



textos universitaris de
biblioteconomia i documentació

ISSN 1575-5886
DL B-19.675-1998

número **17**
desembre de 2006

Facultat de Biblioteconomia i Do
Universitat de Barcelona

[inici](#) • [presentació](#) • [altres números](#) • [instruccions per als autors](#) • [referenciat a...](#) • [subscripció](#) •

Cincuenta ideas para sorprender desde la biblioteca p

[\[Versió catalana\]](#)

CARME FENOLL CLARABUCH

Directora

Biblioteca de Palafrugell

cfenoll@bibgirona.net

Opcions



[Imprimir](#)



[Recomanar](#)



[Citació](#)



[Estadís](#)

[CIRO LLUECA FONOLLOSA](#) 

Facultat de Biblioteconomia i Documentació

Universitat de Barcelona

clueca@ub.edu

Resumen [\[Abstract\]](#) [\[Resum\]](#)

Ofrecer nuevos productos y servicios, en el fondo y en la forma, es la vía principal para reforzar el protagonismo de las bibliotecas públicas en la opinión ciudadana y para conseguir la presencia mediática que se merecen. Se presentan a debate profesional cincuenta ideas sorprendentes, sencillas pero reales, que se pueden llevar a cabo desde las bibliotecas públicas con la finalidad de llegar a públicos inéditos y fidelizar a los actuales.

1 Introducción

Las bibliotecas públicas tienen su misión en los usuarios a los que sirven. Deben apostar con firmeza por ofrecer servicios y recursos que tengan impacto en la sociedad en la que están situadas, y deben fidelizar a sus usuarios y, al mismo tiempo, conseguir llegar a los segmentos de la población que no conocen la biblioteca, o que no la utilizan.

La complejidad para captar la atención de los usuarios de las bibliotecas no es ningún misterio. En Cataluña, y a raíz de las sucesivas leyes de bibliotecas, los equipamientos han aumentado significativamente, en dimensiones de los locales, personal y colección. Pero los servicios continúan siendo los tradicionales (acceso abierto a los documentos, préstamo, novedades, etc.), aunque tienen el éxito consolidado.

Los bibliotecarios debemos reconocer que desarrollar estrategias efectivas de promoción es más difícil en la actualidad. La sociedad es más heterogénea hoy que hace veinte años. Y los usuarios necesitan reclamos más sofisticados, que destaquen en la oferta múltiple de servicios y productos del mercado. Como indican Kotler y Trías de Bes,¹ lo cierto es que en la mayoría de sectores de consumo hay productos y servicios para satisfacer prácticamente todas las necesidades, y las necesidades de los clientes están más que satisfechas. Los usuarios de las bibliotecas tienen

más opciones que nunca y menos tiempo que en cualquier otra época para dedicarlo a buscar información o al consumo cultural.

Pero no todo está inventado. Podemos, desde las bibliotecas públicas, apostar por mantener el sistema actual de servicios gratuitos (documentos para consulta o préstamo, Internet, información elaborada "a demanda"), que efectivamente da respuesta a una parte significativa de la población. Y también acceder a segmentos inéditos de público ampliando estos servicios de manera substancial, o con todo tipo de pequeños detalles que ayuden a percibir la biblioteca pública como un equipamiento basado en la calidad, el rigor, la proactividad y el servicio público. Esta segunda opción también nos permitirá fidelizar al primer grupo de usuarios, los que ya nos conocen y nos ayudan a presentar estadísticas de uso que son la envidia del resto de equipamientos municipales.

Siguiendo con los autores de *Marketing lateral*, la capacidad de ganar un espacio en la mente del consumidor se ha reducido. Las bibliotecas competimos con todo tipo de servicios de información, públicos o no: con las librerías, con los videoclubs, con los cines, con los sistemas de archivos compartidos por Internet y con los cibercafés. Para huir de la simplicidad de las estadísticas de asistencia y préstamo, la apuesta principal de las bibliotecas es ofrecer servicios de mucha calidad, muy segmentados, y con el rigor que debería definir al sistema público.

¿Estamos solucionando los problemas de los usuarios? Es necesario un ejercicio de abstracción. Comencemos echando una ojeada al censo del municipio y a las estadísticas existentes. Las personas tienen diferentes intereses informativos y de ocio según facetas múltiples. La edad es la más clásica de todas, con el sexo, el nivel formativo, las inquietudes intelectuales, la situación laboral, el nivel económico, el país de procedencia, el tiempo de las vacaciones, la lengua que hablan, las necesidades educativas, el comportamiento social, etc.

Una vez identificados los perfiles concretos, podremos identificar más fácilmente necesidades que pueden ser satisfechas.²

Una familia que está preparando durante el mes de mayo sus vacaciones de verano en Marruecos necesita guías de viaje, literatura de ficción, narrativa de viajes, películas y documentales, reportajes en revistas de viajes, recursos de Internet, música, etc. Unos minutos de dedicación profesional pueden servir para ofrecer a esta familia un dossier de recursos (y un calendario de entrega de los documentos que sean de interés) de alta calidad.

Una joven que está acabando el bachillerato necesita saber qué posibilidades educativas tiene en el futuro inmediato; cuáles serán las salidas laborales y cuáles los gastos previstos en el período de estudios. Puede querer compaginar los estudios con algún trabajo a tiempo parcial. Debe saber qué ayudas económicas y becas de estudio existen; cuáles son los requisitos y fechas de entrega de la documentación.

Ante el aumento de marcas en los mercados, y el aumento de la dificultad para captar la atención de los usuarios, existen dos ideas básicas: los equipamientos que no lancen nuevos productos pierden participación, y aparecen hábitos sociales hacia la sustitución rápida y la *cata* de novedades.

Las bibliotecas tienen en el marketing una realidad en desarrollo.³ Si

históricamente podemos hablar de las técnicas de la publicidad y las relaciones públicas⁴ como primeras acciones de lo que hoy conocemos como marketing, entendemos que las actividades de promoción en España se dirigen, en segunda instancia, a llamar la atención de los usuarios potenciales, facilitando información sobre los recursos existentes. En la actualidad, las bibliotecas han redefinido los servicios clásicos, y han creado nuevos, dirigidos a segmentos inéditos.

Se ha avanzado. Las bibliotecas públicas en Cataluña son ahora más numerosas y mejores. Un colectivo fuerte y cohesionado de profesionales, un colegio profesional con veinte años de historia, más universidades que imparten los estudios, los seminarios, las jornadas surgidas tras las administraciones que apuestan más por las bibliotecas. Y como indica Massísimo,⁵ la estrategia actual hace pensar en autoexigirnos el esfuerzo de descubrir las necesidades de los usuarios —nuevos y viejos—, y la creación y la difusión consecuentes de nuevos productos hechos a medida de sus necesidades.

