



LA DIFUSIÓN DE LOS FONDOS ESPECIALES EN LA BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DE GIRONA

THE PROMOTION OF SPECIAL COLLECTIONS AT THE UNIVERSITY OF GIRONA LIBRARY

Autores:

Laura Moré. Universidad de Girona laura.more@udg.edu

Lourdes Oliva. Universidad de Girona lourdes.oliva@udg.edu

Jaume Rufí. Universidad de Girona jaume.rufi@udg.edu

Resumen:

Desde hace más de veinte años, la Biblioteca de la Universidad de Girona gestiona, custodia y difunde una sección de fondos personales y colecciones especiales de personajes relevantes de la vida pública e intelectual, o relacionados con el ámbito académico. El objetivo es hacer públicos estos materiales para mejorar el acceso al conocimiento y contribuir a generar investigación. La gestión de estos fondos suele ser compleja y muy costosa por lo que, una vez consolidado el circuito de procesamiento técnico, nos centramos en la difusión, ya que si estos materiales no se consultan, todo el trabajo realizado no tiene ningún sentido. Así pues, trazamos un plan de difusión adaptado a las características y necesidades de cada fondo. Los ejes de esta difusión son: el portal *Fons Especials de la Biblioteca UdG*, las acciones de difusión y la incrustación en la docencia.

Abstract:

For over twenty years, the University of Girona Library processes, preserves and disseminates a section of personal archives and special collections of outstanding persons from public and intellectual life or related to the academic environment. The aim is to make these documents available in order to improve access to knowledge and promote research. These collections management is usually complex and rather costly that is the reason why, once consolidated the technical process circuit, we have focused on promotion, as all the work done with them has no sense if they are



not used. Therefore, we have designed a promotion plan that we adapt to the characteristics and needs of each collection. The core ideas of promotion are: the site *Fons Especials de la Biblioteca UdG*, promotion actions and embedding in academic teaching.

Palabras clave:

Difusión cultural; colecciones especiales; investigación

Keywords:

Cultural promotion; special collections; research

Introducción

Desde hace más de veinte años la Biblioteca de la Universidad de Girona custodia, conserva y difunde una sección de fondos especiales de personajes relevantes y temáticas relacionadas con la universidad, la ciudad de Girona y su área de influencia. Estos fondos están constituidos por material de archivo y bibliotecas personales y han recalado en nuestra Biblioteca gracias a la voluntad de familiares, políticos, profesores, etc. Todos estos fondos contribuyen, por un lado, a un conocimiento más amplio de la historia, la educación y la cultura de Girona y su entorno y, por otro, a la difusión del pensamiento y la obra de estos personajes.

La Biblioteca de la UdG siempre los ha potenciado, consciente de que constituyen un rasgo de singularización y de prestigio para la Universidad, por eso ha creado la marca *Fons Especials UdG*. A lo largo de estos años se ha procedido a su catalogación, su conservación y, en la mayoría de los casos, su digitalización y posterior publicación en el repositorio institucional, *DUGiFonsEspecials*¹, para así promover esta marca y ampliar su difusión y su visibilidad.

El procesamiento y la gestión de los fondos es muy compleja y, con la experiencia adquirida durante estos años, hemos conseguido consolidar un circuito, pero de

¹ DUGiFonsEspecials <http://dugifonsespecials.udg.edu/>

poco sirve todo este esfuerzo si no va acompañado de un plan de difusión que dé a conocer los fondos, estimule su consulta y consiga generar investigación que revierta en el prestigio de la Universidad, cumpliéndose así uno de los objetivos de esta sección.

