

Item

4 EDITORIAL

7 DOSSIER

Promoció i difusió de serveis

7 El perquè de #llibrèfils

Jordi TRILLA

17 El nou Centre de Recursos de l'Aigua (CREA): la relació entre l'espai i la cultura corporativa, el model de serveis i la promoció de marca

Ignasi BONET PEITX; Anna BRÖLL NADAL; Maria PI MAYMÓ

31 VEUS

De les dades a la promoció digital de serveis: estudis d'ús i d'usuaris aplicats a la millora de llocs web

Carles GIBERNAU; Ciro LLUECA; Mònica ZAPATA

43 TELESCOPI

43 El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca

Natividad MUNTANER SANS

57 La xarxa de biblioteques de Menorca

Joana Maria GARAU SOBRINO

73 DESTACATS 2017

81 Congrés IFLA WLIC 2017 a Breslau (Wrocław) i reunió satèl·lit a Berlín

Miguel NAVAS FERNÁNDEZ

89 RETROVISOR

89 El fons patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola: una aproximació a la gestió de les col·leccions i els serveis

Míriam OVIEDO SÁNCHEZ

107 Recuperació, catalogació i digitalització de la documentació de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya

J. Fernando TINOCO DÍAZ; Pablo JIMÉNEZ FERNÁNDEZ; Carmen LOSADA FERNÁNDEZ

125 CAIXA D'EINES

Mitjans socials (social media) per a professionals de la informació

Javier GUALLAR; Javier LEIVA AGUILERA



Item 64 · Revista de biblioteconomia i documentació
Barcelona · gener-juny 2018

Editada pel Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya
ISSN 0214-0349 (paper) · ISSN 1699-521X (Internet)

Editorial

Promoció i difusió de serveis



Ítem

Editorial

Promoció i difusió de serveis

Un dels referents de la comunicació al nostre país, Toni Puig, afirma¹ que l'aposta pública de serveis per a la cultura i les arts ha de fonamentar-se en quatre factors clau: innovació, ciutadania, comunicació i responsabilitat ètica. No podem deixar de reproduir l'ideari que els sustenta i que són d'inspiració per al número 64 de la revista *Ítem*, que teniu a les mans:

- Arribem més i millor a la ciutadania. Arribem-hi amb propostes plenes d'actualitat, d'innovació esplendorosa, brillants en els seus resultats, atractius en el seu desenvolupament, de qualitat inqüestionable, plantejant desafiaments ètics des dels reptes actuals imprescindibles.
- Eliminem tot allò que no funcioni, que destorbi, que sigui queixa, i orientem-nos a l'acció i a la proposta a partir de la pàgina en blanc.

- Optem per solucions fàcils, carregades d'ètica responsable; solucions amb responsabilitat social: respostes i propostes per a l'entorn ciutadà que plantegin un horitzó d'ètica coherent.
- Creem huracans de desig. Com? Optant per la diferència: per proposar altres estils de vida més conviviaus, ecològics, justos, alliberadors, compartits, entusiastes, solidaris, democràtics. No fem només bé allò que ens proposem, fem l'aposta i els serveis atractius per a la vida real. Fem-los irresistibles. Fem que la marca de la nostra organització estigui entre les primeres que desitgen la ciutadania, les entitats i les empreses. Serem marca si estem en el vendaval de les transformacions que urgim, proposant, despertant, mobilitzant.
- Cuidem el detall. No fem les apostes i els serveis a mitges, mal comunicats. No és qüestió de diners, és qüestió de gust. D'estil. De creativitat. De maneres de treballar. Tot, en l'organització, amb zero defectes: apostes i serveis amb experiències memorables, d'horitzó, carregades d'humanitat quotidiana.
- Xarxes. Col·laborem amb altres grups i organitzacions que plantegin apostes per transformar la vida, la ciutat i el món, per aprendre els uns dels altres, per compartir informació, per produir projectes i serveis, per incorporar més i més ciutadans, per crear circuits de distribució, per crear opinió, per negociar amb els mitjans de comunicació.
- Siguem comunicació. Si no comuniquem el que som, el que ens proposem d'una manera emocionant, que impliqui la ciutadania i les entitats de manera còmplice, tot allò que fem està condemnat al declivi i l'extinció. Per fantàstics i imprescindibles que siguin les apostes, els projectes, els serveis. La cultura i les arts s'han de compartir. Amb desafiament enfront l'hegemonia de la passivitat, l'opció per no pensar, la por com a devastació.
- Un valor ètic, nuclear, per a la biblioteca, per a la cultura, per a les arts. Tota organització, la comunicació de totes i cadascuna de les seves apostes, projectes i serveis, totes i cadascuna de les seves decisions, sorgeixen d'un valor ètic, nuclear, que és motor, que centra l'organització, que la mostra i fa visible amb llum pròpia, que la distingeix, que

1 Toni Puig Picart, «La gestión emocional de las artes con los ciudadanos [en línia]: ciudades con marca de artes inclusivas y contra la vida estúpida», 5 nov. 2016, <<https://www.tonipuig.com/assets/1-7-ciudades-con-marca-de-artes-inclusivas.pdf>> [Consulta: 13/06/2018].

la situa entre les primeres de la ciutat, del país. Perquè aquest valor ètic és clau, indispensable, per a l'estil de vida pel qual avui dia aposta la ciutadania: desprèn vida no dominada, democràtica, republicana.

Des del Consell Editorial creiem que aquestes idees força resumeixen a la perfecció l'estratègia i la línia de comunicació que hem de seguir els i les professionals de la informació per a convertir les biblioteques, els centres i serveis d'informació i documentació i els arxius en espais comuns de proximitat, o espais virtuals, compartits per a la cultura cívica, la investigació i la creació de coneixement, centres i serveis per a la construcció i la difusió del pensament i les identitats individuals i col·lectives.

Per aquest motiu, en aquest número hem volgut recollir algunes contribucions relacionades amb l'àmbit del màrqueting, la promoció i la difusió de serveis: el **Dossier** conté, d'una banda, un article de Jordi Trilla sobre la campanya *#llibrèfils* que el Departament de Cultura va encarregar a l'empresa aPortada Comunicació i, de l'altra, un article d'Ignasi Bonet, Anna Bröll i Maria Pi sobre la relació entre l'espai i la cultura corporativa, el model de serveis i la promoció de la marca en el nou Centre de Recursos de l'Aigua (CREA).

A la secció **Veus** hem volgut reunir en una conversa Mònica Zapata (Optimyzet), Ciro Lluca (Biblioteca UOC) i Carles Gibernau (Elsevier), l'expertesa dels quals ens aporta llum sobre les dades d'ús i usuaris en la presa de decisions en el disseny, l'avaluació i l'optimització de llocs web i aplicacions a dispositius mòbils, i la promoció digital de serveis.

La secció **Telescopi** posa la mirada a les Balears: Natividad Muntaner ens parla del màrqueting digital i les

biblioteques públiques de Mallorca, i Joana M. Garau, de les biblioteques de Menorca.

Els actes i esdeveniments més rellevants de l'àmbit professional de l'any passat es recullen a la secció de **Destacats 2017**, acompanyats, en aquesta ocasió, d'una ressenya del congrés WLIC 2017 de l'IFLA, a càrrec de Miguel Navas.

A la secció **Retrovisor** continuem difonent el coneixement del patrimoni bibliogràfic i documental del país, en aquesta ocasió gràcies a l'article sobre el patrimoni de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola, a càrrec de Míriam Oviedo, i al de J. Fernando Tinoco, Pablo Jiménez i Carmen Losada sobre l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya de la Institución Milà i Fontanals del CSIC.

I, finalment, tanca el número la secció **Caixa d'eines**, amb una selecció de Javier Guallar i Javier Leiva, dels millors mitjans socials (*social media*) per a la comunicació digital i que seran d'utilitat per als professionals de la informació que vulguin millorar la presència a les xarxes socials i a internet.

Reprenem l'ideari que esmentava Puig més amunt: escoltem amb atenció les necessitats i els reptes dels usuaris i de la ciutadania, planifiquem amb detall i implementem projectes i serveis amb valors ètics, que tinguin un elevat retorn social i ens permetin transformar la societat amb la col·laboració dels agents de l'entorn. Finalment, comuniquem-nos de manera suggeridora amb la ciutadania a través d'un llenguatge directe, intuïtiu, vitalista, i convertim la biblioteca en la marca o el nucli imprescindible, útil i de referència, per a la vida dels ciutadans. ■

El Consell Editorial

Dossier

El perquè de #llibrèfils





El perquè de *#llibrèfils*

Jordi TRILLA

Cap de difusió i relacions públiques, aPortada Comunicació
jordi.trilla@aportada.com

Article rebut l'abril de 2018; revisat el maig de 2018.

Resum: *Llibrèfils* ha estat la campanya de comunicació per difondre el nou Pla de lectura 2020 de la Generalitat de Catalunya que es va presentar la primavera del 2017. La campanya havia de respondre als objectius marcats i impactar en el públic objectiu, tant en el sector del llibre com en la societat i, especialment, en la gent més jove. Es pretenia donar protagonisme al lector, empoderar-lo i que es reconegués en el marc d'una comunitat activa al voltant de l'hàbit de llegir.

Paraules clau: *Llibrèfils*, lectura, comunicació, digital, llegir, llibres, estratègia, cultura, cohesió social, progrés, promoció de la lectura.

El porqué de #llibrèfils

Resumen: *Llibrèfils* ha sido la campaña de comunicación para difundir el nuevo Plan de lectura 2020 de la Generalitat de Catalunya, que se presentó en la primavera de 2017. La campaña debía responder a los objetivos marcados, impactar en los públicos objetivo, tanto del sector del libro como en la sociedad en general, y especialmente, en la gente más joven. Se pretendía dar protagonismo a la persona lectora, empoderarla y que se reconociera en el marco de una comunidad activa alrededor del hábito de leer.

Palabras clave: *Llibrèfils*, lectura, comunicación, digital, leer, libros, estrategia, cultura, cohesión social, progreso, promoción de la lectura.

The reason why of #llibrèfils

Abstract: *Llibrèfils* was the communication campaign designed to disseminate the new 2020 Reading Plan of the Government of Catalonia that was launched in the spring of 2017. The campaign had to accomplish the established objectives, impact the different target audiences, namely the book sector and society, and particularly young people. The campaign was intended to place readers in the spotlight, to empower them and to facilitate their self-recognition in an active community where the habit of reading was the axis.

Key words: *Llibrèfils*, communication campaign, reading promotion, 2020 Reading Plan, reading habit, books, digital.

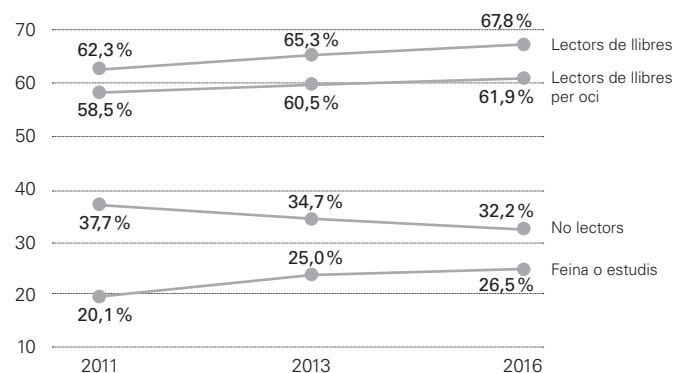


Tot punt de partida comença amb un inici

Aquesta obvietat va fer arrancar la campanya l'abril del 2017 en una reunió a la recerca d'una campanya paraigua que donés sentit a la comunicació del Pla de lectura 2020 de la Generalitat de Catalunya.

L'encàrrec que va rebre aPortada de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) era definir una estratègia de comunicació que incidís en l'impuls de l'hàbit de lectura entre la ciutadania i especialment en el públic més jove.

Les dades de què disposàvem remarcaven el fet que l'índex de lectura de llibres havia augmentat en els darrers anys, tal com posaven de manifest estudis recents.



Taula 1. Hàbits de lectura i compra de llibres els anys 2015 i 2016 a Catalunya.¹

1. *Pla de lectura 2020*, [Barcelona]: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, 2017, vol. 1, p. 38, <http://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/pla-lectura-2020/documents/A4_PlaLectura-Vol_1.pdf> [Consulta: 02/03/2018].

Aquest increment era superior entre els més joves i, de fet, la millora de la comprensió lectora i l'impuls de la lectura eren un doble objectiu del pla anterior.

La campanya de comunicació, per tant, es fixà principalment a incidir en la gent més jove i atraure nous públics cap a l'hàbit de llegir. El nou pla havia de recollir els resultats i les conclusions de la feina feta i plantejar tot un escenari d'accions tenint en compte els diferents públics als quals s'adreçava.

La idea que havia de vertebrar aquest pla i, per tant, la seva comunicació, era la lectura com a eina de cohesió i progrés social. El conseller de Cultura, Santi Vila, es declarava, en la presentació del Pla de Lectura, absolutament convençut «de la importància de l'hàbit lector per a una societat que vulgui ser realment educada, culta i finalment lliure, raó per la qual el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya ha impulsat el nou Pla de lectura 2020».²

Calia, per tant, vertebrar una estratègia de comunicació que partís d'aquesta premissa i calia que fos factible expressar-la en missatges adaptats als diferents públics, ja fossin sectors professionals (llibreters, bibliotecaris, editors, escriptors, etc.), institucionals i, és clar, la ciutadania.

Més enllà de l'organització d'un acte institucional del sector, en la qual aPortada no hi intervé, l'agència va rebre l'encàrrec de treballar en un Pla de Comunicació del Pla de Lectura 2020 de la Generalitat de Catalunya.

Aquest Pla havia de respondre als objectius i l'estratègia marcats i s'havia d'estructurar en:

- L'eix creatiu, amb imatge gràfica, missatges i materials.
- La segmentació de públics.
- Els canals de comunicació.
- La proposta d'accions.

LA IDEA QUE HAVIA DE VERTEBRAR AQUEST PLA I, PERTANT, LA SEVA COMUNICACIÓ ERA LA LECTURA COM A EINA DE COHESIÓ I PROGRÉS SOCIAL.

Com a campanya paraigua s'havia de garantir la compatibilitat i coherència amb el pla d'accions incloses en el Pla de lectura 2020; un total de vint mesures compartides pel Departament de Cultura, d'Ensenyament i la Institució de les Lletres Catalanes.³

Havien de tenir-se en compte alguns condicionants més, limitacions pressupostàries a banda, com els procediments propis de l'administració, que marcaven que la planificació a mitjans de la campanya de publicitat venia donada per tercers, cosa que limitava l'elecció de canals, que ja estarien predeterminats per aquesta planificació. Però, de ben segur, el gran condicionant va ser que la campanya havia d'executar-se en quatre setmanes. Tot un repte!

1. L'eix creatiu. Com sorgeix *Llibrèfils*?

L'estratègia comunicativa que es proposava per al Pla de lectura 2020 es presentava com una nova oportunitat per generar comunitat i orgull de pertinença respecte de la lectura. L'estratègia implicava, per tant, situar al centre de la comunicació, com a subjecte, els lectors. D'aquesta manera, parlaríem dels lectors en primera persona i els atorgaríem tot el protagonisme de la campanya, tenint com a paràmetres i eines de conscienciació la lectura pel progrés i la cohesió social. Volíem facilitar fer créixer una comunitat activa.

2. Santi Vila, «Presentació del Pla de lectura 2020», *Pla de lectura 2020* (23/04/2017), <<http://cultura.gencat.cat/ca/departament/plans-i-programes/ambit-sectorial/pla-de-lectura-2020/presentacio/>> [Consulta: 02/03/2017].

3. <<http://cultura.gencat.cat/ca/departament/plans-i-programes/ambit-sectorial/pla-de-lectura-2020/pla-actuacio/>>.

La paraula que més s'ajustava a una comunitat de lectors era *lletraferit*. Es va descartar de seguida. El mot, més enllà del seu significat real, té connotacions que s'allunyaven de l'objectiu de campanya. L'ús popular del mot per referir-se a elits desaconsellava que fos l'eix creatiu de la campanya.

Calia buscar un neologisme. El sufix *-filia* utilitzat per referir-se a la simpatia o passió per alguna cosa obria el camí per a l'equip creatiu.

La combinació dels mots *llibre* i *filia* ens va donar com a resultat el títol (*claim*) de campanya: *Llibrèfils*.

Era una creació de nom (*naming*) i alhora una etiqueta (*hashtag*) que ens vinculava amb neologismes creats per les comunitats de consum cultural, com per exemple cinèfils i serièfils. I aquesta manera de picar l'ullet a les noves generacions és el que marca el fet de prioritzar el neologisme *llibrèfils* per damunt d'aquell que, normativament, semblava més lògic: *llibròfils*.

I aquest va ser finalment el nom de la campanya:

- El concepte *filia* es refereix a la simpatia apassionada per alguna cosa. En aquest cas creàvem un neologisme que defineix i posa nom als «bojos pels llibres».
- Genera un sentiment de pertinença i identitat que ajuda a crear una comunitat a la qual adreçar-nos. Una comunitat amb un fort sentit d'orgull i activisme que promourà l'autoreconeixement i la voluntat de contagiar la passió i, per tant, fer-se viral i expandir-se per les xarxes.
- El mot *llibrèfil* és un concepte que atorga tot el protagonisme al lector i que, alhora, inclou la paraula *llibre*.

Així mateix, amb l'objectiu de fer una campanya moderna, suggeríem generar un seguit d'històries visuals a partir de vinyetes de còmic que representessin situacions quotidianes dels *Llibrèfils*. Aquestes imatges havien de tindre plasmació gràfica en pòsters, postals i punts de llibre i una alta viralitat en línia.

**LA COMBINACIÓ DELS MOTS LLIBRE I FÍLIA
VA DONAR COM A RESULTAT EL TÍTOL
DE CAMPANYA: LLIBRÈFILS.
ERA UNA CREACIÓ DE NOM I ALHORA
UNA ETIQUETA QUE ENS VINCULAVA AMB
NEOLOGISMES CREATS PER LES COMUNITATS
DE CONSUM CULTURAL, COM PER EXEMPLE
CINÈFILS I SERIÈFILS.**

Les deu històries que es van crear i que pretenien buscar l'autoreconeixement van ser:

1. Els *llibrèfils*... somiem una colònia amb olor de llibre.
2. Els *llibrèfils*... no en tenim mai prou. (Informació de context: un llibreter envia a casa un llibrèfil com si aquest estigués embriac: «No et penso servir ni un llibre més».)
3. Els *llibrèfils*... no podem evitar llegir el llibre del veí (al bus/metro/TRAM).
4. Els *llibrèfils*... viatgem arreu del món sense sortir de casa.
5. Els *llibrèfils*... sempre en volem una (pàgina) més! (Informació de context: una parella al llit, abans de dormir.)
6. Els petits *llibrèfils*... no podem parar de llegir. (Informació de context: una xiqueta que s'amaga sota l'edredó per llegir el seu Kindle).
7. Els *llibrèfils*... discutim sobre temes cabdals. (Informació de context: quina trobes que és la millor edició del *Josafat* de Prudenci Bertrana?)
8. Els *llibrèfils*... vivim tantes vides com llibres llegim.
9. Els *llibrèfils*... ens reconeixem d'un sol cop d'ull. (Informació de context: dos nois, a la platja, que es miren perquè llegeixen el mateix llibre).
10. Per als *llibrèfils*... la biblioteca és casa nostra. (Informació de context: un bibliotecari diu a una família que va vestida d'anar per casa: «Ja sé que us sentiu com a casa vostra, però cal que vingueu amb pijama?»).

Les deu històries reflectien situacions habituals i eren prou variades per abordar, des d'un llenguatge proper al còmic i l'humor, perfils diversos de lectors i ciutadans.

La il·lustradora Maria Calvet, amb un estil amable, que es nodreix de l'escola catalana i que a la vegada hi posa un toc de còmic, va ser l'escollida per plasmar els textos publicitaris (*copys*) en imatges. I serà amb l'estudi BOLD que s'acabarà desenvolupant tota la identitat visual de la campanya: colors, tipografies i composicions, sempre seguint el manual d'imatge de la Generalitat per dotar *Llibrèfils* d'una identitat visual pròpia i singular pensada per ser amable, no crear rebuig, allunyada de l'estil institucional de l'administració pública, però que pugui ser reconeguda per l'audiència com una comunicació de la Generalitat de Catalunya.



Figura 1. *Graphic recording* de campanya per a la xarxa de biblioteques.

