



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

LA BIBLIOTECA COMO OBJETO DE CONSUMO

Lic. Silvana Mariel González Carballal

silvana.gonzalez@prodic.edu.uy

PRODIC-UDELAR

Uruguay



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

RESUMEN

La ponencia que se propone relata la investigación realizada para la elaboración de la tesis a fin de obtener el título de Magíster en Información y Comunicación. Se explora a las Bibliotecas como objeto de consumo en el marco de la Sociedad de la Información y la Sociedad de Consumo. En general, las bibliotecas suelen ser vistas como parte del consumo cultural sobre la base de la información y los servicios que brinda. Se propone una mirada diferente al abordar su estudio como bien de consumo, no como institución o producto, sino como parte del mercado desde la óptica de los usuarios/clientes/consumidores. Se observa a las Bibliotecas formando parte de un mercado (mercado de información) dado el ostensible incremento de competidores surgidos en el área, encabezado por Internet y sus diversos motores de búsqueda. Se parte de la base de que las personas han adquirido características propias provenientes del consumo que permean su conducta, gustos y criterios de elección, y en consecuencia juzgan y seleccionan en todos los ámbitos de la vida; no quedando exentas las bibliotecas a la hora de usarlas y evaluarlas, así como al necesitar o demandar información, preferir servicios y productos o entornos edilicios o virtuales; teniendo en cuenta la alta competencia que deben enfrentar estas instituciones. Se realiza una encuesta, estudiando casos dentro de las Bibliotecas Universitarias, para explorar el impacto de la sociedad de consumo sobre las bibliotecas. Se pretende, de esta forma, incorporar a la sociedad de consumo como dimensión de análisis al estudiar o evaluar las bibliotecas; caracterizar la imagen y los usos actuales de las bibliotecas desde la perspectiva del consumo; caracterizar las conductas referidas a la búsqueda de información en la actualidad; conformar una visión actualizada de la relación biblioteca-usuario, analizando las nuevas características de éste último; así como construir lineamientos para la adaptación de las bibliotecas a la sociedad de consumo. Buscando alertar sobre la nueva visión y necesidades de los usuarios en el marco de la sociedad de consumo para ayudar a las bibliotecas a adaptarse mejor a estos cambios, e integrar una nueva perspectiva al campo de la bibliotecología.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

ABSTRACT

The proposed paper relates the research carried out for the preparation of the thesis to obtain the title of Master in Information and Communication. Libraries are explored as an object of consumption within the framework of the Information Society and the Consumer Society. In general, libraries are usually seen as part of cultural consumption based on the information and services provided. A different perspective is proposed when approaching its study as a consumer good, not as an institution or product, but as part of the market from the perspective of the users / customers / consumers. Libraries are seen as part of a market (information market) given the apparent increase in competitors that have arisen in the area, led by the Internet and its various search engines. It is based on the fact that people have acquired their own characteristics from consumption that permeate their behavior, tastes and criteria of choice, and therefore judge and select in all areas of life; libraries are not exempt when it comes to using and evaluating them, as well as when needing or demanding information, prefer services and products or building or virtual environments; taking into account the high competence that these institutions must face. A survey is conducted, studying cases within the University Libraries, to explore the impact of consumer society on libraries. It is intended, in this way, to incorporate the consumer society as a dimension of analysis when studying or evaluating libraries; characterize the image and current uses of libraries from the perspective of consumption; characterize the behaviors related to the search for information at present; create an updated view of the library-user relationship, analyzing the new characteristics of the latter; as well as construct guidelines for the adaptation of libraries to the consumer society. Looking to alert about the new vision and needs of users within the framework of consumer society to help libraries better adapt to these changes, and integrate a new perspective to the field of librarianship.



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Palabras clave

Bibliotecas, Consumo, Usuarios

Keywords

Libraries, Consumption, Users



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

I. Introducción

En el año 2003 la Online Computer Library Center (OCLC) realizó un estudio titulado “The 2003 OCLC environmental scan: pattern recognition” (De Rosa, Dempsey & Wilson, 2004) el cual observaba con preocupación que las bibliotecas estaban perdiendo su definición y razón de ser en el actual contexto de la sociedad de la información y el conocimiento; señalando el rol que ya estaba desempeñando Internet y, en particular, los motores de búsqueda. Ante lo cual establecen la pregunta: ¿por qué actualmente no se consigue que las bibliotecas y los bibliotecólogos sean útiles, relevantes e importantes en la era de Google?.

