

Cinquanta idees per sorprendre des de la biblioteca pública





[\[Versión castellana\]](#)

Carme Fenoll Clarabuch
Directora
Biblioteca de Palafrugell
cfenoll@bibgirona.net

[Ciro Lluca Fonollosa](#) 

Facultat de Biblioteconomia i Documentació
Universitat de Barcelona
clluca@ub.edu

Opcions

 [Imprimir](#)  [Recomanar](#)  [Citació](#)  [Estadístiques](#) [<meta />](#) [Metadades](#)

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

Oferir nous productes i serveis, en el fons i en la forma, és la via principal per reforçar el protagonisme de les biblioteques públiques en l'opinió ciutadana i per aconseguir la presència mediàtica que es mereixen. Es presenten a debat professional cinquanta idees sorprenents, senzilles però reals, que es poden dur a terme des de les biblioteques públiques amb la finalitat d'arribar a públics inèdits i de fidelitzar-ne els actuals.

1 Introducció

Les biblioteques públiques tenen la seva missió en els usuaris que serveixen. Han d'apostar amb fermesa per oferir serveis i recursos que tinguin impacte en la societat en què estan situades, i han de fidelitzar els usuaris i, alhora, aconseguir arribar als segments de la població que no coneixen la biblioteca, o que no en fan ús.

La complexitat per captar l'atenció dels usuaris de les biblioteques no és cap misteri. A Catalunya, i arran de les successives lleis de biblioteques, els equipaments han augmentat significativament, en dimensions dels locals, personal i col·lecció. Els serveis, però, continuen sent els tradicionals (accés obert als documents, préstec, novetats, etc.), tot i que tenen l'èxit consolidat.

Els bibliotecaris hem de reconèixer que desenvolupar estratègies efectives de promoció és més difícil en l'actualitat. La societat és més heterogènia avui que fa vint anys. I els usuaris necessiten reclams més sofisticats, que destaquen en l'oferta múltiple de serveis i productes del mercat. Com indiquen Kotler i Trías de Bes,¹ el cert és que en la majoria dels sectors de consum hi ha productes i serveis per satisfer pràcticament totes les necessitats, i les necessitats dels clients estan més que satisfetes. Els usuaris de les biblioteques tenen més opcions que mai i menys temps que en cap altra època per dedicar-se a buscar informació o al consum cultural.

Però no està tot inventat. Podem, des de les biblioteques públiques, apostar per mantenir el sistema actual de serveis gratuïts (documents per a consulta o préstec, Internet, informació elaborada "a demanda"), que efectivament dona resposta a una part significativa de la població. I també accedir a segments inèdits de públic tot ampliant aquests serveis de manera substancial, o amb tota mena de petits detalls que ajudin a percebre la biblioteca pública com un equipament basat en la qualitat, el rigor, la proactivitat i el servei públic. Aquesta segona opció també ens permetrà fidelitzar el primer grup d'usuaris, els que ja ens coneixen i ens ajuden a presentar estadístiques d'ús que són l'enveja de la resta d'equipaments municipals.

Seguint els autors de *Marketing lateral*, la capacitat de guanyar un espai en la ment del consumidor s'ha reduït. Les biblioteques competim amb tota mena de serveis d'informació, públics o no: amb les llibreries, amb els videoclubs, amb els cinemes, amb els sistemes de fitxers compartits per Internet i amb els cibercafès. Per defugir la simplicitat de les estadístiques d'assistència i préstec, l'aposta principal de les biblioteques és oferir serveis de molta qualitat, molt segmentats, i amb el rigor que hauria de definir el sistema públic.

Estem solucionant els problemes dels usuaris? Cal fer un exercici d'abstracció. Comencem fent una ullada

al cens del municipi i a les estadístiques que hi ha. Les persones tenen diferents interessos informatius i de lleure segons facetes múltiples. L'edat és la més clàssica de totes, amb el sexe, el nivell formatiu, les inquietuds intel·lectuals, la situació laboral, el nivell econòmic, el país de procedència, el temps de les vacances, la llengua que parlen, les necessitats educatives, el comportament social, etc.

Una vegada identificats els perfils concrets, podrem identificar més fàcilment necessitats que poden ser satisfetes.²

Una família que està preparant durant el mes de maig les vacances d'estiu al Marroc necessita guies de viatge, literatura de ficció, narrativa de viatges, pel·lícules i documentals, reportatges en revistes de viatge, recursos d'Internet, música, etc. Uns minuts de dedicació professional poden servir per oferir a aquesta família un dossier de recursos (i un calendari de lliurament dels documents que siguin d'interès) d'alta qualitat.

Una jove que està acabant el batxillerat necessita saber quines possibilitats educatives té en el futur immediat; quines seran les sortides laborals i quines les despeses previstes en el període dels estudis. Pot voler compaginar els estudis amb alguna feina a temps parcial. Ha de saber quines ajudes econòmiques i beques d'estudi hi ha; quins són els requisits i terminis de lliurament de la documentació.

Davant de l'augment de marques en els mercats, i l'augment de la dificultat per captar l'atenció dels usuaris, hi ha dues idees bàsiques: els equipaments que no llancen nous productes perden participació, i apareixen hàbits socials cap a la substitució ràpida i el *tast* de novetats.

Les biblioteques tenen en el màrqueting una realitat en desenvolupament.³ Si històricament podem parlar de les tècniques de la publicitat i les relacions públiques⁴ com a primeres accions del que avui coneixem com a *màrqueting*, entenem que les activitats de promoció a Espanya s'adrecen, en segona instància, a cridar l'atenció dels usuaris potencials, tot donant informació sobre els recursos existents. En l'actualitat, les biblioteques han redefinit els serveis clàssics, i n'han creat de nous, adreçats a segments inèdits.

S'ha fet camí. Les biblioteques públiques a Catalunya són ara més nombroses i millors. Un col·lectiu fort i cohesionat de professionals, un col·legi professional amb vint anys d'història, més universitats que imparteixen els estudis, els seminaris, les jornades reeixides al darrere d'administracions que aposten més per les biblioteques. I com indica Massísimo,⁵ l'estratègia actual fa pensar a autoexigir-nos l'esforç de descobrir les necessitats dels usuaris —nous i vells—, i la creació i la difusió consegüents de nous productes fets a la mida de les seves necessitats.

2 Cinquanta idees per sorprendre des de la biblioteca pública

Les idees que es proposen a continuació, en un ordre aleatori, serveixen per fer un exercici de posada en escena de les accions, senzilles però reals, que es poden dur a terme des de les biblioteques públiques amb l'objectiu d'arribar a públics inèdits, per fidelitzar els actuals i, en tot cas, per reforçar el protagonisme d'aquests equipaments en l'opinió pública ciutadana (i política) i aconseguir la presència mediàtica que es mereixen.

