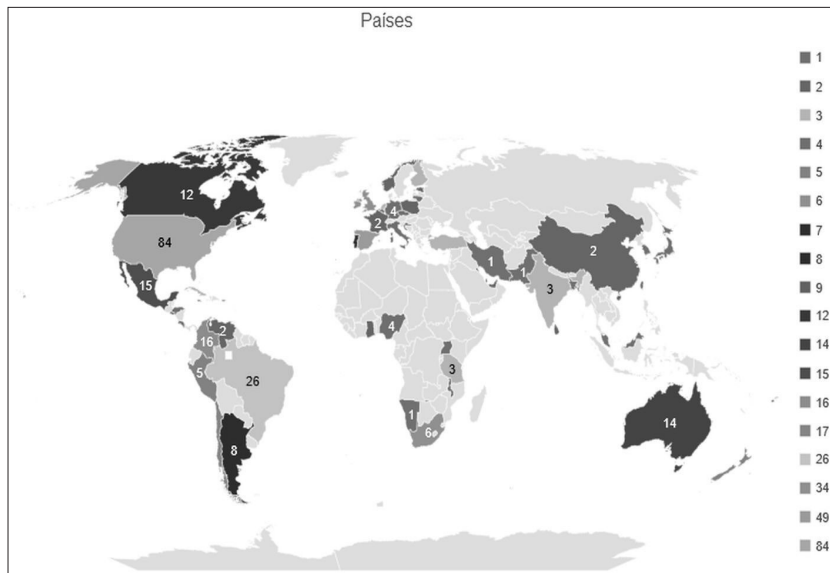


Figura 3. Mapa por ubicación de país de los 395 sitios del universo de análisis  
Fuente: Elaboración propia.

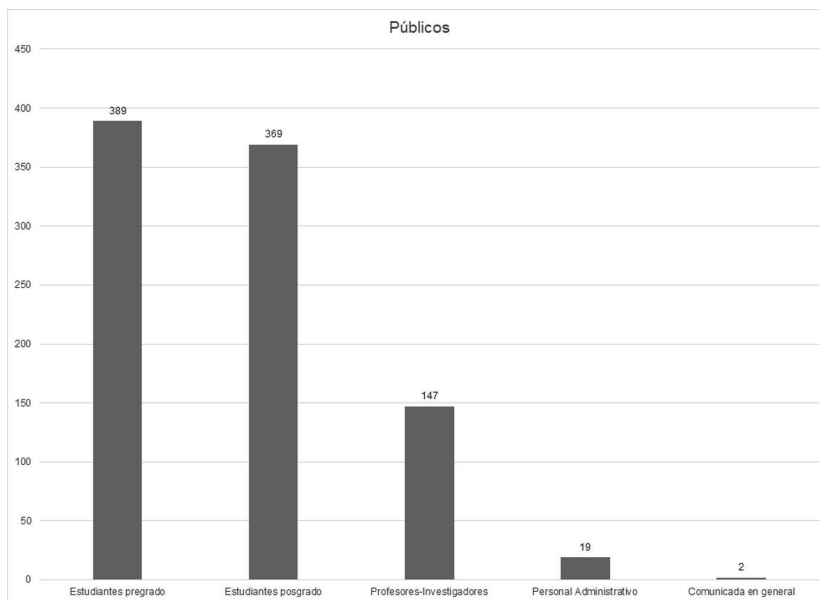


Figura 4. Destinatarios principales de los servicios-programas (Varias opciones posibles)  
Fuente: Elaboración propia.

Como la información recopilada para cada sitio web es muy amplia (ver *tabla 1*) y por tanto los resultados obtenidos, éstos se utilizarán para otras investigaciones posteriores.

### ***Resultados específicos***

Los datos procedentes de la aplicación de los criterios de análisis profundo a los 395 sitios web dieron como resultado la selección de 127 BU. Asimismo, realizado el análisis integrador y comparativo de estos sitios-casos en función de que tuvieran contenidos destacados de ALFIN y una gestión de las imágenes evidenciada, se llegó a una nueva selección que busca profundizar en el análisis de las imágenes específicas para ALFIN.

Por tanto, se consideraron, por un lado, 30 sitios con valores altos procedentes de la información aportada por los contenidos de ALFIN (véase *anexo 1*), según los 10 ítems establecidos (véase *tabla 2*). Estos se encuentran en los siguientes países: 2 de Canadá, 1 de Chile, 8 de España, 1 de Finlandia, 1 de Holanda (Países Bajos), 1 de Italia, 1 de Perú, 1 de Puerto Rico, 3 de Reino Unido y 11 de Estados Unidos.

Por su parte, los otros 30 sitios seleccionados por los valores altos procedentes de la información aportada por las imágenes de ALFIN (*anexo 2*), se localizan en estos países: 3 de Australia, 2 de Brasil, 2 de Canadá, 1 de Chile, 2 de Colombia, 6 de España, 1 de Finlandia, 1 de México, 1 de Nueva Zelanda, 1 de Perú, 1 de Puerto Rico, 5 de Reino Unido, 3 de Estados Unidos y 1 de Venezuela.