En base a este planteo, en el año 2005 se implementa una encuesta internacional (De Rosa et al., 2005) buscando conocer las razones de lo antes mencionado. En las conclusiones se confirman varias situaciones que se intuían: las bibliotecas estaban cayendo en desuso frente a Internet y, si bien se conocía que su misión era la de brindar información a través de diferentes tipos de recursos y servicios, su imagen había quedado estancada en la idea básica del “libro” y el “préstamo del libro”. También es destacable que aunque se estimaba que la información brindada por la biblioteca era más confiable y pertinente (además de gratuita) el uso de las bibliotecas no se adaptaba a los actuales estilos de vida de las personas, aspecto que sí cubrían (y muy bien) los motores de búsqueda de Internet: son rápidos, fáciles de usar y accesibles a toda hora, además de también ser gratuitos y dar una gran cantidad de información que es considerada igualmente confiable.

Lo cierto es que en la actual sociedad en la cual nos encontramos se percibe que el estilo de vida de las personas es un determinante de sus preferencias, buscando que los bienes de consumo se adapten a ellas y no viceversa.

Bajo esta situación se considera que se ha producido un cambio en los usuarios que ha generado un impacto en las bibliotecas, y sobre la base de este nuevo contexto usan, evalúan, necesitan y demandan información, así como juzgan y prefieren servicios y productos, al igual que entornos



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

edilicios y virtuales; debiendo las bibliotecas adaptarse a esta situación.

Sobre la base de lo expuesto se plantean los siguientes objetivos:

General:

Analizar las bibliotecas desde su dimensión como objeto de consumo, explorando el impacto ocurrido sobre su uso en la sociedad actual y la relación existente entre estas y los usuarios.

Específicos:

- * Estudiar el impacto de los distintos factores que actúan actualmente sobre las bibliotecas a través de su estudio como objeto de consumo.
- * Profundizar sobre la imagen y los usos actuales de las bibliotecas desde la perspectiva de la sociedad actual.
- * Caracterizar las conductas referidas a la lectura y búsqueda de información en la actualidad.
- * Conformar una visión actualizada de la relación biblioteca-usuario, analizando las nuevas características de éste último.

El presente trabajo se basa en una investigación en curso para la realización de la Tesis a fin de obtener el título de Magíster en Información y Comunicación (PRODIC-FIC-UDELAR).



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

II. Marco teórico/marco conceptual

El consumo es parte de la condición humana, ha existido siempre a lo largo de la historia, puesto que es una función imprescindible para la supervivencia y satisfacción de las necesidades. En la actualidad la práctica del consumo se ha vuelto un factor predominante, tan cotidiano que ha pasado a ser una parte esencial de la vida social, siendo tanto un fenómeno como una forma de relacionamiento. (Porro Gutiérrez, 2014)

Baudrillard (2009) sostiene que en la sociedad moderna el consumo de signos sustituyó a la necesidad, prevaleciendo la lógica del valor aportado por la representación del objeto más que su función. Afirma que para que un objeto sea de consumo primero debe volverse signo; idea también compartida por Bourdieu (citado por Porro Gutiérrez, 2014)

Baudrillard (2009), también señala que en la llamada sociedad de consumo el tiempo es el bien de mayor importancia; y destaca que en ésta todo es servicio, dado que todo producto no lo es en sí mismo de forma pura y simple sino que es ofrecido como servicio personal. Asimismo, afirma que en la era del consumo la lógica de la mercancía no sólo alcanza a los procesos de trabajo y los productos materiales, sino que se ha expandido hacia todas las áreas: cultura, sexualidad, relaciones humanas, fantasías y pulsiones individuales. Todo se vuelve un modelo consumible.

En los productos culturales existe una diferencia entre valor de cambio y valor de uso. Mientras que el primero es intrínseco a cualquier mercancía, permitiendo su comparabilidad cuantitativa con otras similares –precio-, el valor de uso de un bien cultural ofrece distintos tipos de valoraciones: funcionales (placer, ocio, diversión, sociales (aceptación, camaradería, prestigio) y emocionales (vivencia, recuerdo, emociones), además de distinción social. (Stolovich, 2001)

Se considera que el consumo cultural se encuentra al servicio de la distinción y el estatus social. Sin embargo, posteriormente se ha demostrado que también existen otros factores que inciden en el



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

consumo cultural, tales como género, edad, territorio, etc.; siendo las sociedades actuales sociedades complejas en las cuales las preferencias o gustos son abiertos, múltiples, variables e inestables. (Sassatelli, citado por Porro Gutiérrez, 2014)

El enfoque omnivorista, por su parte, sostiene que los gustos no son determinados por las clases o el estatus social, sino que la oferta y la capacidad de elegir productos culturales es lo que genera las diferencias. En consecuencia, ya no se realizan más productos para masas sino para grupos de interés específicos (Porro Gutiérrez, 2014). Se puede establecer que las necesidades no producen el consumo sino que es el consumo el que produce las necesidades.