I és que oferir idees sorprenents, novetats en el fons i en la forma, és la via principal per atraure usuaris cap a la biblioteca pública. Aquestes idees també es presenten per obrir el debat, per plantejar opcions, per crear espais d'intercanvi. No es pretén alligonar els professionals que des de les biblioteques garanteixen un servei públic, en el dia a dia, i no sempre amb recursos excedents. Sí que voldríem que els bibliotecaris d'aquests importants equipaments públics reflexionessin sobre punts que, en algunes esferes de l'empresa privada, fa temps que s'han imposat amb èxit.

1 Aposteu pels llibres de butxaca...

... i deixeu-los en préstec en expositors giratoris atractius, a les portes de la biblioteca. A Catalunya, el 60 % de les vendes de llibres són en format butxaca. I no es tracta només d'una compra econòmica: molts usuaris prefereixen formats que puguin portar a la bossa, amb el mòbil i el reproductor mp3. A més, la baixa inversió que representa el servei és rendible malgrat el desgast d'aquests materials.

2 Promocioneu la col·lecció local

No és admissible que un dels trets diferenciadors de moltes biblioteques i un dels apartats de més interès per als usuaris estigui reclòs en magatzems, en espais poc accessibles, o exclosos de préstec. Si no podeu tenir més d'un exemplar del document, feu-ne còpies en format digital; publiqueu a la web una cançó del nou disc local; incloeu una partida per a l'hemeroteca històrica en el proper pressupost; digitalitzeu i publiqueu en línia; arribeu a acords amb editors, autors i llibreters locals per aconseguir la

3 Doneu la cara... i el nom

L'usuari vol saber amb qui està parlant. A les oficines de turisme i en la majoria de serveis amb atenció al públic es té en compte aquesta bona pràctica. Als hospitals els uniformes ens ensenyen qui és el metge, qui l'infermer i qui el zelador. Als jutjats sabem qui és el jutge, qui l'advocat i qui el secretari. Les biblioteques són reticents a aquestes pràctiques: per què? L'usuari vol saber amb qui s'està comunicant, i un uniforme (una armilla atractiva és suficient) o una targeta d'identificació pot ajudar, com ho demostra l'experiència de les biblioteques de Sabadell. A més del nom, s'hi pot consignar el càrrec (*director de la biblioteca, bibliotecari especialista en col·lecció local, servei de préstec, atenció al públic infantil, etc.*), i no necessàriament les categories laborals de l'Administració, que porten a confusió (què sap fer un tècnic auxiliar bibliotecari? ...els nostres usuaris ho desconeixen).

4 Enregistreu les activitats de la biblioteca i passeu-les per la web

Aprofiteu el potencial de les activitats que organitzeu; enregistreu en format digital una conferència, la presentació d'una novetat o l'èxit dels rondallaires; publiqueu aquests nous continguts a la web (utilitzeu el *Youtube* (<http://www.youtube.com/>) si no teniu espai als servidors). Així estareu oferint continguts nous a la vostra web, a la de l'ajuntament i en qualsevol altra web local o portal informatiu que hi estigui interessat. Feu-vos visibles sense limitacions geogràfiques.

5 Feu de la biblioteca un aparador de les novetats en TIC

Si les biblioteques públiques han de ser la porta d'entrada a les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), és vital que presentin als usuaris les tendències i novetats. Parlar amb alguna empresa o distribuïdora local de TIC i establir un conveni amb aquest propòsit no ha de ser una pràctica difícil per a un bibliotecari. Un expositor de novetats en TIC al costat de les novetats del mes pot ajudar a oferir una imatge més fresca de la biblioteca. I tothom té curiositat per saber com és l'últim Ipod, ordinador portàtil o telèfon mòbil.

6 Cada llibre té el seu lector i cada lector té el seu llibre: l'exposició

Us proposem una exposició fotogràfica divertida per a la biblioteca. Amb el fil argumental de Ranganathan i les seves famoses segona i tercera lleis, proposeu a un grup heterogeni d'usuaris que es fotografiïn amb el seu document preferit, de manera individualitzada. Recordeu fer-los signar una autorització per poder fer un ús posterior de les imatges. A continuació podeu crear una exposició física, audiovisual o virtual amb escenes dels usuaris i els seus documents preferits, a més —per exemple— del perquè de l'elecció, o en què basen la recomanació. Poseu tota la imaginació i creativitat del vostre equip a treballar, o demaneu suport al col·lectiu d'artistes locals. Si l'exposició és física, potser podeu incloure el document a l'expositor. No descarteu utilitzar aquestes imatges després en els punts de llibre, en les campanyes de promoció, a la web, etc. A tots ens agraden els nostres cinc minuts de glòria. I potser la vostra biblioteca estarà contribuint a satisfer aquest desig, a crear "comunitat" entre els veïns, i qui sap si a fomentar interessos comuns entre els usuaris.

7 Poseu fil musical a la biblioteca

Encara no teniu BSB? La banda sonora de la biblioteca té usos múltiples; un quart d'hora abans de tancar ajuda a comunicar aquest fet als usuaris. Si no sou partidaris de tenir música connectada en tot l'horari d'obertura i a tots els espais de la biblioteca, podeu reservar-la per a l'espai dels enregistraments sonors, per a la zona infantil o per a l'espai de l'hemeroteca. Pot ser només el dia mensual de les novetats (i incloure en el fil musical les noves adquisicions), o tots els dissabtes. Podeu fer setmanes o quinzenes especialitzades. I, és clar, podeu encarregar el fil musical a un compositor local. O podeu convocar un concurs entre els compositors locals. No oblideu incloure la vostra banda sonora en la tonada d'espera del telèfon i del contestador, o penjar-la a la web.

8 Celebreu el Nadal al mes d'agost, i l'agost al Nadal

Feu propostes innovadores: què us sembla passar una nit a la biblioteca i gaudir d'una marató de contes nocturna? I una *bicicletada* popular a les biblioteques i llibreries més properes?⁶ Capgirar el calendari és un recurs clàssic: una *biblioplatja* en ple mes de gener tindrà una concurrència inesperada.

