



MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE



BIBLIOTECA
NACIONAL
DE ESPAÑA

BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA -CUADERNO DE BITÁCORA-

Número 8

8 de mayo de 2020

DIVISIÓN DE PROCESOS Y SERVICIOS DIGITALES

EL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES, PORTALES Y REDES SOCIALES: UNA CRISIS, UNA PRUEBA Y ¿UN PUNTO DE INFLEXIÓN?

Hace años que los usuarios digitales de la BNE son cientos de miles, millones. Eso no ha sido novedad estas semanas, ni el incremento de accesos que han experimentado nuestros portales web y canales sociales -lógico en estas circunstancias.



Lo relevante, creemos, es cómo nuestra institución ha visto reducidos drásticamente sus canales de comunicación y presencia en la sociedad, y aun así ha sabido mantener el contacto, acompañar y reivindicar, de una forma u otra, cómo los recursos culturales de la BNE son un bien común, útil y necesario también en tiempos de crisis.

Hemos vivido momentos delicados de comunicación en las últimas semanas. Desde antes del cierre, entre el desconcierto y las informaciones confusas para todos, hasta los peores momentos de encierro y miedo (y hemos tenido que contar las noticias más tristes posibles —esperamos que hayas recibido todo el cariño de las redes sociales, querido Javier-).

PASEO DE RECOLETOS, 20
28071 MADRID
TEL.: 91 580 78 00
FAX: 91 577 56 34

La BNE debía transmitir en todas estas situaciones antes y durante el cierre una imagen ordenada, serena pero cariñosa, constructiva en medio del caos, pero no frívola. Medir los tiempos, tono y contenido de los mensajes en estas situaciones (a la vez dando cabida a todas las áreas y voces de la BNE, atendiendo las diversas necesidades e intereses, evaluando reacciones, respondiendo a las cientos de consultas que nos han planteado en estas semanas nuestros usuarios vía redes sociales...) han supuesto la labor más compleja a la que nos hemos enfrentado nunca en este Servicio.

Esta es una pequeña descripción de nuestro trabajo en estas semanas.

GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN

Es extremadamente difícil mantener (más aún intensificar, como en nuestro caso) un calendario de difusión constante cuando se ha suspendido el programa cultural presencial, proyectos, actividades... Además, en estas circunstancias especiales, no hemos recurrido simplemente a la “reutilización” de contenidos ya difundidos, aunque habría sido la opción más fácil. Hemos querido, con la colaboración de todas las unidades de la BNE, crear contenido nuevo, de calidad y adaptado a la situación: que fomentara el descubrimiento de recursos, la participación activa, el diálogo en redes sobre patrimonio y cultura.

Esto supone un **esfuerzo creativo, de preparación de publicaciones y de gestión de la interacción** posterior con usuarios, etc. que no tiene precedentes en nuestra institución. Y tampoco equivalentes en otras cuentas institucionales, que han bajado su intensidad comunicativa ante la suspensión de actividad pública.

También requiere un esfuerzo excepcional de **organización y planificación**, para poner en orden ideas, concretar posibilidades y ajustar un calendario equilibrado en cuanto a contenidos. Y flexibilidad para poder atender temas sobrevenidos e imprevistos, también consustanciales a la situación que hemos vivido.

Hemos podido contar con la **ayuda de los Departamentos**, sobre todo en la redacción de posts sobre temas muy diversos, elaboración de exposiciones virtuales, elaboración de nuevas propuestas para campañas en redes, o incluso un nuevo proyecto en **ComunidadBNE**. Aprovechamos para agradecer a todos los compañeros por sus aportaciones y comprensión en momentos de presión (¡ha habido unos cuantos...!). Las propuestas y contenidos que nos llegaban también tenían que ser reorientados en muchos casos, editados, organizados, aterrizados... y tenían que prepararse (elaborando material visual de apoyo) para cada uno de los canales de comunicación y formatos: web (noticias, destacados en la *home*), posts en el Blog, novedades en intranet, hilos de tuits,

publicaciones o *stories* en Instagram, publicaciones en Facebook, en LinkedIn. Y sin descuidar la coordinación continua con el resto de unidades de la BNE, cuando la comunicación interna es mucho más complicada de lo habitual... Todo esto, claro está, ha multiplicado por mucho el nivel de trabajo en este Servicio.

¿CÓMO NOS HEMOS ORGANIZADO?

Semanalmente, la responsable del Servicio elabora una propuesta de contenidos para los días siguientes a partir de las ideas propuestas, efemérides identificadas como relevantes, proyectos o recursos digitales... con localización de materiales de apoyo y definición de en qué canales y formatos se difunde.