En este sentido, las bibliotecas juegan un rol muy particular dentro del consumo cultural. Las últimas cifras de las que se tienen datos en el Uruguay (Dominzain, Radakovich, Duarte & Castelli Rodríguez, 2014), establecen que el 59,6% de la población lee al menos algún libro al año, mientras que el 14,2% casi nunca lee y el 25,7% nunca lee.

En cuanto a la forma de obtener los libros, en primer lugar está la compra (36,2%) y en segundo lugar se encuentra el préstamo (25,8%), mientras que en el año 2002 casi la mitad de las personas obtenían libros por préstamo como forma principal y en el 2009 el préstamo aún conformaba la primer forma de obtención de libros. Cabe aclarar que en este tercer informe por primera vez se integra como pregunta si la forma de obtención de libros es a través del préstamo en bibliotecas, estableciéndose que sólo el 6,4% de las personas encuestadas obtuvo así su último libro. Por lo que se deduce que las bibliotecas no son de uso frecuente para la consulta o préstamo de libros.

Se observa que en el año 2014 sólo el 16,8% de los encuestados asistió a una biblioteca, leve baja con respecto al 2009 dónde el 18,3% de la población había asistido a bibliotecas en el último año; cifra casi 7 puntos porcentuales menor a la registrada en el año 2002 (23%). Este dato se condice con los observados a nivel mundial, donde diferentes estudios en distintos países confirman el marcado descenso en el uso de bibliotecas y préstamo de libros (United Kingdom, Department for



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Culture, Media & Sport, 2014; Horrigan, 2016; Las bibliotecas japonesas, 2017).

Históricamente las bibliotecas se han considerado como bastiones contra el consumo, sin embargo, no sólo no pueden evitarlo sino que participan del mismo a pesar de sí mismas, dado que como instituciones culturales que son forman parte de una Industria Cultural y de un Mercado de la Información.

A su vez, al ser una Institución, naturalmente se encuentran -al igual que las demás instituciones- en una crisis (Domenech, Tirado, Traveset, & Vitores, 1999), dado que la sociedad que les dio origen ha cambiado, y por lo tanto deberán fortalecerse, resignificarse, diluirse o continuar “zombis” -al decir de Beck (citado por Bauman, 2015)- existiendo pero no siendo al mismo tiempo.

Los datos mencionados demuestran que algo está pasando con el consumo cultural de las bibliotecas, el cual, a grandes rasgos, podríamos agrupar en tres factores: como servicio/producto en sí mismo, en relación a la lectura, y como espacio físico.

En cuanto a su consumo como servicio/producto, el Mercado de la Información es un determinante, en el cual se encuentran sirviendo de intermediarias entre una demanda constante por parte de un usuario, un mercado editorial de precios elevados, y una oferta limitada o pirata de productos gratuitos sobre los cuales moverse (Villaroya, Claudio-González, Abadal, & Melero, 2012) Esto signa una nueva relación usuario-biblioteca, en la que Internet juega un rol fundamental; sumado a la demanda exponencial de información signada por la sociedad de la información/conocimientos los hábitos de consumo -que imprimen una impronta diferente-, enmarcados en una modernidad líquida que rompe las barreras del aquí y el ahora. (Bauman, 2009)

Este mismo Mercado forma parte de la relación usuario-lectura, siendo esta última tanto un hecho cultural, como social, político y económico. La relación con la lectura se ha modificado en cuanto a la ergonomía del cuerpo y las destrezas lectoras. Hoy en día leer ya no es seguir un texto lineal sino