Objetivos de difusión

Los objetivos que nos hemos fijado con el plan de difusión son los siguientes:

- Aumentar la visibilidad de la marca *Fons Especials UdG*
- Difundir el trabajo que se realiza desde la Biblioteca con los fondos especiales y, por lo tanto, transmitir la profesionalidad y el rigor de su personal
- Transmitir la singularidad y el valor de los fondos especiales
- Ampliar el público de los *Fons Especials UdG*
- Crear una interacción con los usuarios que nos permita conocer mejor sus necesidades

Cumpliendo estos objetivos esperamos promover la consulta de estos fondos y de esta forma contribuir a generar investigación que dé prestigio a la Universidad de Girona.

El plan de difusión también puede tener un efecto de llamada que nos aporte nuevos donativos documentales que incorporar a nuestra institución y también nos puede resultar de ayuda para la captación de fondos para su procesamiento.

Posicionamiento y estrategia comunicativos

Nuestro posicionamiento comunicativo consiste en conseguir que nuestra marca *Fons Especials UdG* sea vista como una fuente única para la investigación sobre literatura, educación, derecho, historia, filosofía, en definitiva, sobre la cultura catalana y, concretamente, desde la perspectiva de la ciudad y de su área de influencia.

Es importante también que desde la ciudadanía se perciba los fondos especiales como un bien que contribuye a la construcción de la identidad y la memoria colectivas.



Los grupos de interés a los que nos dirigimos son la comunidad universitaria (estudiantes, PDI, PAS) y usuarios externos, es decir, investigadores de otras instituciones, entidades culturales -en especial de las comarcas de Girona-, ciudadanía del entorno, mecenas, patrocinadores y donantes. También incluimos en los grupos de interés a los medios de comunicación, en tanto que agentes que juegan un papel clave en la comunicación externa de la Biblioteca.

Dado que uno de los principales objetivos es generar investigación a partir de la consulta de los fondos especiales, dedicamos una especial atención al profesorado y a los estudiantes de nuestra comunidad universitaria, así como a los investigadores externos en general.

Nuestra estrategia comunicativa se centra en transmitir la singularidad y el valor de estos fondos para la investigación y la transferencia del conocimiento, y, por otro lado, su importancia en la construcción de la identidad colectiva. Todo ello con un estilo comunicativo que sea veraz, positivo y adecuado a las expectativas de los usuarios. La veracidad es una cuestión especialmente importante teniendo en cuenta que queremos llegar a todos los grupos de interés que nos hemos fijado y que la imagen institucional está en juego.

Intentamos que nuestra comunicación sea lo más personalizada posible para así crear un clima de complicidad y de confianza que son básicos para establecer vínculos con los usuarios.

Teniendo en cuenta todos estos factores, hemos optado por un modelo de comunicación híbrido, que utiliza varias técnicas y medios, combinando la comunicación directa y la comunicación a través de las redes sociales con algunas herramientas de publicidad y relaciones públicas.

Plan de difusión

En líneas generales, la difusión se estructura a través de tres ejes: el portal *Fons Especials de la Biblioteca UdG*, las acciones de difusión y la incrustación en la docencia.

El portal *Fons Especials de la Biblioteca UdG*² se concibe como el punto de acceso centralizado a toda la información y a todos los recursos relacionados con los fondos, es decir, el repositorio *DUGiFonsEspecials*, el catálogo de la Biblioteca, los inventarios del material de archivo y la base de datos de dedicatorias.

La página principal del portal consta de una presentación sobre la sección de Fondos especiales de la Biblioteca e incluye los documentos de *Pautas para la aceptación de donativos*³, *Condiciones de consulta*⁴ y el *Formulario de consulta*⁵ (para materiales de archivo). Desde esta página principal, se proporciona acceso a las páginas web correspondientes a cada fondo.

Las páginas web de cada fondo siguen una estructura común, con ligeras variaciones en función de las particularidades de cada caso. Consisten en una cabecera fija, que incluye un texto de presentación del fondo, el exlibris que se diseña en cada caso (salvo que el donante ya disponga de uno) y los datos técnicos -consulta, procedencia, año de ingreso y citación preferida.