A tall d'exemple, recordem el text publicitari de l'espot televisiu, que recollia les diferents històries:

Veu en off: «Els *llibrèfils* són persones com tu i com jo, com els teus veïns, com el teu avi o la teva neboda, com la persona que tens al seient del costat, com aquella persona que et mira... Ens estimula una passió compartida: llegir!»

I tu, també ets llibrèfil?».

Els deu textos publicitaris es traduïren en els següents materials:

- Espot de campanya en format per a televisió i xarxes socials.
- Cartelleria DIN A2 i DIN A3.
- Suports il·luminats.
- Braçalets.
- Punts de llibre.
- Gif animat.
- Imatges per a xarxes socials adaptades als formats de Twitter, Facebook, Instagram i Whatsapp.

El disseny i la producció de materials responien a l'estratègia marcada per a impactar en els públics de campanya a través dels canals seleccionats:

Públics	Canals	Materials
Tots	TV, xarxes socials, web	Espot
Tots	Distribució de 40.000 unitats arreu de Catalunya	Cartells DIN A3
Usuaris, escoles, biblioteques, llibreries	Enviament postal de material	Cartells DIN A2
Tots	Campanya exterior principals ciutats catalanes	Suports il·luminats (<i>opis</i>)
Infants de 6 anys	Biblioteques	Braçalets de la campanya «Fas 6 anys»
Tots	Escoles, biblioteques, llibreries	Punts de llibre
Tots	Xarxes socials, principalment Whatsapp	Gif animat
Tots	Facebook, Twitter, Instagram	Imatges per a xarxes

En el capítol següent es detalla l'estratègia específicament digital. Val a dir que, en un àmbit més global, es van gestionar acords amb socis i ambaixadors de la campanya, que tenia l'especificitat digital. En aquest apartat cal destacar els acords assolits amb els operadors del transport públic, que van permetre obtenir un impacte molt notori.

Es va fer una peça creativa amb la imatge de la campanya que es va instal·lar als seients del transport públic. S'hi llegia: «Espai d'ús preferent per a #Llibrèfils», una frase que entronca amb la pràctica habitual de llegir al transport públic i també és un gest per premiar i reconèixer les persones que ho fan.



Figura 2. Aplicació de la campanya en seients del TRAM.

Aquest acord de socis el van subscriure els Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, Transports Metropolitans de Barcelona, Tramvia de Barcelona (TRAM), Renfe i el grup Moventia, amb línies d'autobusos regulars a tot Catalunya.



Figures 3, 4 i 5. Disseny de l'acció per al transport públic.

2. La campanya digital

L'estratègia digital, com no pot ser de cap altra manera, estava integrada en l'estratègia global de campanya. La voluntat d'adreçar-se al públic jove determinava, per exemple, que la planificació de mitjans prioritzés la contractació de bàners en mitjans digitals i falques de ràdio en radiofórmules i programes matinals en comptes d'anuncis en premsa escrita.

La base de l'estratègia digital era donar a conèixer el títol, que també era l'etiqueta: *#Llibrèfils*. La promoció del seu ús era un aspecte fonamental. Malgrat que no es disposa de mètriques, es pot afirmar que un any després l'etiqueta ha estat totalment incorporada en la comunitat de lectors, llibreters, editors i bibliotecaris. Només durant la primera quinzena de març del 2018, i tenint en compte que des del juny del 2017 no hi ha hagut cap empenta comunicativa, es comptabilitzen més de 37.000 impressions a Twitter d'usuaris que l'han utilitzat durant aquests quinze dies. Actualment es continua fent servir l'etiqueta.

Com es va difondre l'etiqueta? El «big bang», el moment inicial, va ser amb una piulada del conseller de Cultura, Santi Vila. El seu post a Twitter coincidint amb la roda de premsa de presentació del nou Pla de lectura 2020 i la subsegüent campanya de comunicació van marcar de manera oficial l'inici de la campanya.

Però hi va haver una comunicació prèvia, l'anunci d'intriga (*teaser*). Aquesta peça audiovisual estava pensada per crear expectativa a través de xarxes socials. Es va planificar, quinze dies abans, la difusió a xarxes d'un anunci d'intriga protagonitzat per l'arqueòleg Eudald Carbonell en què informava del descobriment d'una nova espècie d'homínids: els *llibrèfils* (feia amb les mans un gest, dibuixant un llibre obert). Aquest era el gest emblemàtic de la campanya, les mans obertes tocant-se només amb els canells, com un llibre obert.

Ja teníem el nom, l'etiqueta i un gest emblemàtic. Ara calia disposar de difusors de l'etiqueta i del gest.

aPortada va definir, d'acord amb l'ICEC, un pla d'ambaixadors de la campanya que contribuïssin a amplificar-la des d'una perspectiva de recomanació i prescripció. Els principals criteris a l'hora de fer la selecció i triar els ambaixadors de la campanya van ser:

- Que fossen prescriptors entre la seua comunitat de seguidors a Twitter i/o Instagram, amb una massa crítica mínima de 3.000 seguidors.
- Que més enllà de la seua comunitat, no creessen rebuig en altres públics objectiu.
- Que fossen persones o entitats mediàtiques amb reputació i prestigi entre l'opinió pública.
- Sobre el perfil d'ambaixador es van emprar dos criteris:
 - a) Persones o entitats vinculades al sector del llibre i extensible al món de la cultura: música, arts escèniques, audiovisual, art i ciència, etc.
 - b) Persones o entitats més enllà de la cultura, com ara l'esport, per arribar a nous públics.

Aquest va ser un eix importantíssim que va funcionar com a gran altaveu i mecanisme de viralització. S'ha de tindre en compte que es va declinar fer campanya de pagament amb posts patrocinats a les xarxes, és a dir, tota la difusió que es va planificar i executar va ser purament orgànica.

Els ambaixadors de campanya rebien els materials de campanya per poder fer-los servir i també, a tall de suggeriments, consells, instruccions i fins i tot models de posts perquè fos el més fàcil possible participar en la campanya —només calia copiar i enganxar. El fet que es tractés d'un pla de lectura públic i que l'objectiu fos el foment de la lectura com a instrument de progrés i cohesió social va permetre definir la causa per a la qual es demanava la col·laboració desinteressada. Aquest va ser el principal argument per convèncer els ambaixadors de col·laborar-hi.

I va reeixir. La marca va escampar-se per les xarxes socials i va generar conversa i debat. Cal destacar el debat

intens al voltant de la mateixa creació del nom i de la seva idoneïtat respecte al terme *llibròfils*, un fet que ja s'havia tingut en compte en la campanya i que més enllà del contingut de cada conversa va generar més difusió i compromís amb la campanya de comunicació.

Un altre element notable per difondre massivament l'etiqueta i, per tant, el títol de campanya era que havia de traspasar el món en línia. Així, totes les comunicacions fora de línia i els materials que se'n derivaven contenen l'etiqueta d'una manera natural, gens forçada, atès que l'etiqueta era el títol de campanya. El dossier de premsa, la cartellera, els suports il·luminats, bàners, etc., tenien ben destacada l'etiqueta i l'adreça web, de la qual parlarem més endavant.

La campanya digital i fora de línia es retroalimentaven i es complementaven com un cercle perfecte.

Cal destacar també que l'etiqueta va tindre molta fortuna entre els mitjans de comunicació i, de fet, *Llibrèfils* va acaparar titulars i articles d'opinió en detriment de la nomenclatura oficial Pla de lectura 2020.

L'altra pota important de l'estratègia digital era la pàgina d'aterratge (*landing*) específica de campanya: www.llibrefils.cat.

La web havia de ser el dipòsit digital de tots els materials i l'aparador de totes les accions que incloïa el Pla de lectura 2020.

Es va plantejar una pàgina d'aterratge senzilla i d'usabilitat alta amb seccions bàsiques del tipus: qui som, què fem, contacte, etc., i, a més, contenia tots els materials de campanya: cartells, peces audiovisuals, punts de llibre, etc., per a ser compartits i descarregats, per tant, usats de manera àgil. Es van incloure igualment els ginys de xarxes socials per seguir en temps real les converses que es generarien a Facebook i especialment a Twitter amb la utilització de l'etiqueta.

3. Conclusions

Podem dir que els objectius de comunicació de la campanya es van assolir. L'estratègia i l'execució de les accions dutes a terme van funcionar correctament i van impactar en els diferents públics objectiu. El fet que a hores d'ara es continuï usant el nom i l'etiqueta *Llibrèfils* és la prova més fefaent que el plantejament de crear una campanya paraigua per a la comunicació del Pla de lectura 2020 de la Generalitat de Catalunya ha reeixit.

I tot plegat es va desenvolupar en un temps rècord: tres setmanes d'abril per a l'establiment de l'estratègia, l'eix creatiu i la seva aplicació en els materials de campanya. L'execució de la campanya va tindre lloc a mitjan maig i el juliol de 2017.

Crèdits

Estratègia de comunicació, execució i coordinació de campanya: aPortada Comunicació.

Il·lustracions: Maria Calvet.

Disseny i identitat gràfica: The BOLD Design.

Disseny web: Gir.cat. ■

Dossier

El nou Centre de Recursos de l'Aigua (CREA): la relació entre l'espai i la cultura corporativa, el model de serveis i la promoció de marca





El nou Centre de Recursos de l'Aigua (CREA): la relació entre l'espai i la cultura corporativa, el model de serveis i la promoció de marca

Ignasi BONET PEITX

Arquitecte. Unitat d'Arquitectura Bibliotecària, Gerència de Serveis de Biblioteques, Diputació de Barcelona
bonetpin@diba.cat

Anna BRÖLL NADAL

Directora tècnica de Coordinació i Serveis, Biblioteques de Barcelona
abroll@bcn.cat

Maria Pi MAYMÓ

Directora del Centre de Recursos de l'Aigua (CREA), Agbar, Societat General d'Aigües de Barcelona
maria.pi@suez.com

Article rebut l'abril de 2018; revisat el maig de 2018.



Resum: El trasllat d'una biblioteca o centre de recursos a una nova seu és una oportunitat per revisar l'estratègia corporativa i per redefinir la cultura corporativa, de manera que s'adapti a les noves maneres de treballar i de relacionar-se dels individus. En aquest context, sorgeix l'oportunitat de dissenyar un nou model de biblioteca o centre de recursos que reforci la imatge de marca de la institució, que adopti els nous valors vinculats al canvi de model organitzatiu i que estigui compromès amb el procés de transformació de la cultura corporativa de l'empresa.

S'il·lustra aquesta idea amb el cas del Centre de Recursos de l'Aigua (CREA). En el procés de conceptualització i de projecte de la nova seu, la definició d'un model de servei innovador i el disseny d'una identitat visual clara, vinculada als valors corporatius, uns espais interiors amb un aspecte i sensació diferenciats i una estratègia de màrqueting pròpia, han permès aconseguir els objectius destinats a reforçar la identitat corporativa.

El CREA es defineix com un espai obert i innovador, un punt de trobada de professionals per a compartir coneixement i generar innovació. Des del principi, els seus espais es van concebre basant-se en l'autonomia de l'usuari, la flexibilitat i l'adaptabilitat, i es van dissenyar els espais, l'equipament i el mobiliari per a facilitar l'aprenentatge conversacional i informal.

El disseny interior dels espais ha esdevingut un element clau en l'estratègia de màrqueting i comunicació de la institució i ha contribuït a transmetre els valors relacionats amb la imatge de marca.

Paraules clau: Centre de recursos, disseny interior, arquitectura, cultura corporativa, imatge de marca, innovació, màrqueting, aprenentatge informal, treball col·laboratiu.

El nuevo Centro de Recursos del Agua (CREA): la relación entre el espacio y la cultura corporativa, el modelo de servicios y la promoción de marca

Resumen: El traslado de una biblioteca o centro de recursos a una nueva sede es una oportunidad para revisar la estrategia corporativa y para redefinir la cultura corporativa, de manera que se adapte a las nuevas formas de trabajar y de relacionarse de los individuos. En este contexto, surge la oportunidad de diseñar un nuevo modelo de biblioteca o centro de recursos que refuerce la imagen de marca de la institución, que adopte los nuevos valores vinculados al cambio de modelo organizativo y que esté comprometido con el proceso de transformación de la cultura corporativa de la empresa. Se ilustra esta idea con el caso del CREA, Centro de Recursos del Agua. En el proceso de conceptualización y de proyecto de la nueva sede, la definición de un modelo de servicio innovador y el diseño de una identidad visual clara, vinculada a los valores corporativos, unos espacios interiores con un *look and feel* diferenciado y una estrategia de marketing propia, han permitido alcanzar los objetivos destinados a reforzar la identidad corporativa.

CREA se define como un espacio abierto e innovador, un punto de encuentro de profesionales para compartir conocimiento y generar innovación. Desde el principio, sus espacios se concibieron basándose en la autonomía del usuario, la flexibilidad y la adaptabilidad, y se diseñaron los espacios, el equipamiento y el mobiliario para facilitar el aprendizaje conversacional e informal.

El diseño interior de los espacios se ha convertido en un elemento clave en la estrategia de marketing y comunicación de la institución, y ha contribuido a transmitir los valores relacionados con la imagen de marca.

Palabras clave: Centro de recursos, diseño interior, arquitectura, cultura corporativa, imagen de marca, innovación, marketing, aprendizaje informal, trabajo colaborativo.

The new Centre de Recursos de l'Aigua (CREA): the relationship between space and corporate culture, the service model and brand promotion

Abstract: Moving a library or a resource centre to a new headquarters is an opportunity to review corporate strategy and redefine corporate culture to ensure that it is adapted to new ways of working and relationships among individuals. This context yields an opportunity to design a new library model or resource centre that reinforces the institution's brand image, which embraces the new values linked to the change of organisational model and commits to the corporate culture transformation process.

This idea is illustrated through the case of the CREA (Water Resource Center). In the process of conceptualization and planning of the new headquarters, the definition of an innovative service model and the design of a clear visual identity, linked to corporate values, interior spaces and with a distinctive look and feel and own-marketing strategy made it possible to accomplish the objective of strengthening the corporate identity.

The CREA is an open and innovative space, a meeting point for professionals to share knowledge and generate innovation. From the outset, its spaces were conceived to cater to user autonomy, flexibility and adaptability, and its spaces, equipment and furniture and fittings were designed to facilitate conversational and informal learning .

The interior design of its spaces has become a key element in the institution's marketing and communication strategy and has contributed to conveying the values related to brand image.

Keywords: Resource centre, interior design, architecture, corporate culture, brand image, innovation, marketing, informal learning, collaborative work.

1. Model de servei del CREA, Centre de Recursos de l'Aigua

El CREA, Centre de Recursos de l'Aigua, és el centre de documentació corporatiu d'Agbar, Societat General d'Aigües de Barcelona. Actualment és un punt de trobada, un espai on es pot compartir coneixement entre els professionals del món de l'aigua i el medi ambient. Disposa d'un fons documental de més d'un milió de registres vinculats a l'aigua i el medi ambient, la major part de caràcter digital. Com a biblioteca especialitzada està registrada al catàleg de les Biblioteques Especialitzades de la Generalitat de Catalunya.

Però el CREA, com a concepte, és molt més que el fons documental: és un espai únic creat amb els professionals de l'aigua i per als professionals de l'aigua.

1.1 Antecedents

El centre de documentació existeix com a biblioteca virtual des de l'any 1998 i ha ofert els seus serveis de manera virtual fins a l'any 2015, quan es va inaugurar la nova seu a Barcelona, la Ciutat de l'Aigua.

L'any 2014 la corporació va prendre la decisió de traslladar la seu de la torre Agbar, a la plaça de les Glòries, a l'espai que es va anomenar la Ciutat de l'Aigua, a la Zona Franca, un fet que va obrir la possibilitat que el centre de documentació tingués una seu física. Aquest canvi es va entendre com una oportunitat, que va provocar una reflexió i una redefinició del model de servei.¹

En aquell moment, la col·lecció del centre de documentació consistia en una col·lecció digital i una col·lecció física:



Figura 1. Logo CREA.

- Col·lecció digital: el portal BITA és la biblioteca digital de referència per divulgar tot el coneixement científic, tècnic i de gestió empresarial d'Agbar.
- Col·lecció física: 12.000 monografies, així com revistes, audiovisuals, fotografies, material d'arxiu, fullets i material en altres formats.

La gestió del coneixement es fa a través de l'aplicació Knowledge Suite, que té definits diversos dominis de coneixements, i en la qual hi ha comunitats de pràctica (COP), espais de col·laboració virtual, microllocs web, blogosfera i altres àmbits, com ara «Qui és qui», «Aplicca. Innovació i transferència» i «Lots de coneixement». Des de Knowledge Suite també es pot accedir a tutorials, píndoles formatives, vídeos i enllaços relacionats amb la gestió del coneixement.

1.2 El trasllat de seu com una oportunitat per a transformar la cultura corporativa

Es va aprofitar el canvi físic de seu com a oportunitat per fer evolucionar la cultura corporativa. L'equip d'Agbar va

1. «Agbar trasllada su sede al Paseo de la Zona Franca» [en línia]. Barcelona: Sociedad General de Aguas de Barcelona, 23/07/2014, <<http://www.agbar.es/es/comunicacion/noticias/126/agbar-traslada-su-sede-al-paseo-de-la-zona-franca>> [Consulta 21/05/2018].

portar a terme una reflexió sobre com es volia treballar a la nova seu. Durant sis mesos es va fer una anàlisi de l'ús de l'espai a la torre Agbar i se'n van analitzar també els principals reptes i inconvenients. Però, sobretot, es va obrir la porta al fet que els treballadors s'imaginessin com volien treballar en el futur. Fruit d'aquesta anàlisi es van identificar les ineficiències i les disfuncions vinculades als principals reptes de futur que tenia la companyia.

L'anàlisi també va permetre fixar una estratègia basada en la innovació, l'agilitat i l'organització més transversal, i en la implantació d'una única cultura global. Els valors de sostenibilitat i els hàbits saludables per part dels treballadors també van ser una aposta clara en aquest sentit.

Aquesta era l'estratègia: es passava d'un edifici vertical, icònic i amb una forta presència, però incòmode per treballar-hi, a un nou edifici, horitzontal, transparent, obert i que es podia adaptar millor a les necessitats de la companyia.

En aquest punt, cal explicar també com es va incidir en el procés de transformació de les maneres de treballar, per entendre com va sorgir la necessitat de tenir un espai com el CREA en un edifici corporatiu.

L'estratègia corporativa es basava en la innovació, l'agilitat, la cultura única global, el desenvolupament sostenible i els hàbits saludables. Aquests són els objectius que es van fixar. Es va estructurar el procés de transformació en quatre vectors:

- L'arquitectura
- La tecnologia
- Els processos de treball
- La cultura

En cada vector de transformació s'havia de decidir, de manera coherent amb la resta de vectors, quines eren les millors solucions, tangibles i intangibles, per aconseguir el que ens proposàvem.

Calia tenir l'empleat al centre de les decisions. Es volia comptar amb els treballadors des del principi. Calia tenir-los en compte precisament perquè s'havia de fer un edifici dedicat a les persones que hi havien de treballar.

1.3 Cultura del canvi: ambaixadors del canvi

El nombre de persones que s'havien de traslladar eren unes set-cents. Amb la finalitat de conèixer l'opinió de tots i cadascun dels membres de l'empresa, es va definir la figura de l'ambaixador del canvi, un rol clau en el procés de transformació.

Un total de seixanta persones de diferents àmbits i rols van ser identificats per cobrir totes les àrees i àmbits de l'organització: comunicació, màrqueting, organització, recursos humans, *facility management*, arquitectura, prevenció de riscos laborals, informàtica, oficina sense papers i transformació digital.

Els ambaixadors havien de comunicar el procés de transformació als seus *ambaixats*, unes deu o quinze persones per cada ambaixador, impulsar-lo i ajudar a fer-lo possible. Els ambaixadors del canvi i l'equip de projecte van establir una relació bidireccional, i l'equip de projecte compartia amb els ambaixadors els avenços que s'anaven produint. Els ambaixadors van ajudar tota l'organització a entendre les diferents iniciatives de transformació i, també, van motivar els seus *ambaixats* i van contribuir a la transformació. Així mateix, van impulsar el procés de transformació a partir de la recollida del grau d'implantació en l'evolució, donant informació de retorn i cooperant en l'estratègia informativa. En definitiva, eren un radar per veure, identificar i diagnosticar els possibles problemes o inconvenients en el procés, i també per descobrir-ne les resistències. Finalment, els ambaixadors van donar suport al procés de transformació identificant els mecanismes de millora i estenent i difonent les bones pràctiques. Difondre i divulgar el projecte, i involucrar les persones, en definitiva.