2 Cincuenta ideas para sorprender desde la biblioteca pública

Las ideas que se proponen a continuación, en un orden aleatorio, sirven para realizar un ejercicio de puesta en escena de las acciones, sencillas pero reales, que se pueden llevar a cabo desde las bibliotecas públicas con el objetivo de llegar a públicos inéditos, para fidelizar a los actuales y, en todo caso, para reforzar el protagonismo de estos equipamientos en la opinión pública ciudadana (y política) y conseguir la presencia mediática que se merecen.

Y es que ofrecer ideas sorprendentes, novedades en el fondo y en la forma, es la vía principal para atraer usuarios hacia la biblioteca pública. Estas ideas también se presentan para abrir el debate, para plantear opciones, para crear espacios de intercambio. No se pretende aleccionar a los profesionales que desde las bibliotecas garantizan un servicio público, en el día a día, y no siempre con recursos excedentes. Sí queremos que los bibliotecarios de estos importantes equipamientos públicos reflexionen sobre puntos que, en algunas esferas de la empresa privada, hace tiempo que se han impuesto con éxito.

1 Apostad por los libros de bolsillo...

... y presentadlos al préstamo en expositores giratorios atractivos, a las puertas de la biblioteca. En Cataluña, el 60 % de las ventas de libros son en formato bolsillo, y no se trata sólo de una compra económica: muchos usuarios prefieren formatos que puedan llevar en el bolso, con el móvil y el reproductor mp3. Además, la baja inversión que representa el servicio es rentable pese al desgaste de estos materiales.

2 Promocionad la colección local

No es admisible que uno de los aspectos diferenciadores de muchas bibliotecas y una de las secciones de más interés para los usuarios esté recluida en almacenes, en espacios poco accesibles, o excluidos de préstamo. Si no podéis tener más de un ejemplar del documento, haced

copias en formato digital; publicad en la web una canción del nuevo disco local; incluid una partida para la hemeroteca histórica en el próximo presupuesto; digitalizad y publicad en línea; llegad a acuerdos con editores, autores y librerías locales para conseguir la presentación sistemática de las novedades de los autores locales, etc.

3 Dad la cara... y el nombre

El usuario quiere saber con quién está hablando. En las oficinas de turismo y en la mayoría de servicios con atención al público se tiene en cuenta esta buena práctica. En los hospitales los uniformes nos enseñan quién es el médico, quién el enfermero y quién el celador. En los juzgados sabemos quién es el juez, quién el abogado y quién el secretario. Las bibliotecas son reticentes a estas prácticas: ¿por qué? El usuario quiere saber con quién se está comunicando, y un uniforme (un chaleco atractivo es suficiente) o una tarjeta de identificación puede ayudar, como lo demuestra la experiencia de las bibliotecas de Sabadell. Además del nombre, se puede consignar el cargo (*director de la biblioteca, bibliotecario especialista en colección local, servicio de préstamo, atención al público infantil*, etc.), y no necesariamente las categorías laborales de la Administración, que llevan a confusión (¿qué sabe hacer un técnico auxiliar bibliotecario? ...nuestros usuarios lo desconocen).

4 Grabad las actividades de la biblioteca y pasadlas por la web

Aprovechad el potencial de las actividades que organicéis; grabad en formato digital una conferencia, la presentación de una novedad o el éxito de los cuenta-cuentos; publicad estos nuevos contenidos en la web (utilizad el *Youtube* (<http://www.youtube.com/>) si no tenéis espacio en los servidores). Así estaréis ofreciendo contenidos nuevos en vuestra web, en la del ayuntamiento, y en cualquier otra web local o portal informativo que esté interesado. Hacedos visibles sin limitaciones geográficas.

5 Haced de la biblioteca un escaparate de las novedades en TIC

Si las bibliotecas públicas deben ser la puerta de entrada a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), es vital que presenten a los usuarios las tendencias y novedades. Hablar con alguna empresa o distribuidora local de TIC y establecer un convenio con este propósito no ha de ser una práctica difícil para un bibliotecario. Un expositor de novedades TIC al lado de las novedades del mes puede ayudar a ofrecer una imagen más fresca de la biblioteca. Y todo el mundo tiene curiosidad por saber cómo es el último *ipod*, ordenador portátil o teléfono móvil.

6 Cada libro tiene su lector y cada lector tiene su libro: la exposición

Os proponemos una exposición fotográfica divertida para la biblioteca. Bajo el hilo argumental de Ranganathan y sus famosas segunda y tercera leyes, proponed a un grupo heterogéneo de usuarios que se fotografíen con su documento preferido, de manera individualizada. Recordad

hacerles firmar una autorización para poder hacer un uso posterior de las imágenes. A continuación podéis crear una exposición física, audiovisual o virtual con escenas de los usuarios y sus documentos preferidos, además —por ejemplo— del porqué de la elección, o en qué basan la recomendación. Poned toda la imaginación y creatividad de vuestro equipo a trabajar, o pedid ayuda al colectivo de artistas locales. Si la exposición es física, tal vez podréis incluir el documento en el expositor. No descartéis utilizar estas imágenes después en los puntos de libro, en las campañas de promoción, en la web, etc. A todos nos gustan nuestros cinco minutos de gloria. y quizás vuestra biblioteca estará contribuyendo a satisfacer este deseo, a crear "comunidad" entre vecinos, y quién sabe si a fomentar intereses comunes entre los usuarios.

7 Poned hilo musical en la biblioteca

¿Aún sin BSB? La banda sonora de la biblioteca tiene usos múltiples; un cuarto de hora antes de cerrar ayuda a comunicar este hecho a los usuarios. Si no sois partidarios de tener música conectada durante todo el horario de apertura y en todos los espacios de la biblioteca, podéis reservarla para el espacio de los documentos sonoros, para la zona infantil o para el espacio de hemeroteca. Puede ser únicamente el día mensual de las novedades (e incluir en el hilo musical las nuevas adquisiciones), o todos los sábados. Podéis hacer semanas o quincenas especializadas. Y claro, podéis encargar el hilo musical a un compositor local. O podéis convocar un concurso entre los compositores locales. No olvidéis añadir vuestra banda sonora en el tono de espera del teléfono y del contestador, o publicarla en la web.

8 Celebrad la Navidad en el mes de agosto, y el mes de agosto en Navidad

Haced propuestas innovadoras: ¿qué os parece pasar una noche en la biblioteca y disfrutar de una maratón nocturna de cuentos? ¿y una *bicicletada* popular a y librerías más cercanas?⁶ Invertir el calendario es un recurso clásico: una *biblioplaya* en pleno mes de enero tendrá una concurrencia inesperada.

9 Hallad diez personas que os ayuden a mejorar

Hallad diez personas que os ayuden a mejorar *consejos de ciudad*. Se trata de plataformas ciudadanas en las que se debaten los temas que ocupan al barrio, al pueblo o a la ciudad. Su función es consultiva, pero ¿quién puede resistirse a una opinión fundamentada y diversa? ¿Por qué no crear, entre los usuarios (y no-usuarios) un grupo de trabajo destinado a marcar la política de adquisiciones? No tengáis miedo: pese a todo, la democracia funciona. Con la estadística de población en mano, cread grupos de mejora y podréis sintonizar con la demanda real (y potencial) de la biblioteca. Huid de los grupos elitistas y reunid una muestra real de la sociedad: un hombre, un voto. Y, claro, no olvidéis que tendréis entre manos un elemento de presión política. Para empezar, hallad diez personas que os ayuden a mejorar.