Esta planificación semanal se envía a Dirección para validación, y sirve para organizar el trabajo del Servicio en los días siguientes.

Las **tareas** de algunos miembros del Servicio también se han redistribuido, para atender el alto nivel de dedicación que han requerido y requieren las redes sociales o el Blog frente a, por ejemplo, la actualización de la web, que sin agenda cultural ni contenidos de Comunicación y Prensa exigía menos dedicación del equipo. Además, dadas las situaciones especialmente delicadas en cuanto a comunicación, y con más presión de la habitual ante la situación de cierre y post-cierre, la responsable del Servicio ha asumido directamente la gestión de Twitter y la preparación inicial de los contenidos (tono, enfoque, campañas, etc.) para todos los canales sociales.

Cada lunes, evaluamos la acción y respuesta en redes con informes estadísticos y análisis de situación.

Pero también, han seguido adelante otros proyectos además de la gestión de redes y Blog, y así hemos continuado (en la medida en que nos ha sido posible, con muchas limitaciones técnicas) con el desarrollo de nuevas funcionalidades en **ComunidadBNE**, muchos más contenidos en **BNEscolar**, actualización de conjuntos de datos abiertos y reutilizables en datos.gob, creación de epub, etc. etc. Y la gestión de la intranet y nuestro gestor documental, por supuesto.

ALGUNAS MÉTRICAS GENERALES

Si analizamos estadísticas de impacto en redes sociales, en las primeras semanas tras el cierre algunas cifras son verdaderamente impactantes: por ejemplo, comparando datos entre los periodos 1-14 y 15-28 de marzo, el alcance (número de cuentas a las que llegan nuestras publicaciones) en Twitter subió un 75%.

En gráficos se percibe claramente la evolución

Datos desde el 12 de marzo (fuente: Metricool)

En Twitter:

PUBLICACIONES

INTERACCIONES



RANKING DE TWEETS

[Descargar tabla \(CSV\)](#)

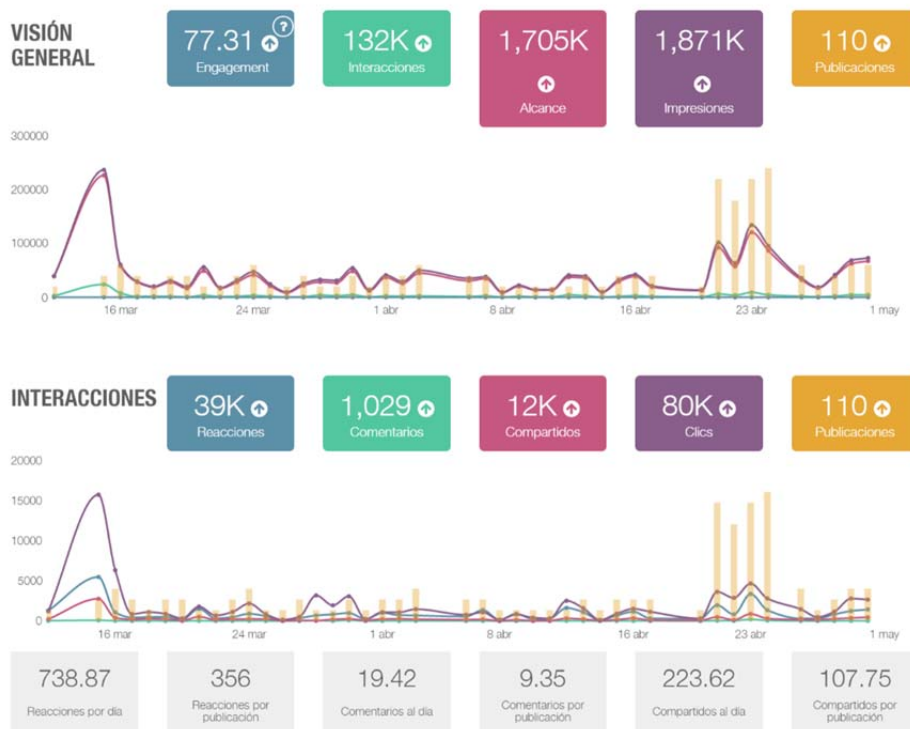
	Publicado	Me gusta	Retweets	Clics
!! Tenemos una noticia importante: la BNE permitirá el uso comercial gratuito de sus imágenes digitales:... https://t.co/ZWgbfOsF7F	30 de abr. del 2020 10:04	1,514	856	—
En la BNE hay miles de vistas de ciudades, planos, fotografías, guías... de todas las épocas. Dinos desde qué ciudad... https://t.co/zwSS5zYxhl	30 de mar. del 2020 13:14	968	404	—
Nos gustaría contribuir a hacer más llevadero este tiempo de obligada y necesaria permanencia en casa, compartiendo... https://t.co/JxPnjKkgD0	15 de mar. del 2020 11:29	957	842	—
Es muy triste ver vacías todas las salas de la BNE. Os echamos de menos... pero es momento de cuidarse y ser respons... https://t.co/WKVJ11699l	12 de mar. del 2020 14:32	786	182	—
«Qué largo abrazo te daría en la penumbra de mis espinas» (Federico García Lorca: Canciones, 1927... https://t.co/0odSjNHegW	21 de mar. del 2020 10:24	696	391	—

