

Difusión en la biblioteca

Joaquim Folch i Torres del Museu Nacional d'Art de Catalunya: participación en el proyecto «Del segundo origen. Artes en Cataluña 1950-1977»

Jana Soto García

Yolanda Ruiz Ruiz

Biblioteca Joaquim Folch i Torres (Museu Nacional d'Art de Catalunya)

1. Introducción

Las bibliotecas de museos son piezas clave para la labor de investigación que desarrollan los profesionales de estas instituciones. En Europa, los museos acusan un marcado carácter de protección patrimonial mientras que en Estados Unidos prevalece su función educativa.

La definición de dos líneas museológicas diferenciadas conlleva, inevitablemente, consecuencias directas sobre cómo se entienden sus centros de información. En Estados Unidos se conciben como piedra angular de la función educativa, erigiéndose en un modelo a seguir por la riqueza de sus colecciones bibliográficas, por la calidad y variedad de sus servicios y por el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información. En Europa, se caracterizan por ser centros prácticamente desconocidos ya que, tradicionalmente, se han percibido como un instrumento al servicio del personal científico de la institución.

Afortunadamente, las tendencias cambian y en Europa, cada vez más, se aprecia el potencial educativo de estas bibliotecas especializadas y se diseñan políticas de difusión para acabar con su aislamiento y proporcionarles la visibilidad que se merecen. Son diversas las iniciativas estatales que demuestran que algo se mueve en este sentido hace ya algún tiempo: el congreso celebrado en Barcelona el año 1993 bajo el título Bibliotecas de Arte, Arquitectura y Diseño: perspectivas actuales, el Encuentro de Bibliotecas de Arte de España y Portugal, organizado entre 1994 y 2001, la formación de la Red de Bibliotecas de Museos (BIMUS), el acceso en línea a su catálogo colectivo en 2009, la organización de las Jornadas de Bibliotecas de Museos desde 2011, el desarrollo de proyectos como Musas o el trabajo tan intenso desarrollado por centros como la biblioteca de Artium (Vitoria) y del Musac (León).

En este trabajo nos proponemos mostrar las actividades de difusión que dan visibilidad a la Biblioteca Joaquim Folch i Torres del Museu Nacional d'Art de Catalunya. Siendo conscientes de que aún nos queda mucho por hacer en este sentido a continuación trazaremos unas propuestas de futuro. Finalmente, hablaremos sobre el proyecto «Del segundo origen. Artes en Cataluña 1950-1977», en el que la biblioteca se ha visto implicada durante el año 2015.



Figura 1. Biblioteca Joaquim Folch i Torres-Museu Nacional d'Art de Catalunya.

2. La biblioteca Joaquim Folch i Torres

La biblioteca Joaquim Folch i Torres está ubicada en el Palau Nacional de Montjuïc, Barcelona. Forma parte del Museu Nacional d'Art de Catalunya y tiene como misión dar apoyo a las actuaciones de investigación y documentación de las colecciones del Museo y a la ejecución de sus proyectos para que este pueda «mostrar la expresión artística catalana en su globalidad, sin límites cronológicos y con un grado máximo de relación con el entorno» así como adquirir la bibliografía necesaria para ponerla a disposición de conservadores, profesionales de la institución y público general interesado.

Se trata de una biblioteca centenaria cuyo alcance temático abarca desde el siglo IV d. C. hasta nuestros tiempos, centrándose en Europa y, concretamente, en Cataluña y España. Dentro de este amplio marco temático se contempla la adquisición de publicaciones sobre historia del arte, colecciones artísticas, conservación y restauración, monografías de artistas, pintura, escultura, fotografía, estética, numismática, arqueología medieval y, en algunos casos, humanidades e historia local. Dispone de 100 000 libros aproximadamente, 365 revistas en curso y 3721 revistas cerradas.

Los servicios que se ofrecen son: sala de consulta, préstamo interbibliotecario y obtención de documentos, información bibliográfica, acceso a bases de datos, intercambio bibliográfico, reproducción de documentos y formación de usuarios.

La media anual aproximada de usuarios de la biblioteca son 4 150 (1 441 internos y 2 709 externos).