La parte inferior de la página está formada por unas pestañas con diferentes informaciones. Esta es la parte que puede diferir entre un fondo y otro, pero los contenidos suelen ser: acceso al catálogo a través de una búsqueda preparada para recuperar todos los documentos del fondo, acceso a los documentos digitalizados en el repositorio *DUGiFonsEspecials*, acceso al inventario (en caso de material de archivo) y/o a la base de datos de dedicatorias (en el caso de las bibliotecas personales). Otros apartados que también se incluyen y que ayudan a contextualizar

² *Fons Especials de la Biblioteca UdG* <http://www.udg.edu/FonsEspecialsBiblioteca>

³ *Pautas para la aceptación de donativos* http://www.udg.edu/Portals/160/docs-fonsespecials/Pautes_aceptacio_donatius_SPA.pdf

⁴ *Condiciones de consulta* <http://www.udg.edu/FonsEspecialsBiblioteca/Condicionsdeconsulta/tabid/17748/language/ca-ES/Default.aspx>

⁵ *Formulario de consulta* http://www.udg.edu/Portals/160/docs-fonsespecials/Formulari_Consulta_Fons_%20Especials_cast.pdf

el fondo son la biografía, la bibliografía, enlaces web relacionados (por ejemplo, instituciones con las que haya tenido vinculación la persona) y actividades relacionadas. En este último apartado se intenta recoger toda la actividad interna y externa que tenga alguna relación con los fondos especiales que custodiamos (exposiciones, congresos, etc.).

Además la Biblioteca participa en proyectos consorciados que aportan más visibilidad y aumentan el impacto de las colecciones especiales, como son el portal *Col·leccions especials de les biblioteques de Catalunya*⁶ del CSUC y el repositorio *MDC: Memòria Digital de Catalunya*⁷.

El segundo eje, las acciones de difusión, se divide en acciones de comunicación y acciones de difusión. Entendemos por acciones de comunicación todas aquellas que implican relaciones con los medios de comunicación -dossiers de prensa, ruedas de prensa, noticias, reportajes-, las noticias a través de la página web general de la Universidad de Girona o la de la Biblioteca, la comunicación a través de las redes sociales y, finalmente, la comunicación directa con los donantes y otras personas relacionadas (por ejemplo, profesores, investigadores).

Las convocatorias de prensa se utilizan en los casos de celebración de ruedas de prensa o visitas de prensa. Las ruedas de prensa se reservan para eventos muy relevantes y las visitas de prensa se realizan como previa a una inauguración o para presentaciones de donaciones de cierta relevancia. En ambos casos, se realiza un dossier de prensa para proporcionar a los medios de comunicación la información necesaria para redactar la noticia.

La comunicación 2.0 contribuye a la creación de vínculos más directos y estables y, por lo tanto, más eficaces, al igual que invita a los usuarios a la interacción, lo cual nos permite recopilar mucha información sobre sus necesidades y sobre la visión que tienen de nuestra institución. Las redes sociales son una buena forma de dar a los fondos patrimoniales una nueva imagen de modernidad, así como multiplicar su visibilidad.

⁶ *Col·leccions especials de les biblioteques de Catalunya*
<http://colleccionsespecials.csuc.cat/?q=ca/inici>

⁷ *MDC: Memòria Digital de Catalunya* <http://mdc1.cbuc.cat/index.php>

De las numerosas aplicaciones disponibles actualmente y de acuerdo con los públicos objetivo, la popularidad de las aplicaciones y la estrategia comunicativa, hemos optado por Facebook y Twitter. La Biblioteca ya utilizaba estas aplicaciones y, en lugar de crear páginas y perfiles específicos de *Fons Especials UdG*, utilizamos los que ya estaban creados.

Los contenidos que publicamos en Facebook son noticias y eventos relacionados con los fondos especiales en un formato bastante parecido al de las noticias de nuestra web. Las noticias suelen constar de un titular, un breve texto y alguna imagen que la ilustre.