9 Trobeu deu persones que us ajudin a millorar

En una societat amb una alta demanda de participació ciutadana, molts municipis aposten per crear *consells de ciutat*. Es tracta de plataformes ciutadanes en les quals es debaten els temes que ocupen el barri, el poble o la ciutat. La seva funció és consultiva, però qui es pot resistir a una opinió fonamentada i diversa? Per què no crear, entre els usuaris (i no-usuaris) un grup de treball destinat a marcar la política d'adquisicions? No tingueu por: malgrat tot, la democràcia funciona. Amb l'estadística de població a la mà, creeu grups de millora i podreu sintonitzar amb la demanda real (i potencial) de la biblioteca. Defugiu els grups elitistes i reuniu una mostra real de la societat: un home, un vot. I, és clar, no oblideu que tindreu entre mans un element de pressió política. Per començar, trobeu deu persones que us ajudin a millorar.

10 Voleu fer el favor d'aprendre idiomes?

A Catalunya la població immigrant representa entre el 12 i el 30 % de la població; entre 600.000 persones i un milió, segons les fonts.⁷ No totes aquestes persones parlen o entenen el català. La societat demana a aquestes persones un esforç per integrar-se, que inclou l'aprenentatge de la llengua catalana. Però la biblioteca no pot esperar aquest futur desitjable, i tampoc no es tracta de recitar Shakespeare ni Anselm Turmeda en la llengua d'adopció. El personal de la biblioteca hauria de poder atendre consultes senzilles en anglès sense cap problema. Si, a més a més, per la realitat del municipi, podeu explicar què és una biblioteca i com funciona en llengua àrab, sereu més a prop dels usuaris potencials. Prenent l'exemple de la Biblioteca Municipal de Torredembarra, un primer pas —que considerem imprescindible— és publicar els documents bàsics (presentació, reglament, instruccions elementals, etc.) de la biblioteca en diverses llengües, a més del català. Proposem com a mínim el castellà, l'anglès i l'àrab, sense entrar a analitzar les peculiaritats de cada zona geogràfica. Biblioteques de Barcelona són també un referent, en incloure l'urdu o el xinès en la guia de serveis.⁸ El que costa la traducció no és una despesa, és una inversió de present i de futur. Són més usuaris i més satisfets. Són possiblement "no-usuaris" que estan a punt d'aconseguir un carnet. Evidentment, la col·lecció de la biblioteca ha de poder satisfer aquests usuaris, que també paguen impostos.⁹

11 Anticipeu-vos a la programació cinematogràfica

Si la nova pel·lícula de Woody Allen s'estrena les properes setmanes, és hora d'atacar amb totes les forces: la filmografia, els llibres, les bandes sonores, la crítica cinematogràfica, els recursos d'Internet, etc. Creeu un itinerari recomanat per comprendre en Woody. Demostreu per què sou bibliotecari: us anticipeu a les necessitats dels usuaris i el dia de l'estrena teniu una secció magnífica dedicada a un dels cineastes de referència. Feu això mateix en la resta d'estrenes cinematogràfiques. O és hora de revisar els clàssics? Un cicle de xerrades (sobre cinema i gastronomia, cinema i guerra civil, cinema i trens, etc.) és una bona idea. Completeu aquestes accions parlant amb la gent del cinema més proper, i proposant un intercanvi: promoció personalitzada de la cartellera a canvi d'entrades gratuïtes per als usuaris. Potser podeu incloure a la web aquesta cartellera, amb comentaris dels usuaris, o passar-hi els tràilers. No us oblideu de mantenir al dia la secció d'audiovisuals de la biblioteca.

12 Obriu a la nit

No teniu excusa. S'acosten els exàmens de la selectivitat, les proves finals de juny o de setembre. Per què no obriu la biblioteca 24 h? O fins a les tres de la matinada? O fins a les dotze de la nit? O el diumenge? Per al problema de personal i de seguretat, podríeu trobar aliats entre voluntaris de l'AMPA, professorat dels centres escolars, etc., o universitaris si és el cas. No us costarà trobar persones que considerin apassionant estar al front d'una biblioteca en hores misterioses, supervisant l'ús que se'n fa. Excepcionalment, podeu limitar el servei de préstec si ningú no té coneixements del lector de codis de barres. Teniu una repercussió mediàtica assegurada, i la percepció ciutadana sobre el vostre potencial serà indiscutible. Dit d'una altra manera, sigueu una alternativa al lleure juvenil nocturn trencant els esquemes dels horaris de la biblioteca. Teniu projectes d'èxit que us poden servir de referència més enllà del sector de les biblioteques públiques, per exemple a la Universitat Pompeu Fabra¹⁰ o la Universitat de Barcelona¹¹. Biblioteques de Barcelona mantenen obertes en horari nocturn quatre sales d'estudi.

13 Relaxeu-vos amb el mòbils

A Espanya hi ha 43 milions de línies de telefonia mòbil contractades.¹² Podem dir, *grosso modo*, que la majoria de la població té mòbil. La major part de normatives (reals o imaginàries) de les biblioteques en preveuen la prohibició d'ús dins les dependències pròpies. Per què no ens plantejem incloure la possibilitat que sonin els telèfons en mode silenciàt, la possibilitat de rebre i enviar SMS i fins i tot de respondre una trucada en determinats espais de la biblioteca? Quina diferència hi ha a respondre al company de taula? Si deixem de banda alguns tòpics qüestionables —com el del silenci total a les

biblioteques—, hem de tenir en compte la realitat de la societat. En tot cas, és admissible debatre sobre el fet que sigui la biblioteca l'últim reducte del silenci; els pros i els contres. Però és una realitat que actualment la gent es comunica per telèfon mòbil.

14 Cediu una paret per als grafitos

Els grafitos o les pintades formen part de la representació cultural de les ciutats des de 1960. Com la resta de representacions artístiques, tenen un públic. I aquest públic és habitualment jove, i pot pertànyer al segment de no-usuaris de la biblioteca. Si arribeu a un acord amb l'àrea d'urbanisme de l'ajuntament, podríeu cedir un dels murs exteriors de la biblioteca als pintors de grafitos. Amb nocturnitat o sense, aviat trobareu un grup de joves que us presentin un disseny, que pot evolucionar amb el pas del temps. Podeu fer propostes també per integrar aquests dissenys efímers en la programació de la biblioteca. Una alternativa més senzilla, però també menys espontània, és destinar per a aquesta finalitat l'espai interior de la biblioteca reservat als joves. En una fase encara més simple, però amb el mateix esperit, moltes biblioteques han inclòs murals a les àrees infantils. Potser la "cova dels contes" de la Stockholm Public Library és l'exemple més clàssic.¹³

15 Deixeu en préstec ordinadors portàtils

Suposem que en el moment que es publiqui aquest article la gran majoria de biblioteques públiques de Catalunya disposaran de servei de Wi-Fi, o bé estaran en disposició d'oferir-lo aviat. L'èxit d'aquest servei és inqüestionable i, tenint en compte que la venda d'ordinadors portàtils respecte de la d'ordinadors de sobretaula s'ha incrementat espectacularment,¹⁴ seria molt recomanable que la biblioteca disposés d'alguns ordinadors portàtils per poder oferir als usuaris i complementar, així, l'oferta d'ordinadors; això, alhora, permetria millorar la imatge de la biblioteca com a equipament obert als canvis. Si us penseu que això és impossible, heu de saber que la Biblioteca de Catalunya i diverses biblioteques universitàries catalanes ofereixen aquest servei fa temps.