3. Difusión de la biblioteca

Las actividades de difusión nos comunican con nuestros usuarios. La comunicación se establece de dos maneras distintas: la primera, que denominamos pasiva, se elabora bajo la demanda directa de lectores que ya nos conocen; la segunda, que calificamos como activa, se realiza por iniciativa propia mediante el ofrecimiento de productos documentales, la participación activa en congresos y conferencias, la aportación de artículos en revistas especializadas, etc.

Vayan por delante algunas consideraciones generales sobre la difusión que, no por obvias, dejan de ser importantes.

La primera, si queremos garantizar nuestra visibilidad, es que la catalogación se constituya como actividad indispensable porque si un documento no está catalogado no existe, quedando excluido, por tanto, de posibles acciones futuras de conservación, investigación y difusión. En palabras de Eugenia Serra «el catálogo es uno de los grandes éxitos de las bibliotecas, éxito conseguido a fuerza de años de divulgación, formación y pedagogía entre los usuarios y comunidades. Los usuarios de las bibliotecas identifican el catálogo como la herramienta «por excelencia» donde buscar información». Por otro lado, es importante mantener una correcta señalización de los espacios, funcional y de fácil lectura, ya que resulta imprescindible para la localización de la biblioteca desde el exterior y en la identificación de áreas y servicios para que los usuarios puedan moverse de forma completamente autónoma. Tampoco podemos olvidar cómo el día a día y el contacto directo con el público forma parte del proceso comunicativo y es en sí la esencia del servicio público que somos. No obstante, esta comunicación se centra en explicar las actividades promocionales que realizamos de forma activa.

Una última puntualización, para comunicarnos con nuestro público utilizamos los medios que tenemos a nuestra disposición y, en este sentido, las nuevas tecnologías representan un aliado imprescindible que nos permite ponernos en contacto con ellos a cualquier hora y en cualquier lugar.

3.1. Acciones de difusión

Aunque sería lo deseable, la biblioteca Joaquim Folch i Torres todavía no tiene una estrategia de difusión. Más bien, las labores que se realizan responden a las inquietudes de su personal o a oportunidades diversas que a un plan estratégico. Aún así, con las acciones que exponemos a continuación, intentamos promocionarnos para que nuestros espacios sean utilizados, se conozcan nuestros servicios y se pongan en valor nuestras colecciones.

Digitalización y participación en repositorios digitales

La digitalización de parte de nuestras colecciones bibliotecarias y su posterior incorporación en repositorios digitales permite el acceso público y sin barreras de diversos usuarios a los fondos documentales de forma ininterrumpida y simultánea. Hasta ahora, hemos participado en los siguientes proyectos cooperativos:

- *Biblioteca Digital d'Història de l'Art Hispànic*. En este proyecto, liderado por la biblioteca de Humanidades de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) con la finalidad de crear una biblioteca digital especializada en arte, hemos participado con la aportación de más de una cincuentena de documentos.
<http://www.bib.uab.cat/bdhah/>
- *Memòria Digital de Catalunya*. Repositorio desde el que se pueden consultar, en acceso abierto, distintas colecciones digitalizadas de patrimonio bibliográfico catalán. La biblioteca participa en este proyecto con la digitalización y catalogación de su colección de encuadernaciones artísticas.
<http://mdc.cbuc.cat/cdm/landingpage/collection/EnquadeMNAC>
- *Raco (Revistes Catalanes amb Accés Obert)*. Repositorio desde el que se pueden consultar, en acceso abierto, los artículos a texto completo de revistas científicas, culturales y eruditas catalanas. La biblioteca participa con la incorporación del *Butlletí del MNAC*.
<http://www.raco.cat/index.php/raco> <http://www.raco.cat/index.php/ButlletíMNAC>
- *Partage Plus*. Proyecto de ámbito europeo que tiene como objetivo crear una biblioteca digital con más de setenta y cinco mil obras de Art Nouveau para ponerlas al alcance del público a través del portal Europeana. La biblioteca ha contribuido en este proyecto con la digitalización de algunas encuadernaciones editoriales de estilo modernista.
<http://www.europeana.eu/portal/search.html?query=%22Museu+Nacional+d%27Art+de+Catalunya.+Biblioteca+Joaquim+Folch+i+Torres%2C+Barcelona%22&rows=24>

Formación de usuarios

La formación de usuarios nos sirve para dar a conocer las prestaciones ofrecidas por la biblioteca y crear usuarios autosuficientes. Tradicionalmente, la hemos enfocado como un aprendizaje bibliográfico/práctico con el que conseguimos que se aprovechen de forma óptima nuestros recursos. Impartimos diversos tipos de formación:

- Formación presencial, tanto a personal del museo como a usuarios externos.