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

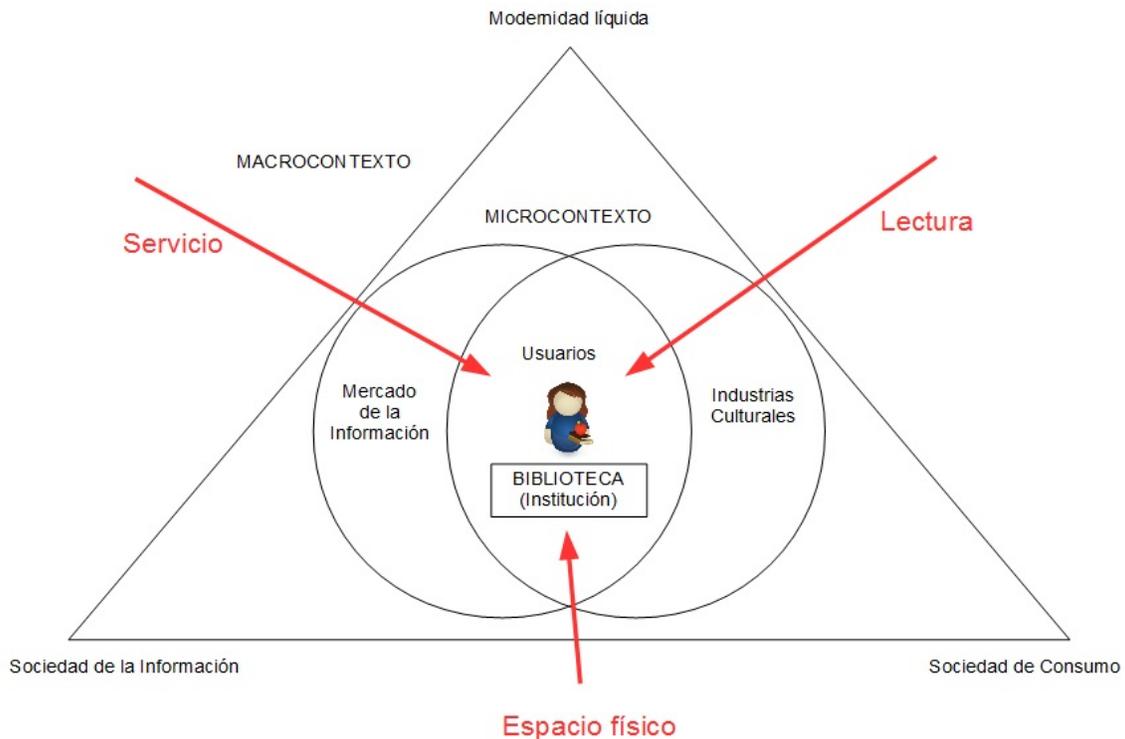
Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

que implica otras capacidades de uso -tales como hipertextos, ventanas, barras, etc.- y discriminación -seleccionar y filtrar información-. Sin embargo, la cultural letrada continúa inculcando la relación lectura-libro (papel), algo que sigue arraigado en nuestro imaginario. (García Canclini et al., 2015)

El consumo de las bibliotecas como espacio físico se ha transformado con el tiempo, ya que las distintas generaciones usan los entornos de forma diferente. Apostando a la nueva realidad muchas bibliotecas han comenzado a mutar hacia edificios modernos, más desestructurados, integrados a otros desarrollos culturales, donde el usuario pueda romper con el tradicional sentarse en silencio a leer, o pueda optar por éste si gusta. (Gómez Ruiz, 2017; Las bibliotecas japonesas, 2017; Lastreto, 2017; United Kingdom, South Tyneside Council, 2017)

El consumo cultural de bibliotecas establece, entonces, una sinergia entre un macro entorno y un micro entorno, que puede resumirse en el siguiente cuadro.





XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

III. Metodología

- * Encuesta **cuantitativa**, con algunas preguntas de corte cualitativo y la aplicación de algunas técnicas de percepción sensorial.
- * Universo de estudio: **estudiantes de grado de la Universidad de la República**, enfocados en su uso de bibliotecas universitarias.
- * Se buscó delimitar **cuotas por área dentro de la Universidad**: Social y Artística, Tecnología y Ciencias de la Naturaleza y el Hábitat, y Ciencias de la Salud; estableciéndose un mínimo de 150 respuestas por cada una (un mínimo total de 450 respuestas entre las tres áreas). Se obtuvieron 783 respuestas, correspondiendo 189 al área Social y Artística, 221 al área de Tecnologías y Ciencias de la Naturaleza y el Hábitat, y 373 al área de Ciencias de la Salud.
- * La encuesta fue aplicada entre los meses de **julio y agosto del año 2017**, realizándose **en línea** a través de la herramienta Google Formularios.
- * Para reclutar a los encuestados, se realizó la **difusión a través de las bibliotecas universitarias y los centros de estudiantes**.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