1.4 El CREA com a espai de col·laboració, debat i opinió, obert a la societat, i com a espai de participació

Tot aquest procés de transformació és el context en el qual va néixer el CREA, un espai de col·laboració, debat i opinió obert a la societat.

El CREA és un espai flexible amb mobiliari adaptat a les necessitats dels usuaris, que són diferents cada dia. En aquest sentit, totes les àrees de suport, com ara màrqueting, comunicació i equipaments van haver d'adaptar els seus processos de treball i esdevenir molt més àgils i ràpids a l'hora d'atendre les necessitats del dia a dia.

En les organitzacions del segle XXI cal crear espais on es pugui treballar de manera diferent per obtenir resultats també diferents, per respondre a les necessitats dels clients. Trobar l'espai i la dinàmica en cada organització només és possible a partir d'un procés de creació particular. Amb el procés de canvi, a Agbar es va desenvolupar una nova cultura d'empresa, més àgil, innovadora, flexible i centrada a oferir un millor servei als clients.

Pot ser fàcil tenir idees, però sovint és difícil fer-les realitat. En aquest procés, els mateixos empleats són la clau. Amb ells, es va crear el disseny de l'espai i els serveis que s'ofereixen des del CREA. Precisament, el CREA va néixer de la idea d'aquests ambaixadors, que demanen un espai on es poguessin conèixer informalment, presentar projectes, fer reunions de pluja d'idees, etc.

1.5 Visió, missió i valors del CREA

A partir de l'oportunitat que s'obria amb el trasllat de seu, es va definir el nou model de serveis que calia oferir a partir de la reflexió estratègica de l'equip del centre de documentació.

Es va definir la visió del centre de documentació: «Ser un espai de trobada del coneixement del cicle integral

EL CREA ÉS UN ESPAI FLEXIBLE AMB MOBILIARI ADAPTAT A LES NECESSITATS DELS USUARIS, QUE SÓN DIFERENTS CADA DIA. EN AQUEST SENTIT, TOTES LES ÀREES DE SUPORT, COM ARA MÀRQUETING, COMUNICACIÓ I EQUIPAMENTS VAN HAVER D'ADAPTAR ELS SEUS PROCESSOS DE TREBALL I ESDEVENIR MOLT MÉS ÀGILS I RÀPIDS A L'HORA D'ATENDRE LES NECESSITATS DEL DIA A DIA.

de l'aigua amb l'objectiu de difondre el coneixement passat, present i futur de l'aigua, focalitzat en l'usuari corporatiu i amb vocació d'esdevenir un centre de relació amb públic d'interès (*stakeholders*) i agents locals».

La missió del centre de recursos es concreta en:

- Afavorir la difusió i la transferència del coneixement innovador completant la transferència del patrimoni industrial.
- Donar visibilitat a la xarxa de persones.
- Difondre el coneixement passat, present i futur de l'aigua.
- Ser un referent internacional en l'àmbit del coneixement de l'aigua i del medi ambient.

Els valors amb els quals s'identifica l'equip del centre de documentació són:

- Excel·lència professional. Facilitar l'accés a la informació i el coneixement a partir de criteris de rellevància i de qualitat.
- Innovació i creativitat. Ser el pont entre el coneixement i el desenvolupament de tecnologies vinculades al cicle integral de l'aigua.
- Cooperació i compromís. Promoure el treball col·laboratiu i el compromís personal com a forma de generació de valor.
- Sostenibilitat. Facilitar el diàleg entre la ciència, la tecnologia i la societat en els eixos social, econòmic i mediambiental.

- Responsabilitat social. Compartir informació i coneixement amb la ciutadania.

1.6 Nou model de serveis i usuaris / públic d'interès (*stakeholders*)

A partir d'aquesta missió, visió i valors es pot redefinir el nou model de serveis per oferir, basat en tres idees:

- Serveis en un entorn dinàmic en el qual s'integren tots els recursos que donen suport a la transferència de coneixement i a la innovació, l'aprenentatge i la recerca.²
- Canvi de model de servei, passant d'un model de servei centrat en l'usuari corporatiu (intern) a un model de servei que incorpora usuaris externs.
- Serveis centrats en les necessitats de les persones que han d'utilitzar els serveis, independentment de la pertinença a un grup d'usuaris concrets.

El fet d'incorporar usuaris externs comporta redefinir els tipus d'usuaris als quals s'adreça el servei:

- Corporatius (accés a zona privada, amb credencials).
- Estudiants i docents vinculats al Campus de l'Aigua (accés a zona privada, amb credencials).
- Estudiants, docents i investigadors universitaris no vinculats al Campus de l'Aigua.
- Estudiants i docents de primària i secundària (materials de divulgació amb orientació pedagògica).
- Proveïdors (polítiques d'empresa, dades econòmiques, memòries).
- Clients/consumidors (accés a zona privada, amb credencials).
- Ciutadans (materials divulgatius, notícies).

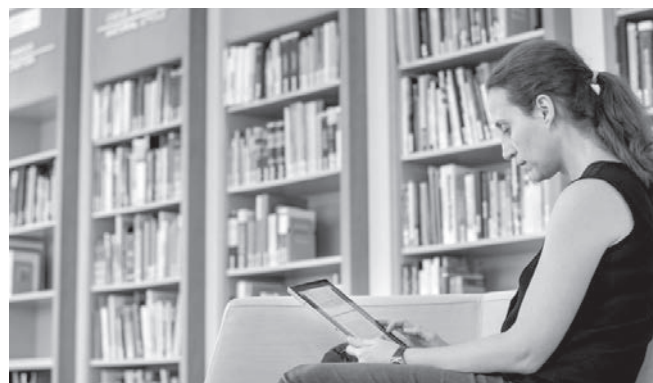


Figura 2. Centre de documentació CREA.

1.7 Orientació a l'usuari

El disseny de serveis es fa en funció de les necessitats de les persones que han d'utilitzar els serveis, independentment de la pertinença a un grup d'usuaris concrets.

Així, es defineixen un seguit de necessitats que cal satisfer:

- Necessito concentrar-me: reserva d'ordinadors i de lloc individual per a estudiar.
- Necessito treballar en equip: reserva de sales de treball en grup, videoconferència, dominis.
- Vull compartir coneixement: microllocs web, reserva de sala de conferències, espai d'exposicions, xarxes socials.
- Busco informació: portal web, servei de referència virtual, accés a bases de dades, accés al catàleg, servei de préstec, biblioteca virtual.
- Necessito treballar en un projecte: reserva de sales de treball, dominis, biblioteca virtual.
- Vull informació d'activitats: butlletí electrònic, aplicacions, xarxes socials.
- Vull organitzar una reunió: reserva de sales.
- Necessito tenir accés a documentació històrica: servei de digitalització de documents.
- Necessito crear un prototip: servei d'impressió en 3D.

2. Les Watson, *Better library and learning space: projects, trends and ideas*, London: Facet Publishing, 2013.

- Necesito relaxar-me: servei de cafeteria, *lounge*.
- Necesito assessorament: servei de recerca d'informació.

A partir d'aquesta llista de necessitats, es defineixen els serveis que cal oferir, tant en el vessant virtual com en el presencial. És a dir, es poden definir els requeriments per als serveis en línia alhora que es defineixen els requeriments per als espais físics a la nova seu.

1.8 Programa d'activitats

D'ençà que es va posar en funcionament a la nova seu, el CREA ha portat a terme un programa d'activitats estable en relació amb els reptes que presenta el futur de la gestió de l'aigua, per inspirar i aportar visió per a fer front als nous reptes del futur, des d'on es capta el coneixement i es teixeixen xarxes obertes de coneixement i experiència amb la societat.

Una línia d'activitat és CREA THEMES, que són cicles temàtics estratègics en àmbits sobre els quals podem establir objectius. Actualment, s'està treballant en el tema vinculat al trinomi «aigua, alimentació i energia». I juntament amb aquesta temàtica, també estem treballant en el tema «territori intel·ligent», posant el focus en la necessitat d'interrelacionar els diferents territoris i recursos a través de la governança, la gestió integrada de les dades i la visió circular del desenvolupament, per fer que el nostre planeta sigui tan sostenible i eficient com sigui possible.

Una altra línia d'activitat és CREA IN ACTION, centrada a dur a terme activitats i tallers per tractar algun dels vectors estratègics de l'empresa: digitalització, innovació, sostenibilitat i aspecte social. Aquesta línia d'activitat és molt dinàmica i enriquidora per als treballadors, ja que tenen l'oportunitat de difondre les iniciatives desenvolupades i transferir-les a la societat.

Finalment, s'ha obert un cicle de conferències, els CREA TALKS, espais des dels quals proposem noves converses, diàlegs amb ponents de prestigi que expliquen aspectes d'actualitat, visions alternatives, etc. Aquesta presentació s'acompanya d'un diàleg amb experts i moltes preguntes del públic, que és el que realment fa que aquestes sessions siguin altament interactives i enriquidores.

Es va començar l'activitat fa poc més de dos anys. En aquests dos anys s'han fet més de 250 activitats, que han tingut més de 6.500 assistents. Disposar d'un espai físic a la nova seu va ser l'oportunitat de desenvolupar, promocionar i difondre les activitats del centre de recursos.

En definitiva, aquest programa d'activitats és també un element definitiu per establir els requeriments espacials que han de definir el disseny interior dels espais, així com la política de comunicació corporativa.

2. Disseny interior i imatge de marca

La imatge de marca del CREA s'ha d'entendre com un conjunt de trets i característiques que en determinen la identitat amb una forta vinculació a la seva visió, missió i valors.

Basant-se en aquesta visió i en aquests valors, i entenent que la missió es concreta en aquest model de serveis, amb una pronunciada orientació a l'usuari, es va treballar en el disseny dels espais interiors, el mobiliari i l'equipament, entenent que tot plegat havia de contribuir a identificar la imatge de marca del CREA que es volia transmetre.

En el procés de disseny s'assumeix que l'estratègia de màrqueting per a la venda de qualsevol producte o servei passa per un procés d'aproximació del client al producte o servei.³ En aquest procés, quan ens referim a l'espai virtual hi intervé la interfície web, i el seu equivalent en el servei presencial és el disseny de l'espai interior.

3. Aat Vos, «Library refurbishment». En: Nolan Lushington, Wolfgang Rudolf, Liliane Wong, *Libraries: a design manual*, Basel: Birkhäuser, 2016, p. 96-101.

S'ENTÉN, PERTANT, L'ESPAI INTERIOR COM LA INTERFÍCIE QUE PERMET L' APROXIMACIÓ DE L'USUARI A ALLÒ QUE OFEREIX L'ORGANITZACIÓ, LA IMATGE QUE L'ORGANITZACIÓ VOL TRANSMETRE, I PER AIXÒ ÉS TAN IMPORTANT QUE EL DISSENY SIGUI COHERENT AMB LA IMATGE DE MARCA.

S'entén, per tant, l'espai interior com la interfície que permet l'aproximació de l'usuari a allò que ofereix l'organització, la imatge que l'organització vol transmetre, i per això és tan important que el disseny sigui coherent amb la imatge de marca.

En primer lloc, és necessari que hi hagi una atracció per entrar a l'espai. En segon lloc, es produeix un canvi de ritme que permet una predisposició i una obertura als productes i serveis que s'ofereixen. En tercer lloc, hi ha una distinció entre els diferents ambients o espais, en funció dels interessos de cada usuari. I, finalment, hi ha una interacció directa amb el producte o servei desitjat.

3. Definició d'espais al CREA

En el disseny d'espais del CREA es va intentar seguir aquest procés d'aproximació del client al producte o servei.

La nova seu és a l'edifici d'oficines D38 de la Zona Franca, projectat pel despatx de l'arquitecte japonès Arata Isozaki.⁴

Conjuntament amb l'equip d'arquitectes, en primer lloc es van definir les situacions que es volien oferir a l'usuari (espais de descoberta, de silenci i concentració, o d'intercanvi i interactivitat); a continuació, les característiques am-

bientals (il·luminació, nivell acústic, vistes...), i finalment, les especificacions tècniques del mobiliari i l'equipament (tipus de seients, tipus de taules, connectivitat...).

A continuació s'exposen els diferents usos, ambients i equipaments que es van anar definint i s'il·lustren amb fotografies del resultat final. El mobiliari i l'equipament es van triar tenint molt presents els valors que es volien transmetre i, alhora, els usos i les situacions que es volien propiciar.

3.1 Gravity point

Espai expositiu, de projecció i visualització de productes i serveis vinculats amb la temàtica del CREA, relacionat amb l'accés al recinte i la zona de venda automàtica.



Figura 3. Benvinguda.

Sala d'exposicions de productes i exposicions temporals. Agbar Broadcasting: Agbar TV, indicadors de negoci, notícies, etc. Venda automàtica: inicialment es preveia posar-hi la màquina de cafè, i al final s'hi va instal·lar una font d'aigua, ja que hi ha una important zona de cafè en un espai proper.

4. «D38 zona franca office, barcelona» [en línia]. Milà: designboom, 26/06/2012, <<https://www.designboom.com/architecture/arata-isozaki-d38-zona-franca-office-barcelona>> [Consulta 21/05/2018].



Figura 4. Pantalla informativa.

3.2 *Boulevard*

És un espai de treball en grup informal, *lounge*: espai creatiu per facilitar la interacció.



Figura 5. *Boulevard*.

Espai per a trobades informals i treball col·laboratiu dis-tès, propici per a descobriments casuals de noves in-formacions interessants (serendipitat). Punt de trobada (reunions d'equip, amb proveïdors...).

Sistema modular i flexible que permet reunions i tre-ball col·laboratiu informal, amb connexions elèctriques

incorporades (per a portàtils, telèfons intel·ligents i al-tres dispositius). És important el fet que es tracta d'un sistema de mòduls de dimensions reduïdes que per-met canvis en la distribució i configuracions al llarg del temps.



Figura 6. Punt de consulta digital interactiu.

Disposa de punt de consulta a la biblioteca digital inter-activa i accés a les prestatgeries amb recursos impres-os, la zona de premsa. Els documents de la biblioteca s'exposen agrupats en quinze temes estratègics.



Figura 7. Prestatgeries del centre de documentació CREA.

3.3 *Interactive CREA*

Espai per treballar en grup reduït, formal, virtual o presencial. Sales de reunions obertes per fomentar la participació i la cocreació.

És un espai amb una certa privacitat visual per a reunions de treball de grup reduït (sis persones), amb pantalles i tecnologia que permeten la interacció virtual amb agents no presencials. Té usos vinculats a l'Escola de l'Aigua: Genius Bar (servei d'informació), formacions, *coaching* i mentoria; i usos comercials: exposició de versions de demostració, noves línies de desenvolupament, presentacions a clients, etc.



Figura 8. Espai *Interactive CREA*.

Hi ha un sistema de taules tecnificades que incorporen pantalles per visionar continguts dels portàtils, així com per fer videoconferències.

Les sales estan delimitades per un sistema de mampares baixes, de 180 cm d'alçària, que permeten una certa privacitat (visual i acústica), sense deixar de formar part de l'espai obert, o oficina paisatge. Això permet definir la distribució de les sales de reunions independentment del sistema d'il·luminació (al sostre) i de climatització i, a la vegada, permet possibles canvis de distribució en el futur.

3.4 *Ateliers*

Són sales de treball en grup de mida mitjana, formal, presencial o virtual. Sales de reunions tancades per fomentar la participació i la cocreació.

És un espai amb privacitat acústica i visual per a reunions de treball de grups mitjans (8-12 persones) amb pantalles, projector i tecnologia que permeten la interacció virtual amb agents no presencials i presentacions.

Usos: tallers, pluja d'idees, espai de cocreació, formacions, etc.



Figura 9. Espai *Atelier*.

3.5 *Forum*

És un auditori de petit format per a activitats col·lectives, programades o informals: presentacions, projeccions i esdeveniments.

Lectures: bones pràctiques, TED Talks, projectes d'innovació... Projeccions: documentals, iniciatives, projectes... Esdeveniments: presentacions comercials, benvinguda a grups, trobades interdepartamentals...



Figura 10. *Forum.*

3.6 *Quiet area*



Figura 11. *Quiet area.*

És un espai per al treball individual de concentració prolongat en el temps, amb estació de treball individual que permet una privacitat i una comoditat màximes i, alhora, recursos tecnològics.

4. Reptes de futur

Amb vista al futur, el CREA té dos objectius. El primer és reforçar la xarxa de nodes CREA existents en la nostra organització. Per exemple, Dinapsis, el primer centre d'innovació impulsat per SUEZ i Hidraqua, i vinculat

a la gestió sostenible d'aigua i la terra, amb l'objectiu d'oferir noves solucions digitals que milloren la qualitat de vida de les persones que viuen a les ciutats i les visiten. Es tracta d'un espai dissenyat per operar, desenvolupar i mostrar solucions avançades en aquesta matèria. L'agenda d'activitats que s'hi duran a terme ajudarà a revitalitzar l'espai. Un altre node és el centre de tecnologia Cetaqua, que aprofita les sinergies per compartir-les i, també, col·labora per captar i transferir coneixement.

El segon objectiu és obrir el CREA a la societat. Actualment, es fa difusió del programa d'activitats a través del web www.espaciocrea.net, en el qual es publiquen els documents de cada activitat i es teixeix la xarxa de contactes. Però l'objectiu és anar més enllà de la consulta oberta del fons documental: es vol oferir una escolta activa a la societat per produir un programa d'activitats enfocat a respondre a les seves inquietuds.

5. Conclusions

El trasllat de seu d'Agbar va significar una oportunitat de transformar la cultura corporativa i establir noves maneres de treballar i de relacionar-se amb l'entorn.

En aquest procés de transformació la figura dels ambadors va ser clau per poder donar suport i acompanyament a tots els empleats i impulsar el canvi cultural dins de l'organització.

En aquest context de canvi, la reflexió estratègica que es va dur a terme al CREA a partir del nou model de servei va permetre establir el conjunt de trets i característiques que defineixen la imatge de marca del CREA, i que es concreten en la visió, la missió i els valors que en configuren la identitat.

La definició clara dels trets identitaris de la marca CREA i, també, l'establiment d'una estratègia clara i una cultura corporativa han estat imprescindibles per aconseguir

un disseny dels espais que respongui a les aspiracions del centre de recursos.

La fase inicial d'anàlisi organitzativa i de definició del que el CREA volia esdevenir ha estat clau en el procés de disseny dels espais. I també ho ha estat l'estratègia de màrqueting basada en un procés d'aproximació del client al producte o servei.

El resultat han estat uns espais acollidors i alhora innovadors que permeten treballar individualment o en grup, i dur a terme activitats, i alhora faciliten la interacció. Uns espais, en definitiva, dissenyats en funció de les necessitats de les persones que han de fer servir els serveis.

Els nous espais del CREA han esdevingut un punt de trobada obert a professionals i a totes les persones que tenen alguna connexió amb el món de l'aigua i el medi ambient. Alhora, han permès contribuir a la generació i la difusió de coneixement de valor i teixir una xarxa d'interacció entre l'empresa, la societat, els clients, els proveïdors, les empreses, les noves empreses, els centres de coneixement, l'educació, la recerca, la tecnologia, etc. I això els permetrà, en el futur immediat, activar aquest valor entre la ciutadania, la societat i el mercat.

Al CREA hi neixen i es comparteixen idees, es generen diàlegs, es mostren productes i es posa a disposició un fons documental físic i digital al voltant de l'aigua. Tot això, amb una visió oberta i global.

Bibliografia

LUSHINGTON, Nolan; RUDORF, Wolfgang; WONG, Liliane. *Libraries: a design manual*. Basel: Birkhäuser, 2016.

MELEWAR, T.C.; KARAOSMANOGLU, E. (eds.). *Contemporary thoughts on corporate branding and corporate identity management*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008.

RODRIGUEZ, Montse. *Gestión del cambio: caso Agbar y la ciudad del agua* [en línia]. Esade Creapolis, 2016. <<http://www.esadecreapolis.com/news/2016/6/27/gestin-del-cambio-caso-agbar-y-la-ciudad-del-agua>> [Consulta: 16/07/2018].

SANTESMASES MESTRE, Miguel. *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pirámide, 2009.

Vos, Aat. «Library refurbishment». En: LUSHINGTON, Nolan; RUDORF, Wolfgang; WONG, Liliane. *Libraries: a design manual*. Basel: Birkhäuser, 2016, p. 96-101.

— *3rd4all: how to create a relevant public space*. Rotterdam: NAI Publishers, 2017.

