

Consejo Internacional de Archivos
Sección de Asociaciones Profesionales de Archiveros
y Gestores Documentales (ICA/SPA)

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES PARA LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES

Contenido

1. Introducción
2. Objetivo de las actividades promocionales
3. Planificación de una estrategia promocional
4. Etapas en la planificación de una actividad de promoción
5. Estrategias promocionales posibles
6. Bibliografía

1. Introducción

En julio del año 2000, la Sección de Asociaciones Profesionales de Archiveros y Gestores Documentales (ICA/SPA) del CIA publicó una comunicación, *Lobbying et campagnes de sensibilisation aux archives, pour les associations professionnelles d'archivistes*, que presentaba distintas recomendaciones sobre como “influnciar en una decisión o en un acontecimiento y como solicitar apoyos para los archivos y los archiveros”. Se recordaba, en la introducción de la comunicación, que la mayoría de asociaciones tienen como objetivo, entre otros, “la representación y la promoción de la profesión”. Las campañas públicas y la promoción de los intereses profesionales particulares constituyen una parte de las actividades que permiten alcanzar este objetivo, conjuntamente con la propia promoción de los archivos.

Este documento cubre las actividades de promoción y completa las estrategias expuestas en *Lobbying et campagnes de sensibilisation aux archives, pour les associations professionnelles d'archivistes*. Examina el objetivo de las actividades de promoción posibles, evidencia la importancia de la planificación y, a un nivel estratégico, presenta la necesidad de emprender actividades individuales y ofrece una lista de estrategias y actuaciones que pueden ser realizadas para conseguir estos objetivos

2. Objetivo de las actividades promocionales

De manera general, en las asociaciones profesionales, la promoción y sus actividades consiguientes se efectúan para:

- Sensibilizar a las personas con relación a los archivos y a los archiveros
- Ayudar al desarrollo y reconocimiento de la profesión de archivero.
- Mejorar la comunicación y establecer lazos de colaboración con organismos similares, las administraciones, los responsables políticos y los empresarios.

En la práctica, las actividades de promoción se dirigen a públicos específicos a los cuales la asociación desea influir y, de manera más general, la promoción consiste en transmitir un mensaje al mayor número posible de audiencia.

La amplitud de las actividades de promoción y la elección de los métodos de comunicación, depende de un cierto número de factores, entre los cuales podemos destacar:

- El nivel de recursos disponibles de la asociación: ¿La asociación depende enteramente del trabajo de voluntarios o posee recursos para contratar y producir materiales promocionales?
- La estructura de la asociación: ¿La asociación es un organismo estatal único o es un organismo que opera en el ámbito nacional o regional? ¿Es una o son varias las personas, o es un comité, quien puede adoptar la responsabilidad de las actividades de promoción de la asociación? ¿Existe una estrategia global dependiente de un plan de actuación o las actividades se desarrollan para cada ocasión?
- El nivel de sensibilidad implícito que la comunidad posea con relación a los archivos. A pesar de que los archivos están, de manera general, bien valorados, en la mayoría de comunidades el nivel de comprensión sobre como la profesión contribuye a la selección y a la preservación de los archivos, es aún reducido.
- El nivel de sensibilidad que exista entre asociaciones similares, y con los responsables de decidir sobre el trabajo de los archiveros y los objetivos de la asociación.

3. Planificación de una estrategia promocional

La planificación es la clave para obtener una estrategia promocional eficaz, puesto que permite la coordinación de las actividades y que se dirijan hacia la consecución de los objetivos de la asociación. La planificación permite optimizar los escasos recursos de las asociaciones y presentar un mensaje comprensible y fácilmente transmisible.

4. Etapas en la planificación de una actividad de promoción

Las etapas de planificación de una actividad de promoción pueden ser las siguientes:

- *Identificar los objetivos y el público receptor*

Una actividad siempre debe empezar a partir de un buen conocimiento de los objetivos y del público receptor; por ejemplo, ¿que estamos intentando comunicar y por qué, y a quien queremos comunicarlo? Estos objetivos deberían estar integrados en la misión general de la asociación y en su estrategia global. Los objetivos pueden ser de largo plazo (por ejemplo, la

mejora de la comprensión de aquello que son los archivos por parte de la población) o de corto plazo (por ejemplo, la organización de un stand de presentación en el marco de una conferencia de una asociación similar), i en ciertos casos los objetivos a corto plazo pueden acabar materializando ambiciones de largo alcance.

- *Identificar los mensajes clave*

En las primeras etapas del ciclo de planificación, es necesario identificar los mensajes y las actividades clave, ligadas al público receptor. En un primer momento esto puede ser una simple lista de puntos o de notas a desarrollar en el futuro.

- *Identificar como presentar el mensaje*

Existe una gran variedad de maneras de presentar un mensaje promocional o de presentar las actividades: Desde publicaciones físicas o electrónicas a stands, pasando por conferencias presentadas en seminarios o talleres. La clave radica en el hecho de evaluar los métodos y de escoger el más adecuado.

- *Identificar los recursos necesarios.*

Los recursos tendrán un impacto sobre la naturaleza y los objetivos de las actividades que planifiquemos. Los recursos pueden ser financieros o colaboraciones gratuitas que los miembros de la asociación pueden aportar. Puede ser interesante establecer estrategias de partenariado con asociaciones similares o utilizar elementos que ya hayan sido desarrollados por otras asociaciones de archiveros.

- *Elaborar un plan de actuación*

Un plan de actuación es una ayuda para la elaboración de una actividad. Debe comprender las etapas a realizar, el calendario de ejecución y la relación de personas responsables.