Como se observa, hay variaciones en los países, número y porcentaje respecto a si los sitios destacaban en contenidos de ALFIN o en relación con las imágenes de ALFIN, ya que de esos 60 sitios (véanse *anexo 1* y *2*), solo 10 coincidían en tener valores altos en ambos criterios.

De manera general, al interpretar los datos mediante un gráfico de dispersión (véase *figura 5*) para mostrar la relación entre las dos variables del estudio (contenido e imagen), se percibe una correlación negativa.

En la medida que aumenta el valor obtenido con el uso de imágenes decrece la valoración en cuanto a la calidad y variedad de los contenidos y formas de ofrecer esta modalidad de servicio-programa y viceversa. Esto puede asociarse a que hoy día el uso de las imágenes se ha convertido en un elemento clave para la formación en habilidades de información y la representación del conocimiento (Elkins 2007; Matusiak *et al.* 2019). No obstante, el estudio evidencia la necesidad de analizar las causas por las cuales aquellos sitios que hacen un uso intensivo de imágenes fijas y en movimiento para la prestación del servicio de ALFIN, merman la calidad de los contenidos sobre el tema.

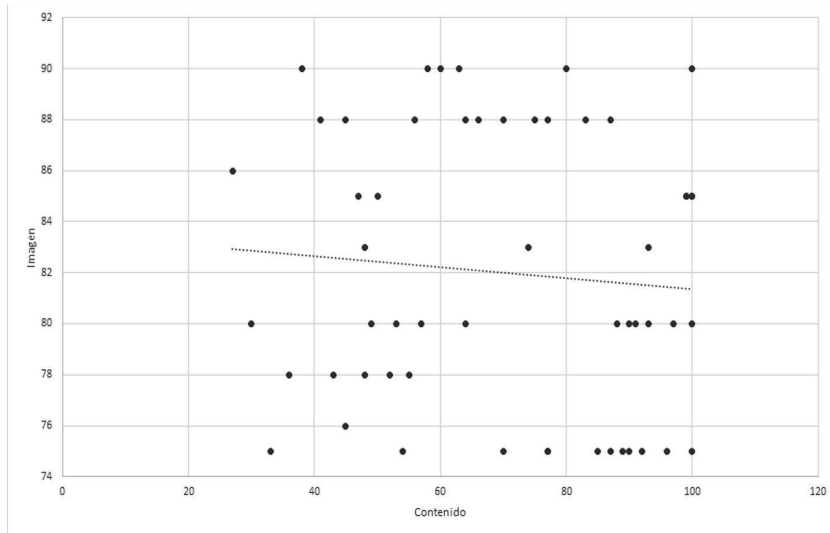


Figura 5. Dispersión según valores resultados del análisis de contenido ALFIN y de las imágenes  
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, como ejemplo del proceso se observan algunos apartados de la relación de sitios web de BU (véase *tabla 6*) con las puntuaciones obtenidas en contenidos e imágenes ALFIN, y el promedio de ambas, que sirvió de base para proseguir el proceso e integrar los resultados.

Universidad	Contenido	Imagen	Promedio
1. Mondragon Unibertsitatea	85	100	92.5
2. Universidad Santo Tomás Bucaramanga	75	99	87
3. Universidad de Puerto Rico - Río Piedras	85	89	87
4. University at Albany	85	89	87
5. University of Bradford	90	83	86.5

Tabla 6. Ejemplo. Apartados según el promedio de puntuación de contenido e imagen ALFIN  
Fuente: Elaboración propia.

### **Resultados integrados**

Tras la revisión de todos los sitios web y sus valores iniciales sobre contenidos e imágenes ALFIN, se realizó un análisis de los resultados de cada caso y se decidió que, como el objetivo era identificar las bibliotecas con contenidos importantes

en ALFIN tanto por el servicio-programa que ofrecen como por la gestión de las imágenes, particularmente específicas de ALFIN, se generó una nueva valoración dando valores ponderados diferentes, como muestra la *tabla 7*, que ayudó a seleccionar los 25 sitios-casos más destacados tanto por sus contenidos como por imágenes de ALFIN.

Universidad	Contenido ALFIN	Ponderado 40 %	Imagen general	Ponderado 20 %	Imágenes específicas ALFIN <sup>3</sup>	Ponderado 40 %	TOTAL
Mondragon Unibertsitatea	85	34	100	20	0	0	54
Universidad Santo Tomás-Bucaramanga	75	30	99	19.8	99	3.6	53.4
Universidad de Puerto Rico (Río Piedras)	85	34	89	17.8	80	32	83.8
University at Albany	85	34	89	17.8	51	20.4	72.2
University of Bradford	90	36	83	16.6	44	17.6	70.2

*Tabla 7.* Ejemplo. Apartes de la tabla de ponderación de los análisis con énfasis en lo visual exclusivo de ALFIN  
Fuente: Elaboración propia.

Tras este proceso de análisis y valoración de los resultados generales, específicos y comparados, se procedió a una integración ponderada con pesos diferentes entre contenidos (40 %) e imágenes (60 %), distribuidos en este último caso entre imágenes generales (20 %) y específicas (40 %).