En Twitter publicamos eventos más precisos, dada la limitación de caracteres. El objetivo es enlazar con contenidos más detallados, retuitear contenidos relacionados con los *Fons Especials UdG* y conseguir que nuestros contenidos sean difundidos.

Las acciones de difusión incluyen la celebración de actos de donación y presentación de fondos, la organización de exposiciones bibliográficas, los videos de presentación de cada fondo en Youtube y visitas guiadas a nuestros fondos, así como la creación de material promocional. Por el momento, el material gráfico que hemos creado son puntos de libro de algunos fondos (progresivamente los editaremos de todos), que incluyen el exlibris correspondiente y una frase representativa, los pósters y un “roll up” de *Fons Especials UdG*, basados en la colección de exlibris.

El Servicio de Grabación e Imagen de la Biblioteca graba y realiza fotos de los actos que se celebran y luego son publicados en el repositorio *DUGiMedia*⁸ y *DUGilmatges*⁹ respectivamente.

En la elección de técnicas, medios y herramientas de comunicación hemos tenido en cuenta los diferentes públicos a los cuales nos dirigimos (sus necesidades y sus hábitos de comunicación), las características del “producto” *Fons Especials UdG*, así como los recursos disponibles.

⁸ *DUGiMedia* <http://diobma.udg.edu/>

⁹ *DUGilmatges* <https://dugi-imatges.udg.edu/>



El tercer eje hace referencia a la incrustación en la docencia. Después de unos años procesando los fondos especiales, nos dimos cuenta de que a menudo los miembros de nuestra comunidad universitaria no tenían conocimiento de su existencia y, por lo tanto, no eran conscientes de que tenían a su disposición unos documentos que son fuentes primarias para la investigación y para la docencia. Así que, desde la Biblioteca, ofrecemos materiales a los profesores para que sean utilizados durante las sesiones de docencia e incluso ofrecemos espacios, como la Sala Josep Ferrater Mora, para realizar clases o seminarios.

En esta misma línea, la Biblioteca y el Departamento de Historia colaboran en un proyecto conjunto llamado *Transcriu!*, en el que los estudiantes de la asignatura de *Paleografía, diplomática y epigrafía* tienen que transcribir y datar unos documentos medievales que se custodian en la Biblioteca. La primera sesión de la asignatura se realiza con los originales para que los estudiantes puedan verlos, pero a partir de ese momento, trabajan con las actas notariales digitalizadas, con una resolución muy alta, a través de una aplicación informática desarrollada desde la Biblioteca, en la que consultan los documentos, realizan la transcripción y la datación y lo envían al profesor para su evaluación desde cualquier lugar.

Este proyecto es un ejemplo de innovación docente y de colaboración intrainstitucional, ya que la Biblioteca aporta su experiencia y profesionalidad en el procesamiento técnico de los documentos y el Departamento y sus estudiantes aportan sus conocimientos. De esta forma estas transcripciones estarán disponibles, junto con los documentos digitalizados, en el repositorio institucional haciendo posible que un público más amplio pueda conocer de su existencia y utilizarlos.

Conclusiones

Como ya hemos comentado, el procesamiento y la gestión de estos fondos es complejo y costoso por eso nuestra máxima preocupación es encontrar un equilibrio entre la preservación y la utilización. No querríamos convertirnos en meros custodios de estos documentos, por eso somos conscientes de que nuestro papel también es difundirlos y favorecer su consulta. Esta misma idea es la que intentamos transmitir a los donantes en el transcurso de las conversaciones previas a la formalización de la donación.