- *Evaluar el resultado.*

La evaluación de la actividad es una etapa importante. Permite planificar mejor las actividades futuras y una mejor asignación de los recursos de la asociación. Las actividades promocionales concretas son más fáciles de evaluar que las destinadas al público en general. Los métodos de evaluación pueden contener el retorno de información por una parte del público previamente identificada, o por parte de miembros de la asociación que hayan participado en la actividad. Una asociación debería también desarrollar un conjunto de preguntas, como por ejemplo: ¿Los recursos humanos y financieros necesarios, estaban disponibles? ¿La actividad, ha alcanzado a su público objetivo? ¿La planificación ha sido la adecuada en lo que concierne al tiempo necesario así como en las diferentes etapas? ¿Cuáles han sido las dificultades?

5. Estrategias promocionales posibles

- Sensibilizar a la opinión pública en favor de los archivos y de la profesión.
- Desarrollar estrategias de relación con la administración, con grupos o con empresarios específicos, para sensibilizarlos y dar a conocer los archivos y la profesión.
- Para captar a los profesionales que no son miembros de la asociación y así promover y animar su adhesión a ella.
- Sensibilizar a los estudiantes sobre las posibilidades de una carrera en archivística.
- Establecer alianzas de cooperación con asociaciones profesionales afines.

| ESTRATEGIA | PÚBLICO OBJETIVO |
|---|---|
| 1. Sensibilizar a la opinión pública en favor de los archivos y de la profesión. | <ul style="list-style-type: none"> • Opinión pública en general o grandes públicos. |
| ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Publicar folletos explicativos sobre los archivos, la profesión y el movimiento asociativo. Enviarlos a grupos identificados o dejarlos en lugares estratégicos de la población. • Hacer presentaciones públicas a la población. Desarrollar un material de presentación así como diapositivas Powerpoint para facilitar la comprensión. • Preparar artículos y enviarlos a los medios de comunicación. • Promover seminarios o talleres que atraigan públicos amplios. • Hacer publicidad, cuando el tema sea el adecuado, a una amplia audiencia entorno a las actividades asociativas. • Desarrollar material promocional para ser distribuido en actos o reuniones de la comunidad. • Instalar stands promocionales, fáciles de montar, en actos y reuniones de la comunidad. • Emitir opiniones, cuando sea apropiado, sobre temas que conciernen a la comunidad, cuando se trate de cuestiones archivísticas. • Crear una web de la asociación. | |

| ESTRATEGIA | PÚBLICO OBJETIVO |
|---|---|
| 2. Desarrollar estrategias de relación con la administración, con grupos o con empresarios específicos, para sensibilizarlos y dar a conocer los archivos y la profesión. | <ul style="list-style-type: none"> • Administración • Grupos comunitarios • Empresarios • Profesionales liberales (economistas, abogados) |
| ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Establecer relaciones con representantes de organizaciones significativas y designar un miembro para que desarrolle y mantenga estas relaciones. • Publicar un folleto dirigido a la comunidad, a la administración y a los empresarios, que explique qué son los archivos, la profesión y la asociación. • Participar en conferencias de otras profesiones, así como en conferencias de empresarios e invitarlos a la conferencia de la asociación. • Distribuir el folleto de la asociación en conferencias profesionales de otras asociaciones. • Escribir artículos y publicar publicidad en sus publicaciones o en aquellas que ellos lean. | |
| 3. Para captar a los profesionales que no son miembros de la asociación y así promover y animar su adhesión a ella. | <ul style="list-style-type: none"> • Archiveros profesionales que no son miembros de la asociación. |
| ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Editar un folleto que explique los beneficios de adherirse a la asociación • Organizar una sesión informativa para los nuevos miembros. • Escribir cartas a los miembros potenciales invitándoles a formar parte de la asociación. • Nombrar algunos miembros de la asociación para establecer contactos personales con los miembros potenciales. • Incluir informaciones sobre la adhesión en la página web de la asociación. Debe incorporar los formularios de adhesión y un listado de las ventajas que ello conlleva. | |

| ESTRATEGIA | PÚBLICO OBJETIVO |
|--|--|
| 4. Sensibilizar a los estudiantes sobre las posibilidades de una carrera en archivística. | <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Universitarios • Personal de empresas de orientación profesional. |
| ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Reunirse con los estudiantes, los universitarios y el personal de empresas de orientación profesional. • Editar un folleto para los estudiantes, los universitarios y el personal de empresas de orientación profesional, que explique qué son los archivos, la profesión y la asociación. • Hablar con grupos de estudiantes. • Designar a un miembro de la asociación como persona de enlace con los estudiantes que deseen obtener más información sobre la profesión. • Crear una estructura de información a los estudiantes para facilitar el interés hacia la profesión y la asociación. • Informar en la página web sobre las posibilidades de realizar una carrera en los Archivos. | |
| 5. Establecer alianzas de cooperación con asociaciones profesionales vecinas | <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones afines. |
| ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Intervenir en otras conferencias profesionales e invitarles a participar en la conferencia de nuestra asociación. • Escribir en su boletín o revista sobre un tema que sea de interés para las dos profesiones e invitarles a hacer lo mismo en nuestras publicaciones. • Hacer publicidad en sus publicaciones. • Elaborar un folleto explicando qué es la profesión y el papel de la asociación. • Distribuir el folleto de la asociación en diferentes conferencias profesionales. • Designar un miembro de la asociación para mantener las relaciones con las asociaciones afines. | |

6. Bibliografía

Elsie FREEMAN FINCH ed., *Advocating Archives: An Introduction to Public Relations for Archivists*, The Society of American Archivists & The Scarecrow Press, Inc, Metuchen, 1994.

Páginas web de asociaciones profesionales

- American Society of Archivists:
- Association of Canadian Archivists:
- Society of Archivists (UK):
- Associació d'Arxivers de Catalunya: www.arxivers.com