De esta forma, se llegó a la selección de las 25 bibliotecas con mejor puntuación total (véase *tabla 8*).

3.
  - Imagen específica de ALFIN. Valor: 10
  - Video tutoriales de ALFIN. Valor: 20
  - Infográfico y nubes específicas de ALFIN. Valor: 15
  - Mapa y esquema específico de ALFIN. Valor: 10
  - Juegos específicos de ALFIN. Valor: 10
  - Presentaciones y animaciones de ALFIN. Valor: 15
  - Logotipos exclusivos de ALFIN. Valor:
  - Interactivo evaluativo de ALFIN. Valor: 10

<b>Sitio-Caso/Bibliotecas</b>	<b>País</b>	<b>URL</b>
1. Universidad de Puerto Rico (Río Piedras)	Puerto Rico	<a href="https://uprrp.libguides.com/PICIC-SB">https://uprrp.libguides.com/PICIC-SB</a>
2. University of Kentucky	EE. UU.	
3. University of Washington	EE. UU.	<a href="https://guides.lib.uw.edu/research/evaluate">https://guides.lib.uw.edu/research/evaluate</a>
4. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá	Colombia	<a href="https://www.javeriana.edu.co/biblos/aprendizaje-e-investigacion#FORMACION">https://www.javeriana.edu.co/biblos/aprendizaje-e-investigacion#FORMACION</a>
5. University at Albany	EE. UU.	<a href="https://library.albany.edu/infolit">https://library.albany.edu/infolit</a>
6. Universidad de Lima	Perú	<a href="https://libguides.ulima.edu.pe/modelo_formation_usuarios">https://libguides.ulima.edu.pe/modelo_formation_usuarios</a>
7. University of Maastricht	Holanda (Países Bajos)	<a href="https://library.maastrichtuniversity.nl/teach/information-literacy/">https://library.maastrichtuniversity.nl/teach/information-literacy/</a>
8. University of Nottingham	Reino Unido	<a href="https://www.nottingham.ac.uk/library/research/index.aspx">https://www.nottingham.ac.uk/library/research/index.aspx</a>
9. University of Bradford	Reino Unido	<a href="https://www.bradford.ac.uk/library/my-library/research-support/">https://www.bradford.ac.uk/library/my-library/research-support/</a>
10. Universidad Pública de Navarra	España	<a href="https://www.unavarra.es/biblioteca/formacion/cursos-pdi?languageld=100000">https://www.unavarra.es/biblioteca/formacion/cursos-pdi?languageld=100000</a>
11. University College Cork	Reino Unido - Irlanda	<a href="https://libguides.ucc.ie/libraryservices/learning-and-teaching">https://libguides.ucc.ie/libraryservices/learning-and-teaching</a>
12. Universidad de Almería	España	<a href="https://www.ual.es/universidad/serviciosgenerales/biblioteca/formacion">https://www.ual.es/universidad/serviciosgenerales/biblioteca/formacion</a>
13. University of Alberta	Canadá	<a href="https://guides.library.ualberta.ca/augustana/information-literacy/home">https://guides.library.ualberta.ca/augustana/information-literacy/home</a>
14. San Diego State University	EE. UU.	<a href="https://library.sdsu.edu/help-services/research-instruction/guide-sdsu-library-instruction">https://library.sdsu.edu/help-services/research-instruction/guide-sdsu-library-instruction</a>
15. University of Leeds	Reino Unido	<a href="https://library.leeds.ac.uk/info/1400/study_and_research_support">https://library.leeds.ac.uk/info/1400/study_and_research_support</a>
16. Università di Bologna	Italia	<a href="https://sba.unibo.it/it/chi-siamo/attivita/gruppo-lavoro-information-literacy/formazione-utenti">https://sba.unibo.it/it/chi-siamo/attivita/gruppo-lavoro-information-literacy/formazione-utenti</a>
17. Auburn University	EE. UU.	<a href="https://libguides.auburn.edu/libraryinstruction">https://libguides.auburn.edu/libraryinstruction</a>
18. Purdue University	EE. UU.	<a href="https://www.lib.purdue.edu/infolit">https://www.lib.purdue.edu/infolit</a>
19. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	España	<a href="https://biblioteca.ulpgc.es/formacion/cursos">https://biblioteca.ulpgc.es/formacion/cursos</a>
20. Universidad de Cardiff	Reino Unido	<a href="https://www.cardiff.ac.uk/libraries/services-and-support/information-literacy">https://www.cardiff.ac.uk/libraries/services-and-support/information-literacy</a>

21. University of California-Berkeley	EE. UU.	<a href="https://www.lib.berkeley.edu/research/teach-learn">https://www.lib.berkeley.edu/research/teach-learn</a>
22. Universidad de Cantabria	España	<a href="https://web.unican.es/buc/servicios/formacion/cursos-de-formacion">https://web.unican.es/buc/servicios/formacion/cursos-de-formacion</a>
23. Universidad de Valparaíso	Chile	<a href="https://bibliotecas.uv.cl/formacion/que-es-ALFIN">https://bibliotecas.uv.cl/formacion/que-es-ALFIN</a>
24. Universitat Politècnica de Catalunya	España	<a href="https://www.upf.edu/web/biblioteca-informatica/temes/assessorament-i-formacio">https://www.upf.edu/web/biblioteca-informatica/temes/assessorament-i-formacio</a>
25. University of Ohio	EE. UU.	<a href="https://library.osu.edu/instructor-resources-at-university-libraries">https://library.osu.edu/instructor-resources-at-university-libraries</a>

*Tabla 8.* 25 sitios de mayor valor ponderado total (contenidos + imagen general + imagen específica ALFIN)  
Fuente: Elaboración propia.