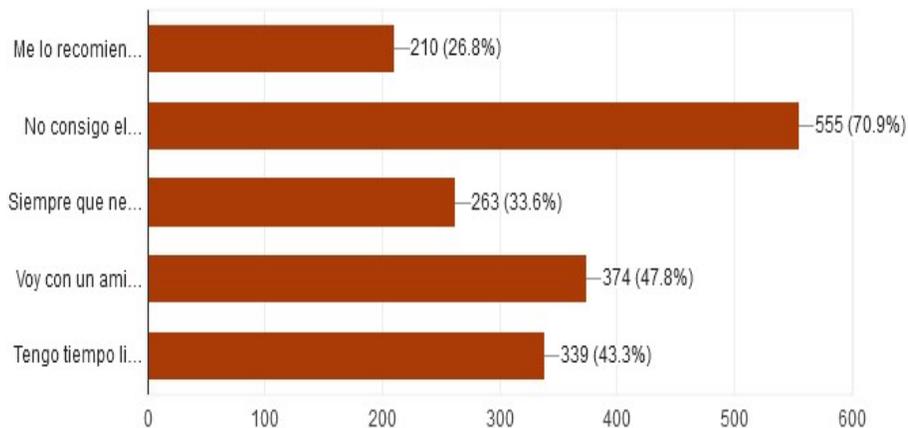
La sociología en tiempos de cambio

Se destaca nuevamente a la biblioteca como libro, estudio y tranquilidad (espacio físico), pero muy pocas veces se la asocia con recreación.

Al preguntar cuándo solían usar la biblioteca, se constata la tendencia a ser un complemento de lo que no está en otro lado más que una primera fuente de información; a pesar de ser consideradas la más confiable. Le sigue cuando se va con un amigo, destacando el carácter social del uso de la biblioteca, y luego cuando tengo tiempo libre, marcando la importancia de la adecuación al estilo de vida.

Uso la biblioteca cuando... (marque todas las que corresponda)

783 respuestas



Al pedir que se marquen todas las afirmaciones con las que se está de acuerdo de una lista dada, el primer lugar lo obtiene “Las bibliotecas deberían ser más lindas estéticamente, mejor climatizadas y tener asientos más cómodos”, le sigue “Las bibliotecas deberían ser más confortables en su ambiente y servicio”, quedando en tercer lugar “las bibliotecas deberían tener un horario de apertura más extenso, incluso con los fines de semana”. En un cuarto lugar muy cercano se encuentra “Las bibliotecas deberían tener cafetería”. Si embargo, en último lugar quedó el “Las bibliotecas están bien como están”.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

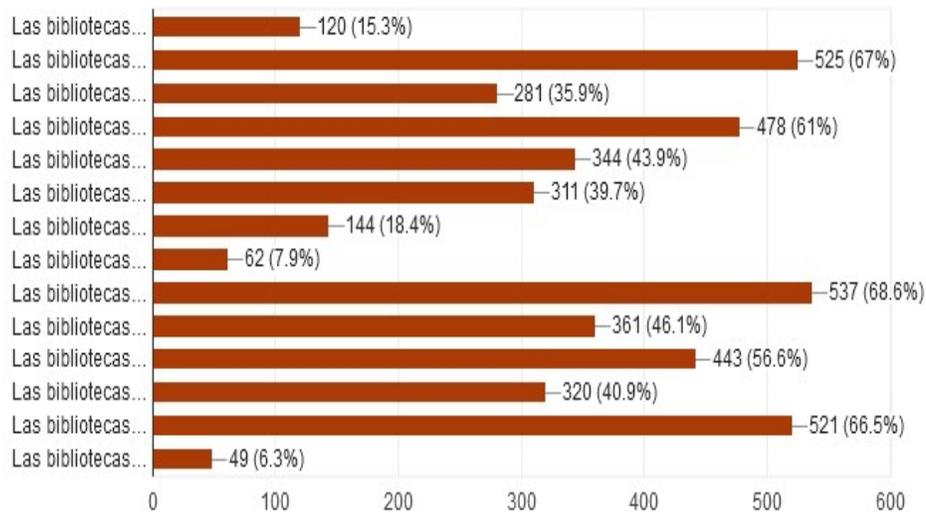
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Marque todas las afirmaciones con las que está de acuerdo

783 respuestas



Los resultados revelan la fuerte tendencia que imprime el consumo a la hora de usar las bibliotecas, buscando estetización, comodidad y adecuación al estilo de vida.

En cuanto a las búsquedas de información Google lidera indudablemente, seguido por el uso de material propio y la consulta a docentes.