16 Ens encanten els rànquings!

La majoria dels programes de gestió de biblioteques permeten fer estadístiques d'ús: doneu-les a conèixer. A les persones ens encanten els rànquings, i els mitjans de comunicació ho saben: els discos més escoltats; l'autor preferit del municipi; les pel·lícules més odioses de la biblioteca; els llibres més llegits; els deu llibres que ningú mai no ha agafat en préstec; la revista més prestada; l'usuari més voraç; la consumidora de còmics número u del vostre planeta; el llibre més destrossat; el més robat; el document amb més morositat de la ciutat, etc. Repreneu el tema de les estadístiques, informeu de quants préstecs es duen a terme al mes; quants a la setmana, a l'any; quantes visites es reben; quantes fotocòpies; quants diners es recapten; quantes hores d'Internet; quants carnets d'usuari; quantes begudes s'han servit a la màquina d'autoservei; quants paraigües s'han oblidat, etc. Per fer memòria del que passa a la biblioteca no cal esperar a presentar un informe als tècnics de cultura. Subministreu regularment aquestes xifres als mitjans de comunicació i als usuaris. Tindreu més visibilitat i les persones tindran més coses curioses a comentar amb els amics.

17 No parleu com un alienígena

La ciència de la biblioteconomia i la documentació, com qualsevol disciplina científica, disposa d'una variada gamma de vocables especialitzats, que només coneixen els de la professió i serveixen per expressar de manera molt concreta cadascun dels aspectes i matisos dels temes propis. Limiteu, doncs, l'ús d'aquestes paraules, feu-les servir sols quan estigueu parlant amb professionals del sector. L'ús indiscriminat de termes tècnics, per més correctes que siguin, desorienta els usuaris i els fa sentir incòmodes. Traduïu, doncs, els pensaments al llenguatge dels terrícoles. Els *teixells* poden passar a dir-se *enganxines* o *etiquetes dels llibres*. Les *desiderates*, *propostes de compra*. Les paraules *referència*, *notícia*, *registre*, *topogràfic* o *signatura* no són d'ús comú entre els usuaris. Tampoc no ajuden *obres de referència* (*enciclopèdies*), *col·lecció (fons)*, *CDU (etiqueta)*, *cerca per paraula clau* (*cerca del tipus Google*), *encapçalament uniforme* (*el nom habitual de l'autor*), *mentió de responsabilitat (autor)*, *enregistrament sonor (disc)*, *descripció física* (*les pàgines d'un llibre o els minuts d'una pel·lícula*), *informació en línia* (*Internet*), *opac (catàleg)* o *àrea reprogràfica* (*fotocopiadora*). Recordeu-ho: quan parleu amb un bibliotecari, parleu com un bibliotecari; quan parleu amb un usuari, parleu com un usuari.

18 Recomanau una web desconeguda

Fa temps que disposeu d'un expositor de novetats i llibres recomanats. Què us sembla si habiliteu un dels ordinadors del vestíbul i una secció de la web amb la pàgina web recomanada de la setmana? Aquesta secció pot ser aprofitada per mitjans de comunicació locals, en una acció de sindicació de continguts que

ha ser un punt fort de la biblioteca. Des dels temes més locals fins als més universals, ningú no és millor que el personal per qualificar la veracitat, l'actualitat o la qualitat global d'una pàgina web, com ho faria amb qualsevol altre tipus de document. Us donem tres exemples sucosos i "trencadors" que us asseguruen uns quants comentaris: *YahooGoogle* (<http://www.yahoogoogle.com/>), el web oficial de Bela Lugosi (<http://www.lugosi.com/>) o *Beautiful Agony* (<http://www.beautifulagony.com/>). Ah!, i no oblideu recomanar les webs interessants en les guies de novetats i guies temàtiques que elaboreu.

19 Torneu a l'escola

I oferiu els serveis com a experts bibliotecaris que voleu crear sinergies de treball. Segur que el responsable de la biblioteca escolar us ho agrairà. Comenceu per les llars d'infants i acabeu a les escoles d'adults. Passeu per les classes i porteu-hi una selecció de material o la selecció bibliogràfica que us ha demanat el professorat. Convideu-los a les sessions de formació d'usuaris avançats que heu programat. Demaneu al professor d'història que vingui a fer una classe a la zona més misteriosa de la biblioteca amb un treball real sobre els diaris reals de l'hemeroteca històrica. Prepareu el mural de Nadal de l'escola bressol al pati de la biblioteca. Animeu el professorat de llengua a recitar un fragment de Ramon Llull amb els exemplars de la col·lecció Bernat Metge. La mestra que utilitza Pollock o Kandinsky en les classes de primària hauria de poder tenir uns dies tota la col·lecció d'art modern i contemporani. Sapigueu a l'avançada quins són els treballs de recerca que s'impulsen a batxillerat. Coordineu-vos amb els equips docents del municipi o barri per saber el calendari curricular; què ensenyaran i en quin moment de l'any ho faran.

20 Quatre bodes i un funeral, a la biblioteca

Qui ha dit que els casaments civils han de fer-se al despatx de l'alcalde, o a la sala que el consistori té destinada a l'ajuntament? El mateix per als funerals civils i per a altres celebracions. La biblioteca és un espai emblemàtic per a moltes persones, i els edificis on s'ubiquen les biblioteques són molt sovint paradigmes de l'arquitectura contemporània local. Proposeu a l'ajuntament que s'ofereixi la biblioteca a les parelles que es casen, com a espai públic d'alta qualitat que pot acollir aquestes cerimònies, sempre que els horaris siguin compatibles. També pot ser un lloc per prometre la Constitució, per posar un altre exemple de cerimònia civil que es duu a terme en obtenir la nacionalitat espanyola. Amb l'ampliació dels hàbits socials en matèria de funerals, d'altra banda, moltes famílies que optarien per una cerimònia civil es troben sense espais alternatius a les esglésies. Una biblioteca pot ser, si els horaris ho permeten, un espai agradable, i de vida intensa, que associï un moment molt especial per als amics i familiars que acomiaden un difunt. Experiències en aquest sentit en centres cívics o en locals de sindicats, no en falten.