10 ¿Queréis hacer el favor de aprender idiomas?

En Cataluña la población inmigrante representa entre el 12 y el 30 % de la población; entre 600.000 personas y un millón, según las fuentes.⁷ No todas estas personas hablan o entienden el catalán. La sociedad pide a estas personas un esfuerzo por integrarse, que incluye el aprendizaje de la lengua catalana. Pero la biblioteca no puede esperar a este futuro deseable, y no se trata de recitar Shakespeare ni Anselm Turmeda en la lengua de adopción. El personal de la biblioteca debería poder atender consultas sencillas en inglés sin problema. Si, además, por la realidad del municipio, podéis explicar qué es una biblioteca y cómo funciona en lengua árabe, estaréis más cerca de los usuarios potenciales. Tomando el ejemplo de la Biblioteca Municipal de Torredembarra, un primer paso — que consideramos imprescindible— es publicar los documentos básicos (presentación, reglamento, instrucciones elementales, etc.) de la biblioteca en diversas lenguas, además del catalán. Proponemos como mínimo el castellano, el inglés y el árabe, sin entrar a analizar las peculiaridades de cada zona geográfica. Bibliotecas de Barcelona son también un referente, al incluir el urdu o el chino en su guía de servicios.⁸ Lo que cuesta la traducción no es un gasto, es una inversión de presente y de futuro. Son más usuarios y más satisfechos. Son posiblemente "no-usuarios" que están a punto de conseguir un carné. Evidentemente, la colección de la biblioteca ha de poder satisfacer a estos usuarios, que también pagan impuestos.⁹

11 Anticipaos a la programación cinematográfica

Si la nueva película de Woody Allen se estrena en las próximas semanas, es hora de atacar con todas las fuerzas: la filmografía, los libros, las bandas sonoras, la crítica cinematográfica, los recursos de Internet, etc. Cread un itinerario recomendado para comprender a Woody. Demostrad porqué sois bibliotecarios: os anticipáis a las necesidades de los usuarios y el día del estreno tenéis una sección magnífica dedicada a uno de los cineastas de referencia. Lo mismo en el resto de estrenos cinematográficos. ¿O es la hora de revisar los clásicos? Un ciclo de charlas (sobre cine y gastronomía, cine y guerra civil, cine y trenes, etc.) es una buena idea. Completad estas acciones hablando con la gente del cine más cercano, y proponiendo un intercambio: promoción personalizada de la cartelera a cambio de entradas gratuitas para los usuarios. Tal vez podéis incorporar a la web esta cartelera, con comentarios de los usuarios, o pasar allí los tráileres. No olvidéis mantener al día la sección de audiovisuales de la biblioteca.

12 Abrid por la noche

No tenéis excusa. Se acercan los exámenes de selectividad, las pruebas finales de junio o de septiembre. ¿Por qué no abris la biblioteca 24 h? ¿O hasta las tres de la madrugada? ¿O hasta medianoche? ¿O el domingo? Para el problema de personal y de seguridad, podríais encontrar aliados entre voluntarios de la AMPA, profesorado de los centros escolares, etc., o universitarios si es el caso. No os costará hallar personas que consideren apasionante estar al frente de una biblioteca en horas misteriosas, supervisando el uso que se hace de ella. Excepcionalmente, podéis limitar el servicio de préstamo si nadie tiene conocimientos del lector de código de barras. Tenéis una repercusión mediática asegurada, y la percepción ciudadana sobre vuestro potencial será indiscutible. Dicho de otra forma, sed una alternativa al ocio juvenil nocturno rompiendo los esquemas de los horarios de la biblioteca. Tenéis proyectos de éxito que os pueden servir de referencia más allá del sector de las bibliotecas públicas, por

ejemplo en la Universitat Pompeu Fabra¹⁰ o la Universitat de Barcelona¹¹. Biblioteques de Barcelona mantiene abiertas en horario nocturno cuatro salas de estudio.

13 Relajaos con los móviles

En España hay 43 millones de líneas de telefonía móvil contratadas.¹² Podemos decir, *grosso modo*, que la mayoría de la población tiene móvil. La mayor parte de normativas (reales o imaginarias) de las bibliotecas prevén la prohibición de uso en las dependencias propias. ¿Por qué no nos planteamos contemplar la posibilidad que suenen los teléfonos en modo silencioso, la posibilidad de recibir y enviar SMS e incluso responder una llamada en determinados espacios de la biblioteca? ¿Qué diferencia existe con responder al compañero de mesa? Si dejamos de lado algunos tópicos cuestionables —como el del silencio total en las bibliotecas—, hemos de tener en cuenta la realidad de la sociedad. En todo caso, es admisible debatir sobre el hecho de que sea la biblioteca el último reducto del silencio; los pros y contras. Pero es una realidad que actualmente la gente se comunica por teléfono móvil.

14 Ceded una pared para los graffiti

Los graffiti o pintadas forman parte de la representación cultural de las ciudades desde 1960. Como el resto de representaciones artísticas, tienen un público. Y este público es habitualmente joven, y puede pertenecer al segmento de no-usuarios de la biblioteca. Si llegáis a un acuerdo con el área de urbanismo del ayuntamiento, podríais ceder uno de los muros exteriores de la biblioteca a los pintores de graffiti. Con nocturnidad o sin ella, pronto encontraréis un grupo de jóvenes que os presenten un diseño, que puede evolucionar con el paso del tiempo. Podéis hacer propuestas también para integrar estos diseños efímeros en la programación de la biblioteca. Una alternativa más sencilla, pero también menos espontánea, es destinar para esta finalidad el espacio interior de la biblioteca reservado a los jóvenes. En una fase aún más simple, pero con el mismo espíritu, muchas bibliotecas han incluido murales en las áreas infantiles. Quizás la "cueva de los cuentos" de la Stockholm Public Library es el ejemplo más clásico.¹³

15 Dejad en préstamo ordenadores portátiles

Suponemos que en el momento en que se publique este artículo la gran mayoría de bibliotecas públicas de Cataluña dispondrán de servicio de Wi-Fi, o bien estarán en disposición de ofrecerlo pronto. El éxito de este servicio es incuestionable y, teniendo en cuenta que la venta de ordenadores portátiles respecto a la de ordenadores de sobremesa se ha incrementado espectacularmente,¹⁴ sería muy recomendable que la biblioteca disponga de algunos ordenadores portátiles para poder ofrecer a los usuarios y complementar, así, la oferta de ordenadores; esto, a la vez, permitiría mejorar la imagen de la biblioteca como equipamiento abierto a los cambios. Si pensáis que es imposible, debéis saber que la Biblioteca de Catalunya y diversas bibliotecas universitarias catalanas ofrecen este servicio desde hace tiempo.