### ***Benchmarking***

Se ofrece una síntesis de los aspectos más destacados sobre contenidos e imágenes relacionadas con la promoción de ALFIN.

#### Contenidos ALFIN

Los sitios web analizados tienen aspectos comunes referente a la estructura del servicio-programa; fundamentos teóricos, conceptuales y de normas-marcos de ALFIN en que se sustentan; variedad y especificidad de la oferta formativa; distintos públicos a los que se dirigen; equipo de formadores; recursos tecnológicos utilizados, etcétera.

En cuanto a la estructura del servicio-programa (objetivos, niveles, cursos, etc.), destacan las bibliotecas de las universidades de Puerto Rico (Río Piedras), Lima, Albany, San Diego, Purdue, y Valparaíso, que presentan una información completa de los programas, de la oferta formativa, y de los resultados de aprendizaje esperados.

Con respecto a la presentación de los fundamentos teóricos, conceptuales y normas-marcos (*framework*) de ALFIN en que se sustentan dichos programas, el por qué y para qué de esta formación en el desarrollo académico, profesional o investigador, sobresalen las bibliotecas de las universidades de Maastricht, Alberta, Auburn, Cardiff, y Ohio. En este sentido no es de extrañar que sean universidades anglosajonas donde los marcos (*framework*) se han posicionado cada vez más.

Algunas universidades destacan por sus ofertas llamativas, por su especificidad o por ampliar la integración de ALFIN con otros aspectos como la comunicación científica, la ciencia abierta, los procesos de investigación o la integración

con otras alfabetizaciones (*Media and Information Literacy-MIL o Data Literacy*, competencias informacionales e informáticas-digitales, etc.). En este caso, resaltan las universidades de Kentucky, Washington, Pontificia Javeriana de Bogotá, Bradford, Almería, San Diego, Leeds, Nottingham, Las Palmas de Gran Canaria, Pública de Navarra, Cantabria y Politécnica de Catalunya.

La diversidad de públicos representa otro factor importante en la promoción de ALFIN. Aunque los servicios-programas de ALFIN se centran mayoritariamente en los estudiantes de pregrado, se observa un cambio creciente hacia otros usuarios claves de la comunidad universitaria, como son los estudiantes de posgrado y extranjeros, los profesores e investigadores, el personal administrativo y de apoyo a la investigación. En este aspecto, destacan las Universidades College Cork, Bradford, Leeds, Nottingham y California-Berkeley, donde la formación a esos otros públicos se visibiliza desde sus sitios web.

En algunos de estos 25 sitios-casos se observa la presencia de un equipo formador amplio y experimentado, con publicaciones, que ejerce tareas de acompañamiento y comunicación directa con los usuarios creando comunidades de aprendizaje y práctica. En este sentido, sobresalen las bibliotecas de las universidades de Albany, Bolonia, Purdue, que han creado y divulgado espacios específicos para ello.

También se enfatiza el papel de las tecnologías, tanto como mediadoras en la formación como en la modalidad de tipos de aprendizaje (cursos virtuales, e-learning, mobile learning), como en las bibliotecas de las universidades Pontificia Javeriana de Bogotá, Cardiff y Maastricht. No obstante, uno de los cambios legado por la pandemia del Covid-19 ha sido la incorporación creciente del factor tecnológico a esta formación mediada en distintas bibliotecas.

### Imágenes ALFIN

Una imagen coherente aglutina la información de tal manera que aporta armonía y diferenciación, incluyendo significados denotativos (signos) y connotativos (símbolos), que contribuyen a distinguir cada institución y que sea recordada por sus usuarios. En el estudio, se ha corroborado el comportamiento de este elemento a partir de diferentes indicadores, identificándose algunos sitios web como ejemplos de buenas prácticas.

En cuanto a las imágenes diseñadas específicamente para reforzar las actuaciones previstas en los contenidos de ALFIN, destaca el empleo de infografías, imagen fija que proporciona de manera visual y sintética información útil para la formación. Es el caso de las bibliotecas de las Universidades de Puerto Rico (Río Piedras), Washington, Almería, Kentucky, Pública de Navarra, University College Cork, y la Pontificia Javeriana de Bogotá.