En Instagram (publicaciones):



En Facebook:

PUBLICACIONES



Otros datos:

- En **ComunidadBNE**, 98 nuevos colaboradores y 626 contribuciones desde el 13 de marzo.
- **BNEscolar**: de una media de 150-200 visitas por semana al portal en las semanas anteriores, la semana del 15 de marzo tuvo 1.549 accesos. Después se ha mantenido en un rango entre 600 y 1000 visitas, de manera bastante sólida desde entonces.
- Descargas de epub desde BDH: desde el 1 de enero al 13 de marzo, hubo 3.604 descargas de epub desde BDH; desde el 14 de marzo hasta el 16 de abril, 5.831 descargas. Solo en la primera semana de encierro, 1.401 descargas (frente a una media semanal anterior en torno a 300). Hemos difundido muy especialmente, con distintas campañas, la disponibilidad de casi 1.000 títulos en este formato de lectura.

CAMPAÑAS E INICIATIVAS: LO MÁS RELEVANTE

Como estrategia general en estas semanas, hemos querido poner énfasis en recursos que puedan ayudar a explorar y compartir, entretener, descubrir nuevas lecturas... algunos contenidos con una orientación más especializada; otros con una perspectiva más lúdica: desde descripciones de piezas importantes o exposiciones virtuales, hasta juegos de preguntas con nuestros epub o dirigidos a público infantil con **@BNEscolar**.

Ayudar a hacer comunidad desde el aislamiento, sentir que la BNE acompaña en estas circunstancias y sigue cerca.

Entre todas las iniciativas y contenidos lanzados en estas semanas, destacan por impacto y alcance las siguientes, de muy distinta naturaleza y que además dan idea de la evolución de la comunicación y la difusión a lo largo de este periodo:

1. #La BNEcontigo y #Comparte BNE

La semana antes del cierre, el reto principal fue manejar la información confusa y urgente que nos iba llegando, controlar el desconcierto de nuestros usuarios en web y redes, y finalmente, una vez se hizo efectiva la suspensión de actividades, transmitir un mensaje de tranquilidad y cercanía de la institución a pesar de las circunstancias.

Podemos decir que en estos momentos, sin pensar demasiado en una campaña como tal, nos dejamos llevar por la “honestidad” comunicativa, la necesidad, simplemente, de mandar y darnos ánimos, e insistir en que la Biblioteca permanecería cerca:

✚ El 12 de marzo, publicamos este mensaje en redes (con un vídeo elaborado de manera improvisada pero con mucho cariño...), y la etiqueta, también pensada en los últimos momentos de aquella mañana de desconcierto, de **#LaBNEcontigo**



Tuvo gran impacto y estableció una línea comunicativa de participación que perduró en las siguientes semanas. También marcó tendencia: en los días siguientes otras instituciones lanzaron mensajes similares, como #PradoContigo o #InstitutoCervantescontigo.

En la publicación del 13 de marzo anticipábamos la idea de difusión que desarrollaríamos en las siguientes semanas, como un avance de todos los recursos que seguían disponibles a pesar del cierre de nuestra sede física.

- El 15 de marzo, ya en confinamiento, lanzamos un mensaje que incidía en esta idea pero además animaba a compartir recursos de la BNE, como idea para aliviar el clima general de desánimo...: no solo pretendíamos en los días siguientes compartir muchos recursos de la BNE, sino que queríamos impulsar que otros lo hicieran, que compartieran la belleza de las colecciones de la BNE y entre todos aliviáramos la presión de la situación, hablando de música, arte, cartografía, lecturas... Para ello, utilizamos la etiqueta **#ComparteBNE**.



Esta publicación tuvo también muchísimo impacto (una de las que más interacción y alcance ha tenido en nuestra historia en redes).