16 ¡Nos encantan los rankings!

La mayoría de los programas de gestión de bibliotecas permiten realizar estadísticas de uso: dadlas a conocer. A las personas nos encantan los rankings, y los medios de comunicación lo saben: los discos más escuchados; el autor preferido del municipio; las películas más odiosas de la biblioteca; los libros más leídos; los diez libros que nadie nunca ha tomado en préstamo; la revista más prestada; el usuario más voraz; la consumidora de cómics número uno de vuestro planeta; el libro más destrozado; el más robado; el documento con más morosidad de la ciudad, etc. Retomando el tema de las estadísticas, informad de cuántos préstamos se llevan a cabo; cuántos a la semana, al año; cuántas visitas se reciben; cuántas fotocopias; cuánto dinero se recapta; cuántas horas de Internet; cuántos carnés de usuario; cuántas bebidas se han servido en la máquina de autoservicio; cuántos paraguas se han olvidado, etc. Para hacer memoria de lo que pasa en la biblioteca no cabe esperar a presentar un informe a los técnicos de cultura. Suministrad regularmente estas cifras a los medios de comunicación y a los usuarios. Tendréis más visibilidad y las personas tendrán más cosas curiosas para comentar con sus amigos.

17 No habléis como un alienígena

La ciencia de la biblioteconomía y la documentación, como cualquier disciplina científica, dispone de una variada gama de vocablos especializados, que sólo conocen los de la profesión y sirven para expresar de manera muy concreta cada uno de los aspectos y matices de los temas propios. Limitad, pues, el uso de estas palabras, usadlas únicamente al hablar con profesionales del sector. El uso indiscriminado de términos técnicos, por más correctos que sean, desorienta a los usuarios y les hace sentir incómodos. Traducid, pues, los pensamientos al lenguaje de los terrícolas. Los *tejuelos* pueden pasar a llamarse *pegatinas* o *etiquetas de los libros*. Las *desideratas*, *propuestas de compra*. Las palabras *referencia*, *noticia*, *registro*, *topográfico* o *signatura* no son de uso común entre los usuarios. Tampoco ayudan *obras de referencia* (*enciclopedias*), *colección* (*fondo*), *CDU* (*etiqueta*), *búsqueda por palabra clave* (*búsqueda del tipo Google*), *encabezamiento uniforme* (*el nombre habitual del autor*), *mención de responsabilidad* (*autor*), *grabación sonora* (*disco*), *descripción física* (*las páginas de un libro o los minutos de una película*), *información en línea* (*Internet*), *OPAC* (*catálogo*) o *área reprográfica* (*fotocopiadora*). Recordad: al hablar con un bibliotecario, hablad como un bibliotecario; al hablar con un usuario, hablad como un usuario.

18 Recomendad una web desconocida

Hace tiempo que disponéis de un expositor de novedades y libros recomendados. ¿Qué os parece habilitar uno de los ordenadores del vestíbulo y crear una sección de la web con la página web recomendada de la semana? Esta sección puede ser aprovechada por los medios de comunicación local, en una acción de sindicación de contenidos que ha de ser un punto fuerte de la biblioteca. Desde los temas más locales hasta los más universales, nadie mejor que el personal para calificar la veracidad, la actualidad o la calidad global de una página web, como lo haría con cualquier otro tipo de documento. Os damos tres ejemplos llamativos y "rompedores" que os aseguran unos cuantos comentarios: *YahooGoogle* (<http://www.yahoogoogle.com/>), la web oficial de Bela Lugosi (<http://www.lugosi.com/>) o Beautiful Agony (<http://www.beautifulagony.com/>). ¡Ah!, y no olvidéis recomendar las webs

interesantes en las guías de novedades y guías temáticas que elaboráis.

19 Volved a la escuela

Y ofreced los servicios como expertos bibliotecarios que queréis crear sinergias de trabajo. Seguro que el responsable de la biblioteca escolar os lo agradecerá. Comenzad por las guarderías y acabad por las escuelas de adultos. Pasad por las clases y llevadles una selección de material o la selección bibliográfica que os ha solicitado el profesorado. Invitadles a las sesiones de formación de usuarios avanzados que programáis. Pedidle al profesor de historia que venga a dar una clase en la zona más misteriosa de la biblioteca con un trabajo real sobre los periódicos de la hemeroteca histórica. Preparad el mural de Navidad de la guardería en el patio de la biblioteca. Animad al profesorado de lengua a recitar un fragmento de Ramon Llull con los ejemplares de la colección Bernat Metge. La maestra que utiliza Pollock o Kandinsky en las clases de primaria debería poder tener unos días toda la colección de arte moderno y contemporáneo. Sed los primeros en saber cuáles son los trabajos de investigación que se impulsan desde bachillerato. Coordinaos con los equipos docentes del municipio o barrio para saber el calendario curricular; qué enseñarán y en qué momento del año lo harán.

20 Cuatro bodas y un funeral, en la biblioteca

¿Quién ha dicho que las bodas civiles han de hacerse en el despacho del alcalde, o en la sala que el consistorio tiene destinada en el ayuntamiento? Lo mismo para los funerales civiles y otras celebraciones. La biblioteca es un espacio emblemático para muchas personas, y los edificios donde se ubican las bibliotecas son con frecuencia paradigmas de la arquitectura contemporánea local. Proponed al ayuntamiento que se ofrezca la biblioteca a las parejas que se casen, como un espacio público de alta calidad que pueda acoger estas ceremonias, siempre que los horarios sean compatibles. También puede ser un lugar para prometer la Constitución, por poner otro ejemplo de ceremonia civil que se lleva a cabo al obtener la nacionalidad española. Con la ampliación de los hábitos sociales en materia de funerales, muchas familias que optarían por una ceremonia civil se encuentran sin espacios alternativos a las iglesias. Una biblioteca puede ser, si los horarios lo permiten, un espacio agradable, y de vida intensa, que asocie un momento muy especial para los amigos y familiares que despiden un difunto. Experiencias en este sentido en centros cívicos o en locales de sindicatos, no faltan.

21 Consegid que los usuarios recomienden

Preparad un marcador de libro en la contraportada de las novelas de novedades, u ofreced un espacio en la página web para que los usuarios puedan dar su opinión. Identificad cuál es el libro favorito de las embarazadas y por qué. Exponed estas opiniones en una tarjeta, al lado del documento recomendado. Animad a los usuarios infantiles y juveniles a decorar su sección con tarjetas divertidas con esta finalidad. incluid el nombre del recomendador. Ya conocéis la práctica de *Amazon* (<http://www.amazon.com/>) que permite saber cuáles son las compras paralelas de los clientes que han adquirido el libro que estás pensando escoger: ponadlo en práctica en la biblioteca. Ponadlo fácil a los usuarios desorientados: si alguien tiene interés por iniciarse en la poesía o en la

narrativa joven escandinava, podéis ayudarle con la ayuda de los otros usuarios. Premiad esta participación con la adquisición automática de les desideratas de los colaboradores.