WATSON, Les. *Better library and learning space: projects, trends and ideas*. London: Facet Publishing, 2013. ■

```
ws.on("message", m => {
```

Veus

De les dades a la promoció digital de serveis:
estudis d'ús i d'usuaris aplicats a la millora de llocs web

```
if(a[1]){  
  if(clients.has(a[1])){  
    ws.send("connected");  
    ws.id = a[1];  
  }else{  
    ws.id = a[1]  
    clients.set(a[1], {clients (pos  
    ws.send("connected")  
  }  
}else{  
  let id = Math.random().toString()  
  ws.id = id;  
  set+(id, {client: {positi
```



De les dades a la promoció digital de serveis: estudis d'ús i d'usuaris aplicats a la millora de llocs web

Carles GIBERNAU

Cap de màrqueting digital per a Europa, Orient Mitjà, Àfrica i Amèrica Llatina, Elsevier (ELS)
c.gibernau@elsevier.com

Ciro LLUECA

Director de Biblioteca i Recursos d'Aprenentatge, Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
cllueca@uoc.edu

Mònica ZAPATA

Consellera delegada i directora d'experiència d'usuari, Optimyztet (OPT)
monica@optimyztet.com

Avui dia, a internet les unitats d'informació han d'oferir una presència eficaç i de qualitat. Això ho han de fer amb independència que tinguin caràcter merament informatiu dels serveis presencials, o que siguin el suport imprescindible per a la prestació de serveis en línia i la realització de transaccions remotes. El disseny, l'avaluació i l'optimització de llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils de biblioteques, centres de documentació i portals d'informació de tot tipus ha esdevingut un àmbit d'atenció creixent en tot el nostre col·lectiu professional.

Es tracta d'una preocupació transversal que implica tant els col·legues que des de posicions de gestió d'unitats d'informació fan encàrrecs per a dur a terme projectes de millora, com aquells perfils professionals que han de desenvolupar els projectes i els materialitzen dia a dia en els mateixos centres, sovint interactuant amb professionals externs en fases de creació o transformació del lloc web o aplicació.



En aquesta conversa triangular hem volgut reunir les perspectives d'un gestor de biblioteca que ha de gestionar el canvi de lloc web del seu servei; un responsable de continguts web i màrqueting digital del comerç electrònic d'una editorial, i una directiva d'una empresa especialitzada a oferir assessorament extern en el disseny web centrat en l'usuari i en la seva experiència.

De tots tres, en volem el punt de vista sobre la dificultat del pas de les dades d'ús i d'usuaris fins a les decisions i la promoció de serveis, justament en un àmbit en què la tecnologia ofereix una traçabilitat molt detallada dels usos gràcies a l'explotació dels registres cronològics, àmpliament disponibles gràcies a programes potents i gratuïts com ara Google Analytics, però en els quals no sempre és fàcil identificar els usuaris i les raons del seu comportament.

■ Quina és la vostra opinió, en general, del nivell de qualitat i eficàcia de la presència i la promoció o màrqueting digital de biblioteques, centres de documentació i altres unitats d'informació? Quines són les millors estratègies per combinar el màrqueting digital i el màrqueting presencial?

M.Z. (OPT)

Avui en dia internet i les grans empreses tecnològiques com ara Google i Amazon, amb les quals es pot fer i trobar gairebé qualsevol cosa, han fet que el nivell d'exigència dels usuaris vers l'accés i l'ús dels continguts sigui molt elevat. Per tant, per a biblioteques, centres de documentació i unitats d'informació, el llistó, pel que fa a la seva presència digital, és cada cop més alt. Malauradament, aquestes organitzacions no sempre ho tenen prou present i sovint obliden que avui en dia és tan important la qualitat del servei i activitat que es manté presencialment com la que es transmet en l'àmbit digital.

Possiblement, tot i que biblioteques, centres de documentació i unitats d'informació han estat sempre orientades de manera molt clara cap als usuaris, en l'àmbit digital no han sabut apropar-se del tot a les seves necessitats i patrons de comportament. Avui dia, pensar que l'usuari presencial és diferent de l'usuari digital no és realista, per això les accions presencials han d'estar vinculades i reforçar el coneixement de les eines i els espais digitals, i a la inversa. Tot ha d'estar connectat, tot ha de tenir un sentit i anar cap a un mateix objectiu: que els usuaris coneguin més i més bé les biblioteques, la seva activitat, els seus recursos, com accedir-hi i com fer-los servir.

C.G. (ELS)

Captar l'atenció dels nostres usuaris o clients és molt difícil. És per això que no ens podem permetre desaprofitar cap de les interaccions que fan amb nosaltres. Probablement, una de les estratègies més efectives és que totes les nostres accions, tant en línia com fora de línia, estiguin coordinades, de manera que cada punt de contacte amb l'usuari tingui un sentit definit que el faci avançar cap al nostre objectiu final, sigui quin sigui.

En un plantejament com aquest és vital tenir la capacitat de mesurar l'efectivitat de cadascuna de les accions.

Això és més senzill amb l'activitat en línia. Sovint, la contribució de les accions fora de línia és més difícil de mesurar, però com a professionals hem de ser capaços d'establir indicadors que ho permetin. D'aquesta manera, podrem optimitzar i valorar objectivament quines són les accions que realment tenen impacte.

C.L. (UOC)

No veig diferències importants entre biblioteques o serveis d'informació anàlegs. Tots ofereixen serveis o productes similars i, en correspondència, accions de difusió assimilables que són acceptables tenint en compte que el referent en aquest tipus de servei és el cercador Google. D'altra banda, no acabo de veure gaire clara la diferència entre màrqueting digital i presencial, tenint en compte que aquesta dicotomia és relativa només al canal o al format de les accions de promoció i no pròpiament a les accions. De fet, actualment, les estratègies de màrqueting solen combinar accions multicanal: presencials i digitals.

■ Actualment, en tots els àmbits es parla molt —també en el de les unitats i serveis d'informació i documentació de serveis centrats en l'usuari— de serveis definits per les dades que reflecteixen el comportament de l'usuari, de serveis basats en les dades (data-driven services), o de captació de l'experiència d'usuari (amb la sigla UX, omnipresent) com a condició de tot projecte de millora; però en quin grau tot aquest discurs es fa realitat a l'hora de modernitzar i actualitzar la presència digital de biblioteques, arxius, centres de documentació, etc.? Quins consells es podrien tenir en compte per no ignorar aquest discurs, o per no banalitzar-lo?

C.G. (ELS)

El primer que cal dir és que cada organització es troba en un grau diferent de maduració digital. Això vol dir que

no totes les organitzacions estan preparades en els àmbits tècnic, humà i cultural per tenir una activitat basada en les dades. Decidir quines dades ens interessin, saber-les analitzar per treure'n conclusions i accionar els canvis requereix unes habilitats i uns perfils professionals no sempre disponibles. Això és una realitat i s'ha de ser molt respectuós amb cada situació.

Dit això, em sembla inconcebible plantejar-se avui en dia una iniciativa digital sense el suport de les dades. Perquè, si no, quina és l'alternativa? Com prendrem les decisions? Al voltant de les dades hi ha moltes frases fetes que sovint són encertades. Però la meua preferida és aquesta de Jim Barksdale, fundador de Netscape: «Si tenim dades, mirem-les. Si només tenim opinions, la meua és la bona». I és que és així. Sense dades per analitzar, es fa el que digui la persona amb més poder, la que més crida o la més insistent.

En un context com l'actual només podrem obtenir recursos per als nostres projectes si som capaços de demostrar amb dades objectives l'impacte i valor que aportarem a l'organització.

M.Z. (OPT)

Certament, el concepte d'experiència d'usuari (UX) està molt explotat avui en dia, tothom en parla, tothom en sap, tothom opina, però cal dir que l'experiència d'usuari és molt més que un senzill, «m'agrada o no m'agrada», és més que una opinió. L'experiència d'usuari és en si mateixa una ciència, és la confluència de molts aspectes entrelligats que acaben succeint en una interfície i construeixen una experiència àgil, clara i enfocada als resultats.

Tenir en compte l'experiència de l'usuari en la definició de la presència digital de biblioteques, arxius o centres de documentació implica posar l'usuari en el centre de la presa de decisions. En primer lloc, cal conèixer-lo: com és, com es comporta, què necessita... Cal tenir molt

**DIT AIXÒ, EM SEMBLA INCONCEBIBLE
PLANTEJAR-SE AVUI EN DIA UNA INICIATIVA
DIGITAL SENSE EL SUPORT DE LES DADES.
PERQUÈ, SI NO, QUINA ÉS L'ALTERNATIVA? COM
PRENDREM LES DECISIONS?**

clara quina és la relació digital que té amb la biblioteca o la unitat d'informació, què n'espera i quins punts de contacte hi manté. Només si es té un coneixement exhaustiu de l'usuari i del seu mapa de recorregut (*journey*) en relació amb la biblioteca és possible definir la presència digital que més s'hi adiu. L'assoliment d'aquest equilibri entre el que l'usuari demanda i el que el centre ofereix amb la seva presència digital assegura en gran part una experiència d'usuari satisfactòria.

C.L. (UOC)

La diagnosi basada en l'experiència de l'usuari és un element més d'un ampli espectre destinat a la millora d'un canal digital, que habitualment és un lloc web, però també pot ser una aplicació mòbil, etc. Dit d'una altra manera: evidentment, no es pot anar contra l'usuari, però sovint és possible superar o complementar la diagnosi de l'usuari: o bé perquè l'usuari no coneix totes les opcions possibles o bé perquè té desconeixement del mitjà o de les possibilitats. Un exemple d'això últim el vaig viure fa poc: un usuari, acostumat al model d'Amazon, apreciava com a cosa molt positiva el fet de poder veure una valoració quantitativa (estrelletes, o puntuació d'altres usuaris) al costat dels resultats d'una cerca. Pot ser que aquest usuari no sàpiga que perquè aquest sistema funcioni cal una base enorme d'usuaris i, en aquest sentit, pocs catàlegs de biblioteques poden desplegar eficaçment un sistema que tingui en compte aquest tipus de valoració.

■ **Vivim un moment d'exaltació social de la importància de les dades, que es pot observar tant en l'explosió mediàtica del fenomen de les dades massives (les famoses *big data*), com en l'aposta per la cura de dades i continguts com a espai professional per a recórrer des del nostre col·lectiu. Ara bé, les dades són una matèria primera per a la presa de decisions que no són res sense anàlisi, sense capacitat de llegir-les amb un propòsit, amb una finalitat. Quines propietats ha de tenir un informe d'anàlisi del funcionament d'un lloc web o aplicació per tal que passem, segons les paraules d'Avinash Kaushik, de *web reporting* a *web analysis*?¹**

C.L. (UOC)

El mateix que s'aplica en la literatura professional tradicional a la confrontació entre la noció d'informació i la de coneixement. La informació o les dades permeten detectar tendències, comportaments, indicis. L'anàlisi que en fa una persona o una màquina permet prendre decisions. Així que si un document del repositori de la meua universitat ha estat descarregat mil vegades des de la Xina, és un indicador d'un gran volum de descàrregues, i qui sap si de lectures: és *reporting*. Que aquest document ha estat descarregat mil vegades, al mateix temps que la resta de documents del repositori, des d'un mateix conjunt d'adreces IP de la Xina és una mostra d'una descàrrega massiva que té poc a veure amb la política de difusió de la nostra recerca: és anàlisi. Que el sistema, a més, sàpiga decidir quan tallar aquest tipus d'accessos —si escau—, és presa de decisions.

M.Z. (OPT)

Les dades massives, com bé dieu, són un fenomen en boca de tothom. Avui dia són tan importants que ningú de l'era digital pot obviar la necessitat de fer servir les

1. Avinash Kaushik, «The difference between web reporting and web analysis» [en línia], *Occam's razor*, 04/04/2011, <<https://www.kaushik.net/avinash/difference-web-reporting-web-analysis/>> [Consulta: 14/07/2018].

dades per a prendre decisions. L'ús de la intel·ligència de negoci ens ha de permetre observar què passa al nostre voltant, comprendre per què succeeix, preveure què pot passar en un futur, valorar quines accions es poden dur a terme i, per últim, prendre decisions en conseqüència. És per això que un espai d'anàlisi d'un lloc web o aplicació ens ha de permetre valorar de forma clara aquests cinc aspectes, i això exigeix convertir les dades, la informació de què disposem en indicadors clau de rendiment (KPI).

Un informe que mostri informació sense transformar, sense contextualitzar, sense evidenciar espais de millora, és un informe que no ens serveix de res, ens dona informació banal, no digerida ni transformada en riquesa pel que fa a coneixement. En aquest sentit, sempre que treballem amb un informe d'anàlisi hem de tenir present que ha de mostrar de manera clara la situació actual, les tendències històriques i els indicadors clau de rendiment de l'organització per a poder prendre decisions instantànies i informades per al desenvolupament del negoci.

C.G. (ELS)

Un informe d'aquest tipus només és útil si ens dona els indicadors que són realment rellevants per al nostre cas concret. Però perquè sigui així, la premissa fonamental és que abans hem d'haver definit clarament què volem aconseguir (quin és el nostre objectiu) i què farà que ho aconseguim, cosa que es coneix com a *factors crítics d'èxit*. Sembla obvi, però malauradament no és una pràctica tan habitual com caldria.

És aleshores quan podem definir amb més claredat quins són els indicadors que realment ens permeten mesurar com ens acostem o allunyem de l'objectiu. La tria d'aquests indicadors és clau, perquè normalment volem centrar-nos en pocs indicadors: els que ens diguin coses sobre les quals podem prendre accions concretes i no els que ens diguin coses que ja han passat i sobre les quals no podem fer-hi res. Per exemple, el nombre

de correus electrònics enviats aquest mes és una dada sobre la qual ja no hi podem fer res. Ja s'han enviat. En canvi, saber que el percentatge de gent que es dona de baixa del nostre butlletí és molt alt ens indica que probablement tenim un problema amb el que estem fent i, per tant, hem de prendre accions correctores.

■ En quina mesura les estadístiques bàsiques de visites al lloc web d'una unitat d'informació serveixen per demostrar el seu impacte? Creieu que es fa una lectura correcta en aquells casos en què es fa una certa compensació entre el descens de les visites presencials i l'increment de les visites digitals?

M.Z. (OPT)

Les estadístiques bàsiques de visites d'un lloc web no són un reflex positiu o negatiu de res. Pot ser que un lloc web que estigui perfectament plantejat des d'un punt de vista d'experiència d'usuari tingui molt poques visites, per exemple, perquè se n'ha fet poca difusió o pel baix interès que té el contingut per als usuaris. De la mateixa manera, pot passar que un lloc web amb moltes mancances pel que fa a experiència d'usuari, tingui moltes visites. En aquest cas, ens haurem de fixar més en el temps que l'usuari passa al lloc web, en el flux de navegació, en les taxes de rebot que hi ha (on són i quantes n'hi ha), i en l'embut de conversió.

Pel que fa a la lectura que es fa sobre el descens de visites presencials comparat amb el creixement de visites digitals, és molt difícil respondre a aquesta pregunta sense parlar amb els usuaris, ja que estaríem fent supòsits no contrastats amb la realitat. Pot ser que no hi hagi una relació directa entre el descens d'un i l'ascens de l'altre, pot ser que no siguin els mateixos usuaris, que no tinguin les mateixes necessitats i, per descomptat, pot ser que no tinguin les mateixes característiques pel que fa a la conducta vers la necessitat de consulta d'informació (en línia *versus* fora de línia).

C.G. (ELS)

Sempre he estat escèptic respecte a l'interès d'indicadors com el nombre de visites a una web (tot i que entenc que hi ha casos en què poden ser rellevants, com per exemple en intranets corporatives i altres entorns tancats on hi ha una audiència predefinida). El que és realment rellevant és la qualitat de les visites. Idealment volem tenir visites que converteixin (sigui quina sigui la conversió que hem definit en cada cas). Un cas habitual de les webs en espanyol és que poden trobar-se amb percentatges molt alts de visites procedents de l'Amèrica del Sud quan el nostre públic objectiu és el local. En casos així, aquestes visites poden fer molt de goig en un informe, però l'únic que fan és distorsionar els indicadors realment rellevants com ara els percentatges de conversió. Són visites que no podem aprofitar. Tot el que no siguin visites de qualitat és soroll.

C.L. (UOC)

És un manera molt bàsica, molt primitiva, de mesurar l'impacte. Com ho són els préstecs de llibres, o el nombre de persones que travessa l'arc de seguretat d'una porta. Són elements quantitius que s'han de completar amb altres elements qualitius i que per si sols tenen una validesa mínima. Canviaria una idea nova d'un usuari que ha utilitzat el nostre centre per cent mil visites, presencials o en línia.

■ Parlem d'un concepte clau en la presència i el màrqueting digital d'empreses, però que en el món no comercial té menys reconeixement: la conversió. A grans trets, com creieu que haurien de definir els objectius de la seva presència digital les unitats d'informació per poder mesurar-ne l'eficàcia en termes de percentatge de conversions, entès com el nombre de visites sobre el total que acaben completant una acció o transacció que justifica el servei que ofereix el centre?

M.Z. (OPT)

La conversió en un context no comercial implica dur a terme algunes tasques clau com ara les visites, la captació de contactes que cedeixen dades, la finalització de processos, la descàrrega d'informació, etc. La conversió no és sempre un concepte lligat a un valor econòmic, la conversió és aconseguir l'objectiu o els objectius principals del lloc web. El problema és que moltes vegades aquests objectius no estan definits, o ni tan sols s'han plantejat.

C.G. (ELS)

Les conversions que ens interessin són les que realment tenen incidència en els nostres objectius com a organització o servei. Jo ho veig com un procés de dalt a baix en què un cop tenim clars els objectius globals de l'organització hem de definir com hi contribuïrem. O sigui, com es mesurarà a final d'any com de bé o malament ho hem fet. A partir d'aquí cal que identifiquem què ha de passar perquè puguem assolir aquests objectius (és el que anomenem *factors crítics d'èxit*) i assignar un nombre reduït d'indicadors a cada un d'aquests factors. Aquests indicadors, normalment, seran les conversions que voldrem optimitzar per tenir èxit. Conceptualment, hem de plantejar de manera global les nostres iniciatives com si fossin una mena d'embut cap on volem orientar el nombre màxim de persones.

C.L. (UOC)

Depenent de l'expectativa i l'ambició de la biblioteca. En el cas d'una biblioteca universitària: si al que aspira és a ocupar cadires en temps d'exàmens, la conversió és el nombre de cadires ocupades. Si al que aspira és a millorar les competències d'aprenentatge dels estudiants, la conversió és el percentatge d'excel·lents obtinguts entre els estudiants que usen els serveis de la biblioteca.

■ **Podríeu exemplificar alguna bona pràctica de disseny de la presència digital d'organitzacions i empreses que il·lustri casos d'èxit en què s'hagi fet un bon aprofitament del valor estratègic que té escoltar la veu dels usuaris? En quins moments s'apliquen aquestes pràctiques, com i per a què?**

C.G. (ELS)

Amb els usuaris, s'ha de diferenciar entre què diuen i què fan. Habitualment són dues coses diferents. Entenc la utilitat que poden tenir, en casos concrets, eines com grups de discussió (*focus groups*) o enquestes, però em sento molt més còmode prenent decisions a partir de les dades d'eines analítiques que ens diuen de manera objectiva com els nostres usuaris interactuen amb els nostres productes digitals. O sigui, el que realment fan i no el que diuen que fan o farien.

Un cas habitual són les decisions sobre el redisseny gràfic d'un lloc web. Colors, imatges, missatges o posició dels elements estan subjectes a opinions subjectives. Amb uns tests deixem que siguin els usuaris els que ens diguin quina és la combinació que realment converteix. Això és prendre decisions basades en dades. El mateix passa amb l'anàlisi d'entrades de cerca i navegació. Ens donen una informació molt valuosa de com i què esperen trobar els usuaris. Afortunadament, avui en dia hi ha un gran nombre d'eines al nostre abast, i a un preu molt assequible o directament gratuïtes, que ens permeten tenir molta visibilitat de què fan els usuaris.

M.Z. (OPT)

Des d'Optimizet, precisament, la nostra obsessió és aquesta, dissenyar experiències digitals amb i per als seus usuaris. Sovint, quan comencem a treballar amb una organització o empresa i diem que no els podem ajudar a definir el seu projecte si no parlem amb els usuaris finals, intenten convèncer-nos que no és necessari, que ells ja

tenen tota la informació. Però quan ens fan confiança i ens deixen posar l'usuari en el centre de la presa de decisions, s'adonen que les possibilitats d'èxit del projecte es multipliquen. En els darrers anys nosaltres hem ajudat empreses com Ikea, ING Direct, el Futbol Club Barcelona i diverses marques del grup Inditex a prendre decisions estratègiques pel que fa a la seva presència digital a partir de la implicació dels seus propis usuaris. A poc a poc, les organitzacions han anat entenent que l'usuari ha de ser present de principi a fi del projecte, des que es planteja a escala estratègica fins que surt a producció i, fins i tot, en el dia a dia que el segueix. I aquesta és la clau, sens dubte.