- Formación en las escuelas y universidades. Sesiones de formación para los maestros de la Escola Miquel Bleach del barrio barcelonés d'Hostafrancs y para alumnos de los primeros cursos de las diferentes universidades.
- Participación en másteres. Como, por ejemplo, la participación en «Museu Nacional Pro: profesionales, proyectos y procesos en el Museu Nacional d'Art de Catalunya», un curso impartido por los profesionales del Museo destinado a los estudiantes del máster en «Análisis y Gestión del Patrimonio Artístico» de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y del máster en «Dirección de proyectos de Conservación-Restauración» de la Universitat de Barcelona.

Publicaciones

La biblioteca elabora materiales de difusión diversos. Algunas publicaciones tienen carácter general y se dirigen a usuarios que necesitan una primera aproximación al centro (por ejemplo, el tríptico con información sobre sus horarios, servicios, condiciones de uso y acceso, tipos de fondo, etc.). Otras son más específicas y se destinan a segmentos de usuarios con necesidades informativas más concretas (en este caso, la guía de bases de datos y revistas electrónicas que contiene una ficha descriptiva de cada base de datos acompañada de un tutorial con ejemplos de búsquedas y una relación de e-revistas suscritas con los enlaces correspondientes). Por último, no podemos dejar de mencionar las publicaciones de apoyo a nuestras actividades (trípticos de las exposiciones realizadas en el vestíbulo y publicación mensual de las novedades bibliográficas) o que complementan determinadas actividades del Museo (guías de recursos sobre sus exposiciones o sobre mesas redondas, como por ejemplo *BcNegra*, puntos de libro, etc.).

Servicios entre instituciones

Los servicios que se ofrecen entre instituciones también contribuyen a dar visibilidad a nuestra biblioteca ya que nos acercan y nos permite darnos a conocer un mayor número de usuarios. Nos referimos a:

- La difusión de las ediciones propias del Museo mediante el intercambio bibliográfico dirigido a instituciones nacionales y extranjeras.
- El servicio de préstamo interbibliotecario ofrecido a otras instituciones.
- Ofrecimiento de donativos de libros y revistas procedentes de listas de duplicados de la biblioteca a través de listas de distribución.

Personal del Museo

También realizamos algunas acciones de difusión dentro de la propia institución destinadas al personal que trabaja en el Museo:

- Informes periódicos de novedades bibliográficas para los diversos departamentos.
- Recordatorios vía correo electrónico sobre aspectos referentes al funcionamiento de la biblioteca.
- Sesiones de formación sobre diferentes aspectos: cómo utilizar bases de datos, funcionamiento de la biblioteca, etc.
- Fiesta el Museo en familia: visita a la biblioteca para las familias del personal.

Actividades de extensión bibliotecaria

Con ellas contribuimos a expandir nuestros fondos y servicios más allá de nuestras fronteras físicas saliendo al encuentro de usuarios potenciales. En este caso hablamos de:

- Organización de exposiciones. Las exposiciones son un medio excelente para difundir nuestras colecciones y también como espacio para dar visibilidad a proyectos relacionados con la actividad del Museo. De esta forma, los libros, revistas y otros documentos pasan de ser un material de referencia para el estudio, a ser «obras» en sí mismas que forman parte de un discurso expositivo. La organización de exposiciones es, además, una estrategia indirecta de reconocimiento por cuanto aleja las bibliotecas de la imagen tradicional de almacén-depósito de libros para acercarlas a la de centro generador de contenidos. Las acciones que se realizan en este sentido son: exposiciones organizadas por la biblioteca en el espacio destinado a tal efecto del vestíbulo, exposiciones organizadas por el Museu Nacional d'Art de Catalunya en las que la biblioteca hace su aportación documental, exposiciones externas donde la biblioteca actúa como prestataria y exposiciones virtuales.
- Participación en el *Bookcrossing*. Iniciativa liderada por la biblioteca de Artium, a la cual se suman numerosas bibliotecas de museos y centros de arte de todo el estado español, con motivo del Día Internacional del Libro.
- Asistencia y participación en jornadas profesionales. Jornades Catalanes d'Informació i Documentació, sesiones del CSUC, participación como ponentes en las XVII Jornadas Bibliotecarias de Andalucía, III Jornadas sobre Bibliotecas de Museos, etc.
- Organización de visitas. Dirigidas a diversos públicos, ya sean de ámbito académico (estudiantes de Bellas Artes, bibliotecarios, etc.), para colectivos concretos (Amics del Museu Nacional, Universitat de l'Experiència de la Universitat de Barcelona, etc.) o bien la visita autoguiada a la biblioteca como parte de uno de los espacios más emblemáticos del edificio.

Internet y redes sociales

Internet y las redes sociales juegan un papel fundamental en la visibilidad de cualquier centro. Los usuarios son cada vez más independientes en las búsquedas de información ya que disponen



Figura 2. Exposición «Temps de Nadal, Temps de Nadales», 2015.

de más contenidos y recursos a su alcance y están más conectados a la red con sus dispositivos móviles. Esta situación plantea retos que conllevan a apostar por la presencia en Internet y los medios sociales. Con frecuencia oímos hablar de la web 2.0 donde se fomenta la participación y la comunicación por parte de los usuarios y también de las redes sociales, aquellos servicios web que permiten construir un perfil público o semipúblico en una plataforma *on line* y establecer una red de contactos. En concreto,

- Actualización de la página web de la biblioteca alojada en la web del museo: novedades bibliográficas, exposiciones virtuales, publicación de listas de duplicados: <http://museunacional.cat/biblioteca>.
- Presencia activa de la biblioteca en Twitter a través de la cuenta del Museo.
- Participación de la biblioteca en el blog del Museo con diversos artículos: <http://blog.museunacional.cat/category/biblioteca>.

3.2. Líneas de futuro

En este apartado queremos proponer algunas acciones susceptibles de ser llevadas a cabo en la biblioteca Joaquim Folch i Torres y, por extensión, en cualquier biblioteca de museo. No obstante, la puesta en marcha de las mismas debería estar supeditada al diseño de un plan estratégico que incluya una estrategia de *marketing* que englobe diversas líneas de actuación.

Ciertamente, hasta el momento, las bibliotecas nunca habían tenido competencia como proveedoras de información pero, a día de hoy, son muchos los medios capaces de realizar también esta labor. Y, nos guste o no, nuestros clientes ya no se conforman con lo que los bibliotecarios les ofrecemos, sino que seleccionan entre la diversidad de productos informativos que tienen a su alcance. Ante estos retos informativos, es absolutamente necesario usar métodos que nos permitan proyectar una imagen pública positiva de nuestras colecciones, servicios y recursos.

Estrategia de marketing

Es básico promover la idea de la necesidad de una estrategia de *marketing* dentro de la propia unidad y contar con un personal motivado y consciente de la importancia de dar a conocer los servicios bibliotecarios y promover los productos informativos. Dicha estrategia nos ayudará a determinar qué, cómo, cuándo y quién ha de hacerlo y, sobretodo, debemos insistir en que no debe hacerse de forma esporádica sino de un modo planificado, cíclico y continuo con los beneficios, tanto para la biblioteca como para el museo, que conllevan.

Digitalización

Debemos disponer de una política digital activa. La ausencia de recursos económicos, nos obliga a plantearnos una política que nos permita sacar el máximo provecho a los escasos recursos de que disponemos. Las dificultades presupuestarias son muchas y, por este motivo, no podemos ni debemos descartar la colaboración o el patrocinio del sector privado. La colaboración



Figura 3. Tuit con motivo del Día Internacional del Libro Infantil.

es incluso deseable siempre y cuando tenga como resultado el acceso libre y gratuito a la información.