22 Preparad el mes de la erótica

¿No tenéis creada aún la sección de narrativa erótica? Pues aquí tenéis una propuesta que no dejará indiferente a nadie, coincidiendo, por ejemplo, con la primavera: el mes del erotismo. Además del ciclo de actividades (lectura de poemas eróticos para a adultos, acompañados de una copa de cava, por ejemplo), explorad las posibilidades de la biblioteca en una temática que no es un tabú. Además de la narrativa erótica, podéis añadir las películas que tienen un alto componente romántico, los manuales de *kamasutra*, las obras de terapia sexual, los cómics que incluyan contenidos picantes, la música sensual, la sexualidad explicada a los más pequeños, etc. Decorad convenientemente el espacio donde tengáis este servicio, y aliaos con la concejalía de juventud para que facilite preservativos a los jóvenes y no tan jóvenes que obtengan el carné durante este mes tan especial. ¿No querías ver crecer las estadísticas en este segmento de la población?

23 Tened presencia en los medios de comunicación

Tanto en los más cercanos como en los más masivos. Elaborad una base de datos de contactos y no os olvidéis de hacer aparecer noticias de la biblioteca a menudo. Pedid al responsable de comunicación del ayuntamiento que os explique cómo redactar una buena nota de prensa y no perdáis la oportunidad de enviarle las novedades y cuestiones de interés. Ofreced contenidos de calidad a los medios. Impulsad un programa en la radio local o buscad participar en alguno de los espacios culturales de los magazines en programación. Las televisiones locales tendrán en la biblioteca una fuente importante de noticias (preguntad sobre esto a la biblioteca del Vendrell, por ejemplo) y el web de la Administración ha de contar con la agenda de la biblioteca y el enlace a la página de la biblioteca, que, por supuesto, deberá estar actualizada. ¡Ah!, y dad ejemplo: no os perdáis los actos culturales de vuestro entorno más inmediato. Anotad en la agenda las presentaciones de libros, los debates y las charlas interesantes que organizan las asociaciones y entidades del entorno, y escaparos tanto como podáis a sus actos. Si queréis que vean qué hay dentro, no hay mejor medio de comunicación que el boca-oreja que se puede hacer en actos de este tipo.

24 No cobréis el préstamo interbibliotecario

Apostad por una biblioteca pública gratuita buscando una financiación alternativa. Como las bibliotecas de las comarcas de Girona, negociad el préstamo interbibliotecario con una entidad bancaria que distribuirá los documentos por medio de sus canales de correo entre sucursales bancarias. Este servicio tan apreciado por los usuarios debería ser gratuito. Pero, sobre todo, explicad el servicio: explicad que es sencillo y posible pedir cualquier documento de cualquier biblioteca, que el sistema de lectura pública lo permite. Reclamad a los coordinadores de la red que impulsen el préstamo interbibliotecario con las limitaciones mínimas: todo tipo de soporte, rápidamente. Garantizad un servicio de calidad: 72 horas es un plazo aceptable. Más, no.

25 Explicad qué es una desiderata

Las desideratas, o propuestas de compra de los usuarios, son uno de los servicios típicamente ocultos de las bibliotecas. A falta de una estadística fiable sobre esto, entendemos que pocas personas conocen que existe la posibilidad de participar en este tipo de adquisiciones. El miedo de promocionar el servicio parte de una doble premisa no comprobada. Primera: si los usuarios deciden qué comprar, la colección se formará sin ninguna política determinada, sin respetar el equilibrio necesario entre temas y soportes; y segunda: si muchos usuarios piden lo que se ha de comprar, todo el presupuesto para las adquisiciones, si lo hay, se acabará en quince días. Hace falta, por lo tanto, una reflexión a fondo sobre la vigencia de estas premisas, como mínimo cuestionables. Más allá del uso poco afortunado del tecnicismo *desiderata*, que ya hemos tratado en un apartado anterior, lo cierto es que pocos servicios públicos pueden ofrecer una acción más visible y de más calidad que pedir al usuario qué quiere leer, ver o escuchar: es la biblioteca a la carta, y de acuerdo con la evolución del consumo cultural, es una apuesta inevitablemente "efervescente": los usuarios quieren poder participar y decidir de qué manera se gastan las contribuciones fiscales, para poder, así, hacerse suya, también, la biblioteca.

26 Sacad los libros a la calle

Conseguid un mobiliario que permita exponer (si puede ser, también trasladar) los documentos de la biblioteca a cualquier lugar. No ha de ser un bibliobús. ¿Recordáis la fiesta de Sant Jordi? Anualmente libreros y asociaciones montan paradas eficaces de libros sin ningún problema. Sois profesionales y, por lo tanto, podéis perfeccionar este método para desplazar la selección documental donde se precise: al mercado, a la estación de tren, a la escuela, al ayuntamiento, a un acto del instituto de estudios locales, a los multicines, a la manifestación, al campo de golf, a las ferias, a la playa, a la piscina, a la pista de hielo, al geriátrico, al hospital, a la calle, etc.

27 Seguid la última moda en Internet

Seguid las tendencias de Internet y participad activamente. Tenéis una plataforma sencilla y gratuita para compartir las imágenes de vídeo de la biblioteca con todo el mundo, que ya hemos referenciado: el *Youtube* (<http://www.youtube.com/>), una de las webs con más éxito que actualmente hay en Internet. Ha tenido un crecimiento espectacular y gracias al boca-oreja se descargan más de 40.000 vídeos al día. Grabad una visita virtual por la biblioteca. Tenéis diez minutos para hacer el mejor spot publicitario de la biblioteca. ¿O por qué no os convertís en superbibliotecarios? Tenéis un ejemplo en *The adventures of Super Librarian* (http://www.youtube.com/watch?v=Bu-TijjVs_g) de la McCracken County Public Library (Paducah, EUA). Otra idea: el portal *Flickr* (<http://www.flickr.com/>), que os permite publicar fotografías digitales accesibles para toda la comunidad virtual. Una idea es un concurso fotográfico (conseguir una cámara y prestadla a los usuarios) de los rincones favoritos de la biblioteca. Publicadlos luego en el *Flickr* con un enlace desde la web. Tendréis visitas aseguradas y los usuarios participativos que esperabais. Colgado también del blog de la biblioteca. ¿Verdad que ya lo tenéis colgado en la web?

28 Actualizad la web

No os compliquéis mucho la vida en crear una web magnífica que nunca acabaréis de pulir. Actualizadla en contenidos semanalmente y revisad las estadísticas de uso. Si no tenéis los conocimientos suficientes, buscad aliados: siempre hay un informático a la vuelta de la esquina; pero sed siempre vosotros los gestores de contenidos.

