

## Campañas de difusión en la biblioteca de UNED Pamplona

Beatriz CEJUDO ALONSO\*

La Biblioteca de UNED Pamplona ha realizado en estos dos últimos años una labor de difusión de sus servicios y recursos presenciales y remotos, apoyándose en su misión, visión y valores institucionales; procediendo a una comunicación o marketing interactivo, uno de los roles del bibliotecario en la actual sociedad de Tecnologías de la Información y Comunicación.

Estas acciones se enmarcan dentro del compromiso recogido en la Carta de Servicios de la Biblioteca, en la que se señala la necesidad de desarrollar campañas de difusión de los servicios y recursos bibliográficos presenciales y remotos; y, de las conclusiones obtenidas en la revisión del documento citado, el pasado mes de junio, en que se precisó: “Realizar campañas sobre el valor, respeto, las condiciones (libros subrayados...) y plazos de préstamo de documentos por los usuarios...”.

Para la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA) el marketing es el proceso que promociona la Biblioteca y sirve para cumplir sus objetivos. Asimismo, REBIUN —Red de Bibliotecas Universitarias— en su Informe del año 2006 recoge la necesidad de realizar actividades de marketing en las bibliotecas universitarias españolas.

63

Las campañas van dirigidas a toda la comunidad universitaria, principalmente a los nuevos alumnos. Su desarrollo consiste en el envío del documento originado a todos los estudiantes por correo electrónico y su difusión en la página web, “Periódico universitario”, “Periódico del estudiante” y demás medios de comunicación social.

Por los objetivos que se pretenden, estas campañas se pueden calificar de generalistas, dada la amplitud de sus propósitos, ya que no afectan a un solo servicio ni a un solo aspecto de los mismos, como son:

- Aumentar el conocimiento sobre la variedad de actividades y servicios ofrecidos por la biblioteca, que los usuarios se den cuenta de lo que es la biblioteca, advirtiendo del valor de lo que tienen.
- Mejorar las prestaciones que ofrece y llegar al mayor número de personas.
- Tener un servicio bibliotecario de calidad, equitativo y sostenible.

---

\*Biblioteca UNED. Pamplona.

Los valores añadidos de estas acciones podemos decir que son varios:

- Visibilidad de la actividad del servicio, por la presencia de la biblioteca dentro de la vida académica del Centro y aumento de su presencia exterior a través de los medios de información entre los alumnos potenciales e identidad de las bibliotecas en los distintos Centros Asociados de la UNED.
- Transmitir la idea de que la utilización de los productos y servicios bibliotecarios incide en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumenta el prestigio del Centro.
- Intentar que las autoridades del Centro tengan la percepción de que asignar unos recursos a la biblioteca es rentable.
- Impulsar la importancia que tiene la Biblioteca como instrumento de acceso democrático a la información.

*Descubre las posibilidades de la biblioteca no presencial: "Sin distancias"*, fue el lema de la campaña llevada a cabo el pasado curso 2012-2013. Su objetivo específico fue dar a conocer las posibilidades que tiene actualmente de realizar una serie de trámites, "estés donde estés", vía Internet, sin necesidad de trasladarse a la Biblioteca.

## 64

En una época en la que casi toda la información está presente en Internet y puede accederse a ella mediante un solo clic, la biblioteca del Centro UNED Pamplona quiere potenciar las ventajas que le ofrece esta vía al usuario, tanto en la renovación de sus préstamos como en la tramitación de diversas solicitudes, o en el uso de los recursos y accesos bibliográficos, fomentando la autonomía del usuario y el uso de la tecnología, sin la mediación del bibliotecario ni de la biblioteca.

La UNED es la universidad de las oportunidades y de la flexibilidad, e Internet nos facilita llevar a cabo este derecho y compromiso, favoreciendo la gestión de su tiempo y su disponibilidad; así como mejorar y renovar formas de comunicación y de servicio. Una nueva manera de relacionarse "no presencial y sin distancias", apostando por la renovación y mirando al futuro.

La campaña arrancó el mes de noviembre y tuvo un relanzamiento de la misma el pasado mes de marzo.

Con esta iniciativa esperamos lograr una mejor adaptación a las circunstancias personales, ahorrando tiempo y costes en desplazamientos al Centro, en el apoyo al aprendizaje y a los procesos de creación del conocimiento del usuario.

Bajo las premisas de beneficios y procedimientos de los usuarios, la Biblioteca presenta este curso 2013-2014 la campaña informativa y de sensibilización "¡Usa bien tu Biblioteca! ¡Con responsabilidad ganamos todos!".

La campaña va dirigida a toda la comunidad universitaria para informar sobre las instalaciones, servicios y recursos humanos y de información que dispone, así como concienciar al usuario de la importancia de utilizarlos adecuadamente, cuidando y respetando el documen-

to y cumpliendo la normativa de uso y legal vigentes, para que todos podamos beneficiarnos de ellos en su estado integral cuando los necesitemos. En tiempos de crisis debemos, más aún si cabe, conseguir un aumento del uso de los recursos disponibles.

Entre los objetivos propuestos se encuentran:

Dar a conocer los beneficios de usar la biblioteca, difundir los procedimientos del usuario de la biblioteca, y fomentar el uso adecuado de los servicios bibliotecarios, para garantizar su sostenibilidad y buen funcionamiento, como son: prevenir y combatir la morosidad, o retraso deliberado, en los usuarios del servicio de préstamo domiciliario, conscientes de las repercusiones que tienen esas malas prácticas en otros usuarios y en el desarrollo del servicio de circulación. E informar y sensibilizar al usuario de que los documentos son muy útiles, pero al subrayarlos, pintarlos, etc., dejan de ser eficaces para otros usuarios.

La campaña quiere servir para hacer ver a los usuarios la importancia de que se sientan responsables de su aprendizaje, docencia e investigación y del buen uso de los recursos y servicios de información, para garantizar su funcionamiento y hacerlo más sostenible. No en vano, la atención e inversión en mantener los recursos bibliográficos, como es la bibliografía recomendada actualizada cada año, recibir servicios bibliotecarios en función de sus necesidades, ampliación de horarios y aperturas extraordinarias por motivo de la celebración de exámenes, etc., constituyen un esfuerzo importante que a todos nos afecta como ciudadanos contribuyentes.

Por tanto, fortalecer el conocimiento de los beneficios y procedimientos por parte de la comunidad universitaria del Centro es un elemento importante para hacer un uso adecuado de los recursos y servicios de la Biblioteca.

65

Por otro lado, se ha colaborado en la campaña “El valor añadido de leer” con la Fundación Dravet donando cerca de 500 libros. Con esta iniciativa, cada uno de los libros que recibe la Fundación puede ser adquirido al precio simbólico de un euro. La recaudación que se consiga se destinará a la [Fundación Dravet](#) para la investigación a nivel internacional de la enfermedad epiléptica, que afecta al cerebro en formación de los niños, dejando graves secuelas neurológicas.