Nuestra asignatura pendiente es la evaluación de todas estas acciones que hemos expuesto para calibrar su impacto. Hemos empezado a hacer pruebas desde el catálogo de la Biblioteca para registrar, a través del módulo de préstamo, las consultas presenciales de los fondos especiales. En esta misma línea hemos recopilado estadísticas del portal *Fons Especials de la Biblioteca UdG* con Google analytics y también disponemos de las estadísticas que se extraen del repositorio. Faltaría analizar todos los datos para poder evaluar si las acciones que realizamos son efectivas o si, por el contrario, tenemos que modificarlas. Por el momento, sin analizar datos, podemos intuir que tienen algún impacto porque hemos recibido donativos documentales de personas sin ninguna vinculación con la Universidad que han conocido nuestros fondos especiales a través del portal, algunos fondos han aumentado considerablemente el número de consultas e incluso algunos investigadores nos han ofrecido su colaboración para ayudarnos a identificar fotografías o manuscritos de algún fondo.

En cualquier caso, trabajar con los fondos especiales es un privilegio y un reto diario que nos permite ampliar nuestros conocimientos más allá de nuestra actividad como profesionales de la biblioteca.

Bibliografía

- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVENCIO, Nieves. Demostrar el valor de las bibliotecas en la web social. *Anuario ThinkEPI* [en línea]. Barcelona: El Profesional de la Información, 2013, vol. 7, pp. 44.47 [Fecha de consulta: 12/04/2017]. ISSN 1886-6344. Disponible en <http://www.thinkepi.net/demostrar-el-valor-de-las-bibliotecas-en-la-web-social>
- LECLERCQ, Natacha, 2011. *La valorisation du patrimoine numérisé des bibliothèques françaises sur les réseaux sociaux* [en línea] Trabajo de fin de grado. Villeurbanne: enssib [Fecha de consulta: 12/04/2017]. Disponible en <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49077-valorisation-du-patrimoine-numerise-des-bibliotheques-francaises-sur-les-reseaux-sociaux.pdf>
- MARQUINA-ARENAS, Julián, 2012. *Plan social media y community manager*. Barcelona: UOC. ISBN 9788490292396



- MATEOS RUSILLO, Santos M., 2009. *Comunicación del patrimonio cultural*. Barcelona: UOC. ISBN 9788469186701
- MATEOS RUSILLO, Santos M., 2008. *La comunicación global del patrimonio cultural*. Gijón: Trea. ISBN 9788497043748
- MATEOS RUSILLO, Santos M., 2012. *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Gijón: Trea. ISBN 9788497046220
- NICOLÁS OJEDA, Miguel Ángel y GRANDÍO, María del Mar, 2012. *Estrategias de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona: Gedisa, 2012. ISBN 9788497846206
- UNIVERSIDAD DE MÁLAGA. Biblioteca. Grupo de Mejora de Comunicación, 2007. Estrategias de acercamiento entre biblioteca universitaria y sociedad: “El Plan Hermes” de la Biblioteca de la Universidad de Málaga. En: *XIV Jornadas Bibliotecarias de Andalucía* [en línea]. Málaga: Asociación Andaluza de Bibliotecarios [Fecha de consulta: 10/04/2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10630/2746>
- UNIVERSITAT DE BARCELONA, 2012. *Llibre blanc de les xarxes socials de la Universitat de Barcelona* [en línea]. Barcelona: Universitat de Barcelona [Fecha de consulta: 10/04/2017]. Disponible en [http://www.ub.edu/web/ub/galleries/documents/noticies/lilibre blanc UB.pdf](http://www.ub.edu/web/ub/galleries/documents/noticies/lilibre_blanco_UB.pdf)
- UNIVERSITAT DE GIRONA. Biblioteca, 2007. *Pautas para la aceptación de donativos* [en línea]. Girona: Universidad de Girona. Biblioteca [Fecha de consulta: 12/04/2017]. Disponible en [http://www.udg.edu/Portals/160/docs-fonsespecials/Pautas acceptacio donatius SPA.pdf](http://www.udg.edu/Portals/160/docs-fonsespecials/Pautas_acceptacio_donatius_SPA.pdf)