29 Sonreíd

No es tan evidente. Todos creemos que es mejor un buen servicio que un mal servicio con una sonrisa. Pero la realidad no es blanca o negra. La realidad es que las bibliotecas públicas ofrecen muy buenos servicios, servicios suficientes y algún servicio mediocre. En cualquier caso, si nos centramos en la atención al público, es necesario hacer un ejercicio de abstracción y pensar cómo queremos que nos traten a nosotros cuando somos los usuarios. No es necesario leer a Sebastià Serrano (¡pero sí es recomendable!) para entender que una sonrisa relaja y hace sentirse cómoda a la persona que se dirige a otra.

30 Abrid las puertas a los curiosos

Cualquier excusa es buena para hacer una jornada de puertas abiertas. Sant Jordi, la fiesta mayor del municipio o del barrio, el Día de les Escuelas, etc. Preparad a conciencia la visita guiada y mostrad lo que se conoce y lo que no se conoce de la biblioteca. Especialmente esta última parte. Convertid a los visitantes en "bibliotecarios por un día": los almacenes, cuáles son los circuitos de trabajo del personal, dónde se guardan las novedades que están pendientes de ser expuestas, dónde se restauran los materiales deteriorados, anécdotas sobre lo que pide el público, qué significa *catalogar un document* o quién prepara los tejuelos. A todos nos gusta conocer los interiores de los equipamientos desconocidos, y mediante esta fiesta tenéis la oportunidad de reforzar vínculos con los usuarios actuales y llegar a no-usuarios. Lo hacen los hospitales, las cárceles, las escuelas, los ayuntamientos. Normalmente es un éxito de público y tiene repercusión en los medios de comunicación locales.

31 Conoced a cada uno de vuestros usuarios

Intentad memorizar los nombres de los usuarios y saludadlos de manera personalizada. Probad de familiarizaros con los gustos que tienen en consumo cultural y tened, por tanto, capacidad de recomendarles temáticas, autores y obras según las preferencias que en algún momento hayan manifestado. Implicaros. Es evidente que los que trabajáis en la biblioteca os podéis repartir las áreas de trabajo. No es complicado: la mayoría de comercios al por menor del país lo han hecho toda la vida.

32 Dad la cara a las donaciones

La mayoría de bibliotecarios tiemblan cuando oyen hablar de donaciones. La razón justificada de este miedo se debe a no poder gestionar

colecciones que difícilmente entran en la política de adquisiciones de las bibliotecas; convertirse en el vertedero municipal en materia documental. Pero lo que realmente es necesario es dejar las cosas claras en materia de donativos. Preparad un documento comprensible donde expliquéis cómo se gestionan los donativos. Explicad razonadamente qué documentos son susceptibles de ser incorporados a los fondos, qué documentos decididamente no y por qué. Dejad claro que cualquier donación tiene unos términos de análisis y de aceptación conocidos y amplios, si no hay un inventario previo, y que el rigor y la convergencia con la colección son los elementos principales. No entréis en burocracias: los libreros de viejo deciden en cinco minutos si interesa o no interesa una biblioteca personal. Detallad también alternativas a las personas que quieren hacer la donación: ONGs, parroquias, etc. Sed sinceros: no los orientéis a una biblioteca si sabéis que la colección no encaja. Pedid información al ayuntamiento para saber cuáles son los beneficios fiscales de una donación en dinero o en especies (la más habitual), y qué trámites hay que seguir. Preparad un formulario de aceptación de las condiciones que el donante deberá firmar. Estará incluida la posibilidad de eliminar el fondo si no es procedente. Una idea en positivo: los usuarios que acaben de finalizar un viaje ceden las guías recientes y en perfecto estado a la biblioteca, y a cambio hacen la desiderata de la nueva guía que se comprará, teniendo derecho al primer préstamo. Aumentaréis la colección de guías de viaje, y la mantendréis siempre actualizada.

33 Visitad a los no-usuarios en casa

Podéis empezar haciendo un sondeo telefónico y, si tenéis más recursos (o si utilizáis conocimientos prácticos), podéis conocer las zonas del área de influencia que están menos trabajadas. Seguro que existe una urbanización, un barrio desatendido, que desconoce que hay una biblioteca pública. Preparad una campaña de difusión a medida para estos vecinos y no os olvidéis entrar en contacto directo: ¿qué os parecería presentaros a la reunión de la asociación de vecinos?

34 Comunicaos por sms

La llegada de una novedad a la biblioteca, la agenda de actos, las reclamaciones a morosos y otros temas, podéis comunicarles por sms por medio de una de las empresas que faciliten este servicio a un precio que oscila entre 0,07 y 0,1 euros por mensaje. Como ya hemos apuntado más arriba, el teléfono móvil se ha convertido en la herramienta de comunicación masiva de nuestro tiempo.

35 Publicad los audio libros en la web

Los audio libros, presentes en muchas de las bibliotecas catalanas, son grabaciones sonoras que incluyen la narración de una novela, poesía, etc. Como producto comercial, la publicación en régimen abierto de estos materiales tiene algunas dificultades legales. Sin embargo, muchos audio libros pueden ser creados en la misma biblioteca, a medida, por personal profesional o voluntario. Se trata de aproximarse a personas con dificultades lectoras, o que busquen una alternativa no musical para poder escuchar en casa, en el coche, etc. Con la llegada al público masivo de los reproductores mp3, además, la capacidad de escuchar una novela o un cuento se abre a cualquier escenario. Una idea para la colección local:

la historia del municipio explicada por sus protagonistas, la microhistoria oral realizada con las entrevistas a las personas que vivieron de primera mano determinadas experiencias, desde la Guerra Civil hasta la transformación de pueblos en ciudades, o el folklore popular, musical, de la zona. En todo caso, muchos documentos —como un curso de catalán para extranjeros que haya publicado el ayuntamiento, o bien el conjunto de las variantes dialectales de la comarca, o los relatos presentados a un concurso que haya organizado la biblioteca— pueden tener autorizada la reproducción en régimen abierto y en línea.

36 Las librerías son nuestras amigas

Las librerías y los libreros de los municipios son nuestros aliados. Además de mantener el equilibrio lógico en la inversión de la biblioteca, si cabe, existen diversas estrategias para implicar a las librerías locales en la acción de la biblioteca. Amén de la colaboración lógica en el intercambio de información sobre los usos y costumbres lectores locales, estos comercios pueden ofrecer diversos descuentos (el máximo legal en España es el 5 %) a clientes preferentes, como son los usuarios de la biblioteca. Aparte, se pueden negociar vales de descuento (como obsequio al solicitar el carné de la biblioteca, por ejemplo), hacerles participar en proyectos de animación a la lectura ("Nascuts per llegir",¹⁵ clubes de lectura, "El librero recomienda"), ofrecer un plano con la ubicación de las librerías, hacer presentaciones de novedades a cargo de las librerías, etc.