C.L. (UOC)

Sense menystenir les polítiques de col·lecció, que tenen la seva funció, actualment bona part de les col·leccions digitals de les biblioteques es formen a partir de les preferències dels lectors. Un llibre s'ofereix en un catàleg. Si no es descarrega mai, desapareix del catàleg o només es manté si té un cost mínim. Si es descarrega molt, s'adquireix a perpetuitat. El mateix passa amb pel·lícules, publicacions periòdiques o música.

■ **Com podem superar la temptació de caure en les analítiques web vanitoses (*vanity metrics*) com a conseqüència de la lectura d'estadístiques de visites obtingudes amb programes com Google Analytics? Com haurien d'acotar i definir els seus plans de mesurament les unitats d'informació per tal que aquestes estadístiques siguin una ajuda a la millora contínua i un instrument per retre comptes del seu funcionament?**

C.L. (UOC)

En primer lloc, amb la selecció d'un conjunt d'indicadors que donin resposta a l'estratègia de l'organització. Difícilment aquests indicadors provindran del *reporting*: les dades fredes de visites, sense elements qualitius re-

SENSE MENYSTENIR LES POLÍTIQUES DE COL·LECCIÓ, QUE TENEN LA SEVA FUNCIO, ACTUALMENT BONA PART DE LES COL·LECCIONS DIGITALS DE LES BIBLIOTEQUES ES FORMEN A PARTIR DE LES PREFERÈNCIES DELS LECTORS.

latius. En segon lloc, observant amb distància aquestes mètriques, és clar que a tots ens agrada rebre moltes visites als nostres llocs web, perquè això justifica i premia el nostre esforç, però la realitat és molt complexa, i la percepció qualitativa d'un servei sovint té més pes en les decisions estratègiques. A la meua institució som fans de Google Analytics, per descomptat, però la valoració que fan els nostres usuaris (i que recollim via enquestes) o la percepció dels professionals que hi treballen justifiquen molts dels canvis que duem a terme.

C.G. (ELS)

Tenir una clara definició d'objectius realment vinculats al negoci i ser-ne responsable és el millor antídoto contra les analítiques web vanitoses. Ja ho he mencionat anteriorment. Hem de seleccionar aquells indicadors que realment ens diuen si ens acostem o ens allunyem de l'objectiu que hem definit. Reportar dades com el nombre de visites o pàgines vistes sense que hi hagi cap context, normalment, no serveix de gaire. Un exemple: captar mil nous prospectes amb una campanya ens pot semblar fantàstic, però un cop posats en relació amb el que hem invertit per aconseguir-los ens pot fer veure que en realitat estem pagant un preu per contacte que mai serà rendible. Aquest és el tipus d'anàlisi que realment ens permetrà gestionar la nostra activitat. Un cas similar passa amb les xarxes socials. El nombre de seguidors o fans, com a indicador, no ens aporta pràcticament cap valor. El que volem saber, per exemple, és quant ens costa cada seguidor o quina és la seva reactivitat a les nostres comunicacions.

M.Z. (OPT)

Les organitzacions han de ser conscients que Google Analytics no té sentit si no està ben parametritzat, si la informació que s'hi mostra no està filtrada d'acord amb les necessitats i els objectius de negoci. Molts cops et trobes amb organitzacions i empreses de gran rellevància que tenen l'anàlisi implementada sense aplicar-hi cap lògica i sense definir ni tan sols esdeveniments sobre les accions i processos clau del lloc web.

Novament, això passa per tenir una bona definició de la presència digital de l'organització i, per tant, l'estratègia digital que ha de sostenir els objectius tangibles del lloc web. Com dèiem abans, els indicadors clau de rendiment han de ser l'ingredient essencial per a la definició dels plans de mesurament d'unitats d'informació, aquests indicadors de rendiment del lloc web són els que ens ajudaran a tenir una visió clara del passat, present i futur i, per tant, ens ajudarà a prendre les decisions adients de cara a possibles evolucions i millores del lloc web enfocats a perfeccionar l'experiència d'usuari i la conversió.

■ Parlem d'un tema complicat i debatut: la preservació de la privacitat a internet, en general i en particular, en centres que poden saber el comportament informacional dels usuaris, com ara biblioteques, arxius i similars. Creieu que en aquest entorn digital hauríem de redoblar els esforços per adaptar els principis ètics tradicionals de la professió sobre anonimització de les dades dels usuaris? Cal fer adaptacions en els entorns dels programes d'anàlisi web per mantenir aquest compromís professional amb la privacitat de les dades dels usuaris?

C.G. (ELS)

Operem en un entorn legal que defineix molt clarament el que és permès i en quines condicions. Respectant aquests límits, em sembla totalment legítima la captació

i anàlisi de les dades per millorar els productes i serveis que oferim als nostres usuaris. No aprofitar-se'n per a oferir continguts personalitzats i màxima rellevància en els resultats o campanyes personalitzades em semblaria deixar perdre oportunitats per millorar el servei. El sentit últim de la nostra professió ha estat la rellevància. Ara, gràcies al potencial d'accés a les dades dels nostres usuaris, estem en condicions d'oferir els serveis que aporten valor.

C.L. (UOC)

Crec que no cal redoblar aquests esforços. He sentit alguna assessoria jurídica discutir sobre si un catàleg bibliogràfic pot contenir els noms dels autors d'una publicació sense demanar-los prèviament permís. També és sorprenent el dubte d'alguns vicerectors de recerca sobre si es poden publicar o no les tesis doctorals als repositoris, quan hi ha una llei de la ciència que ens hi obliga. Ja no parlo de la incapacitat de molts centres per desplegar polítiques que permetin reutilitzar les dades procedents de la recerca pública. Les biblioteques hem estat i som molt garantistes en el compliment de la privacitat de les dades dels nostres usuaris, i no crec que ningú ens hagi de donar lliçons d'aquesta conducta ètica de primer curs de professionalitat. Anonimitzar les dades dels usuaris, tal com demana la legislació —i la pura lògica—, és una pràctica saludable que protegeix suficientment els nostres usuaris.

M.Z. (OPT)

A priori la privacitat no s'ha de veure amenaçada si el compromís es manté, de fet tampoc és rellevant el comportament aïllat dels usuaris, sinó de manera acumulada. A Optimyzet involucrem els usuaris individualment a través de mètodes de recerca qualitius i quantitius, però el tractament de les dades sempre s'acaba fent de manera totalment anònima, perquè al capdavall ens interessa detectar tendències i patrons.

Un altre tema és el que puguin fer certs llocs web amb les nostres dades per a oferir-nos productes, serveis o continguts. Però la personalització tal com l'entendem avui en dia passa forçosament per aquí. El perill és quan aquestes dades es venen a tercers o s'usen per a fins diferents dels que té l'organització o empresa que els obté. En aquest sentit, malauradament, és probable que estiguem poc informats o que no llegim prou que acceptem quan naveguem per internet. De fet, la majoria d'usuaris accepten la política de galetes sense ni tan sols llegir-la i segurament sense ni saber a què fa referència exactament.

■ Parlant en general, quin tant per cent de responsabilitat tenen els estudis d'ús i d'usuari en l'èxit d'un projecte de millora de la presència digital d'una organització de dedicació? Creieu que es té en compte això quan es fan pressupostos d'inversió per dur a terme aquests projectes?

M.Z. (OPT)

Un percentatge molt elevat. Avui en dia, plantejar un projecte digital sense tenir en compte l'experiència d'usuari és jugar-se-la a cara o creu. És pensar que la sort i la intuïció seran al nostre costat i tot funcionarà només perquè el que pintem ens agrada. Qualsevol projecte digital està pensat per a interactuar amb l'usuari i, per tant, el seu paper és essencial a l'hora de prendre decisions, és per això que hauria d'estar sempre al centre de la presa de decisions quan fem un nou plantejament d'interfície digital.

Pel que fa als pressupostos, cada vegada més les organitzacions tenen sensibilitat vers l'estudi dels usuaris, però això no significa que totes ho facin o que ho tinguin en compte en la mesura adequada (no sempre els pressupostos són suficients per a l'abast dels projectes). Això sí, cal dir que amb el pas dels anys hi ha molt de terreny guanyat, però encara molt per recórrer.

QUALSEVOL PROJECTE DIGITAL ESTÀ PENSAT PER A INTERACTUAR AMB L'USUARI I, PERTANT, EL SEU PAPER ÉS ESSENCIAL A L'HORA DE PRENDRE DECISIONS, ÉS PER AIXÒ QUE HAURIA D'ESTAR SEMPRE AL CENTRE DE LA PRESA DE DECISIONS QUAN FEM UN NOU PLANTEJAMENT D'INTERFÍCIE DIGITAL.

C.L. (UOC)

Depèn de l'organització i els recursos que pugui destinar-hi. Abans d'engegar un lloc web, una biblioteca o un servei d'informació de qualsevol organització de grans dimensions, farà una diagnosi d'usos, un estudi d'usuaris, una anàlisi de *benchmarking* i un projecte d'arquitectura de la informació. En canvi, una petita biblioteca o arxiu d'un petit municipi agafarà un Wordpress i començarà a publicar. I farà molt ben fet.

C.G. (ELS)

Fonamentar un projecte en opinions hauria de ser una cosa del passat. No entenc com algú, davant d'un nou projecte, pot no tenir interès a estudiar-ne els usuaris: qui són, quins hàbits tenen, com estan solucionant el problema que intentem resoldre, etc. I si ja es té presència i es vol millorar: com ens fan servir, què busquen, com ho troben... La meua experiència és que les organitzacions digitalment madures això ho tenen bastant interioritzat. Aquesta fase de descoberta la tenen integrada d'una manera o altra en els seus projectes. Hi ha la consciència que els costos superiors en temps i diners que això implica repercuteixen dràsticament en el retorn del projecte al llarg de la seva vida.

■ Sovint els projectes de creació o millora de llocs web es plantegen com una operació d'una sola etapa, però una vegada llençada la nova versió es produeix una manca de seguiment dels usos i usuaris de cara a la millora contínua. Quin paper hi poden jugar les diverses tècniques de captura de dades en aquestes etapes en què hi ha menys glamur, però que són fonamentals per al manteniment de la qualitat i l'eficàcia de l'estratègia de la presència a internet d'una organització? Quins perills cal tenir en compte i com es poden evitar?

C.L. (UOC)

És una pregunta excel·lent. Una vegada vaig sentir l'arquitecta Benedetta Tagliabue lamentar-se que els projectes arquitectònics que li encarreguen no inclouen presupost per a la revisió posterior de les obres, quan al cap de cinc anys ja hi ha entrat la gent a viure i s'han detectat disfuncions o elements millorables fruit de la veritable experiència d'ús. No parlava d'errors greus, estructurals, sinó de millores, de correccions sovint estètiques. Idealment tot projecte tecnològic hauria de tenir associada una inversió permanent per mantenir-se o evolucionar. Lamentablement la realitat ens demostra que aquesta mesura és excepcional.

M.Z. (OPT)

Aquesta és una realitat que malauradament es repeteix en moltes organitzacions. Es treballa en els projectes de principi a fi, tenint en compte els plantejaments estratègics de l'organització i la vinculació amb l'experiència d'usuari, però no es fa un seguiment continu a posteriori, que permeti detectar espais de millora. En aquest sentit, a banda de fer un seguiment analític, sempre és recomanable fer-ne un de més qualitatiu, basat en les proves de l'usuari amb la interfície, per tal de rebre informació de retorn de manera directa, sense plataformes pel mig que puguin esbiaixar les respostes o puguin

mostrar informació parcial. Un altre cop, per al seguiment i la millora contínua d'una interfície digital, el millor és parlar-ne amb els usuaris, posar-los al centre de la presa de decisions i saber com pivotar la direcció del projecte en funció dels nous escenaris, les noves necessitats de l'usuari i la mateixa evolució del context digital.

C.G. (ELS)

Els projectes digitals han de ser bàsicament iteratius en el sentit que han de ser d'un aprenentatge continu. Tot i que el disseny, organització o funcionalitats del nostre producte estiguin basades en dades objectives, sempre hauran de superar el primer contacte amb l'usuari. I és molt possible que encara hàgim de fer molts ajustos. Personalment, soc molt partidari de sortir amb el producte mínim que ens puguem permetre com a negoci. I a partir d'aquí analitzar amb usuaris reals què està passant i anar optimitzant i millorant el producte. En el món digital, com abans estiguem interactuant amb els nostres usuaris, millor!

La meua experiència és que moltes organitzacions no tenen definits uns indicadors clars de la contribució al negoci de la seva presència a internet. I davant d'això és difícil defensar davant l'equip directiu la necessitat dels recursos que ens permetran aquesta optimització de la presència a internet. Cap directiu decidirà no proporcionar els recursos necessaris a una iniciativa que aporti valor evident a l'organització. És la responsabilitat d'un professional demostrar amb indicadors objectius l'impacte de les seves iniciatives digitals. ■

Telescopi

El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca





El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca

Natividad MUNTANER SANS

Unitat de Projectes, Secció Xarxa de Biblioteques, Consell Insular de Mallorca
nmuntaner@conselldemallorca.net

Article rebut el març de 2018; revisat l'abril de 2018.

Resum: S'analitza la situació actual de les biblioteques públiques de Mallorca en relació amb el màrqueting bibliotecari com a mitjà per donar més visibilitat a les biblioteques i assegurar-ne la continuïtat. Mallorca és una de les zones més ben preparades per fer el salt de la societat digital a la societat cognitiva, el 89,3 % de les llars tenen accés a internet i la cobertura 4G arriba al 99 % del territori. Es detalla quina és la situació de la participació a internet de les biblioteques públiques analitzant el web del Consell de Mallorca, els webs municipals, els microllocs web i les principals eines que fan servir les biblioteques per fer màrqueting digital.

Paraules clau: biblioteques públiques, Mallorca, màrqueting bibliotecari, màrqueting digital, societat digital, xarxes socials, visibilització.

El marketing digital y las bibliotecas públicas de Mallorca

Resumen: Se analiza la situación actual de las bibliotecas públicas de Mallorca con relación al marketing bibliotecario como medio para dar mayor visibilidad a las bibliotecas y asegurar la continuidad de las mismas. Mallorca es una de las zonas mejor preparadas para dar el salto de la sociedad digital a la sociedad cognitiva, el 89,3 % de los hogares tienen acceso a internet y la cobertura 4G abarca el 99 % del territorio. Se detalla cuál es la situación de la participación en internet de las bibliotecas públicas analizando la web del Consejo de Mallorca, las webs municipales, los microwebs y las principales herramientas que utilizan las bibliotecas para hacer marketing digital.

Palabras clave: bibliotecas públicas, Mallorca, marketing bibliotecario, marketing digital, redes sociales, sociedad digital, visibilización.

Digital marketing and public libraries in Majorca

Abstract: The current situation of the public libraries of Majorca in terms of library marketing is analysed in order to afford greater visibility to the libraries and to ensure their continuity. Majorca is one of the best prepared areas to make the leap from the digital society to the cognitive society, since 89.3 % of homes there have Internet access, and 4G connection covers 99 % of the territory. It describes the state of public participation in public libraries by analysing the website of the Consell de Mallorca (Government of Majorca), municipal websites, microwebs and the main tools used by libraries for digital marketing purposes.

Key words: digital marketing, digital society, library marketing, Majorca, public libraries, social media, visibility.

Introducció

Mallorca és l'illa més gran de la comunitat autònoma de les Illes Balears. Està formada per 53 municipis i té una població de 863.304 habitants.¹ Podem dir que la població es troba fortament dividida entre els que viuen a Palma, la capital, el 47,08 % de la població, i els que viuen als altres municipis de Mallorca, el 52,92 % de la població.

La distribució entre els pobles és la següent:

Habitants	Municipis	Habitants	
<2.000	13	456.812	52,98 %
2.001-5.000	13		
5.001-10.000	10		
10.001-20.000	11		
20.001-100.000	5	406.492	47,08 %
>100.001	1		
	53	863.304	

Taula 1. Habitants totals de Mallorca.

Només hi ha tres municipis que actualment no tenen una biblioteca municipal. Aquests són: Ariany (854 hab., actualment la biblioteca roman tancada), Escorca (217 hab.) i Estellencs (305 hab.).

Totes les biblioteques municipals formen part de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, amb excepció de les biblioteques dels ajuntaments de Palma, Alcúdia, Costitx i Deià, amb les quals es mantenen diversos contactes i col·laboracions.

L'Ajuntament de Palma té una xarxa formada per vint biblioteques i ha signat diversos convenis de col·laboració

en matèria de biblioteques amb el Consell de Mallorca, per exemple el carnet únic de biblioteca que permet utilitzar el carnet d'usuari indistintament a les dues xarxes.

A hores d'ara la Xarxa de Biblioteques de Mallorca la formen 49 municipis i 70 punts de servei de biblioteca,² entre els quals cal comptabilitzar la Biblioteca de Cultura Artesana (BCA), que depèn del Consell de Mallorca i està ubicada a Palma. En els seus inicis fou una biblioteca especialitzada i actualment és una biblioteca pública més.

La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears³ disposa l'àmbit competencial que correspon a cada administració pública, deixant, a grans trets, a l'Administració de la comunitat autònoma la coordinació dels sistemes insulars de biblioteques públiques. Els consells insulars exerceixen les competències sobre els sistemes insulars de biblioteques i els serveis de suport a la lectura pública, ajudant les biblioteques del seu àmbit competencial. Així, pel que fa a l'illa de Mallorca, els pressupostos per a l'adquisició de fons de les biblioteques municipals, amb excepció de la Xarxa de Biblioteques Municipals de Palma i les no incloses en la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, provenen majoritàriament del Consell de Mallorca, ja que les partides municipals són generalment reduïdes.

El Consell de Mallorca proporciona els fons a través de contractes de subministrament de llibres, materials audiovisuals i publicacions periòdiques. També disposa de línies de subvencions anuals per a activitats culturals i per a la millora dels equipaments bibliotecaris de les entitats locals i dels organismes públics que en depenen.

Les biblioteques públiques són de titularitat municipal, a excepció de la BCA i la Biblioteca Pública de l'Estat (BPE) de Palma, i pel que fa a la creació i gestió, depenen dels ajuntaments. El personal de la biblioteca

1. Dades extretes de l'Instituto Nacional de Estadística [en línia], <<http://www.ine.es/>> [Consulta 01/03/2018].

2. Definició d'acord amb la metodologia seguida per l'Instituto Nacional de Estadística.

3. Illes Balears, *Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears*. Disponible a: *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, núm. 170 (30/11/2006).

depèn del mateix ajuntament i la majoria de les instal·lacions tenen una sola persona al seu servei. D'altra banda, anualment, el Consell de Mallorca fa cursos de formació especialitzada en temàtica bibliotecària dirigits a aquest personal.

Una gran part de les activitats que es fan a les biblioteques municipals són desenvolupades pel mateix personal amb els recursos de la biblioteca, i són complementades per les activitats subvencionades pel Consell de Mallorca.

Cal destacar que un 27,1 % de la població de Mallorca té carnet de biblioteca i un 28 % d'aquests són usuaris actius.⁴

En aquesta anàlisi no s'ha tingut en compte la BPE de Palma, Can Sales, per les seves característiques especials quant a públic, dimensions i personal. Cal assenyalar que la BPE de Palma tampoc forma part de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, ja que és de titularitat estatal i la gestiona el Govern de les Illes Balears fins que no es faci efectiu un possible traspàs al Consell de Mallorca, com s'ha fet amb la BPE de l'illa de Menorca.

1. El màrqueting i les biblioteques

1.1 Què entenem per màrqueting

Les biblioteques públiques tenen molt interioritzat que cal tenir visibilitat no tan sols dins l'Administració pública corresponent sinó també dins de la societat, en què han de tenir un paper imprescindible, i per això ja fa anys que es parla de màrqueting bibliotecari.

CAL DESTACAR QUE UN 27,1 % DE LA POBLACIÓ DE MALLORCA TÉ CARNET DE BIBLIOTECA I UN 28 % D'AQUESTS SÓN USUARIS ACTIUS.

Les Directrius IFLA/UNESCO per al desenvolupament del servei de biblioteques públiques de l'any 2001⁵ ja tenen en compte la necessitat de la participació dels usuaris, la publicitat i difusió de les biblioteques, així com la política d'atenció als clients. El capítol sis el dediquen íntegrament a la gestió i comercialització de la biblioteca pública.