21 Aconseguiu que els usuaris recomanin

Prepareu un punt de llibre a la contraportada de les novel·les de novetats, o oferiu un espai a la pàgina web perquè els usuaris hi puguin dir la seva. Identifiqueu quin és el llibre preferit de les embarassades i per què. Exposeu aquestes opinions en una targeta, al costat del document recomanat. Animeu els usuaris infantils i juvenils a decorar la seva secció amb targetes divertides amb aquesta finalitat. Incloeu el nom del recomanador. Ja coneixeu la pràctica d'*Amazon* (<http://www.amazon.com/>) que permet saber quines són les compres paral·leles dels clients que han adquirit el llibre que estàs pensant d'agafar: poseu-la en pràctica a la biblioteca. Poseu-ho fàcil als usuaris desorientats: si algú té interès per iniciar-se en la poesia o en la narrativa jove escandinava, podeu ajudar-lo amb el suport d'altres usuaris. Premieu aquesta participació amb l'adquisició automàtica de les desiderates dels col·laboradors.

22 Prepareu el mes de l'eròtica

No heu creat encara la secció de narrativa eròtica? Doncs aquí teniu una proposta que no deixarà indiferent ningú, coincidint, per exemple, amb la primavera: el mes de l'erotisme. A més del cicle d'activitats (lectura de poemes eròtics per a adults, acompanyats d'una copa de cava, per exemple), exploreu les possibilitats de la biblioteca en una temàtica que no és un tabú. A més de la narrativa eròtica, hi podeu afegir les pel·lícules que tingueu amb un alt component romàntic, els manuals de *kamasutra*, les obres de teràpia sexual, els còmics que incloguin continguts picants, la música sensual, la sexualitat explicada als més petits, etc. Decoreu convenientment l'espai on tingueu aquest servei, i alieu-vos amb la regidoria de joventut per facilitar preservatius als joves i no tan joves que obtinguin el carnet durant aquest mes tan especial. No volíeu veure créixer les estadístiques en aquest segment de la població?

23 Tingueu presència en els mitjans de comunicació

Tant en els més propers com en els més massius. Elaboreu una base de dades de contactes i no us

oblídeu de fer-hi aparèixer notícies de la biblioteca tot sovint. Demaneu al responsable de comunicació de l'ajuntament que us expliqui com fer una bona nota de premsa i no perdeu l'oportunitat d'enviar-li les novetats i qüestions d'interès. Doneu continguts de qualitat per als mitjans. Oferiu un programa a la ràdio local o busqueu participar en algun dels espais culturals dels magazins en programació. Les televisions locals tindran en la biblioteca una font important de notícies (pregunteu sobre això a la biblioteca del Vendrell, per exemple). I el web de l'Administració ha de comptar amb l'agenda de la biblioteca i l'enllaç a la pàgina de la biblioteca, que, per descomptat, haurà d'estar actualitzada. Ah!, i doneu exemple: no us perdeu els actes culturals de l'entorn més immediat. Anoteu a l'agenda les presentacions de llibres, els debats i les xerrades interessants que organitzen les associacions i entitats de l'entorn, i escapeu-vos-hi tant com pugueu. Si voleu que vegin què hi ha dins, no hi ha un mitjà de comunicació més efectiu que el boca-orella que es pot fer en actes d'aquest tipus.

24 No cobreu pel préstec interbibliotecari

Aposteu per una biblioteca pública gratuïta buscant un finançament alternatiu. Com les biblioteques de les comarques de Girona, negocieu el préstec interbibliotecari amb una entitat bancària que distribuirà els documents per mitjà dels seus canals de correu entre sucursals bancàries. Aquest servei tan apreciat pels usuaris hauria de ser gratuït. Però, sobretot, expliqueu el servei: expliqueu que és senzill i possible demanar qualsevol document de qualsevol biblioteca, que el sistema de lectura pública ho permet. Reclameu als coordinadors de la xarxa que impulsin el préstec interbibliotecari amb les limitacions mínimes: tot tipus de suports, ràpidament. Garantiu un servei de qualitat: 72 hores és un termini acceptable. Més, no.

25 Expliqueu què és una desiderata

Les desiderates, o propostes de compra dels usuaris, són un dels serveis típicament ocults de les biblioteques. A manca d'una estadística fiable sobre això, entenem que poques persones coneixen que hi ha la possibilitat de participar en aquesta mena d'adquisicions. La por de promocionar el servei parteix d'una doble premissa no comprovada. Primera: si els usuaris decideixen què comprar, la col·lecció es formarà sense cap política determinada, sense respectar l'equilibri necessari entre temes i suports. I segona: si molts usuaris demanen el que s'ha de comprar, tot el pressupost per a adquisicions, si n'hi ha, s'acabarà en quinze dies. Cal, per tant, una reflexió a fons sobre la vigència d'aquestes premisses, com a mínim qüestionables. Més enllà de l'ús poc afortunat del tecnicisme *desiderata*, que ja hem tractat en un apartat anterior, el cert és que pocs serveis públics poden oferir una acció més visible i de més qualitat que demanar a l'usuari què vol llegir, veure o escoltar: és la biblioteca a la carta. I d'acord amb l'evolució del consum cultural, és una aposta inevitablement "efervescent": els usuaris volen poder participar i decidir de quina manera es gasten les contribucions fiscals, per poder, així, fer-se seva, també, la biblioteca.

26 Traieu els llibres al carrer

Aconseguiu un mobiliari que permeti exposar (si pot ser, també traslladar) els documents de la biblioteca a qualsevol lloc. No ha de ser un bibliobús. Recordeu la festa de Sant Jordi? Anualment llibreters i associacions munten parades eficaces de llibres sense cap problema. Sou professionals i, per tant, heu de perfeccionar aquest mètode per desplaçar la selecció documental on calgui: al mercat, a l'estació de tren, a l'escola, a l'ajuntament, a un acte de l'institut d'estudis locals, als multicinemes, a la manifestació, al camp de golf, a les fires, a la platja, a la piscina, a la pista de gel, al casal d'avis, a l'hospital, al carrer, etc.