Todas las iniciativas dieron frutos muy bonitos en los días siguientes: firmes colaboradores que hacían contribuciones casi diarias a **#LaBNEcontigo** y/o **#ComparteBNE**, de distintas cuentas (especialistas en cartografía y música, sobre todo: @kr_wittmann y @svmusicology compartían recursos ¡cada día!), abriendo conversación en torno a temas muy diversos a partir de recursos digitales de la BNE.

Y una mención especial para el ilustrador Fernando Vicente, que dedicó una de sus maravillosas ilustraciones a la BNE con el lema **#yomequedoencasaleyendo**, y nos pusimos en contacto con él para pedirle

autorización con el fin de usar la imagen en nuestras redes. Respondió encantado, y desde entonces es imagen de cabecera de nuestras cuentas:



A partir de entonces, utilizamos estas etiquetas en nuestras publicaciones (**#ComparteBNE** en los casos en los que queremos impulsar el descubrimiento e intercambio...), y también **#LaCulturaEnTuCasa**, marcada desde el Ministerio de Cultura y Deporte.

2. Un ejemplo de iniciativa de alcance a interacción

La semana del 23 de marzo vimos que decaía la interacción y la participación. Pensando en propuestas dirigidas a la interacción y el descubrimiento de recursos BNE, se nos ocurrió esta propuesta:



También la publicamos en Facebook e Instagram.

Y vaya si impulsó la interacción... se superaron todas las expectativas, y esta publicación marcó récord absoluto en cuanto a alcance e interacción.

Respondimos con materiales de BDH y HD, en total dimos 512 respuestas, en tres días. Un trabajo duro, pero apareció en medios como [ABC](#) y generó reacciones muy bonitas y agradecidas en redes...



3. Jornada de Puertas Abiertas “virtuales”

La idea de recrear la experiencia de la JPA en redes, el día que se habría celebrado en condiciones normales, llegó de Dirección Técnica. Y realmente fue todo un éxito, muy valorada y bien acogida por nuestro público en canales sociales.

La Dirección Cultural nos hizo llegar su apoyo, guiones de otras Puertas Abiertas y material gráfico de la sede. Con ello nos pusimos a trabajar, pero verdaderamente la tarea, a medida que trabajábamos en ella, aumentaba en dimensión... La idea era tratar de alejarnos de lo que sería “un hilo más” u “otra publicación” sobre la BNE, intentando recrear un recorrido, completo pero ameno, y distinto a lo que ya habíamos publicado en estos medios. Y transmitiendo el cariño que transmitimos siempre en esta actividad los trabajadores de la BNE.

Preparamos, prácticamente a contrarreloj, [vídeo y stories](#) para Instagram, vídeo y galería para Facebook y [un hilo muy especial](#) (50 tuits). Todo extremadamente cuidado con imágenes muy editadas, enlaces a web y obras representativas de colecciones en BDH, etc. Y el día de la jornada estuvimos un equipo de 4 personas dedicadas plenamente a la publicación y respondiendo a preguntas, reacciones, consultas, etc.



Un trabajo intenso pero gratificante y con un resultado espectacular: a pesar de ser domingo por la mañana (y primer día de salidas permitidas para menores, que podía hacer bajar la atención hacia una propuesta como la nuestra), estos son algunos de los datos de la iniciativa en redes:

- Récord de alcance (número de veces que se ve la publicación) en nuestro canal de Twitter: 340.196 *impresiones*.
- En Facebook, supuso el día con más visitas a nuestra página en todo el año (1100 visitas) y 200 nuevos seguidores en un solo día.
- En Instagram, las *stories* más vistas (3.073 visualizaciones solo la presentación).

4. Una noticia de impacto: la supresión de pago por uso comercial de nuestras imágenes digitales.

El día 30 de abril se anunció en redes sociales la noticia de que la BNE permitirá el uso comercial gratuito de sus imágenes. Esta noticia ha hecho que esta semana alcancemos nuestras mejores cifras en varias métricas de redes sociales desde que se declaró el cierre de la sede de la BNE.

En cifras semanales, ha supuesto máximos anuales en cuanto a alcance, retuits y número de *me gusta* en Twitter, y ha sido la publicación con más alcance en Instagram.

Es una noticia de impacto que requiere mucho cuidado en la forma y contenido de la publicación, y un seguimiento muy especial tras la difusión, con el fin de comprobar y reportar cómo se percibe la medida y resolver las dudas que van surgiendo, en coordinación con los responsables implicados.

MENCIÓN ESPECIAL: LA SEMANA DEL LIBRO EN REDES.