El màrqueting engloba els conceptes de comunicació, promoció i publicitat.⁶ Fa referència al procés de planificació d'un producte o servei i tot allò relacionat amb els factors que n'afavoreixen la penetració i la consolidació en un mercat, així com les eines per millorar l'estratègia i el model de negoci. Tots aquests aspectes s'han de recollir en el pla de màrqueting.

El pla de màrqueting és la guia d'actuació a llarg termini. Parteix d'una «escolta activa» i descripció inicial de l'entorn i de la situació de l'organització, i s'amplia amb la incorporació dels objectius, les estratègies i accions que ha de complir i aplicar l'empresa, i finalment acaba amb l'avaluació dels resultats.

El màrqueting bibliotecari es pot definir com les activitats que fa la biblioteca per tal d'identificar les necessitats d'informació i satisfer-les de manera rendible i, fins i tot, anticipant-se a la demanda d'aquesta informació. «És el pont entre què ofereixen les biblioteques i què n'esperen els usuaris, i cal estar disposats a comunicar de manera constant tot el que els bibliotecaris són capaços de fer per respondre a les necessitats dels usuaris».⁷

4. Dades elaborades a partir de: *Las Bibliotecas públicas españolas en cifras* [en línia], <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>> [Consulta 10/04/2018].
5. <<https://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>>.
6. Miguel Santesmases Mestre, *Marketing: conceptos y estrategias*, Madrid: Pirámide, 2012.
7. Nieves González Fernández-Villavicencio, «Qué entendemos por usuario como centro del servicio [en línia]: estrategia y táctica en marketing», *El profesional de la información* (2015), núm. 24, p. 5-13, <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/01.html>> [Consulta: 15/01/2018].

La biblioteca ha de tenir una política de màrqueting escrita que inclogui els següents punts:

1. Objectius i estratègies.
2. Classificació i segmentació dels usuaris i serveis a prestar.
3. Selecció dels mitjans que es faran servir: canals de comunicació i difusió de continguts.
4. Recursos econòmics i humans.
5. Pla d'acció: elaboració d'indicadors i cronogrames que permetin avaluar el funcionament del pla.
6. Avaluació.
7. Difusió i comunicació dels resultats.

La publicitat es fa servir per donar a conèixer els serveis i les activitats, però amb el màrqueting es pretén que els usuaris tinguin la necessitat de fer servir els serveis i fidelitzar-los per tal de conèixer les expectatives que tenen posades en la biblioteca i ajustar-se a les necessitats detectades. Això fa que hi hagi d'haver una planificació sistemàtica al llarg del temps, desenvolupada en diverses fases i amb resultats mesurables, sempre comptant amb la implicació de tot el personal i amb la incorporació dels destinataris i la seva opinió.

El màrqueting bibliotecari serveix per a:

- Millorar la imatge de la biblioteca, construir una imatge de marca.
- Donar a conèixer els serveis i productes de la biblioteca.
- Adequar els serveis i productes de la biblioteca a les necessitats reals dels usuaris.
- Augmentar el grau de satisfacció.
- Fidelitzar i augmentar el nombre d'usuaris.
- Assegurar la permanència de la biblioteca.

1.2 Del màrqueting al màrqueting digital

Amb l'avenç tecnològic que comporta l'aparició d'internet i l'eclosió de les xarxes socials, el màrqueting ha evolucionat cap al màrqueting digital. S'ha evolucionat des de la web 1.0, estàtica i aparador de productes i serveis, a l'anomenada web 2.0, en què, gràcies a les xarxes socials, la comunicació és bidireccional. Internet s'ha convertit en una gran comunitat, a més de ser un mitjà de recerca d'informació.

El màrqueting digital inclou totes les accions i estratègies publicitàries o comercials que es duen a terme en els mitjans i canals d'internet: webs, blogs, xarxes socials, etc. Les noves eines permeten immediatesa i la possibilitat del mesurament real de cada estratègia seguida.

Ara el centre d'opinió és l'usuari. Els canvis més profunds són:

- El públic objectiu de la biblioteca s'ha ampliat, ja no és la comunitat que físicament acut a la biblioteca, sinó que es fa una interacció més àmplia a través de la web 2.0.
- S'ha diversificat el trànsit web. Malgrat que els cercadors continuen sent les principals fonts de visites web, han aparegut altres fonts de contingut com són els xats, els blogs, les xarxes socials, els wikis, etc.
- Descentralització de la generació i difusió de contingut. A més de la pàgina web institucional com a principal font d'informació, han aparegut plataformes secundàries que han d'estar vinculades a la pàgina web principal.
- S'ha passat del nombre de visites al web a la conversió. En un principi, la principal mètrica del màrqueting digital era el nombre de visites a la pàgina web. Actualment hi ha multitud de mètriques associades, com és per exemple la mesura dels objectius del nombre de les visites. Totes aquestes mètriques ens donen informacions qualitatives i quantitatives per controlar l'abast i èxit o fracàs de l'estratègia de màrqueting digital seguida.

1.3 Principals avantatges del màrqueting digital per a les biblioteques

Aquesta nova estratègia per donar visibilitat a les biblioteques, l'augment de la difusió de les activitats i un més bon posicionament social té els avantatges següents:

- Costos assequibles per a la biblioteca. Generalment queden reduïts al temps del personal.
- Més capacitat de control, optimització i avaluació de les estratègies seguides.
- Més flexibilitat i dinamisme, amb la possibilitat d'introduir canvis ràpidament.
- Segmentació específica i personalitzada dels destinataris.
- Facilitació de la interacció i proximitat amb el públic.
- Permet un mesurament molt exacte.
- No té limitació geogràfica.
- Accessibilitat al servei les 24 hores del dia.
- Ajuda a generar confiança en les biblioteques.
- Es pot mesurar la rendibilitat de la inversió (ROI).

Si les biblioteques estan més ben valorades socialment, les administracions públiques també consideraran la necessitat d'augmentar els pressupostos i els recursos que s'hi destinen. Aquesta valoració pot suposar directament la continuïtat dels centres o el tancament, sigui de manera temporal o definitiva.

2. El màrqueting digital i les biblioteques públiques de Mallorca

2.1 La societat digital a Mallorca

Segons l'informe *Sociedad Digital en España 2017*,⁸ l'Estat espanyol està preparat per fer el salt de la societat

digital a la societat cognitiva, una societat en què l'experiència i l'avaluació de l'usuari generen un coneixement que permet, alhora, informació i serveis a mida.

A partir d'aquest informe, es pot dir que les Illes Balears són la comunitat més ben connectada, ja que el 99 % del territori té cobertura 4G. El 89,3 % de les llars tenen accés a internet, el 87,8 % de les llars tenen accés a banda ampla, el 63 % dels habitants de les Illes Balears compren per internet, el 78,6 % cerquen informació sobre béns i serveis i el 50 % dels joves consumeixen entre el 90 % i el 100 % del seu temps en la xarxa sobre una pantalla mòbil. A més, un de cada dos habitants de les Illes Balears interactua amb les administracions públiques a través d'internet per a obtenir informació.

Tots els ajuntaments de l'illa disposen de pàgina web. Gairebé tots els ajuntaments formen part de l'anomenat Tic Mallorca, el Consorci de Tecnologies de la Informació i de les Comunicacions. A través d'aquest consorci mantenen al dia, entre d'altres, el web municipal i la implantació de les seues electròniques municipals i els portals de transparència.

Així, les biblioteques municipals disposen del suport del consorci Tic Mallorca, del suport del Consell de Mallorca a través de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, i dels mitjans tècnics per dur a terme el màrqueting digital. Els usuaris potencials d'aquestes biblioteques disposen de connexió a internet a la llar i cada dia fan més transaccions a través dels telèfons i les tauletes digitals.

2.2 Principals eines del màrqueting digital empleades per les biblioteques públiques de Mallorca

Aquesta anàlisi es basa en les principals eines que avui en dia usen les biblioteques municipals i que tenen un cost nul pel que fa a la inversió econòmica en tecnologia,

8. *Sociedad digital en España, 2017* [en línia], Madrid: Fundación Telefónica; Ariel, 2017, <https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/625/> [Consulta: 05/02/2018].

ja que totes les biblioteques de Mallorca disposen d'ordinadors amb connexió a internet i, per tant, el possible cost, majoritàriament seria el temps de dedicació específica del personal treballador del centre. Cal assenyalar que hi ha infinitat d'eines i que aquí només se n'han analitzat les principals, que alhora no són excloents, per això trobarem biblioteques que fan servir més d'una eina.

2.2.1 Web

Web del Consell de Mallorca

El web del Consell de Mallorca, *www.conselldemallorca.net*, és el web recopilatori d'informació sobre les biblioteques municipals de Mallorca. Les biblioteques hi figuren com a tema principal a la mateixa pàgina principal. Està estructurat en dues seccions: *Biblioteques* i *Dipòsit legal*. Pel que fa a les biblioteques, té les següents seccions:

1. Competències
2. Què feim?
3. La Xarxa de Biblioteques de Mallorca
4. On som?
5. Ajudes i subvencions
6. Base de dades d'activitats de promoció de la lectura
7. Biblioteca virtual

Dins del darrer apartat, *Biblioteca virtual*, hi ha:

1. Directori de biblioteques
2. Catàlegs
3. Carnet
4. Tràmits en línia
5. Serveis
6. Patrimoni bibliogràfic
7. Recomanat
8. Xarxes socials
9. Agenda

9. <<https://twitter.com/bibliomallorca>>.

10. <<https://www.pinterest.es/bibliomallorca/>>.

EL WEB DEL CONSELL DE MALLORCA EL PODEM DEFINIR COM EL NODE D'INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ SOBRE LES BIBLIOTEQUES DE MALLORCA I ELS SERVEIS I LES ACTIVITATS QUE OFEREIXEN.

Aquest és un web institucional molt potent que té darrere un suport informàtic específic que s'encarrega d'aspectes més tècnics com ara el posicionament web. Recull el màxim d'informació de les biblioteques i alhora està enfocat a l'usuari, que pot fer preguntes directament a través del web. El fet de treballar en xarxa fa que els serveis es puguin donar de manera col·laborativa, com per exemple, la creació de l'*Agenda*, que emplena directament el personal bibliotecari per mitjà de l'extranet de biblioteques. Així, a l'*Agenda* hi ha recollides totes les activitats que es fan a les biblioteques de la Xarxa de Biblioteques de Mallorca.

En consultar aquest web, els usuaris tenen una àmplia informació de les dades i els serveis de totes les biblioteques. Alhora poden accedir a un seguit d'informacions, tant pel que fa als serveis bibliotecaris com a la difusió dels fons, que serien molt difícils de crear per a una sola biblioteca. Cal destacar especialment l'apartat *Recomanat*. Així, es creen documents i reculls d'informació que poden utilitzar les biblioteques implicant-hi les col·leccions bibliogràfiques de totes les biblioteques de la xarxa.

Aquest portal és el nucli per arribar a les biblioteques, als microllocs web de les biblioteques, als catàlegs i a les xarxes socials utilitzades.

Des de la Xarxa de Biblioteques del Consell de Mallorca es varen crear els perfils *Bibliomallorca* a les xarxes socials Twitter⁹ i Pinterest¹⁰ per difondre les biblioteques

i alhora establir una comunicació més directa i propera amb la societat. També es fan servir ginys per mostrar de manera integrada a la pàgina web les imatges i els vídeos guardats en els taulers virtuals de Pinterest. D'altra banda, s'enllaça el marcador social Delicious, empleat per a seleccionar els webs recomanats.

El web del Consell de Mallorca el podem definir com el node d'informació i comunicació sobre les biblioteques de Mallorca i els serveis i les activitats que ofereixen.



Figura 1. Biblioteca virtual <<http://www.conselldemallorca.net/>>.

Web municipal

Els webs municipals són la principal via d'entrada digital a la biblioteca des dels mateixos municipis. Aquests webs tenen el màxim suport tècnic i institucional per la seva pròpia naturalesa i són la via per la qual els ajuntaments mostren als habitants què són i què fan. En aquests moments, tots tenen un portal de transparència i cada vegada permeten més comunicació administrativa de manera directa.

La biblioteca no deixa de ser un servei municipal de compliment obligat per a les administracions públiques

de més de 2.000 habitants.¹¹ La manera com s'inclou la biblioteca al portal municipal és molt variada, i es pot agrupar en tres situacions:

1. Exclusivament figura en el directori de contactes i proporciona les dades bàsiques.
2. Té una secció pròpia dins el web i proporciona dades de contacte i altres continguts com ara l'horari, la història i la descripció de fons.
3. Enllaça directament amb el microlloc web de la biblioteca.

A vegades hi ha solucions mixtes, és a dir, a la portada s'enllaça el microlloc web de la biblioteca i al directori es proporcionen les dades bàsiques de contacte. Es pot donar el cas que des de la secció pròpia no hi ha enllaç al microlloc web.

Molt pocs ajuntaments tenen l'enllaç a la biblioteca a la portada del web i fan falta un parell de clics per arribar-hi.

	Sí	No	Sí %	No %
Portada	17	33	34 %	66 %
Secció pròpia	29	21	58 %	42 %
Adreça	41	9	82 %	18 %
Telèfon	44	6	88 %	12 %
Correu electrònic	30	20	60 %	40 %
Horari	34	16	68 %	32 %
Enllaça microlloc web	15	35	30 %	70 %
Enllaça web XBM	3	47	6 %	94 %
Xarxes socials	13	37	26 %	74 %
Catàleg	8	42	16 %	84 %
Carnet en línia	0	50	0 %	100 %
Agenda activitats	17	33	34 %	66 %
Novetats	3	47	6 %	94 %
Altra informació	20	30	40 %	60 %

Taula 2. Totals web municipal.

11. Illes Balears, *Llei 19/2006,...* op. cit.

Clics	Webs	
1	19	38 %
2	15	30 %
3 o més	16	32 %

Taula 3. Clics.

Un total de disset ajuntaments tenen l'agenda d'activitats del municipi a la pàgina principal i generalment hi posen les activitats que es desenvolupen a la biblioteca. En aquests casos és el personal de la biblioteca l'encarregat de comunicar a l'Ajuntament les activitats programades. Per tant, en el 66 % dels casos cal acudir a altres mitjans per informar-se de les activitats que es fan a la biblioteca.

Microlloc web de la biblioteca

A hores d'ara, 17 biblioteques tenen un microlloc web propi de la biblioteca, això vol dir que el 66 % de les biblioteques no disposen d'aquest aparador virtual. Aquest web està creat i mantingut per iniciativa del personal bibliotecari amb criteris propis, generalment utilitzant la plataforma proporcionada per la Xarxa de Biblioteques de Mallorca. El microlloc web ha de funcionar com a eix central de l'estratègia de màrqueting digital i és el lloc de contacte per aconseguir trànsit des de les xarxes socials pròpies. És cap a on apunten la web del Consell de Mallorca i les webs municipals i el lloc on es recollirà la informació més estàtica de les biblioteques.

Cercadors

Són la principal eina de màrqueting perquè són el principal mitjà que utilitzen els usuaris per arribar a la informació cercada. De manera generalitzada, Google és el més utilitzat en l'actualitat, seguit del cercador Bing. Per a poder posicionar amb èxit un portal web o blog a les primeres posicions dels cercadors és imprescindible dur a terme accions de posicionament orgànic (SEO) o de pagament (SEM).

Actualment, quan es fan cerques, les primeres posicions dels resultats són per al portal de biblioteques del Consell de Mallorca.

Publicitat amb display

Són els panells publicitaris del món digital. Es basa en bàners o anuncis de diferents mides i formats que ocupen un espai destacat en els llocs web de manera atractiva i cridanera.

Màrqueting per correu electrònic

És l'enviament massiu de correus electrònics, una de les eines més conegudes i utilitzades però que ja no es fa servir tant a causa de l'abús comercial dels darrers anys. Generalment es fa a partir de bases de dades pròpies i permet un contacte directe amb els usuaris de les biblioteques o els seguidors de les xarxes socials.

Blogs

Actualment hi ha sis biblioteques que fan servir un blog. Aquesta és una bona eina per centralitzar les campanyes de màrqueting digital, per atreure usuaris i convertir-los en usuaris actius mitjançant la generació de continguts de valor. Aquests blogs són complementaris a altres eines i serveixen per a donar publicitat a les campanyes.

Facebook

Aquesta xarxa permet compartir informacions amb un ampli ventall de públic i fer un seguiment de què es diu i comenta. Hi ha 29 biblioteques municipals, el 59 % del total, que la fan servir activament. D'aquestes, la majoria tenen pàgina de Facebook i, en concret, cinc biblioteques fan servir l'opció de perfil. És la xarxa social més usada i la que primer es va fer servir. Darrerament, algunes biblioteques han començat a activar-se, mentre que d'altres mantenen el perfil inactiu.

EL MICROLLOC WEB HA DE FUNCIONAR COM A EIX CENTRAL DE L'ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL I ÉS EL LLOC DE CONTACTE PER ACONSEGUIR TRÀNSIT DES DE LES XARXES SOCIALS PRÒPIES. ÉS CAP A ON APUNTEN LA WEB DEL CONSELL DE MALLORCA I LES WEBS MUNICIPALS, I EL LLOC ON ES RECOLLIRÀ LA INFORMACIÓ MÉS ESTÀTICA DE LES BIBLIOTEQUES.

Twitter

És un dels mitjans utilitzats per Bibliomallorca. Serveix per a relacionar-se directament amb els ajuntaments, ja que a hores d'ara l'utilitzen 39 ajuntaments. Es difonen les activitats de les biblioteques per mitjà de Bibliomallorca, els ajuntaments i deu biblioteques que ja tenen perfil actiu.

Hi ha una bona comunicació entre Bibliomallorca, les biblioteques i els ajuntaments i tots se segueixen mútuament. És l'eina que ha experimentat més creixement i ha incrementat fortament la visualització i difusió de les biblioteques.

Pinterest

És la xarxa social generalment utilitzada per difondre novetats, clubs de lectura, guies de lectura, etc. A hores d'ara l'utilitzen Bibliomallorca i quatre biblioteques municipals, que mantenen una sèrie de taulers de manera compartida. A poc a poc va augmentant el nombre de seguidors. Aquesta xarxa destaca per la visualització dels continguts, l'atractiu visual i la facilitat d'incorporació a altres serveis virtuals.

Altres xarxes utilitzades en molta menys mesura són, a tall d'exemple, YouTube, Issuu i, darrerament, Instagram.

Municipi	Habitants	Punts biblioteca	Micro-lloc web	Facebook	Blog	Twitter
Escorca	217	0	0	0	0	0
Estellencs	305	0	0	0	0	0
Banyalbufar	495	1	0	0	0	0
Deià	637	1	0	1	0	0
Fornalutx	663	1	0	1	0	0
Ariany	854	0	0	0	0	0
Búger	1.046	1	0	1	0	0
Costitx	1.247	1	0	0	0	0
Lloret de Vistalegre	1.277	1	0	1	0	0
Mancor de la Vall	1.449	1	0	1	1	0
Santa Eugènia	1.653	1	1	0	0	0
Vallde-mossa	1.950	1	0	0	0	0
Puigpunyent	1.997	1	0	0	0	0
Sant Joan	2.064	1	0	0	0	0
Maria de la Salut	2.159	1	0	1	0	0
Llubí	2.206	1	0	1	0	0
Campanet	2.512	1	0	1	0	0
Petra	2.794	1	1	0	0	0
Montuïri	2.836	1	0	0	0	0
Vilafranca de Bonany	3.047	1	0	0	0	0
Sencelles	3.154	1	0	1	1	0
Sineu	3.641	1	1	1	1	1
Selva	3.869	4	0	1	0	0
Consell	3.962	1	0	1	0	0
Ses Salines	4.860	2	0	0	0	0
Esporles	4.942	1	1	1	0	0
Porreres	5.256	1	0	0	0	0
Algaida	5.430	1	1	0	0	0

Lloseta	5.799	1	0	1	0	0
Bunyola	6.636	1	0	1	0	1
Muro	6.829	1	1	0	0	0
Santa Maria del Camí	7.062	1	0	1	0	1
Artà	7.541	1	1	1	1	1
Binissalem	8.143	1	0	1	0	1
Sant Llorenç des Cardassar	8.328	3	0	1	0	0
Campos	10.418	1	1	1	0	0
Andratx	10.930	1	1	0	0	0
Son Servera	11.265	2	0	1	0	1
Capdepera	11.267	2	1	1	0	1
Santanyí	11.348	2	0	1	0	0
Santa Margalida	11.801	2	1	1	0	0
Sa Pobla	12.793	1	0	1	1	0
Sóller	13.936	1	0	0	0	0
Pollença	16.157	2	1	1	0	0
Felanitx	17.333	2	1	0	0	1
Alcúdia	19.395	1	1	1	0	0
Inca	31.255	1	0	0	0	0
Llucmajor	35.513	2	0	0	0	0
Marratxí	36.383	2	0	0	0	1
Manacor	41.095	3	1	1	1	0
Calvià	49.063	7	1	1	0	1
Palma	406.492	20*	1	0**	0	0**
Total	863.304	90	17	29	6	10

*No s'inclou ni la Biblioteca de Cultura Artesana de Consell Insular de Mallorca ni la BPE de Palma

**Hi ha biblioteques de la xarxa municipal que tenen perfil propi a Facebook i a Twitter.

Taula 4. Resum general. Dades elaborades a 03 de març de 2018. No s'han comptabilitzat els perfils inactius.