27 Estigueu a l'última moda a Internet

Seguiu les tendències d'Internet i participeu-hi activament. Teniu una plataforma senzilla i gratuïta per compartir les imatges de vídeo de la biblioteca amb tot el món, que ja hem referenciat: el *Youtube* (<http://www.youtube.com/>), un dels webs amb més èxit que actualment hi ha a Internet. Ha tingut un creixement espectacular i gràcies al boca-orella s'hi descarreguen més de 40.000 vídeos al dia. Enregistreu una visita virtual per a la biblioteca. Teniu deu minuts per fer el millor espot publicitari de la biblioteca. O per què no us convertiu en superbibliotecaris? Teniu un exemple a *The adventures of Super Librarian* (http://www.youtube.com/watch?v=Bu-TijjVs_g) de la McCracken County Public Library (Paducah, EUA). Una altra idea: el portal *Flickr* (<http://www.flickr.com/>), que us permet publicar fotografies digitals accessibles per a tota la comunitat virtual. Una idea és un concurs fotogràfic (aconseguiu una càmera i presteu-la als usuaris) dels racons preferits de la biblioteca. Publiqueu-los llavors al *Flickr* amb un enllaç des de la web. Tindreu visites assegurades i els usuaris participatius que esperàveu. Pengeu-ho també del *blog* de la biblioteca. Oi que ja el teniu penjat a la web?

28 Actualitzeu la web

No us compliqueu gaire la vida per crear una web magnífica que mai no acabareu de polir. Actualitzeu-ne els continguts setmanalment i reviseu-ne les estadístiques d'ús. Si no en sabeu prou, busqueu-vos aliats: sempre hi ha un informàtic a la cantonada; però sigueu sempre els gestors de continguts.

29 Somriueu

No és tan evident. Tots creiem que és millor un bon servei que un mal servei amb un somriure. Però la realitat no és blanc o negre. La realitat és que les biblioteques públiques ofereixen molts bons serveis, serveis suficients i algun servei mediocre. En tot cas, si ens centrem en l'atenció al públic, és necessari fer un exercici d'abstracció i pensar com volem que ens tractin a nosaltres quan som els usuaris. No cal llegir Sebastià Serrano (però sí que és recomanable!) per entendre que un somriure relaxa i fa sentir-se còmoda la persona que s'adreça a una altra.

30 Obriu les portes als curiosos

Qualsevol excusa és bona per fer una jornada de portes obertes. Sant Jordi, la festa major del municipi o del barri, el Dia de les Escoles, etc. Prepareu a consciència la visita guiada i mostreu el que es coneix i el que no es coneix de la biblioteca. Especialment aquesta darrera part. Convertiu els visitants en "bibliotecaris per un dia": els magatzems, quins són els circuits de treball del personal, on es desen les novetats que estan pendents de ser exposades, on es restauren els materials malmesos, anècdotes sobre el que demana el públic, què vol dir *catalogar un document* o qui prepara els teixells. A tots ens agrada conèixer els interiors dels equipaments desconeguts, i mitjançant aquesta festa teniu l'oportunitat de reforçar vincles amb els usuaris actuals i arribar a no-usuaris. Ho fan els hospitals, les presons, les escoles, els ajuntaments. Normalment és un èxit de públic i té repercussió en els mitjans de comunicació locals.

31 Conegueu cadascun dels usuaris

Intenteu memoritzar els noms dels usuaris i saludeu-los de manera personalitzada. Proveu de familiaritzar-vos amb els gustos que tenen en consum cultural i tingueu, per tant, capacitat de recomanar-los temàtiques, autors i obres segons les preferències que en algun moment hagin manifestat. Impliqueu-vos-hi. És evident que els qui treballem a la biblioteca us podeu repartir les àrees de treball. No és pas complicat: la majoria de comerciants a la menuda del país ho han fet tota la vida.

32 Doneu la cara en les donacions

La majoria de bibliotecaris tremolen quan senten a parlar de donacions. La raó justificada d'aquesta por es troba a no poder gestionar col·leccions que difícilment entren en la política d'adquisicions de les biblioteques; convertir-se en la deixalleria municipal en matèria documental. Però el que realment cal és deixar les coses clares en matèria de donatius. Prepareu un document entenedor on expliqueu com es gestionen els donatius. Expliqueu raonadament quins documents són susceptibles de ser incorporats al fons, quins decididament no i per què. Deixeu clar que qualsevol donació té uns terminis d'anàlisi i d'acceptació coneguts i amplis, si no hi ha un inventari previ, i que el rigor i la convergència amb la col·lecció són els elements principals. No entreu en burocràcies: els llibreters de vell decideixen en cinc minuts si interessa o no interessa una biblioteca personal. Detalleu també alternatives a les persones que volen fer la donació: ONG, parròquies, etc. Sigueu sincers: no els orienteu cap a una biblioteca si sabeu que la col·lecció no hi encaixa. Demaneu informació a l'ajuntament per saber quins són els beneficis fiscals d'una donació en diners o en espècies (la més habitual), i quins tràmits s'han de seguir. Prepareu un formulari d'acceptació de les condicions que el donant haurà de signar. Hi estarà inclosa la possibilitat d'eliminar el fons si no és procedent. Una idea en positiu: els usuaris que acaben de finalitzar un viatge cedeixen les guies recents i en perfecte estat a la biblioteca, i a canvi fan la desiderata de la nova guia que es comprarà, tenint dret al primer préstec. Augmentareu la col·lecció de guies de viatges, i la mantindreu sempre actualitzada.

33 Visiteu els no-usuaris a casa

Podeu començar fent un sondeig telefònic i, si teniu més recursos (o si feu servir coneixements pràctics), podeu conèixer les zones de l'àrea d'influència que estan menys treballades. Segur que hi ha una urbanització, un barri desatès, que desconeix que hi ha una biblioteca pública. Prepareu una campanya de difusió a mida per a aquests veïns. I no us oblideu d'entrar-hi en contacte directe: què us semblaria presentar-vos a la reunió de l'associació de veïns?

34 Comuniqueu-vos per sms

L'arribada d'una novetat a la biblioteca, l'agenda d'actes, les reclamacions als morosos i altres temes, podeu comunicar-los per sms per mitjà d'una de les empreses que faciliten aquest servei a un preu que oscil·la entre 0,07 i 0,1 euros per missatge. Com hem apuntat més amunt, el telèfon mòbil s'ha convertit en l'eina de comunicació massiva dels nostres temps.