La semana del 20 al 26 de abril preparamos una programación especial en web y redes con motivo del Día del Libro:

- Campaña **#LeeBNE**, organizada desde el Servicio de Actividades Culturales, en la que publicamos vídeos (en total 35) de trabajadores de la BNE compartiendo fragmentos de libros de la literatura universal, invitando a nuestros seguidores a hacerlo también.
- Contenidos especialmente preparados sobre: adquisiciones y crecimiento de la colección, la actividad de recuento, etc.
- Noticia sobre Premio Cervantes.
- Posts sobre el origen del Día del Libro según la prensa, y restauración de encuadernaciones.
- Juegos de preguntas: sobre Cervantes, “identifica el autógrafo”.
- Programa especial para el Día del Libro, con recursos sobre Cervantes en la BNE, Quijotes, epub, etc. iniciados con una publicación (*¿Qué lecturas os acompañan hoy?*) que tuvo excelente interacción.



La campaña **#LeeBNE** tuvo una buena acogida en redes. Varios de nuestros seguidores se animaron a compartir sus lecturas, y los vídeos tuvieron 17.600 visualizaciones esa semana. Contribuyó a los datos extraordinarios de unos días en los que se hizo mucho esfuerzo de difusión:

- En Twitter, esa semana (sin contar la JPA del domingo) se dobló en número de retuits los datos de la semana anterior.
- En Facebook el número de visitas a la página creció un 112% respecto a la anterior.
- En Instagram, aumentó el alcance en un 40%, y las impresiones un 81% respecto a la anterior.

Y MUCHO MÁS

Hemos destacado las anteriores iniciativas por su distinta naturaleza o impacto, pero son solo algunas de las desarrolladas en nuestro Servicio a lo largo de estas semanas. Aquí más números y acciones en las que hemos trabajado:

RRSS

- ✓ Total de 1.206 publicaciones en Twitter desde el 12 de marzo hasta el 3 de mayo
- ✓ 23 publicaciones y 197 *stories* en Instagram
- ✓ 110 publicaciones en Facebook
- ✓ 24 publicaciones en LinkedIn
- ✓ Total de consultas respondidas en redes: 113

WEB y BLOG

- ✓ Destacados publicados en la *home* de la web BNE: 24
- ✓ Noticias publicadas: 13

- ✓ Posts editados y publicados en el Blog y en redes: 13
- ✓ Páginas web actualizadas:
 - ❖ Donativos 2019 y previos
 - ❖ Compra de Fondo Antiguo 2019
 - ❖ RDA (Nuevo bloque de ejercicios)
 - ❖ Transparencia (actualización de la documentación)
- ✓ Diseño y preparación del nuevo formato de Boletín de actividades culturales
- ✓ Preparación (en coordinación con Actividades culturales) y publicación de boletines especiales (**#LaBNEcontigo**, JPA)
- ✓ Publicación de dos nuevas obras en Second Canvas
- ✓ Asistencia a Exposiciones con las exposiciones virtuales

REUTILIZACIÓN

- ✓ Conjuntos de datos actualizados y publicados en datos.gob:
 - ❖ Directorio de Bibliotecas Españolas y Directorio Enriquecido de Bibliotecas Españolas (16 de abril)
 - ❖ Archivo de la web: colecciones por CC.AA. y por temas. (17 de abril)
 - ❖ Archivo de la web: inclusión de nuevas colecciones: Feminismo (17 de abril) y Coronavirus, esta última, con actualización semanal cada lunes.
 - ❖ Biblioteca Digital Hispánica: Colecciones destacadas, tipo de documento y temática (semana del 4 de mayo)
- ✓ Elaboración y publicación de dos nuevos títulos en formato ePub (hemos invitado en redes a nuestros seguidores a elegir entre los autores que han pasado en 2020 a dominio público)
- ✓ Productos específicos para difusión de la colección de ePubs:
 - ❖ #TrivialBNE sobre distintos autores, para Instagram y Twitter: Emilia Pardo Bazán, Vicente Blasco Ibáñez, Concepción Arenal
 - ❖ “Test de personalidad”, para Instagram y Twitter: “Completa este test de personalidad y te recomendamos el libro perfecto para ti...”