3. Conclusions

El màrqueting posa l'atenció sobre la població perquè és essencial per a la continuïtat i l'augment de les biblioteques. La nova realitat de les biblioteques demana que hi hagi una part física adequada i una part virtual accessible a tothom les 24 hores del dia els 365 dies de l'any; és a dir, la biblioteca híbrida.

El factor humà i l'actitud proactiva és de vital importància, ja que el servei que rebin és el que farà que es confii més en la biblioteca. El servei a l'usuari és la trobada personal, ja sigui presencialment, per telèfon, correu electrònic o a través de les xarxes socials. El grau de satisfacció d'aquesta trobada és el que determinarà, en gran mesura, la fidelització dels usuaris de la biblioteca. A hores d'ara aquesta trobada és principalment física i en molta menys mesura virtual.

La presència a internet de les biblioteques municipals, en gran part, depèn del Consell de Mallorca i del web municipal. En aquest moment, el 66 % de les biblioteques municipals no tenen microlloc web propi, la informació que hi ha al web municipal és mínima i la presència a les xarxes socials és molt incipient.

El Consell de Mallorca, com a institució competent amb més recursos i mitjans, té un paper molt important com a difusora de les biblioteques i els seus serveis, i és un dels impulsors de la visualització de les biblioteques dins la societat. També té un paper destacat en la cada vegada més important virtualitat de les biblioteques, proporcionant els mitjans i la formació tècnica del personal bibliotecari. De l'anàlisi de les xarxes socials de l'esmentada Bibliomallorca se'n desprèn que hi ha un increment de seguidors (sobretot particulars), de la quantitat de visualitzacions, de les interaccions i també del trànsit cap al web de biblioteques, malgrat que de moment no hi ha cap indicador que permeti mesurar si aquest increment es tradueix posteriorment en un increment en el nombre de carnets i de préstecs, en les visites a les biblioteques i en la participació en les activitats. Pel que

fa a la Xarxa de Biblioteques de Mallorca, el que sí que s'ha pogut constatar és un increment del 6 % en la creació de nous carnets. També hi ha un increment constant en el nombre d'usuaris del servei de llibres electrònics de la plataforma eBiblio Illes Balears. És a dir, el vessant virtual de les biblioteques cada vegada pren més força.

D'altra banda, d'aquesta anàlisi se'n desprèn que la presència a internet de les biblioteques no depèn del nombre d'habitants ni de la quantitat de punts de serveis de la biblioteca. Així, en aquest cas, les dues biblioteques que més presència tenen a internet i fan ús de les xarxes socials són les dels municipis d'Artà i de Sineu, que tenen 7.541 i 3.641 habitants respectivament.

Es pot concloure que cal més implicació i conscienciació sobre la necessitat d'adaptació de les biblioteques en l'entorn digital a Mallorca, on el 89,3 % de les llars tenen connexió a internet i és el principal mitjà de cerca d'informació. La prescripció en línia de lectura s'utilitza després de la recomanació d'amics i familiars, en què creix la lectura en suport digital, i el nombre de lectors de llibres en temps lliure s'ha incrementat fins al 60 %.¹³

El màrqueting va més enllà de la biblioteca i depèn de la cultura organitzativa institucional. S'ha avançat molt, però queda molt per fer i les biblioteques tenen al seu abast una gran quantitat de possibilitats per donar a conèixer el seu gran potencial. És feina de totes les administracions públiques posar tots els mitjans tècnics i humans perquè això sigui una realitat.

Bibliografia

BARÓMETRO de hábitos de lectura y compra de libros en España, 2017 [en línia]. [Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2018]. <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/libro/mc/observatoriolect/estudios-e-informes/elaborados-por-otras-entidades-con-la-colaboracion-del-ministerio/lectura.html>> [Consulta: 09/03/2018].

BIBLIOTECAS públicas españolas en cifras [en línia]. [Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018]. <<http://www.mecd.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>> [Consulta: 10/04/2018].

CARVAJAL Cantero, M.A., *et al.* «Marketing bibliotecario [en línia]: 10 campañas exitosas de la Biblioteca Universitaria de Huelva en los medios sociales». *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31, núm. 111 (2016), p. 147-159. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 09/01/2018].

DIRECTRICES IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2002.

FERNÁNDEZ-GARCÍA, Jesús. «Diseño e implementación de un plan de social media marketing (o marketing 2.0) en la Biblioteca de la Universidad de Cádiz» [en línia]. Tesis de máster. Universidad Carlos III de Madrid, 2011. <<http://eprints.rclis.org/16456/>> [Consulta: 10/02/2018].

FERNÁNDEZ Marcial, Viviana. «Marketing interactivo y bibliotecas» [en línia]. En: *Nuevas tecnologías en bibliotecas y archivos*. A Coruña: Universidade da Coruña, Servicio de Publicaciones, 2011, p. 201-218. <<http://hdl.handle.net/2183/13107>> [Consulta: 01/02/2018].

GÓMEZ GÓMEZ, Antonio Agustín. «Encuentros y desencuentros en las redes sociales [en línia]: la experiencia de la Biblioteca Provincial de Huelva». *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31 (2016), núm. 111, p. 27-48. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 15/01/2018].

GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. «Biblioteques i màrqueting en xarxa» [en línia]. *Bid: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (2009). <<http://bid.ub.edu/23/gonzalez1.htm>> [Consulta: 11/01/2018].

— «Qué entendemos por usuario como centro del servicio [en línia]: estrategia y táctica en marketing». *El profe-*

sional de la información (2015), núm. 24, p. 5-13. <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/01.html>> [Consulta: 15/01/2018].

—«Un plan de marketing no es un plan de comunicación» [en línea]. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, vol. 31, núm. 111, (2016), p. 8-26. <<https://www.aab.es/publicaciones/bolet%C3%ADn-aab/bolet%C3%ADn-111/>> [Consulta: 15/01/2018].

ILLES BALEARS. *Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears*. Disponible a: *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, núm. 170 (30/11/2006).

SANTESMASES MESTRE, Miguel. *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide, 2012.

SOCIEDAD digital en España, 2017 [en línea]. Madrid: Fundación Telefónica; Ariel, 2017. <https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/625/> [Consulta 10/02/2018]. ■

Telescopi

La xarxa de biblioteques de Menorca





La Xarxa de Biblioteques de Menorca

Joana Maria GARAU SOBRINO

Cap de Secció d'Arxius i Biblioteques, Consell Insular de Menorca

joana.garau@cime.es

Article rebut el març de 2018; revisat l'abril de 2018.

Resum: La Xarxa de Biblioteques de Menorca (XBM) es creà el 1985 i en l'actualitat està integrada per vuit biblioteques, un centre de lectura i el Servei Coordinador de Biblioteques del Consell Insular de Menorca. En l'article es presenta cadascuna de les biblioteques públiques, la història i composició de la XBM i el Catàleg Bibliogràfic de les Illes Balears. La part central tracta de les activitats de promoció més destacables i originals que es duen a terme a la XBM. La difusió de l'activitat i la informació de les biblioteques a través dels mitjans convencionals i digitals és fonamental per a la comunicació amb els ciutadans, per la qual cosa es destaca el paper del web de la XBM, Bibliomenorca, com a eina central.

Paraules clau: Xarxa de Biblioteques de Menorca, biblioteques públiques, activitats a biblioteques, webs de biblioteques, xarxes socials, difusió, comunicació, Bibliomenorca.

La Red de Bibliotecas de Menorca

Resumen: La Red de Bibliotecas de Menorca (RBM) se creó en 1985 y actualmente está integrada por ocho bibliotecas, un centro de lectura y el Servicio Coordinador de Bibliotecas del Consejo Insular de Menorca. Se presenta cada una de las bibliotecas públicas, la historia y composición de la RBM y el Catálogo Bibliográfico de las Islas Baleares. La parte central trata de las actividades de promoción más destacables y originales que se llevan a cabo en la RBM. La difusión de la actividad y la información de las bibliotecas a través de los medios convencionales y digitales es fundamental para la comunicación con los ciudadanos, por lo que se destaca el papel de la web de la RBM, Bibliomenorca, como herramienta central.

Palabras clave: Red de Bibliotecas de Menorca, bibliotecas públicas, actividades en bibliotecas, webs de bibliotecas, redes sociales, difusión, comunicación, Bibliomenorca.

The Minorca Library Network

Abstract: The Minorca Library Network (MLN) was founded in 1985 and is comprised of eight libraries, a reading centre and the Library Coordination Service, which belongs to the Island Council of Minorca. Each one of the public libraries is described, the history and the composition of the MNL and the Bibliographic Catalogue of the Balearic Islands are presented. The main part deals with the most noteworthy and original promotional activities that are carried out in the MLN. The dissemination of the libraries' activity and information about them through conventional and digital media is essential to communicate with the citizens, thus making the MLN website a key tool.

Key words: Minorca Library Network, public libraries, activities in libraries, libraries websites, social media, dissemination, communication, Bibliomenorca.

Introducció

Menorca, amb una extensió de 694,75 km², és la segona illa en grandària de la comunitat autònoma de les Illes Balears; té una població de 91.170 habitants¹ i una densitat de 131,23 hab./km². Dels vuit municipis que hi ha, els dos més grans concentren la major part de la població: la capital, Maó, situada a la part oriental, té 28.161 habitants, i Ciutadella, a l'extrem occidental, en té 28.838.

La tendència actual de la demografia menorquina és la dispersió de la població en petits nuclis residencials. Sant Lluís és el cas més evident, menys del 40 % dels seus habitants viuen en el nucli. A l'altre extrem, Es Migjorn Gran concentra el 88 % de la població en el nucli urbà.

La dimensió reduïda del territori caracteritza el funcionament vertebrador de les institucions menorquines. L'estructura en vuit municipis i un consell insular facilita la presa de decisions mancomunades i la creació d'una gran quantitat de serveis compartits. El Consell Insular de Menorca actua com a coordinador i, en molts casos, com a motor d'arrencada.

En les darreres dècades, l'economia menorquina, que tradicionalment havia pivotat sobre la indústria i l'agricultura, s'ha reorientat envers els serveis, entre els quals tenen un paper preponderant les activitats turístiques. Atès que la major part dels visitants cerquen com a element principal de la seva estada la platja i el bon temps, es tracta d'un sector marcat per l'estacionalitat. Aquesta concentració productiva en un espai aïllat provoca la insuficiència del mercat laboral insular i d'aquesta manera és tradicional l'arribada de treballadors amb les seves famílies, que durant diversos mesos fan augmentar la població de l'illa de manera apreciable i posen a prova la capacitat dels serveis públics, entre els quals hi ha les biblioteques.

TOTS ELS MUNICIPIS DE MENORCA DISPOSEN DE SERVEI DE BIBLIOTECA PÚBLICA DE TITULARITAT MUNICIPAL, EXCEPTE MAÓ, QUETÉ UNA BIBLIOTECA PROVINCIAL. AQUESTES BIBLIOTEQUES, JUNTAMENT AMB EL SERVEI COORDINADOR DE BIBLIOTEQUES, CONFIGUREN LA XARXA DE BIBLIOTEQUES DE MENORCA.

Tots els municipis de Menorca disposen de servei de biblioteca pública de titularitat municipal, excepte Maó, que té una biblioteca provincial. Aquestes biblioteques, juntament amb el Servei Coordinador de Biblioteques, configuren la Xarxa de Biblioteques de Menorca. Tot seguit se'n descriuen les característiques, les activitats més destacades que duen a terme i com es promociónen dins la societat menorquina.

1. Les biblioteques públiques de Menorca

L'any 2017 la XBM tenia 52.816 usuaris, es van fer 157.164 préstecs i les biblioteques van rebre un total de 329.626 visites,² entre presencials i virtuals.

1.1 La Biblioteca Pública de Maó

La Biblioteca Pública de Maó és la biblioteca central insular de Menorca. Va ser creada mitjançant la reial ordre de 21 de novembre de 1861, amb la finalitat de custodiar i conservar els llibres i arxius provinents de la desamortització dels convents. És, per tant, arxiu i biblioteca

1. Instituto Nacional de Estadística, *Cifras oficiales de población resultantes de la reversión del Padrón municipal a 1 de enero, Illes Balears* [en línia], <<http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2860>> [Consulta: 20/02/2018].

2. No s'hi inclouen les dades de la biblioteca de Ciutadella, a causa d'una avaria al comptador de persones.

Biblioteca	Població	Documents	Superfície m ² útils	Usuaris total	Usuaris actius	Visites	Préstecs	Préstecs digitals	Personal	Personal (jornades)
Alaior	9.097	21.461	192,00	4.135	1.425	28.996	15.785	22	2	1,50
Es Castell	7.343	19.917	250,00	2.188	675	14.450	6.736	4	2	1,64
Ciutadella	28.838	44.953	623,00	12.550	3.585	0	39.229	277	5	4,50
Ferreries	4.633	19.957	300,00	2.126	878	24.340	13.786	65	2	1,28
Maó	28.161	123.472	1.000,00	25.713	4.535	121.512	59.999	695	9	9,00
Es Mercadal		13.475	242,40	1.356	451	15.679	6.281	90	2	1,50
Fornells		6.013	52,00	350	81	1.637	443	0	1	0,25
Suma Es Mercadal + Fornells	4.788	19.488		1.706						
Es Migjorn	1.356	10.788	126,50	944	264	5.322	2.530	0	1	0,57
Sant Lluís	6.954	24.183	234,00	3.454	1.127	14.602	11.163	59	2	1,50
TOTAL	91.170	284.219	3.020	52.816	13.021	226.538	155.952	1.212	26	21,74

Taula 1. Extracte de les dades estadístiques de 2017 de la Xarxa de Biblioteques de Menorca.³

provincial —a les Balears n’hi ha dues, la Biblioteca Pública de Palma i la de Maó.

La biblioteca és de titularitat estatal i forma part de la Xarxa de Biblioteques Públiques de l’Estat. L’any 1985 se’n transferí la gestió al Govern de les Illes Balears. La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears, establí que cadascuna de les illes havia de tenir una biblioteca central que depengués del consell insular respectiu.

Per tal de fer efectiu aquest mandat, l’any 2011 es transferiren les competències de gestió de la Biblioteca Pública i Arxiu Històric de Maó —formen una unitat administrativa— al Consell Insular de Menorca, amb la promulgació de la Llei 3/2011, de 25 de març, de delegació de competències al Consell Insular de Menorca de les facultats que, com a administració gestora, exerceix ara l’Administració de la comunitat autònoma de les Illes Balears en relació amb el

Museu de Menorca i la Biblioteca Pública i l’Arxiu Històric de Maó, institucions culturals de titularitat estatal. Posteriorment, el Mapa de Lectura de Menorca (2011) la designà biblioteca central insular: «El fet de ser la dipositària del Dipòsit Legal de Menorca a la vegada que disposa d’un fons antic d’importància, fa que tingui el fons bibliogràfic més important de Menorca i és, per tant, la biblioteca idònia per a ser la Biblioteca Insular de Menorca» (article quart).

Després d’una important reforma, l’any 1948 la biblioteca i l’arxiu es traslladaren a can Mercadal, una casa senyorial del segle XVIII ubicada a la part més antiga de la ciutat.

1.2 Les biblioteques municipals de Menorca

Tot i que la Biblioteca Pública de Ciutadella va ser creada per l’Ajuntament l’any 1952 i dotada amb un fons fundacional per la Dirección General de Archivos y Bibliotecas,

3. Font: Servei Coordinador de Biblioteques i Biblioteca Pública de Maó.

no començà a funcionar amb normalitat fins al gener de 1956. Després d'ocupar diversos edificis, l'any 1989 s'ubicà a la Casa de Cultura de Ciutadella, on comparteix espai amb altres equipaments municipals. És la biblioteca central urbana del municipi més poblat de l'illa.



Figura 1. Racó de Petits lectors de la Biblioteca Pública de Ciutadella.

Uns anys abans, el 1945, l'Ajuntament d'Alaior posà en marxa la seva biblioteca municipal, impulsada per un grup de persones de la població. Tanmateix, l'any 1931 "la Caixa" ja hi havia instal·lat la primera biblioteca, que funcionà fins al 1993, data en què traspassà el fons a la biblioteca municipal. Des de 1996, aquesta ocupa la planta baixa de Can Salort, un antic palau del segle XVII situat al centre històric, compartint edifici amb la seu de l'extensió universitària de les Illes Balears.

L'any 1955 "la Caixa" obrí la primera biblioteca a es Mercadal. El 1974 l'entitat bancària la cedí a l'Ajuntament, passant a ser de titularitat municipal. Després d'ocupar diversos llocs, el 2009 s'instal·là en un espai ampli i modern.



Figura 2. Biblioteca Pública des Mercadal.

L'estiu de 1967, gràcies a les gestions i al ferm compromís de la bibliotecària, arxivera, arqueòloga i investigadora Maria Lluïsa Serra Belabre —directora de la Biblioteca Pública i Arxiu Històric de Maó—, quedà constituïda la xarxa insular de biblioteques municipals amb la inauguració de les biblioteques des Castell, Ferreries i Sant Lluís. D'aquesta manera, Menorca esdevenia un dels pocs indrets de l'Estat amb biblioteca a tots els municipis. A partir d'aquell moment, només en mancava a es Migjorn i Fornells —poblacions aleshores dependents des Mercadal.⁴

Des de 2016, la Biblioteca Pública des Castell està situada en els baixos d'un edifici amb unes vistes privilegiades al port de Maó.

A més del seu propi fons, la Biblioteca Pública de Ferreries gestiona el fons bibliogràfic i audiovisual del Fons Menorquí de Cooperació. Com les altres, després d'ocupar diverses ubicacions, d'ençà de 2002 està situada en els baixos d'un immoble de nova planta, ampliat fa poc.

4. Joana M. Garau Sobrino, «Maria Lluïsa Serra Belabre: alma mater de la Biblioteca de Sant Lluís» [en línia], *Peudes damunt s'arena*, 22/10/2017, <<http://joanamgarau.blogspot.com.es/2017/10/maria-lluïsa-serra-belabre-alma-mater.html>> [Consulta: 18/03/2018].



Figura 3. L'hora del conte a la Biblioteca Pública des Castell.

Des de 1994, la Biblioteca Pública de Sant Lluís està ubicada en l'altre emplaçament que ha ocupat al llarg d'aquests cinquanta-un anys, un edifici de nova planta que va ser ampliat deu anys després i que actualment és del tot insuficient per al fons que gestiona i la població a la qual dona servei.

Un cop posats en marxa aquests serveis bibliotecaris durant el 1967, Maria Lluïsa Serra tenia la intenció de completar la xarxa amb noves biblioteques a es Migjorn Gran i Fornells, que ja disposaven d'agències de lectura assortides amb fons de les biblioteques viatgeres —lots de llibres que els proporcionava periòdicament la Biblioteca Pública de Maó. Malauradament, tots els projectes de Serra es van interrompre amb el seu traspàs, a finals d'aquell any. Finalment, no va ser fins al 1982 que s'inaugurà la biblioteca des Migjorn i el 1991, el centre de lectura de Fornells.

La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears, estableix que els municipis amb més de 2.000 habitants han de comptar amb servei de biblioteca pública. Els de menys han d'oferir altres serveis de biblioteca pública. Tot i això, es Migjorn Gran, amb 1.356 habitants, té biblioteca pública des d'abans de ser municipi independent l'any 1989. La biblioteca, a més, gestiona el llegat de l'erudit i folklorista Francesc d'Albranca (Francesc Camps i Mercadal).

Finalment, Fornells, una petita població costanera pertanyent al municipi des Mercadal i amb una població flotant considerable a l'estiu, disposa d'un centre de lectura. Es gestiona amb el suport de la Biblioteca des Mercadal i del Servei Coordinador de biblioteques. Actualment, està ubicada a la Casa de Cultura de Fornells.



Figura 4. L'hora del conte a la Biblioteca Pública de Fornells.