Con relación al uso de mapas conceptuales o esquemas como apoyo visual al proceso formativo en ALFIN, destacan las Universidades de Lima, Washington, Kentucky, Pública de Navarra, y Pontificia Javeriana de Bogotá. En cuanto al empleo de logotipo diseñado expresamente para el portal de formación en ALFIN, sobresale como buena práctica la Universidad de Puerto Rico (Río Piedras). Referente al empleo de juegos específicos usados para proporcionar interactividad en el proceso formativo de ALFIN, sobresalen las universidades Albany y Kentucky.

Asimismo, se emplean las imágenes en movimiento, especialmente videos, para la promoción del servicio-programa y la formación propiamente dicha, como ocurre en las BU de Washington, Albany, Maastricht, Nottingham y Ohio. Los portales que promocionan el servicio-programa de ALFIN mediante videos emplean la técnica de *Screencast* y los videos de texto, como ocurre en las BU de Puerto Rico (Río Piedras) y Bolonia.

El uso de presentaciones visuales (*power point, prezi*) constituye otro recurso muy empleado, combinando mapas, imágenes, texto e hipertextos. En este sentido, destacan las BU de Puerto Rico (Río Piedras), Kentucky, Maastricht, Pontificia Javeriana de Bogotá.

Sin embargo, muy pocos servicios-programas de ALFIN analizados utilizan algún mecanismo interactivo para evaluar los conocimientos adquiridos por los usuarios y comprobar la formación recibida. Como ejemplos, destacan las BU de Puerto Rico (Río Piedras), Lima, Alberta y la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

### Contenidos e Imágenes

Finalmente, tras describir los aspectos más destacados sobre contenidos e imágenes de ALFIN de los 25 sitios-casos recomendados, se despliegan algunos ejemplos de interés que con seguridad serán una guía para procesos de *benchmarking* en relación con ALFIN de otras bibliotecas universitarias (véase *anexo 3*).

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La promoción de los servicios-programas de ALFIN significa un aspecto clave para las bibliotecas universitarias hoy día ante los diferentes retos que han de afrontar, como las noticias falsas (*fake news*), minería de datos, ciencia abierta o más recientemente la inteligencia artificial-chat GPT. Por tanto, es fundamental que sus sitios web sean atractivos y claros en la información que ofrecen, tanto textual como imágenes, para que los usuarios utilicen los recursos de las bibliotecas, participen en los distintos espacios formativos y adquieran mayores



competencias informacionales. En este sentido, los gestores de bibliotecas y encargados de servicios-programas de ALFIN han de prestar mayor atención en los sitios web al uso y visibilidad de los recursos visuales y multimedia como complemento de los contenidos ALFIN. Del análisis realizado, se evidencia que un porcentaje menor de sitios web de bibliotecas (60 de 395) logra tener un nivel medio/alto de dicha gestión.

El desarrollo de los servicios-programas de ALFIN, debido a distintas razones, entre las que se enfatiza la trayectoria de la temática, la fortaleza de asociaciones y redes bibliotecarias, la disponibilidad de personal y recursos tecnológicos-económicos ha hecho que sean determinados países y BU los que durante las últimas dos décadas hayan destacado en ALFIN (Estados Unidos, Reino Unido, Australia), pero cabe señalar que la buena gestión ha ido creciendo en otros contextos. Por ello un aspecto relevante de los resultados de este estudio, tanto entre las 60 bibliotecas que obtuvieron un nivel medio como entre las 25 que alcanzaron un nivel alto, es que se observa una distribución geográfica variada, incluso en países emergentes, lo que demuestra que contar con un buen servicio-programa de ALFIN que considere tanto el contenido como la imagen para su promoción es posible desde otros contextos e idiomas en la tradición de esta temática.

En este sentido es clave que el programa-servicio ALFIN se adapte y tenga en cuenta las necesidades y perspectivas de los usuarios en cada contexto, es decir, su comunidad universitaria, sin embargo, urge integrar tanto el contenido como lo visual para hacer el programa-servicio más atractivo y pertinente.

A su vez, se espera profundizar en otros estudios (y posibles razones), específicamente en aquellos casos de sitios cuyo contenido presenta información que evidencia los avances en sus programas-servicios de ALFIN, aunque en la parte visual no sean los sitios más trabajados. Probablemente, se deba a razones técnicas, ya que al estar sujetos al diseño del portal institucional carecen de flexibilidad para la parte visual, o bien, son programas tan posicionados que no ven necesaria la promoción, etcétera.

Igualmente, sería necesario indagar más en aquellos sitios con diseños elaborados, es decir, con una parte visual muy atrayente, pero no tanto en el contenido ALFIN que presentan; esto podría deberse al deseo de capturar la atención, pero sólo se ubica en procesos iniciales del programa-servicio, o en donde sí cuentan con un programa-servicio ALFIN estructurado, pero la información no se muestra a todo el público y lo dejan como *know how* (*experiencia*) institucional, por lo que sólo se lograría conocer de manera completa cuando se registra institucionalmente en el sitio web.

Por otro lado, en el estudio se identificaron elementos relativos al contenido y la imagen que ofrecen un conjunto de servicios-programas para ALFIN, resaltando aquellos que pueden ser considerados buenas prácticas, dada la innovación

y creatividad de esas BU al ofrecer los contenidos. Además, el buen diseño visual, apoyado en el uso de diversas tipologías de imágenes (logotipo, infografías, presentaciones, videos, etc.) transmite de manera clara y llamativa la información, propiciando una mayor atracción y satisfacción de los usuarios.