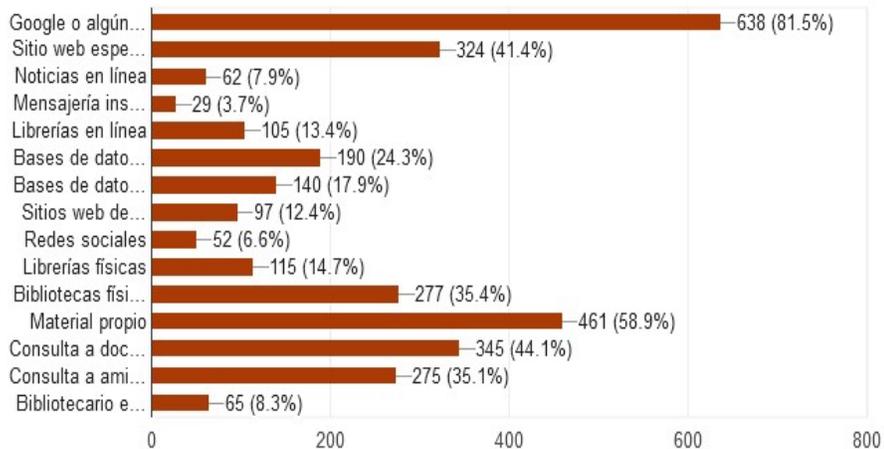
XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

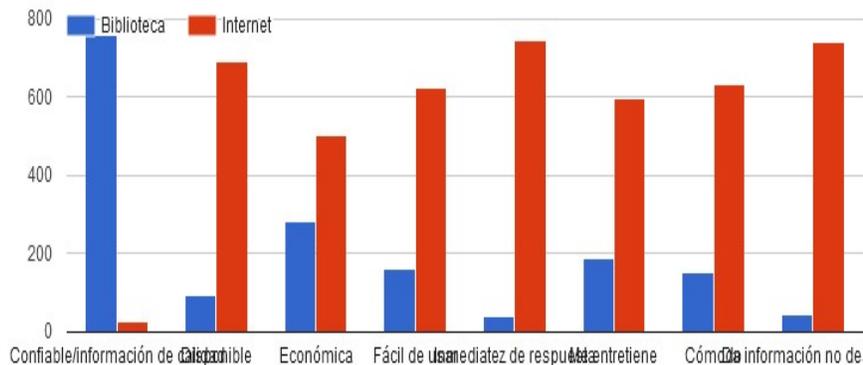
¿Dónde comienza normalmente su búsqueda de información sobre un tema en particular? (marque todas las que corresponda)

783 respuestas



Esta tendencia se comprueba al comparar Internet con las bibliotecas.

Si compara una biblioteca con Internet, indique cuál considera usted está mejor descrita por los siguientes ítems:





XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Las bibliotecas destacan en que tiene información más confiable, luego Internet la supera en todos los ítem, lo que demuestra su adecuación al estilo de vida de las personas. Notándose en la gráfica siguiente la corroboración de lo afirmado.

Pensando en cada fuente de información, sus necesidades de información y estilo de vida, ¿cómo considera que ...an a usted cada una de las siguientes?



Lo curioso es que a la hora de leer, una abrumadora mayoría prefiere hacerlo en papel. Aquí también debería observarse en cada caso qué se entiende por lectura, considerando el fuerte arraigo inculcado por la cultura letrada antes mencionado por García Canclini et al. (2015)



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

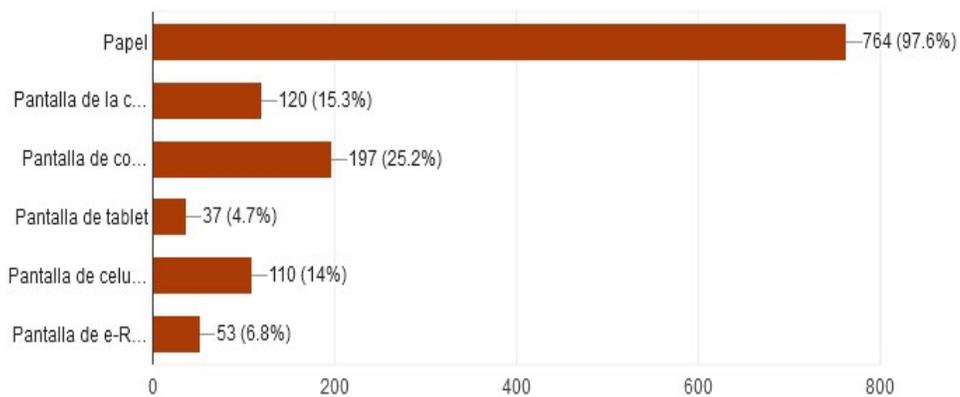
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