- ✓ En ComunidadBNE:
 - ❖ Difusión de resultados de tres proyectos terminados:
 - *A mi distinguido amigo*: incluye elaboración de un vídeo para redes sociales
 - *Quién es quién*: incluye elaboración de un mapa con los resultados, y un vídeo para redes sociales
 - *Jean Laurent estuvo aquí* incluye elaboración de un mapa con los resultados, y un vídeo para redes sociales
 - ❖ Preparación (en coordinación con Reserva Impresa), publicación y difusión de un nuevo proyecto de transcripción: *Aquí comienzan dos romances...*, con videotutorial de apoyo. (Fue completado ¡en menos de 24 horas! Estamos preparando un nuevo proyecto de este fondo).
 - ❖ Definición y desarrollo de nuevas funcionalidades (corrección de OCR, etc.).
- ✓ Preparación y validación de nuevos recursos para BNEscolar, y seguimiento de la difusión.

Intranet y Gestión Documental

- ✓ 71 novedades publicadas
- ✓ 3 avisos, 5 eventos en agenda, 13 nuevos contenidos en páginas de la intranet
- ✓ 16 gestiones de altas, cambios, bajas de personal en Intranet
- ✓ Creación de nueva serie documental para responder a necesidades del COVID-19

ALGUNAS CONCLUSIONES (POR AHORA...)

La presión sobre este Servicio, y la responsabilidad que se ha asumido en estas semanas, ha sido y es grande. Solo con el esfuerzo y el compromiso de los miembros de este equipo ha sido posible mantener la intensidad de la actividad en redes, casi sin descanso en las primeras 4-5 semanas.

Desde aquí, queremos agradecer a los Departamentos su colaboración y comprensión en estas semanas de trabajo muy duro en nuestro Servicio; y sobre todo, gracias a las compañeras que han asumido nuevas tareas y un exigente programa semanal de trabajo, con la única misión de hacer de nuestra web y redes sociales una ventana al mundo digna y útil para la sociedad, manteniendo la imagen de la BNE a la altura de unas circunstancias extremadamente difíciles.

Para los servicios digitales, no hay duda de que estas semanas han sido una prueba importante: por una parte, se ha confirmado y consolidado la estrategia de refuerzo de la identidad digital, de la reutilización, de la diversificación de propuestas digitales... que emprendió la BNE hace unos años. Era un camino útil y necesario, y todo apunta a que hay que seguir pensando y mejorando entre todos en estos entornos.

También se ha evidenciado la necesidad de reforzar aspectos muy importantes: hay servicios que se han confirmado como esenciales pero son muy inestables (Hemeroteca Digital, sobre todo); sería necesario estudiar cómo permitir trabajos de desarrollo a distancia: ahora no es posible y pone en suspenso el avance en proyectos y mejoras de desarrollo con empresas externas. Y se ha constatado la oportunidad de considerar y evaluar decididamente servicios nuevos como el acceso controlado a repositorios de contenidos con derechos, una reclamación constante en estos días para prensa moderna dada la imposibilidad de acceder en sede.

Estas semanas, duras para todos, han sido también días de aprendizaje. Y en nuestro trabajo, una experiencia que puede significar un punto de inflexión.

Desafortunado sería conformarse con todos estos buenos números y dejarlo en un informe tras la crisis, para continuar a la vuelta “como decíamos ayer...”. Ojalá las conclusiones que hemos extraído a lo largo de estas semanas sirvan para seguir mejorando la identidad digital de la BNE, como realidad complementaria y multiplicadora, hasta el infinito, de la BNE física. Tenemos que seguir ideando entre todos nuevos servicios virtuales, mejorar los actuales (que pasan necesariamente por mejorar la infraestructura tecnológica en la BNE y una mayor coherencia entre infraestructura, servicio y finalidad), esforzándonos con creatividad y compromiso con la imagen de la Biblioteca y con nuestros usuarios.

Lo digital es sólo el medio, es el instrumento que sirve al mismo fin de siempre y de todos: cumplir con los objetivos y funciones de esta institución.

Si asumimos, con todas sus implicaciones, este cambio de paradigma, aún hay mucho camino que recorrer y podremos ampliar y mejorar muchísimo la forma en que servimos a la sociedad desde la BNE. Dependemos de los presupuestos, los recursos... inciertos ahora, es verdad. Pero lo más importante, asumir ese cambio de paradigma, está únicamente en nuestras manos.

DIRECCIÓN CULTURAL

ÁREA DE DIFUSIÓN

En tiempos convulsos, como los que estamos viviendo en la actualidad, sirva un momento de reflexión sobre la realidad que nos acecha y la significación de un departamento de difusión en el ámbito cultural de la Biblioteca Nacional de España.

Desde que España se convierte en una sociedad democrática, el acceso a la cultura se establece como un derecho fundamental de los ciudadanos. El artículo 49 de la Constitución dispone que “los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho”.