Finalmente, se requiere ampliar la publicación de estudios de ALFIN sobre la importancia de los sitios web de las BU para lograr una adecuada promoción, pues son escasos los estudios en general, como se evidenció tras el extenso rastreo bibliográfico, y los que se ubican se han centrado en el contenido, lo cual está bien, pero es necesario siempre considerar el binomio imagen/contenido, ya que es tan importante el fondo como la forma, el contenido como el continente, máxime porque en las nuevas generaciones de usuarios lo visual, multimedia, redes sociales, etcétera, son elementos motivadores y mediadores en el acceso a la información y formación.

Este estudio, al ser pionero desde la perspectiva de analizar lo visual, tiene sus limitaciones, especialmente en cuanto al universo y muestra de BU, pues, aunque el Mapa es una herramienta útil al incorporar lo reportado en la literatura, no recoge todos los sitios web de BU con programas-servicios de ALFIN. No obstante, este estudio es un modelo que puede ser aplicado a otras bibliotecas, o para contextos específicos. Asimismo, a pesar de que las variables y ponderaciones utilizadas se basaron en los escasos referentes teóricos y aplicados localizados, se necesitan más estudios para que dichos ítems y valoraciones conformen una metodología estandarizada.

Por todo ello, esta investigación resulta pionera a nivel mundial y puede servir de referencia para estudios posteriores en otros contextos, tipologías de bibliotecas o nivel educativo (escolares, públicas ...). Es una puerta que se abre para considerar no sólo el contenido como ya se había hecho en estudios previos, sino también lo visual que resulta clave en la promoción de ALFIN, para que así, los servicios-programas de ALFIN desde la Web sean más conocidos, atractivos y motivadores.

## REFERENCIAS

- American Library Association. (2000). *Information literacy competency standards for higher education*.  
<https://alair.ala.org/bitstream/handle/11213/7668/ACRL%20Information%20Literacy%20Competency%20Standards%20for%20Higher%20Education.pdf>
- Association of College and Research Libraries. 1989. Presidential Committee on Information Literacy: Final Report. American Library Association.
- . 2012. Visual Literacy Standards Task Force, Visual Literacy Competency Standards for Higher Education. *College & Research Libraries News* 73(2): 97-104.
- . 2015. Framework for Information Literacy for Higher Education. Chicago, Illinois: Association of College and Research Libraries, American Library Association.

- Beaudoin, J. 2016. Describing Images: A Case Study of Visual Literacy among Library and Information Science Students. *College & Research Libraries* 77(3): 376-392.
- Chartered Institute of Library and Information Professionals. 2018. Definition of Information Literacy 2018. Londres, Reino Unido, CILIP The Library and Information Association.
- Crane, B. E. E. 2015. *Infographics: A Practical Guide for Librarians*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Elkins, J. (2009). Introduction: The concept of visual literacy, and its limitations. In *Visual literacy* (pp. 9-18). EE. UU.: Routledge.
- Ellis, C., F. Johnson y J. Rowley. 2017. Promoting Information Literacy: Perspectives from UK Universities. *Library Hi Tech* 35(1): 53-70.
- Gomes, M. A. y L. M. Moreira Dumont. 2018. Websites em bibliotecas universitárias como instrumentos para a formação de competências em informação. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciencia da Informacao* 16(2).  
<https://doi.org/10.20396/rdbci.v16i2.8650816>
- Herrera M., J. L., M. Pérez Pulido y V. Carrillo D. 2007. Los elementos de identidad visual corporativa de las bibliotecas universitarias españolas proyectados a través de Internet. *Scire: representación y organización del conocimiento*: 67-98.  
<https://doi.org/10.54886/scire.v13i2.1718>
- Horsfall, M. 2020. Marketing of Library and Information Services in the Digital Age: Challenges, Strategies and Implications. *Information Impact: Journal of Information and Knowledge Management* 11(2): 13-20.  
<https://dx.doi.org/10.4314/ijikm.v11i2.2>
- Iyambo, L. 2018. Utilisation of Library Websites for Information Literacy Delivery in Five Selected Universities in South Africa. Tesis de maestría. University of Cape Town.  
<https://open.uct.ac.za/handle/11427/29869>
- Lau, J. y J. Cortés. 2010. *Integrating the Information Literacy Logo: A Marketing Manual*. Veracruz, México: International Federation of Library Associations and Institutions/ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Lim, A. 2010. The Readability of Information Literacy Content on Academic Library Web Sites. *Journal of Academic Librarianship* 36 (4): 296-303.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2010.05.003>.
- Marquina A., J. 2019. Imagen de marca y redes sociales: diez secretos confesables para potenciar la marca de las bibliotecas a través de Internet. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios* 34(118): 35-93.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7222517>
- Martin, N. A. y R. Martin. 2015. Would You Watch It? Creating Effective and Engaging Video Tutorials. *Journal of Library & Information Services in Distance Learning* 9(1-2): 40-56.  
<https://doi.org/10.1080/1533290X.2014.946345>
- Matusiak, K. K., Ch. Heinbach, A. Harper y M. Bovee. 2019. Visual Literacy in Practice: Use of Images in Students' Academic Work. *College & Research Libraries* 80(1): 123.  
<https://doi.org/10.5860/crl.80.1.123>
- Medina C., M. y . I. Ayala R. 2022. El uso de la infografía como Objeto Virtual de Aprendizaje para la instrucción de la alfabetización informacional. *Acceso. Revista Puertorriqueña de Bibliotecología y Documentación* 3: 1536-1772.  
<https://revistas.upr.edu/index.php/acceso/article/view/20359/18187>