37 Buscaos la vida

Trabajáis en el equipamiento más visitado y con más socios del entorno: ¡utilizad vuestras cifras! ¿Aún no conocéis al gerente de la empresa más importante del municipio? ¿Buscabais financiación para el servicio de *biblioplatja*? ¿No tenéis quién os patrocine las bolsas de tela? ¿Qué opináis de una beca de investigación local sobre el sector de esa multinacional que lleve el nombre de la empresa y la entregue el gerente, junto al alcalde? Si veis demasiado exagerado dedicar el primer piso de la biblioteca a una persona o que la directora de la biblioteca lleve el nombre de un restaurante en la gorra, tal vez es la hora de reconocer las aportaciones de responsabilidad social con la inclusión del nombre del benefactor tras los puntos de libro, en la web de la biblioteca o en un anuncio anual insertado en la prensa local. Porque ya sabéis cuál es la alternativa a buscar patrocinios: o menos servicios o más caros.¹⁶

38 Integraos en la lectura fácil

El concepto de "lectura fácil" se aplica a los materiales elaborados con un cuidado especial con el objetivo que puedan ser leídos y entendidos por todos los que tienen dificultades lectoras o de comprensión.¹⁷ Solo un 6 % de las bibliotecas catalanas¹⁸ consideran que tienen material adecuado para este segmento de público, el cual se tiende a sustituir por obras para personas con dificultades visuales (libros de letra grande). Sin duda, es una apuesta que las bibliotecas públicas han de asumir si quieren ser útiles a personas con dificultades lectoras transitorias (inmigrantes, neolectores, jóvenes con escolarización deficiente) o permanentes (disléxicos, personas con trastornos neuropsicológicos, senilidad, etc.). La integración de colecciones dedicadas específicamente a estos colectivos,

por otra parte, permitirá llegar directamente e indirectamente a públicos que en la actualidad quedan excluidos de la biblioteca, y también a los servicios públicos que tienen relación con el colectivo (servicios sociales, escuelas de adultos, ONG, prisiones, centros sanitarios, etc.).

39 Contratad a un especialista en narrativa de viajes

Un autor consolidado o un editor, algún periodista de una revista especializada, muchos profesionales pueden echaros una mano en la selección de narrativa de viajes, con la finalidad de conseguir una colección equilibrada y que tenga éxito. Quien habla de narrativa de viajes habla de cualquier otro centro de interés. Hallar un especialista es una inversión para la biblioteca.

40 Creu un club de voluntaris de la biblioteca

Intentad crearlo con usuarios de todas las edades y procedencias y sed constantes. Organizad a los posibles voluntarios de los servicios a domicilio, dejadlos participar en la programación de actividades, proponedles como formadores o narradores, organizad una maratón para forrar libros o colocar tejuelos, buscad la tarea más adecuada a cada perfil y no os olvidéis de buscarles alguna compensación (descuentos o entradas para actividades culturales que se realizan en la población, invítadles a comer de vez en cuando, etc.). Hay muchos usuarios orgullosos de serlo y con ganas de colaborar.

41 Tened a mano las efemérides

Sois profesionales de la información y os anticipáis a los intereses del momento. ¿Qué os parece un calendario o una pizarra en la entrada de la biblioteca para recordar el aniversario de un autor, de una edición, de un compositor? Que las efemérides locales sean las primeras de la agenda: ¿faltan cien días para las elecciones? ¿Hace diez años que se inauguró la biblioteca? ¿Cinco años desde la última nevada?

42 Llevad las películas a casa

Uno de los objetivos de la biblioteca es servir al usuario a la carta. No es inviable estudiar la posibilidad de ofrecer un servicio a domicilio abierto a todo el mundo y con posibilidades. Muchas áreas municipales disponen de vehículo propio para mejorar sus funciones —la biblioteca de Palafrugell es un ejemplo—. Si tenemos en cuenta que el servicio domiciliario para personas con discapacidad no es un servicio que colapsa a las bibliotecas, ¿por qué no atrevemos a abrirlo al gran público? No veamos tan lejana la idea de un motorista bibliotecario que pueda ofrecer un servicio rápido y personalizado, a domicilio. Contad con un equipo de voluntarios.

43 Entrevistad al alcalde

Conoced de primera mano qué piensa de la biblioteca. Entrevistadle, y no os perdáis detalle de lo que sabe o desconoce de la biblioteca. Dadle a

conocer las novedades y los servicios a la carta de los que como usuario preferente puede disfrutar. ¿Y si le proponéis ayudarle a preparar un discurso? ¿Y darle a conocer de primera mano los resultados de la encuesta de satisfacción de la biblioteca? U ofrecerle el espacio para los mítines electorales —¡a él y a los equipos de la oposición!—, o bien ofrecerle un servicio a medida con los temas que le interesen (recordad que es un cliente interno). También le podéis ofrecer un vaciado de revistas, un buzón directo al alcalde en un lugar visible de la biblioteca, una visita mensual del alcalde con la finalidad de que los usuarios puedan plantearle directamente las dudas que tienen. Pueden ser una actividad normalizada más de la biblioteca.

44 Ofreced también videojuegos

El debate eterno entre cultura y ocio tiene poco sentido a efectos prácticos. Las bibliotecas, hoy, ofrecen libros y muchos otros soportes documentales, que contienen información en formatos múltiples. Si hasta ahora se incluían los CD-ROM gratuitos de muchas revistas de informática, hoy en día se pueden ofrecer juegos para ordenador. Dad el salto a presentar una selección de videojuegos aptos para las plataformas tecnológicas existentes. Como en el resto de materiales, se trata de hallar un equilibrio justo en un producto que puede servir de reclamo, de entrada y de conocimiento de la biblioteca pública, y que puede abrir nuevos caminos hacia otro tipo de documentos. El cómic entró de la misma manera en las bibliotecas.

45 Regalad marcadores de libros

No esperéis que sea el aniversario de la biblioteca para empezar a pensar en regalar alguna cosa a los usuarios. Los marcadores o puntos de libros sencillos son todavía objetos apreciados, pero pensad también en otros objetos de merchandising que la biblioteca se pueda permitir (calendarios, bolsas, llaveros, pins, etc.). Haced de la biblioteca una marca de calidad.

46 Cread listas de distribución para al personal de la Administración

Cread un servicio de obtención de documentos a medida para los responsables políticos y los colegas técnicos. Mostraos útiles para los usuarios internos. Podéis empezar haciendo un vaciado de publicaciones periódicas. Estaréis al día de la bibliografía profesional que interesa a los colegas y conoceréis más a fondo qué se cuece en la Administración. Realizad una encuesta previa y sondead el trabajo que comportará para poder ofrecer un servicio de calidad.

47 Aliaros con los videoclubes del barrio

Visitadles y explicadles el servicio de audiovisuales de la biblioteca; exponedles la normativa y la política de compras que utilizáis en vuestra biblioteca. Que esta política de adquisiciones permita equilibrar la inversión en los comercios del barrio o municipio también es responsabilidad de la biblioteca.