A la hora de leer, ¿qué tipo de soporte prefiere? (marque todas las que corresponda)

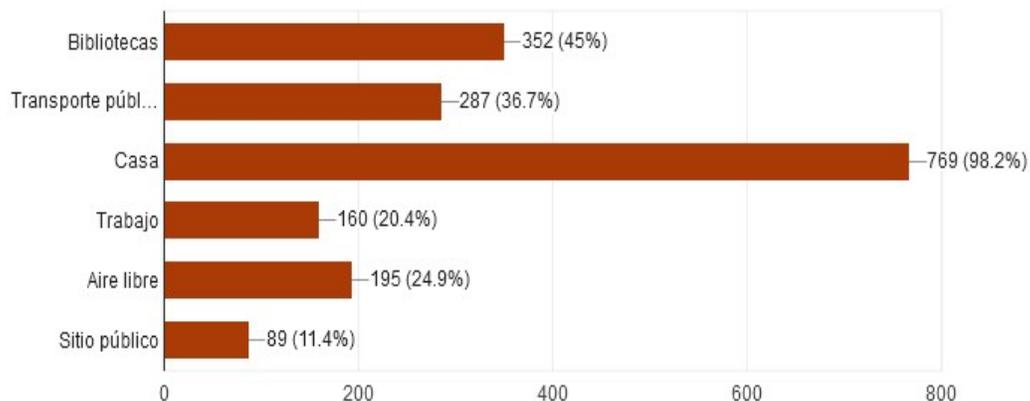
783 respuestas



También se observa que la lectura se ha flexibilizado en cuanto a dónde se realiza, aunque predomina la casa ya no hay una forma única ni estandarizada de hacerlo.

¿En qué lugar acostumbra leer habitualmente? (marque todas las que corresponda)

783 respuestas





XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

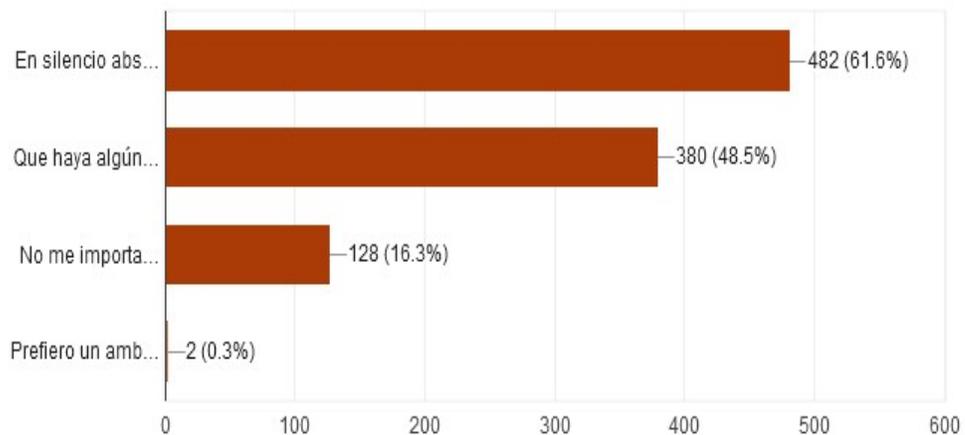
Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Sin embargo, cuando se lee aún se prefiere el silencio, la tranquilidad señalada como característica favorable de las bibliotecas en diferentes ocasiones.

A la hora de leer, ¿cómo prefiere el ambiente? (marque todas las que corresponda)

783 respuestas



Sobre la base de los resultados presentados se llegó a las conclusiones que se presentan a continuación.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

V. Conclusiones

- * **IMAGEN:** Se confirma que los **LIBROS** siguen siendo la marca registrada de las bibliotecas, junto con el estudio y la tranquilidad, además de brindar información más confiable.
- * **USO:** Las bibliotecas se siguen considerando **importantes como alternativa a Internet**
- * **LECTURA:** Es multimedia pero prefieren **papel**, cambia **ergonomía** y rompe solemnidad del **espacio**, pero gusta **tranquilidad**
- * **BÚSQUEDA:** Predomina **Google** y materiales propios, las bibliotecas si son recomendadas.
- * **ESPACIO:** Se comprueba **esteticismo** en uso de biblioteca y **comodidad**
- * **USUARIO ACTUAL:** Busca **adecuación al estilo de vida**, Internet se adapta perfectamente
- * **OPORTUNIDAD PARA BIBLIOTECAS:** Confiabilidad, guía, tranquilidad, mejora estética, promoción, punto de conexión.