35 Publiqueu els audiollibres a la web

Els audiollibres, presents en moltes de les biblioteques catalanes, són enregistraments sonors que inclouen la narració d'una novel·la, poesia, etc. Com a producte comercial que són, la publicació en règim obert d'aquests materials té algunes dificultats legals. Ara bé, molts audiollibres poden ser creats a la mateixa biblioteca, a mida, per personal professional o voluntari. Es tracta d'aproximar-se a persones amb dificultats lectores, o que busquen una alternativa no musical per poder sentir a casa, al cotxe, etc. Amb l'arribada al públic massiu dels reproductors mp3, a més, la capacitat de sentir una novel·la o un conte s'obre a qualsevol escenari. Una idea per a la col·lecció local: la història del municipi explicada pels protagonistes, la microhistòria oral feta amb les entrevistes a les persones que van viure de primera mà determinades experiències, des de la Guerra Civil fins a la transformació de pobles en ciutats, o el folklore popular, musical, de la zona. En tot cas, molts documents —com ara un curs de català per a estrangers que hagi publicat l'ajuntament, o bé el recull de les variants dialectològiques de la comarca, o els relats presentats a un concurs que hagi organitzat la biblioteca— poden tenir autoritzada la reproducció en règim obert i en línia.

36 Les llibreries són les nostres amigues

Les llibreries i els llibreters dels municipis són aliats nostres. A més de mantenir l'equilibri lògic en la inversió de la biblioteca, si escau, hi ha diverses estratègies per implicar les llibreries locals en l'acció de la biblioteca. A més de la col·laboració lògica en l'intercanvi d'informació sobre els usos i costums lectors locals, aquests comerços poden oferir diversos descomptes (el màxim legal a Espanya és el 5 %) a clients preferents com són els usuaris de la biblioteca. A banda d'això, es poden negociar vals de descompte (com a obsequi en demanar el carnet de la biblioteca, posem per cas), fer-los participar en projectes d'animació a la lectura ("Nascuts per llegir",¹⁵ clubs de lectura, "El llibreter recomana"), oferir un plànol amb la ubicació de les llibreries, fer presentacions de novetats a càrrec de les llibreries, etc.

37 Busqueu-vos la vida

Treballu a l'equipament més visitat i amb més socis de l'entorn: utilitzeu les vostres xifres! Encara no coneixeu el gerent de l'empresa més important del municipi? Buscàveu finançament per al servei de *biblioplatja*? No teniu qui us patrocini les bosses de roba? Què en dieu, d'una beca de recerca local sobre el sector d'aquesta multinacional que porti el nom de l'empresa i que lliuri el gerent, juntament amb l'alcalde? Si veieu massa exagerat dedicar el primer pis de la biblioteca a una persona o que la directora de la biblioteca porti el nom d'un restaurant a la gorra, potser és l'hora de reconèixer les aportacions de responsabilitat social amb la inclusió del nom del benefactor al darrere dels punts de llibre, a la web de la biblioteca o en un anunci anual inserit a la premsa local. Perquè ja sabeu quina és l'alternativa a buscar patrocinis: o menys serveis o més cars.¹⁶

38 Integreu-vos en la lectura fàcil

El concepte de "lectura fàcil" s'aplica als materials elaborats amb una cura especial amb l'objectiu que puguin ser llegits i entesos per tots els qui tenen dificultats lectores o de comprensió.¹⁷ Només un 6 % de les biblioteques catalanes¹⁸ consideren que tenen material adient per a aquest segment de públic, el qual es tendeix a substituir per obres per a persones amb dificultats visuals (llibres amb lletra gran). Sens dubte, és una aposta que les biblioteques públiques han d'assumir si volen ser útils a persones amb dificultats lectores transitòries (immigrants, neolectors, joves amb escolarització deficient) o permanents (dislèctics, persones amb trastorns neuropsicològics, senilitat, etc.). La integració de col·leccions dedicades específicament a aquests col·lectius, d'altra banda, permetrà arribar directament i indirectament a públics que en l'actualitat queden exclosos de la biblioteca, i també als serveis públics que tenen relació amb el col·lectiu (serveis socials, escoles d'adults, ONG, presons, centres sanitaris, etc.).

39 Contracteu un especialista en narrativa de viatges

Un autor consolidat o un editor, algun periodista d'una revista especialitzada, molts professionals poden donar-vos un cop de mà en la selecció de narrativa de viatges, amb la finalitat d'aconseguir una col·lecció

equilibrada i que tingui èxit. Qui parla de narrativa de viatges parla de qualsevol altre centre d'interès. Trobar un especialista és una inversió per a la biblioteca.

40 Creeu un club de voluntaris de la biblioteca

Intenteu crear-lo amb usuaris de totes les edats i procedències i sigueu constants. Organitzeu els possibles voluntaris dels serveis a domicili, deixeu-los participar en la programació d'activitats, proposeu-los com a formadors o narradors, organitzeu una marató per folrar llibres o per posar teixells, busqueu la tasca més adequada a cada perfil i no us oblideu de buscar-los alguna compensació (descomptes o entrades per a activitats culturals que es fan a la població, convidau-los a dinar de tant en tant, etc.). Hi ha molts usuaris orgullosos de ser-ho i amb ganes de col·laborar.

41 Tingueu a mà les efemèrides

Sou professionals de la informació i us anticipeu als interessos del moment. Què us sembla un calendari o una pissarra a l'entrada de la biblioteca per recordar l'aniversari d'un autor, d'una edició, d'un compositor? Que les efemèrides locals siguin les primeres de l'agenda: falten cent dies per a les eleccions? Fa deu anys que es va inaugurar la biblioteca? Cinc anys de la darrera nevada?

42 Porteu les pel·lícules a casa

Un dels objectius de la biblioteca és servir l'usuari a la carta. No és inviable estudiar la possibilitat d'oferir un servei a domicili obert a tothom i amb possibilitats. Moltes àrees municipals disposen de vehicle propi per millorar les funcions —la biblioteca de Palafrugell n'és un exemple. Si tenim en compte que el servei domiciliari per a persones amb discapacitats no és un servei que col·lapsi les biblioteques, per què no atrevir-nos a obrir-lo al gran públic? No veiem tan lluny la idea d'un motorista bibliotecari que pugui oferir un servei ràpid i personalitzat, a domicili. Compteu amb un equip de voluntaris.

43 Entrevisteu l'alcalde

Coneixeu de primera mà què pensa de la biblioteca. Entrevisteu-lo, i no us perdeu cap detall de què sap o de què desconex de la biblioteca. Doneu-li a conèixer les novetats i els serveis a la carta de què com a usuari preferent pot gaudir. I si us proposeu ajudar-lo a preparar un discurs? I donar-li a conèixer de primera mà els resultats de l'enquesta de satisfacció de la biblioteca? O oferir-li l'espai per als mítings electorals —a ell i als equips de l'oposició, ep!—, o bé oferir-li un servei a mida amb els temes que li interessin (recordeu que és un client intern)? També li podeu oferir un buidatge de revistes, una bústia directa a l'alcalde en un lloc visible de la biblioteca, una visita mensual de l'alcalde amb la finalitat que els usuaris puguin preguntar-li directament els dubtes que tenen. Poden ser una activitat normalitzada més de la biblioteca.