- Menéndez, J. L. 2015. *Las herramientas gestionadas por las bibliotecas universitarias españolas en el servicio de la web: creación de la marca en línea*. Disertación doctoral. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense.  
<http://eprints.rclis.org/29201/>
- Mondal, H. 2022. Application of Digital Marketing Tools in the Context of Library Services Marketing in Modern Era. En *Change in Librarians Core Competencies during the Pandemic*, editado por Upasana Yadav, 141-151. Nueva Delhi: DPS Publishing House.
- Moyo, M. 2014. An Analysis of the Content of Information Literacy Programmes in South African Institutions of Higher Learning: a Study of Rhodes University and the University of Fort Hare, Eastern Cape Province. Disertación doctoral. University of Fort Hare.  
<http://libdspace.ufh.ac.za/handle/20.500.11837/791>
- Murphy, J. 2013. Marketing the Library in an On-line University to Help Achieve Information Literacy. *Education Libraries* 36(2): 17-24.
- Noh, Y. 2022. A Study on the Discussion on Library 5.0 and the Generation of Library 1.0 to Library 5.0. *Journal of Librarianship and Information Science*.  
<https://doi.org/10.1177/09610006221106183>
- Pinto, M., F. García, A. Uribe-Tirado y P. Martínez O. 2021. Visibilidad de los servicios de alfabetización informacional de las bibliotecas universitarias españolas según sus webs: diseño y validación de un programa de autoevaluación. *Profesional de la información* 30(3): e300-316.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.16>
- Renditiso, A. 2011. Information Literacy in the Italian Universities. A Users' Survey Combined with the Analysis of the University Web Sites. *Bollettino AIB* 51(3): 213-226.
- Society of College, National and University Libraries. 2011. *The SCONUL Seven Pillars of Information Literacy: Core Model for Higher Education*. SCONUL Working Group on Information Literacy.  
[http://www.sconul.ac.uk/groups/information\\_literacy/publications/coremodel.pdf](http://www.sconul.ac.uk/groups/information_literacy/publications/coremodel.pdf)
- Tewell, E. 2010. Video Tutorials in Academic Art Libraries: a Content Analysis and Review. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America* 29(2): 53-61.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/290489999.pdf>
- Uribe-Tirado, A. 2011. La incorporación de ALFIN como servicio fundamental de las bibliotecas Iberoamericanas. Una mirada general desde la construcción de un mapa de geo-representación de contenidos. Monográfico sobre alfabetización informacional: *Veintitantas experiencias Alfin y una canción esperanzada*. ALFARED (Homenaje a la revista Educación y Bibliotecas).  
<http://eprints.rclis.org/16522/>
- Uribe-Tirado, A. y A. G. Uribe. 2012. La alfabetización informacional en las universidades españolas. Niveles de incorporación a partir de la información publicada en los sitios web de sus bibliotecas-CRAI. *Revista Española de Documentación Científica* 35(2): 325-345.  
<https://doi.org/10.3989/redc.2012.2.873>
- Wickramanayake, L. 2012. Instruction and Help Services in the Academic Library Web Sites and Web Pages in Sri Lanka: A Content Analysis. *Electronic Library* 30(3): 377-389.  
<http://dx.doi.org/10.1108/02640471211241654>.

- Yang, S. 2014. Marketing and Delivering Information Literacy on the Web, Yesterday and Today, from 2009 to 2012. *Library Hi Tech News* (4): 10-13.  
<http://dx.doi.org/10.1108/LHTN-03-2014-0019>
- Yang, S. y Min C. 2014. Promoting and Teaching Information Literacy on the Internet: Surveying the Web Sites of 264 Academic Libraries in North America. *Journal of Web Librarianship* 8(1): 88-104.  
<http://dx.doi.org/10.1080/19322909.2014.855586>
- Zurkowski, P. 1974. *The information service environment relationships and priorities. Related Paper No. 5*. Washington, D.C.: National Commission on Libraries and Information Science.  
<https://eric.ed.gov/?id//ED100391>