A partir de aquí, todas las instituciones recogen en su normativa jurídica, como una de sus funciones inherentes, previstas en la Ley 16/1985, de Patrimonio Histórico Español, de 25 de junio, proteger y enriquecer los bienes que lo integran como obligaciones fundamentales que vinculan a todos los poderes públicos.

A las obligaciones tradicionales de proteger, conservar, custodiar y enriquecer, se une la difusión, que es el nuevo signo de la sociedad contemporánea. En consonancia, se establece la Ley 1/2015, de 24 de marzo, reguladora de la Biblioteca Nacional de España, cuya justificación señala que “la Biblioteca Nacional de España **guarda** la memoria del Estado español; **conserva** el saber y **difunde** el conocimiento. Es una institución **abierta al servicio de los ciudadanos**”.

que, a lo largo del tiempo, ha sabido adaptarse de manera permanente a un futuro de innovación y a los cambios científicos, tecnológicos y culturales de la sociedad. Es, además, el **centro de referencia** informativo y documental sobre la cultura escrita en español a nivel nacional e internacional”.

“La Biblioteca Nacional de España debe hoy, y en el futuro, seguir cumpliendo su misión específica en un contexto de cambio tecnológico y de innovación permanente, adaptándose a un **entorno** en el que se han producido cambios radicales en la forma de crear, editar, **difundir** y **acceder** a la cultura, lo que ha generado nuevas formas de almacenamiento, conservación y transmisión del saber en un mundo donde prevalecen los contenidos y no los soportes.”

La cultura, en general, y el Patrimonio documental y bibliográfico, en particular, han modificado su razón de ser al ponerse al servicio de la sociedad y su desarrollo, lema que se recoge en la definición de las instituciones museísticas del ICOM, “un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo”.

La Biblioteca Nacional de España no es un museo; en cierto modo, está más cercana a los ciudadanos que un museo, porque en éstos se puede mirar y comprender, pero no acceder, consultar, investigar, tocar, respirar... el patrimonio conservado.

Junto a la función definidora de la Institución creada como Real Biblioteca en 1711, el Rey Felipe V la convierte en testigo de la guarda y custodia, centro del saber y el conocimiento, siguiendo el enciclopedismo imperante de las sociedades ilustradas.

El siglo XIX añadió una nueva función, el estudio y la investigación. Comienzan los catálogos sistemáticos y se facilita la consulta a investigadores. Pero todavía la BNE, al igual que las instituciones culturales contemporáneas, solo está al alcance de la élite de los sectores sociales más favorecidos.



Es en la segunda mitad del siglo XX, después de la II Guerra Mundial y de la mano de las sociedades anglosajonas, cuando se produce el cambio de paradigma y la función social se convierte en la finalidad esencial de las instituciones culturales. Kenneth Hudson, consultor de la Unesco, define los signos distintivos de la cultura contemporánea, y los enumera en una serie de transformaciones: la ampliación de la educación a más sectores sociales, las mayores posibilidades del disfrute del ocio, el impacto de la sociedad del consumo y el turismo cultural, junto a la conciencia de una rentabilidad económica, traducida en prestigio institucional, son los factores que han provocado que nuestras instituciones asuman nuevas funciones, y el origen de la aparición de los primeros Departamentos de Educación y Acción Cultural (DEAC), antecesores de las actuales Áreas de Difusión.

La evolución ha significado el paso del estudio interno, la custodia y conservación, a la apertura social y a la conversión de la Biblioteca en un centro educativo y lúdico.



Las instituciones culturales han modificado sus planteamientos, pasando el foco desde el objeto al sujeto. Es decir, preservar, custodiar, catalogar, mantener, documentar los objetos con la finalidad de transmitirlos a las generaciones futuras, mostrar, enseñar, educar en valores, en definitiva, difundir la memoria conservada.

Este cambio ha repercutido en los hábitos culturales y sociales desde finales del siglo XX hasta la actualidad. Se “consume” cultura, las largas colas para acudir a museos, teatros, espectáculos, y las visitas a exposiciones, es el signo de nuestro tiempo y de la vida cultural internacional. La apertura al público, en definitiva.

Difundir significa mostrar a la sociedad lo que se conserva, establecer sus contextos, explicar quiénes eran, como eran sus mentalidades e inquietudes y poner en valor nuestro Patrimonio.

Difundir es una estrategia de comunicación. ¿Qué difundimos? Nuestra literatura, nuestros bienes culturales y artísticos, nuestras formas de vida, nuestras mentalidades pasadas y presentes, nuestros personajes ilustres, en ocasiones olvidados por las generaciones actuales o desconocidos por el gran público, el patrimonio material de nuestros manuscritos, libros, revistas, partituras, dibujos, grabados... Pero también el inmaterial, que según la definición de la UNESCO que

se identifica con aquellas “tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas” y todos aquellos aspectos culturales que forman parte de la sociedad y su historia.