No hay que olvidar que la implementación de un proceso de digitalización es muy costosa, no tanto por la digitalización en sí misma, sino por las tareas que se asocian: la selección de documentos, la catalogación y asignación de metadatos, su accesibilidad en Internet y asegurar su preservación digital. La realización de proyectos de digitalización requiere una planificación detallada que incluya, por un lado, los criterios de selección (mejor optar por fondos patrimoniales, principalmente documentos libres de derechos) y, por otro, las especificaciones del proceso de digitalización (tratamiento de los originales así como los requerimientos técnicos a seguir).

Formación de usuarios

Se debe tener en cuenta a los usuarios y averiguar qué necesitan para anticiparnos a sus necesidades. Es imprescindible realizar estudios de usuarios para hacer una segmentación y poder ofrecer una formación acorde a sus necesidades siguiendo principios de alfabetización informacional (ALFIN). La publicidad de las diversas convocatorias en la web y entre las comunidades universitarias deberían ayudarnos a tener un mayor éxito de público.

Publicaciones

Una publicación realizada con calidad, fiabilidad y rigor nos proporciona prestigio como centro generador de contenidos a la vez que contribuye a la difusión. Las publicaciones, en medios digitales o impresos, pueden dirigirse a usuarios reales, potenciales, profesionales del ámbito bibliotecario o al público en general:

- Elaboración de material de difusión: guías de búsqueda de información generales y especializadas sobre temáticas específicas (búsquedas por artista, materia, catálogos de exposiciones, revistas, etc.), puntos de libro, carta de servicios, recopilaciones de recursos sobre temáticas diversas.
- Publicación en revistas especializadas sobre diferentes ámbitos de investigación relacionados con la biblioteca. Publicación también de forma periódica en la revista o boletín del Museo –actualmente cancelado– manteniendo, por ejemplo, una sección fija sobre la biblioteca.
- Publicación de artículos en medios de comunicación locales para dar a conocer los servicios y el fondo de la biblioteca.

Actividades de extensión bibliotecaria

Debemos realizar un programa de actividades de extensión bibliotecaria que nos permita movernos de las fronteras físicas en las que nos hayamos inmersos en el día a día y salir a buscar a los usuarios. Sobre todo, a los usuarios que no nos conocen o que ni tan solo se han planteado que en nuestros espacios pueden encontrar un lugar para el ocio, el trabajo o la investigación.

- Organización de jornadas de puertas abiertas donde el usuario pueda conocer diferentes aspectos del funcionamiento de la biblioteca y visitar los espacios tanto públicos como restringidos.

- Exposición de material bibliográfico en las salas de exposición del Museo, con la posibilidad también de organizar exposiciones itinerantes.
- Elaboración de una base de datos de usuarios interesados en recibir información sobre la biblioteca.
- Utilización del *WhatsApp* para responder las consultas de los usuarios y también como lista de difusión. También utilización de un chat online como canal de comunicación para resolver consultas de los usuarios.
- Elaboración de estrategias con el departamento de Gestión de Públicos destinadas a que los visitantes del museo conozcan la biblioteca y se les invite a visitarla.
- Participación activa de la biblioteca en la *Vikipedia*.
- Participación en catálogos colectivos nacionales e internacionales: BIMUS, *Catálogo Colectivo del Patrimonio Bibliográfico-CCPB*, *ArtLibraries.net*.
- Organización de actos como: presentaciones de libros, lecturas de tesis, etc.
- Introducción de la figura del *roving librarian* (bibliotecario itinerante), tanto con el personal del museo como con los visitantes. También en bibliotecas públicas o en bibliotecas de la Red de Museos de Arte de Catalunya.
- Aumento de la participación de la biblioteca en la actividad del Museo.
- Vinculación entre el portal de colecciones online (alimentado por Museum+) y el OPAC de la biblioteca para referenciar y documentar los objetos inventariados en el fondo museográfico. Esto permitiría a la biblioteca hacerse visible no solo desde su propio catálogo, sino también desde el catálogo de la colección del museo, teniendo en cuenta que actualmente no se encuentran enlazados.
- Fomento de las relaciones con instituciones, tanto a nivel local como estatal, para la consecución de objetivos comunes mediante proyectos de cooperación. Impulsar también encuentros periódicos con profesionales de otras instituciones afines.
- Organización de intercambios de visitas entre profesionales de bibliotecas afines.
- Aumento de la participación en encuentros nacionales e internacionales (congresos, charlas, jornadas profesionales, etc.) para dar a conocer la biblioteca a otros profesionales.
- Organización de jornadas profesionales.