## ANEXO 1

Nombre de la Universidad (entre las 127)	País
1. Purdue University	EE. UU.
2. San Diego State University	EE. UU.
3. Universidad Pablo de Olavide	España
4. Università di Bologna	Italia
5. University of Bradford	Reino Unido
6. University of California-Berkeley	EE. UU.
7. The Ohio State University	EE. UU.
8. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	España
9. Universidad de Lima	Perú
10. Universidad de Valladolid	España
11. Universidad de Zaragoza	España
12. University of Alberta	Canadá
13. University of Kentucky	EE. UU.
14. University of Maastricht	Holanda (Países Bajos)
15. University of Ohio	EE. UU.
16. Indiana University of Pennsylvania	EE. UU.
17. Mondragon Unibertsitatea	España
18. Universidad de Puerto Rico-Río Piedras	Puerto Rico
19. University at Albany	EE. UU.
20. University of Montana	EE. UU.
21. University of Toronto	Canadá
22. Universidad de Alicante	España

23. University of Dayton	EE. UU.
24. Universidad de Almería	España
25. Universidad de Jaén	España
26. Universidad de Playa Ancha	Chile
27. University of Manchester	Reino Unido
28. University of Eastern Finland	Finlandia
29. University of Newcastle	Reino Unido
30. University of Washington	EE. UU.

30 sitios con mejores puntuación sobre contenidos ALFIN

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO 2

Nombre de la Universidad (entre las 127)	País
1. The University of New South Wales	Australia
2. Universidade Federal do Paraná	Brasil
3. Universidad de las Américas Puebla	México
4. La Trobe University	Australia
5. University of Eastern Finland	Finlandia
6. Universidad Nacional de Colombia-Palmira	Colombia
7. University of the West of England-Frenchay Campus	Reino Unido
8. Mondragon Unibertsitatea	España
9. University of Bradford	Reino Unido
10. University at Albany	EE. UU.
11. Universidad de Puerto Rico-Río Piedras	Puerto Rico
12. Universidad Metropolitana	Venezuela
13. University of Washington	EE. UU.
14. University of Auckland	Nueva Zelanda
15. The University of Western Australia	Australia
16. Universidad EAFIT	Colombia
17. Universitat Pompeu Fabra	España
18. University of Manchester	Reino Unido
19. University of Leeds	Reino Unido

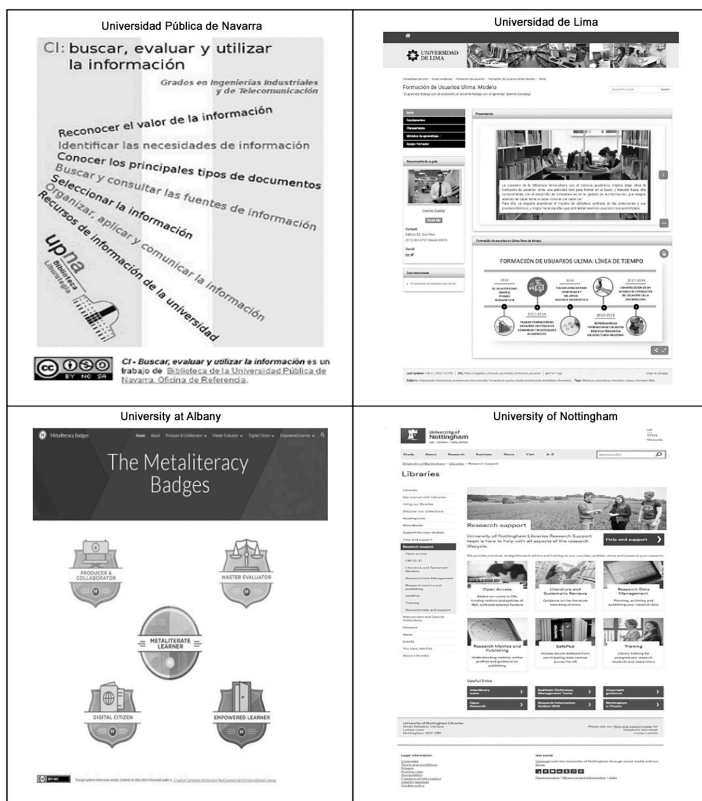
20.	Université de Montréal	Canadá
21.	Universidad de Valparaíso	Chile
22.	Universidad de Almería	España
23.	York University	Canadá
24.	Universitat Politècnica de Catalunya	España
25.	Universidade Estadual de Campinas	Brasil
26.	Universidad de Lima	Perú
27.	Universidad de Zaragoza	España
28.	Universidad Pública de Navarra	España
29.	Universidad de Cardiff	Reino Unido
30.	Auburn University	EE. UU.

30 sitios con mejor puntaje en lo referente a imagen general

Fuente: Elaboración propia.

### ANEXO 3

<p><b>Universidad de Puerto Rico (Río Piedras)</b></p>	<p><b>Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá</b></p>
<p><b>University of Kentucky</b></p>	<p><b>University of Washington</b></p>



Ejemplos de sitios destacados por su gestión de imagen específica para ALFIN  
Fuente: Elaboración propia.

*Para citar este texto:*

Pinto, María, Alejandro Uribe-Tirado y Ramón Alberto Manso Rodríguez. 2023. “Análisis de los contenidos e imágenes de los sitios web de las bibliotecas universitarias utilizados para la promoción de la alfabetización informacional a nivel mundial”. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información* 37 (97): 29-60.

<http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2023.97.58789>