El Área de Difusión de la BNE tiene a su vez dos estrategias de comunicación: las exposiciones temporales y las actividades culturales. Ambas constituyen el eje de una de las caras visibles de la institución.



Las exposiciones temporales en la BNE son un foco de atención mediático y se han convertido en una de las claves de su proyección social. Efemérides como *Benito Pérez Galdós* o *Delibes*; revisión, actualización, investigación y puesta en valor de las colecciones de los departamentos técnicos como *Piranesi* o *Lucas del Norte*; el estudio y análisis de una obra emblemática como resultado de una restauración, caso del *El Libro de horas de Carlos V*; la oportunidad única de un acontecimiento irrepetible para una generación como fue la muestra de *El Cantar del mío Cid*, o el análisis y estudio de una materia concreta desde una perspectiva diferente como *Cosmos*.

En toda la larga lista de exposiciones realizadas en la BNE, se ha profundizado desde la excelencia en la revalorización de nuestras colecciones.

El apoyo y la ayuda incondicional de los departamentos técnicos constituyen una maquinaria bien engrasada, sin la que sería imposible la realización de las mismas. Al igual que ocurre con los préstamos para exposiciones externas. El incremento de las solicitudes de préstamo es una señal inequívoca del prestigio de nuestra institución. Otras instituciones culturales nacionales e internacionales reclaman obras de la BNE para formar parte de las piezas que ilustran los discursos expositivos. Ambas formas de exhibición internas y externas difunden nuestras colecciones y Patrimonio.

La otra estrategia de comunicación del Área de Difusión son las actividades culturales. Los actos son un foro de debate, muestra e intercambio de cultura. Desde las jornadas científicas reservadas a especialistas más o menos versados en la materia, hasta los actos lúdicos como teatros, conciertos o lecturas y los encuentros, en los que la sociedad civil se implica en el universo BNE. Valga como ejemplo el éxito del *Día de las escritoras*, donde personajes eminentes de nuestra sociedad se convierten en lectores.

Junto a los actos, las visitas constituyen una de las mayores atracciones para nuestros visitantes. La BNE, heredera de la mentalidad decimonónica, era percibida como un templo del saber, hecho al que contribuye la propia arquitectura del edificio y la imponente entrada al vestíbulo. La visita se convierte de esta forma en una experiencia única. Cuando esa visita incluye fondos, como en el caso del centenario de la Sala Cervantes, o las Jornadas de Puertas abiertas, la BNE descubre sus “tesoros” y se abre más que nunca a la sociedad.



La excelencia de los proyectos expositivos y las actividades culturales está en consonancia con el informe de la UNESCO de 2005, que promueve la calidad como “un elemento medular de la educación” y un factor de éxito en el acceso a las expresiones culturales. Y sin duda la calidad es uno de los emblemas de nuestra institución.

Nuestro trabajo se realiza codo con codo con las diferentes áreas de la BNE. Ya he mencionado los departamentos técnicos, pero sería impensable difundir sin la ayuda de comunicación y redes sociales, nuestros indispensables compañeros de

viaje. Necesitamos encontrar nuevas fórmulas y estrategias comunicativas, nuevos lenguajes, presenciales y virtuales, para lo que contamos con el apoyo de la división de procesos y servicios digitales.

Informática, asuntos jurídicos, gestión económica, seguridad y mantenimiento, gerencia... son áreas a las que consultamos y solicitamos continuo asesoramiento y ayuda. Al igual que nuestros vecinos de publicaciones, cuya labor de elaboración de catálogos, folletos, cuadernillos y demás, son nuestro complemento imprescindible.

El reto: hacer visible lo invisible. Para ello, el área de difusión es una pequeña pieza de una maquinaria que lleva en funcionamiento más de 300 años, y que ha ido adaptándose a los acontecimientos, a la Historia y a las mentalidades, y ha evolucionado como una institución viva, en consonancia con el cambio de los tiempos.

Nos adaptaremos, cambiaremos, buscaremos nuevas estrategias pero, sin duda, nuestra finalidad seguirá siendo el sujeto, los ciudadanos. Continuaremos estando al servicio de la sociedad y su desarrollo. Si las instituciones no consiguen responder a los cambios sociales y reflejarlos, dejarían de justificar el apoyo del público y una de las razones de su existencia.