Internet y redes sociales

Una vez que tenemos claro que la biblioteca tiene que estar presente en los medios sociales, es necesario elaborar un plan de social media. En dicho plan han de quedar plasmados los objetivos que nos planteamos, las líneas de actuación a seguir en los diferentes medios donde tengamos presencia y un sistema de control de las acciones y resultados obtenidos a través de KPIs (Indicadores Clave de Desempeño).

Teniendo en cuenta que la participación actual de la biblioteca se reduce a la presencia en Twitter a través de la cuenta del Museo, tendríamos que valorar la posibilidad de disponer de una cuenta propia en esta red social o en otras donde pueda estar nuestro público objetivo y potencial.

Además de esto, deberíamos marcarnos una estrategia web global en la que se definan actuaciones como la participación en foros especializados de arte, blogs profesionales, canales de video, etc.

4. Proyecto «Del segundo origen. Arte en Cataluña. 1950-1977»

Por último, no queremos dejar de hablar de la difusión sin explicar nuestra participación en el proyecto «Del segundo origen. Artes en Cataluña. 1950-1977», en el cual la biblioteca se ha visto implicada durante el año 2015. Realmente, no es una difusión activa, porque la propuesta no parte de la propia biblioteca sino que esta viene dada por el equipo directivo. Aún así, consideramos que merece la pena reseñarla atendiendo al hecho de que esta colaboración puede sentar un precedente en la integración de la biblioteca en la actividad del Museo y consiguiendo que la misma pueda desempeñar un papel activo.

Así pues, partiendo de la lista de autores representados en la exposición y el guion de la misma proporcionado por los comisarios, recibimos el encargo de elaborar una cronología a modo de álbum ilustrado que refleje las numerosas prácticas creativas, proyectos editoriales, eventos culturales que tuvieron lugar en Cataluña durante estos veintisiete años. Se pretende que el material documental y gráfico sea proporcionado mayoritariamente por la biblioteca, ya que el análisis DAFO detecta que una de sus fortalezas internas es la puesta en valor de los fondos relativos a este período que conserva la biblioteca Joaquim Folch i Torres y que son muy poco conocidos.

Hasta el momento, lo habitual venía siendo que, desde la propia institución se nos solicitara la información para que los compañeros de otros departamentos llevaran a cabo su investigación. En este caso, sin embargo, se nos propone formar parte activa de la misma, con un nivel de implicación y exigencia comparable al de otros profesionales de museos, lo que representa una oportunidad para cambiar el concepto de la biblioteca dentro de la propia institución: ¿somos únicamente proveedores de información o podemos tomar parte activa en los ámbitos de investigación ejerciendo labores de documentación? ¿podemos alejarnos de la imagen de ser un mero contenedor de documentos y acercarnos a la imagen de centro generador de contenidos?

La primera intención es la de enfrentar la cronología con imparcialidad y exhaustividad. Pero si el primer objetivo es difícil de cumplir, el segundo aún lo es más; es totalmente imposible ser exhaustivo y, por este motivo, nos hemos visto obligados a imponernos limitaciones. La arquitectura, el diseño, el cómic, el cine, la publicidad y muchas otras manifestaciones artísticas han quedado relegadas a un papel testimonial. Tampoco es posible reflejar la totalidad de la actividad de cada uno de los artistas representados, en muchos casos, merecedores por sí solos de monografías. Así, generalmente se reseña la primera exposición individual y aquellas que tuvieron una especial relevancia, tanto dentro como fuera del Estado español.

El tipo de documentación a partir del cual se ha elaborado la cronología es el siguiente:

- Monografías editadas en Cataluña durante el período cronológico.
- Vaciado de artículos de revistas catalanas y españolas de la época sin detenernos en la trayectoria concreta de determinados artistas sino intentando citar artículos genéricos que proporcionen el contexto de la época.
- Impresos efímeros o «ephemera». Materiales heterogéneos producidos para un uso a corto plazo y que no han sido concebidos para perdurar en el tiempo. Constituyen una fuente documental inestimable.