44 Oferiu també videojocs

El debat etern entre cultura i lleure té poc sentit als efectes pràctics. Les biblioteques, avui, ofereixen llibres i molts altres suports documentals, que contenen informació en formats múltiples. Si fins ara s'inclouen els CD-ROM gratuïts de moltes revistes d'informàtica, avui en dia ja s'ofereixen jocs per a ordinador. Feu el salt a presentar una selecció de videojocs aptes per a les plataformes tecnològiques que hi ha. Com en la resta de materials, es tracta de trobar un equilibri just en un producte que pot servir de reclam, d'entrada i de coneixement de la biblioteca pública, i que pot obrir nous camins cap a altres tipus de documents. El còmic hi va entrar de la mateixa manera, a les biblioteques.

45 Regaleu punts de llibre

No espereu que sigui l'aniversari de la biblioteca per començar a pensar a regalar alguna cosa als usuaris. Els punts de llibre senzills són encara objectes apreciats, però penseu també en altres objectes de marxandatge que la biblioteca es pugui permetre (calendars, bosses, clauers, pins, etc.). Feu de la biblioteca una marca de qualitat.

46 Creeu llistes de distribució per al personal de l'Administració

Creeu un servei d'obtenció de documents a mida per als responsables polítics i dels col·legues tècnics. Feu-vos útils per als usuaris interns. Podeu començar fent un buidatge de publicacions periòdiques.

Estareu al dia de la bibliografia professional que interessa als col·legues i sabreu més a fons què es cou a l'Administració. Feu una enquesta prèvia i sondegeu la feina que comportarà per poder oferir un servei de qualitat.

47 Alieu-vos amb els videoclubs del barri

Visiteu-los i expliqueu-los el servei d'audiovisuals de la biblioteca; exposeu-los la normativa per mitjà de la qual us regiu i la política de compres. Que aquesta política d'adquisicions permeti equilibrar la inversió en els comerços del barri o municipi també és responsabilitat de la biblioteca.

48 Instaureu el "Tot a un euro" a la biblioteca

No es tracta necessàriament de fer negoci. Podeu dedicar aquests ingressos a una ONG local, o a Bibliotecaris sense Fronteres, si voleu renunciar a aquests ingressos extres. La idea és que la gent conegui on van a parar els documents obsolets, vells, desfasats, i oferir un nou servei que molts usuaris poden agrair. Si una novel·la fa dos anys que no es demana en préstec, realment és necessari conservar-la *sine die*? O cal destruir-la amb nocturnitat per no sortir als mitjans de comunicació? O enviar-la a la biblioteca escolar més propera per contribuir a col·lapsar-la amb documents que no li serveixen de res? Prepareu una parada de venda de llibres descatalogats. Cada document, un euro. És així de fàcil. Una capsa amb els documents i unes instruccions senzilles. Una etiqueta a la portada de cada document que deixi constància del producte descatalogat. Un sistema simple de rebuts per portar-ne la comptabilitat. Possiblement algú es queixarà, és clar. Però la direcció d'una biblioteca és un lloc de responsabilitat, i també us paguen per prendre decisions qüestionables. A la Biblioteca Comarcal Marià Vayreda d'Olot fa onze anys que funciona aquest sistema.

49 Doneu als usuaris la benvinguda que es mereixen

Ja sabeu que els dos primers minuts són crucials. Uns esplèndids rams de flors a l'entrada de l'equipament agradaran, i molt, a tots els usuaris; un perfum agradable; caramels per pal·liar el temps d'espera mentre es fa un nou carnet, etc. Quin és l'ambient que voleu per a la biblioteca? Jugueu amb les olors i les llums; amb les textures. Poseu complements decoratius. Per què no us decidiu a ser la nova estrella de *Casa y jardín*? Seriosament: feu un exercici d'abstracció i penseu quina és l'acollida que us agradaria rebre? En quin lloc us heu sentit realment còmodes en entrar? No cal dir que el primer punt que s'ha de cuidar és l'actitud. Segur que sabeu ser els millors amfitrions.

50 Coopereu amb altres professionals. Per exemple, enviant-nos noves idees

Als professionals de les biblioteques sempre ens ha interessat compartir idees i propostes. Aquestes cinquanta idees que hem presentat són un tast. Sabem que esteu duent a terme moltes propostes que hem explicat, o que n'esteu fent de més interessants. Els autors us agrairem la tramesa de noves idees o d'experiències que vulgueu compartir.

Data de recepció: 18/09/2006. Data d'acceptació: 12/10/2006.

Notes

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

² Dues obres recents poden ser útils per a les persones interessades a ampliar aquests conceptes: 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 Vegeu una magnífica panoràmica a: Àngels Massísimo, "Màrqueting bibliotecari: una realitat en desenvolupament", *Ítem*, núm. 39 (2005), p. 5–25.

⁴ L'article 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. Citat per Massísimo, *op. cit.*

⁵ Massísimo, *op. cit.*

⁶ L'experiència es relata a: <http://www.bibgirona.net/palafrugell/bibliobarris.htm>. [Consulta: 18/09/2006].

⁷ L'Idescat (<http://www.idescat.net/>) es basa en les xifres de l'Observatorio Permanente de la Inmigración del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales per aportar la xifra de 603.636 (any 2005). El Departament de Salut ha notificat en diverses ocasions que ja s'ha superat la barrera mítica dels set milions de catalans: les dades, les extreus de les targetes sanitàries individuals que lliura aquest 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 Les biblioteques de la UPF obren fins a la una de la matinada en període d'exàmens. <<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 tanca en període d'exàmens. Altres biblioteques de la mateixa Universitat també amplien lleugerament els horaris en aquest període. <<http://www.bib.ub.es/bub/bub11.htm#>>. [Consulta: 18/09/2006].

¹² Segons l'Observatorio de Red.es, el setembre de 2005 la telefonia mòbil tenia a Espanya 43 milions de clients. <http://observatorio.red.es/indicadores/areas/tic/infraestructuras/telefonía_movil.html>. [Consulta: 18/09/2006].

¹³ Imatges disponibles a: <<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/vendidos/Espana/supera/primeravez/ordenadores/sobremesa>. [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; com també: 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 Vegeu les pàgines web de l'Associació de Lectura Fàcil (<http://www.lecturafacil.net/>) i del Grup de Treball "Lectura fàcil" del COBDC (<http://www.cobdc.org/grups/lecturafacil/index.html>).

¹⁸ Núria Silvestre, Rosa Maria Capo, "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].