48 Instaurad el "Todo a un euro" en la biblioteca

No se trata necesariamente de hacer negocio. Podéis dedicar esos ingresos a una ONG local, o a Bibliotecarios sin Fronteras, si queréis renunciar a esos ingresos extra. La idea es que la gente conozca a dónde van a parar los documentos obsoletos, viejos, desfasados, y ofrecer un nuevo servicio que muchos usuarios pueden agradecer. Si una novela hace dos años que no se pide en préstamo, ¿realmente es necesario conservarla *sine die*? O hay que destruirla con nocturnidad para no aparecer en los medios de comunicación? ¿O enviarla a la biblioteca escolar más próxima para contribuir a colapsarla con documentos que no le sirven para nada? Preparad un puesto de venta de libros descatalogados. Cada documento, un euro. Es así de fácil. Una caja con los documentos y unas instrucciones sencillas. Una etiqueta en la portada de cada documento que deje constancia del producto descatalogado. Un sistema simple de recibos para llevar la contabilidad. Posiblemente alguien se quejará, claro. Pero la dirección de una biblioteca es un puesto de responsabilidad, y también os pagan para tomar decisiones cuestionables. En la Biblioteca Comarcal Marià Vayreda de Olot hace once años que funciona este sistema.

49 Ofreced a los usuarios el recibimiento que se merecen

Ya sabéis que los dos primeros minutos son cruciales. Unos espléndidos ramos de flores en la entrada del equipamiento gustarán, y mucho, a todos los usuarios; un perfume agradable; caramelos para paliar el tiempo de espera mientras se prepara un nuevo carné, etc. ¿Qué ambiente queréis para la biblioteca? Jugad con los olores y las luces; con las texturas. Poned complementos decorativos. ¿Por qué no os decidís a ser la nueva estrella de *Casa y jardín*? En serio: haced un ejercicio de abstracción y pensad ¿cuál es la acogida que os gustaría recibir? ¿En qué lugar os habéis sentido realmente cómodos al entrar? No es necesario decir que el primer punto a cuidar es la actitud. Seguro que sabréis ser los mejores anfitriones.

50 Cooperad con otros profesionales. Por ejemplo, enviándonos nuevas ideas

A los profesionales de las bibliotecas siempre nos ha interesado compartir ideas y propuestas. Estas cincuenta ideas que hemos presentado son una cata. Sabemos que estáis llevando a cabo muchas propuestas que hemos explicitado, o que estáis realizando otras más interesantes. Los autores os agradeceremos el envío de nuevas ideas o de experiencias que queráis compartir.

Fecha de recepción: 18/09/2006. Fecha de aceptación: 12/10/2006.

Notas

¹ Philip Kotler, Fernando Trías de Bes, *Marketing lateral: nuevas técnicas para encontrar las ideas más rompedoras* (Madrid: Pearson, 2004).

² Dos obras recientes pueden ser útiles para las personas interesadas en ampliar estos conceptos: Eileen E. de Sáez, *Marketing concepts for libraries and information services* (London: Facet, 2002). Judith A. Siess, *The visible librarian: asserting your value with marketing and advocacy* (Chicago: American Library Association, 2003).

³ Véase una magnífica panorámica en: Àngels Massísimo, "Màrqueting bibliotecari: una realitat en desenvolupament", *Ítem*, núm. 39 (2005), p. 5–25.

⁴ El artículo de Gene O. Norman, "Information marketing in libraries", *Encyclopedia of library and information science*, 50, suppl. 13 (1992) es basa en dues obres anteriors del mateix autor. Citado por Massísimo, *op. cit.*

⁵ Massísimo, *op. cit.*

⁶ La experiencia se relata en: <http://www.bibgirona.net/palafugell/bibliobarris.htm>. [Consulta: 18/09/2006].

⁷ El Idescat (<http://www.idescat.net/>) se basa en las cifras del Observatorio Permanente de la Inmigración del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para aportar la cifra de 603.636 (año 2005). El Departament de Salut ha notificado en diversas ocasiones que ya se ha superado la barrera mítica de los siete millones de catalanes: los datos los extrae de las tarjetas sanitarias individuales que entrega este Departament de la Generalitat de Catalunya.

⁸ <http://www.bcn.es/biblioteques/pagstot/informacio/guia_serv.html>. [Consulta: 18/09/2006].

⁹ Imma Solé, Maria Montia, "Els colors de la biblioteca pública: els reptes de la nova ciutadania", *Ítem*, núm. 37, (2004), p. 7–14. <<http://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/22616/39363>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹⁰ Las bibliotecas de la UPF abren hasta la una de la madrugada en período de exámenes. <<http://www.upf.edu/bib/coneixer/coneixer.htm?opcio=2>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹¹ La Biblioteca del campus de Diagonal de la UB no cierra en período de exámenes. Otras bibliotecas de la misma universidad también amplían ligeramente los horarios en ese período. <<http://www.bib.ub.es/bub/bub11.htm#>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹² Según el Observatorio de Red.es, en septiembre de 2005 la telefonía móvil tenía en España 43 millones de clientes. <http://observatorio.red.es/indicadores/areas/tic/infraestructuras/telefonía_movil.html>. [Consulta: 18/09/2006].

¹³ Imágenes disponibles en: <<http://www.flickr.com/photos/53999377@N00/>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹⁴ Patricia de Lis, "El valor de los portátiles vendidos en España supera por primera vez al de los ordenadores de sobremesa", *El País* (06/02/2006). <http://www.elpais.es/articulo/elpporeco/20060206elpepieco_2/Tes/economia/valor/portatiles/v>. [Consulta: 18/09/2006].

¹⁵ <<http://www.nascutsperlegir.org/>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹⁶ Ciro Lluca, "Fundraising: possibilitats i usos de captació de recursos per a patrocini, mecenatge o esponsorització", *Ítem*, núm. 39 (gen.–abril de 2006), p. 27–38; asimismo: Anna Bröll [et al.], "Fórmules de gestió i finançament per a la millora de la biblioteca pública i la implantació de nous serveis", *Cercles: la revista digital del Cerc* (2003).

¹⁷ Veáanse las páginas web de la Associació de Lectura Fàcil (<http://www.lecturafacil.net/>) y del Grup de Treball "Lectura fàcil" del COBDC (<http://www.cobdc.org/grups/lecturafacil/index.html>).

¹⁸ Núria Silvestre, Rosa Maria Capó, "La lectura fàcil a les biblioteques catalanes", *Ítem*, núm. 36 (2004), p. 57–77. <<http://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/22614/22448>>. [Consulta: 18/09/2006].

Facultat de Biblioteconomia i Documentació
Universitat de Barcelona
Barcelona, desembre de 2006
<http://www.ub.edu/biblio> ·  [Comentaris](#)

[Recomanar](#) · [Citació](#) · [Estadístiques](#) · [I](#)
Els textos publicats a *BiD* estan subjectes a una llicència de [Creative](#)
[Política de](#)
[UB](#) · [Facu](#)