Cabe destacar que se estima finalizar la tesis para mediados del 2018, donde los resultados de esta investigación se presentarán de forma más completa.



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**
3 - 8 Diciembre / Montevideo
Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

VI. Bibliografía

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Sigo XXI.

Bauman, Z. (2009). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2015). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.

De Rosa, C., Dempsey, L., & Wilson, A. (2004). *The 2003 OCLC environmental scan: Pattern recognition. Executive summary*. Recuperado 12 de marzo de 2014, de http://oclc.org/content/dam/oclc/reports/escan/downloads/escansummary_en.pdf

De Rosa, C., Cantrell, J., Cellentani, D., Hawk, J., Jenkins, L., & Wilson, A. (2005). *Perceptions of libraries and information resources: a report to the OCLC membership*. Recuperado 12 de marzo de 2014, de http://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/pdfs/Percept_all.pdf

Domenech, M., Tirado, F.J., Traveset, S. & Vitores, A. (1999). La desinstitucionalización y la crisis de las instituciones. *Educación social: Revista de intervención socioeducativa*, (12), 20-32. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de https://www.google.com.uy/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUK EwiNg6CZ5_fUAhUJHZAKHaeyA_0QFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.raco.cat%2Findex.php%2FEducacioSocial%2Farticle%2Fdownload%2F144294%2F383946&usg=AFQjCNHZbtBC6reX9tZ8qGnsT5WYvR5_TQ

Dominzain, S., Radakovich, R., Duarte, D. & Castelli Rodríguez, L. (2014). *Imaginarios y consumo cultural: Tercer informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/66060/1/imaginarios_y_consumo_cultural_-_tercer_informe_-_2014.pdf

García Canclini, N., Gerber Bicecci, V., López Ojeda, A., Nivón Bolán, E., Pérez Camacho, C., Pinochet Cobos, C. & Winocur Iparraguirre, R. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de https://www.google.com.uy/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKUwii48m9torYAhWEnJAKHTK7CBoQFggsMAE&url=https%3A%2F%2Fpubliadmin.fundaciontelefonica.com%2Findex.php%2Fpublicaciones%2Fadd_descargas%3Ftipo_fichero%3Dpdf%26idioma_fichero%3Des_es%26title%3DTowards%2Ba%2BReader%25C2%25B4s%2BAnthropology%26code%3D475%26lang%3Den%26file%3DHaciaunaantropologia.pdf&usq=AOvVaw1H-BNS2cu6zV3tNqEIH2SE

Gómez Ruiz, L. (2017, Noviembre 29). La biblioteca más futurista de China no tiene tantos libros como parece. *La Vanguardia*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <http://www.lavanguardia.com/cultura/20171129/433256667128/biblioteca-futurista-china-libros-mentira.html>

Horrigan, J.B. (2016). *Libraries 2016*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/09/PI_2016.09.09_Libraries-2016_FINAL.pdf

Las bibliotecas japonesas son también cafeterías, gimnasios y salones de belleza. (2017, Julio 1º). *Infobae*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <https://www.infobae.com/america/wapo/2017/07/01/las-bibliotecas-japonesas-se-convierten-en-cafeterias-gimnasios-y-salones-de-belleza/>



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Lastreto, R. (2017, Agosto 25). *Así serían las bibliotecas del futuro*. [artículo en Blog] Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <https://soybibliotecario.blogspot.com.uy/2017/08/asi-seran-las-bibliotecas-del-futuro.html>

Porro Gutiérrez, J.M. (2014). Sociología del consumo cultural. En *Manual Atalaya de apoyo a la gestión cultural*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/sociologia-consumo-cultural>

Stolovich, L. (2001). La lógica económica del empleo cultural. En *Euroamericano: Campus de cooperación cultural. II Campus (Cartagena de Indias, Colombia)*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de http://www.oei.es/historico/euroamericano/ponencias_mercado_logica.php

United Kingdom, Department for Culture, Media & Sport (2014). *Independent library report for England*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/388989/Independent_Library_Report-18_December.pdf

United Kingdom, South Tyneside Council (2017). *The Word Library*. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <https://www.southtyneside.gov.uk/article/56249/The-Word-Library>

Villaroya, A., Claudio-González, M., Abadal, E. & Melero, R. (2012). Modelos de negocio de las editoriales de revistas científicas: Implicaciones para el acceso abierto. *El profesional de la información*. 21(2), 129-135. Recuperado 15 de diciembre de 2017, de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/47769/1/129-135-Villarroya-et-al.pdf>