Finalmente, nuestra participación en el proyecto ha concluido con la colaboración en el montaje de las vitrinas expositivas. Un total de 17 que contienen 236 documentos de la biblioteca. En definitiva, toda una experiencia gratificante que nos gustaría volver a repetir.



Figura 4. Vitrina de la exposició «Del següent origen. Arts en Catalunya 1950-1977».

5. Conclusión

Las bibliotecas de museos son fundamentales para la labor de investigación desarrollada por dichas instituciones. Existen dos líneas museológicas diferentes que, inevitablemente, tienen una consecuencia directa en cómo se conciben sus centros de información.

Las diferencias entre ambas tendencias se diluyen y en las bibliotecas de tradición europea, pensadas inicialmente para uso exclusivo de su personal, se realizan acciones de difusión para proporcionarles visibilidad. Dichas actividades sirven para comunicarse con los usuarios y pueden realizarse de forma pasiva –bajo demanda– o activa –por iniciativa propia–.

La biblioteca Joaquim Folch i Torres, que podemos tomar como ejemplo de biblioteca de museo de tradición europea, todavía no dispone de una política concreta de difusión aunque

realiza activamente labores con el objeto de dar a conocer sus servicios y poner en valor sus colecciones. En el futuro debería plantearse tener un plan estratégico que incluya una estrategia de *marketing* y la definición de diversas líneas de actuación relativas a la digitalización, formación de usuarios, publicaciones, actividades de extensión bibliotecaria y participación en internet y redes sociales.

Si se presentan circunstancias como la de la participación en el proyecto «Del segundo origen. Artes en Cataluña. 1950-1977», no podemos desaprovecharlas porque representan una oportunidad para cambiar el concepto de biblioteca dentro de la propia institución, transformándonos de ser meros proveedores de información a generadores de contenidos.

6. Bibliografía

- DÍEZ BAÑOS, Aurora (2007): *Acceso y difusión del patrimonio bibliográfico de la Biblioteca de la Universidad Complutense*. Documento de trabajo o informe técnico [En línea]. <http://eprints.ucm.es/8811/>.
- DOCAMPO CAPILLA, Javier (2010): «Bibliotecas de museos: panorama internacional de una tipología bibliotecaria». En *Educación y biblioteca*, año 22, n.º 176, pp. 60-71 [En línea]. http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/119711/1/EB22_N176_P60-71.pdf.
— «Estrategia 2017». *Museu Nacional d'Art de Catalunya*. [En línea]. http://www.museunacional.cat/sites/default/files/estrategia_2017_def_corr_0.pdf.
- LÓPEZ DE PRADO, Rosario (2003): «Bibliotecas de museos en España: características específicas y análisis DAFO». En *Revista general de información y documentación*, vol. 13, n.º 1, pp. 5-35 [En línea]. <http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0303120005A>.
- SERRA, Eugènia (2010): «¿Digitalización? Hablemos». En *Bif. Textos universitarios de biblioteconomía y documentación*, n.º 24, junio [En línea]. <http://bid.ub.edu/24/pdf/serra2.pdf>.
- TORRA CANAL, Marta (2010): «La biblioteca del Museo Nacional d'Art de Catalunya: visión histórica y actualidad». En *Educación y biblioteca*, año 22, n.º 176, pp. 107-117 [En línea]. http://gredos.usal.es/xmlui/bitstream/handle/10366/119719/EB22_N176_P107-117.pdf.

¹ El catálogo es accesible *on line* (<http://cataleg.museunacional.cat>). Así mismo, el Museu Nacional d'Art de Catalunya es miembro asociado del CSUC (Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya) y forma parte del CCUC (Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya), un catálogo con un elevado número de consultas, hecho que incide muy directamente en la visibilidad de nuestros fondos en la red (http://ccuc-client.cbuc.cat/*cat).

² Estamos trabajando en un proyecto de adecuación de la señalización y organización de los espacios públicos que persigue dos objetivos claros: favorecer nuestra accesibilidad a la biblioteca y facilitar el uso de nuestros espacios y servicios.