2. Cap a un servei de lectura pública insular: la Xarxa de Biblioteques de Menorca

Un cop dissolt el Servicio Nacional de Lectura el 1980, se'n traspasaren les funcions al Centre Coordinador de Biblioteques de Balears, un òrgan que desaparegué el 1984 i les competències es transferiren als consells insulars.

L'any 1985 es creà la Xarxa de Biblioteques de Menorca (XBM) amb el consens de tots els municipis de l'illa, al voltant del Consell Insular de Menorca, amb la intenció d'unir esforços per millorar el servei de lectura pública, tot centralitzant les tasques tècniques en el Servei Coordinador de Biblioteques del Consell Insular. D'aquesta manera, la XBM quedà constituïda per les biblioteques municipals de l'illa i el Servei Coordinador de Bibliote-

ques. Per tal de regular el funcionament de la XBM, l'any 2001 s'aprovà el Reglament insular de la Xarxa de Biblioteques de Menorca. La Biblioteca Pública de Maó s'incorporà a la XBM l'any 2011, quan se'n transferí la gestió al Consell Insular de Menorca.

La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears, organitzà el sistema bibliotecari de les Illes Balears i els sistemes insulars de lectura pública. Cada sistema està integrat per totes les biblioteques públiques, les d'interès públic i els serveis de suport a la lectura. En el nostre cas, es tracta del Servei Coordinador de Biblioteques del Consell Insular de Menorca, un òrgan que exerceix les funcions de gestió i direcció tècnica, tot prestant assistència i cooperació a les biblioteques del sistema de lectura pública de Menorca.

El Consell Insular de Menorca signa cada any un conveni amb cadascun dels ajuntaments amb biblioteca municipal, per al desenvolupament i l'ordenació dels serveis bibliotecaris, per la qual cosa el Consell contribueix amb el 50 % del total aportat pel conjunt dels ajuntaments per a l'adquisició de fons, promoció de la lectura i manteniment del sistema informàtic. Per a aquest any 2018, l'aportació total per a la XBM és de 117.804 € (no s'hi inclouen el personal ni les inversions).

A més, el Consell Insular hi dona suport finançant la construcció o remodelació de les instal·lacions i l'adquisició de mobiliari, a través del Pla territorial d'equipaments i instal·lacions culturals. Aquest any es fa càrrec de la renovació del parc informàtic de la XBM.

Pel que fa a recursos humans, les biblioteques compten actualment amb 8 tècnics i 18 auxiliars, alguns dels quals treballen a jornada parcial. El Servei Coordinador disposa d'una tècnica (cap del servei) i un auxiliar de biblioteca.

Les biblioteques d'interès públic són aquelles que per la seva singularitat i interès per a la nostra comunitat s'han adherit, mitjançant conveni, a la XBM. La seva finalitat és compartir recursos i coordinar-se amb la resta

per poder oferir un millor servei. Aquestes biblioteques són: Biblioteca-Arxiu Fernando Rubió Tudurí, Biblioteca de l'Ateneu de Maó, Biblioteca del Seminari Diocesà de Menorca, Biblioteca del Fons Menorquí de Cooperació i la Col·lecció Hernández Sanz-Hernández Mora.

Les biblioteques públiques menorquines no només estan coordinades a través de la XBM, sinó també amb la resta del sistema bibliotecari de les illes, especialment per al servei de préstec interbibliotecari.

3. CABIB: un únic catàleg per a quatre illes

La Llei 19/2006, de 23 de novembre, del sistema bibliotecari de les Illes Balears, defineix el Catàleg Bibliogràfic de les Illes Balears (CABIB) <<http://cabib.uib.es>> com «el conjunt dels registres bibliogràfics de totes les biblioteques, els centres de documentació i les col·leccions integrants del Sistema Bibliotecari de les Illes Balears» (article 26). Tot i que la llei ho preveu, no s'han creat catàlegs bibliogràfics insulars.

El CABIB va néixer a instàncies del Govern de les Illes Balears i la Universitat de les Illes Balears (UIB) l'any 2000, i s'hi van adherir quasi totes les institucions amb competències bibliotecàries de la comunitat autònoma: Govern de les Illes Balears, Universitat de les Illes Balears, Consell de Mallorca, Consell Insular de Menorca (2004), Consell Insular d'Eivissa, Consell Insular de Formentera, Ajuntament de Palma i diverses biblioteques d'interès públic, com la Biblioteca Can Torró d'Alcúdia. El catàleg funciona amb el sistema Millennium, per la qual cosa no s'hi ha pogut integrar la Biblioteca Pública de Maó ni la Biblioteca Pública de Palma, ja que, com a biblioteques de l'Estat, fan servir el sistema Absys. Des dels inicis es va adoptar una solució intermèdia per la qual es van fer migracions de registres des dels catàlegs d'aquests centres cap al CABIB.

La UIB és la institució encarregada de dur a terme la coordinació del projecte CABIB, l'administració del sistema informàtic i la formació dels bibliotecaris.

4. Les activitats a la Xarxa de Biblioteques de Menorca

Una part de les activitats que es duen a terme a les biblioteques menorquines estan organitzades i promogudes pel Servei Coordinador de Biblioteques. D'altres es fan per iniciativa de les biblioteques i a vegades s'exporten a d'altres. La cooperació i la col·laboració són la base de la feina a la XBM.

Des de les activitats clàssiques, com l'hora del conte, les presentacions de llibres i les conferències, fins a les més innovadores, com el préstec d'obres d'art, les biblioteques públiques menorquines han anat cercant estratègies per acostar la lectura als ciutadans i donar-se a conèixer a la comunitat. Com arreu, estan immerses en un procés de reinvençió i renovació. Per fer-ho, cada cop més posen en marxa serveis que fins ara eren aliens a les biblioteques, però que són assumits per la demanda que en fa la població i pel paper que desenvolupen com a centres integradors i vertebradors de la comunitat on donen servei.

No és el nostre objectiu exposar de forma exhaustiva les activitats i els serveis que ofereixen les nostres biblioteques, sinó donar-ne, tot seguit, les pinzellades més destacables.

4.1 Promoció de la col·lecció

Gestionar eficaçment la informació i oferir una col·lecció atractiva i de qualitat són els principals reptes de les biblioteques. La selecció acurada del fons ha d'anar agafat de la mà d'una política de difusió, tant si es tracta de guies de lectura, com d'activitats de promoció, a través dels recursos convencionals, els digitals i les xarxes socials.

Inspirats en altres biblioteques, en alguns casos s'ha apostat per sistemes organitzatius alternatius a les classificacions convencionals, com en la biblioteca des Migjorn Gran, el fons de la qual està agrupat en centres d'interès. La major part de les biblioteques combinen la Classificació Decimal Universal amb els centres d'interès que es van creant segons les necessitats i els interessos dels usuaris.

Com a centres de suport a la formació, els materials per a l'autoaprenentatge són cabdals dins els fons: aprenentatge d'idiomes, materials per a la preparació d'oposicions i manuals per a l'estudi en qualsevol suport. Com hem apuntat al principi, la base de l'economia menorquina és el turisme. El fons, per tant, s'abasteix exhaustivament de materials i recursos per a l'aprenentatge d'idiomes, d'obres en anglès i en altres idiomes, tot responent a les demandes socials.

Per a facilitar i fer arribar la lectura a persones estrangeres o amb dificultats, els centres estan incorporant materials de lectura fàcil i audiollibres.

Les adquisicions de llibre infantil es fan amb l'assessorament de dues bibliotecàries menorquines especialistes en literatura infantil i juvenil, amb bibliografies i recursos especialitzats i les recomanacions de llibreries locals, de manera que les biblioteques ofereixen materials de qualitat, actuals i atractius per al foment de la lectura en les primeres edats.

El centre d'interès dedicat a famílies i educadors reuneix bibliografia de suport per a la criança i educació dels infants. S'hi troben les «Maletes pedagògiques», una sèrie de recursos adreçats als infants —contes, bàsicament— i als adults, que serveixen d'ajuda a l'hora d'abordar temes complexos, com ara la mort, les separacions, el gènere, la diversitat i la convivència.

En ser un territori petit, la col·lecció local de les biblioteques abasta la producció literària de tota l'illa. La Biblioteca Pública de Maó recull el Dipòsit Legal de Menorca.



Figura 5. La Biblioteca Pública des Migjorn.

4.1.1 Lots itinerants

4.1.1.1 Novetats en ruta

Des dels seus inicis, la XBM va organitzar un sistema de lots itinerants amb la finalitat de proporcionar puntualment novetats bibliogràfiques i audiovisuals al conjunt de les biblioteques. Cada mes hi arriben diversos lots que hi romanen dos mesos. Les Novetats en ruta estan integrades per llibres per a adults i joves, en castellà i català, pel·lícules i enregistraments sonors. L'any 2014 el projecte va ser actualitzat i ampliat amb la participació d'autors d'arreu de l'estat, per la qual cosa va merèixer una subvenció d'Iberbibliotecas.

4.1.1.2 Lots del Fons Menorquí de Cooperació

El Fons Menorquí de Cooperació (FMC)⁵ proporciona a les biblioteques públiques una sèrie de lots itinerants de llibres i audiovisuals especialitzats en temes de cooperació, desenvolupament, solidaritat, conflictes, etc. El projecte s'inicià amb un lot per a adults anomenat *Llibres per entendre i canviar el món*. Posteriorment, s'hi afegí

un lot infantil, *Llegim per un món millor*, amb la finalitat d'arribar als més petits; aquest lot es promociona amb un contacontes. Cada any, l'FMC organitza una xerrada d'una persona relacionada amb els temes que s'han tractat i la porta a una biblioteca, com és el cas de Nadia Ghulam. També du anualment l'autor d'un llibre que es llegeix a tots els clubs de lectura, com Leila Nachawati.



Figura 6. Secció infantil de la Biblioteca Pública de Ferreries.

4.1.2 Tria a cegues

És una activitat que es fa per Sant Jordi per segon any consecutiu. Consisteix a deixar en préstec una sèrie de llibres variats, tant d'adults com infantils, embolicats i amb la reproducció d'un sol paràgraf com a única pista del seu contingut.

4.2 Accés a publicacions digitals

4.2.1 Préstec de llibres electrònics

Com totes les comunitats autònomes, la nostra també ofereix als usuaris de les biblioteques públiques la plataforma eBiblio per al préstec gratuït de llibres electrò-

5. Entitat sense ànim de lucre que uneix administracions locals de Menorca i ONGD per a la construcció d'un món més just.

LES BIBLIOTEQUES ORGANITZEN ACTIVITATS AMB ELS AUTORS MITJANÇANT EL PLA DE SUPORT A AUTORS LITERARIS DE MENORCA (SALM), UN PLA APROVAT EL 2017 AMB LA FINALITAT DE DONAR UN SUPORT DIRECTE ALS NOSTRES CREADORS LITERARIS EN LES SEVES ACTIVITATS.

rics, audiollibres i revistes. Proporcionada pel Ministeri de Cultura, funciona des de 2015. eBiblio Illes Balears disposa actualment de 1.651 documents per al préstec i 2.008 usuaris. Menorca té 422 usuaris que van fer un total de 1.212 préstecs durant el 2017.

4.2.2 Accés a diaris i revistes digitals

La Biblioteca Pública de Maó ha posat a disposició dels usuaris dos ordinadors exclusivament per a l'accés a diaris i revistes digitals. S'hi poden consultar diverses publicacions i plataformes de premsa digital, una oferta que s'anirà ampliant amb el temps. S'està estudiant la possibilitat de fer-ho en altres biblioteques.

4.3 Promoció dels autors

4.3.1 Els nostres autors: el Pla SALM

Les biblioteques organitzen activitats amb els autors mitjançant el Pla de suport a autors literaris de Menorca (SALM),⁶ un pla aprovat el 2017 amb la finalitat de donar un suport directe als nostres creadors literaris en les seves activitats i, com a conseqüència, treballar en un doble sentit: fomentar la lectura dels nostres escriptors i facilitar-ne la difusió. Els autors poden oferir xerrades o participar en clubs de lectura, tallers, lectures i recitals, entre d'altres.



Figura 7. Presentació d'un cançoner a la Biblioteca Pública d'Alaior.

4.3.2 Els autors «Islados»

Tallers Islados organitza estades culturals de quatre dies en companyia d'un autor, en una casa de camp menorquina. L'organització té un acord amb la XBM pel qual durant la celebració del taller l'escriptor ofereix una conferència en una biblioteca. És una magnífica oportunitat de poder comptar amb autors com ara Rafael Chirbes, Marina Garcés, Lluís Pasqual, Victòria Camps, Sergi Pàmies i Jorge Wagensberg, entre d'altres.

4.3.3 El web de la Menorca il·lustrada

El passeig literari del segle XVIII <<http://passeigliterari.menorca.es/>> és un web produït per la Biblioteca Pública de Maó amb la intenció d'oferir un recorregut virtual per la ciutat de Maó setcentista. Recull escriptors il·lustrats menorquins i també de contemporanis que han situat alguna de les seves obres en el «període menorquí de la literatura catalana» (Jordi Carbonell).

6. <<http://www.cime.es/GesServeis/Gestion.aspx?IDGESTION=990100857>>.

4.3.4 Plecs de Lectura

La Biblioteca Pública de Maó, amb la col·laboració de la XBM, l'Institut Menorquí d'Estudis i el Museu de Menorca, edita cada mes un *Plec de Lectura* per donar a conèixer autors i textos interessants i representatius de la cultura de l'illa. Els *Plecs* es distribueixen arreu de Menorca en llocs d'afluència de gent perquè arribin a tothom, des de l'estació d'autobusos, fins als centres de salut, botigues i biblioteques. Cada plec conté un text breu i la reproducció d'una obra d'un pintor reconegut.

4.4 Projectes amb infants

4.4.1 Agafats de la mà

És un projecte desenvolupat en col·laboració amb les escoles infantils, les famílies amb infants de 0 a 6 anys i les biblioteques de la XBM. L'objectiu és el foment del gust per la narració oral i la lectura entre els infants d'aquestes edats. El projecte es va posar en marxa el curs 2015-2016 i inclou, d'entre altres, les següents activitats:

- Família i Lectura: és un taller de formació en literatura infantil destinat a les famílies. Durant les sessions mensuals i amb la guia d'una dinamitzadora de grup, s'analitzen diferents característiques dels contes infantils, com la importància de la il·lustració, els continguts dels contes o la manera de saber apreciar els valors d'una bona història.
- Laboratori de Lectures: destinat a les famílies que ja han assistit al taller anterior.
- *Ni fades ni princeses*: activitat pública que organitza el grup de Laboratori de Lectures i que té lloc el 8 de març, en commemoració del Dia de la Dona.
- Contes al carrer: activitat pública que organitza trimestralment el grup de Laboratori de Lectures, en sessions al carrer en indrets diferents.

- Visites guiades d'aula a la biblioteca que els infants de 2 i 3 anys fan a les biblioteques com una activitat més dins el programa de formació d'usuaris.
- *Gaudim de la biblioteca pública*: es fan visites familiars a la biblioteca com una activitat extraescolar que es dona a conèixer a les escoles a principi de cada curs. Les visites a la biblioteca les fan les famílies a títol individual i poden estar concertades per l'escola. Un cop a la biblioteca, se'ls fa una visita personalitzada. L'activitat dona a conèixer el servei a famílies que habitualment no la freqüenten.

4.5 Projectes amb joves

4.5.1 Tallers de *booktrailers*

Durant les vacances del Nadal passat, les biblioteques de Maó i Ciutadella van fer un taller de *booktrailers* per a joves, amb força participació. Com a conseqüència, l'Institut de la Joventut de Menorca i la XBM n'organitzen un per a la difusió de la lectura entre la joventut.



Figura 8. Cartell del taller de *booktrailers*.

4.6 Els clubs de lectura

Se'n fan a gairebé totes les biblioteques de la XBM. Actualment, n'hi ha cinc d'adults, dos de juvenils i un d'infantil. És una manera de mantenir l'hàbit de la lectura entre els al·lots d'aquestes edats. Les biblioteques hi porten autors locals a través del Pla SALM.



Figura 9. Reunió del Club de Lectura de la Biblioteca Pública de Sant Lluís.

4.7 Formació d'usuaris

Les biblioteques fan visites formatives per mostrar i explicar l'ús de la biblioteca als alumnes dels centres educatius i difondre la lectura explicant o treballant amb algun conte especial. També se'n fan per a adults, a través d'escoles d'adults i altres entitats.

4.8 Participació en esdeveniments locals i commemoracions

Com a ens dinàmics dins la comunitat, les biblioteques públiques participen d'alguna manera en esdeveniments, com ara jornades, fires, festivals, etc., fent activitats en el marc del programa o de manera paral·lela. Aquest any s'enceta una nova col·laboració: la participació de la XBM en el XX Festival Menorca Jazz, organitzat

per l'associació menorquina Jazz Obert. Les biblioteques acolliran una exposició itinerant de gravats sobre el blues, així com un conte musicat.

D'altra banda, les biblioteques sovint s'afegeixen a commemoracions: Dia Internacional de la Literatura Infantil, Dia de les Dones Escriutores, Dia de la Poesia, Maó +Flors, Dia de la Traducció, Dia de la Dona, Any Ramon Llull, Congrés Internacional Pau Faner, centenari Gloria Fuertes, Any Calbó, entre d'altres.



Figura 10. La Biblioteca Pública de Maó durant la celebració de Maó +Flors 2017.

4.9 Quan l'art entra a la biblioteca

4.9.1 Il·lustranda i Editanda

Durant el 2017 la Biblioteca Pública de Maó va exposar una selecció d'obres originals de vuit il·lustradors de l'illa amb la intenció de donar rellevància a la feina de l'il·

lustrador com a peça clau en la producció editorial i, fins i tot, més enllà de la publicació de llibres. Cada mostra va anar acompanyada d'una activitat entorn de l'exposició, com ara una visita guiada, un taller de creació i un contacontes.

Lligada amb el projecte anterior, aquest any neix Editanda amb l'objectiu de donar difusió a les editorials menorquines, tant les vives com les desaparegudes. Cada mes s'exposa una selecció d'obres d'una editorial, amb la història de la seva trajectòria.

4.9.2 Préstec d'obres d'art

La Biblioteca Pública de Maó vol anar més enllà del préstec convencional, amb la intenció d'atendre noves demandes sobre altres materials i formats. Durant aquest any engegarà un projecte de préstec d'obres d'art en petit format, com ara gravats i làmines il·lustrades, amb la finalitat de donar a conèixer els nostres artistes i de fer arribar la biblioteca a nous públics. La iniciativa ha tingut bona acollida entre la comunitat artística i s'engegarà ben aviat. La biblioteca disposarà de cada obra d'art durant dos anys i el préstec serà per a un termini de dos mesos.

4.10 Els tallers d'escriptura

Aquesta activitat ha entrat a les biblioteques per satisfer una inquietud i afició creixents a l'illa. Tant s'imparteixen tallers puntuals abans de la convocatòria d'un certamen, com de temàtics, generals o per gèneres.

5. Comunicació i difusió

La difusió de l'activitat i la informació de les nostres biblioteques a través dels mitjans digitals ha marcat un abans i un després amb la comunicació amb els ciutadans.

La XBM i la Biblioteca Pública de Maó —Bibliomaó <<http://www.bibliomao.es/>>— tenen web propi; pel que fa a la resta, sis biblioteques tenen un espai dins la pàgina del seu ajuntament. Algunes es beneficien del servei d'informació per WhatsApp que proporcionen els ajuntaments, de manera que la difusió de les activitats és directa i immediata. Les xarxes socials són, generalment, el mitjà més efectiu per difondre els nous serveis, les novetats bibliogràfiques i qualsevol notícia i esdeveniment. Sis biblioteques tenen Facebook propi i la resta es promocionen a través del de l'ajuntament. La XBM està present a Facebook, Twitter i YouTube.

A causa dels pressuposts ajustats, la publicitat en els mitjans de comunicació és inexistent, de manera que quan s'enceta un nou projecte o es vol destacar un esdeveniment es publica un article a la premsa local, un mitjà que arriba a la major part de la població. Les biblioteques sovint col·laboren amb la revista local del municipi per donar a conèixer el dia a dia del servei; dues ho fan amb l'emissora de ràdio local. El Departament de Cultura del Consell Insular edita la revista de cultura *Àmbit*, on la XBM disposa d'un espai.

5.1 Bibliomenorca: molt més que el web de la Xarxa de Biblioteques

El lloc web Bibliomenorca <<http://www.bibliomenorca.net/>> està gestionat pel Servei Coordinador de Biblioteques. No només es tracta del portal web de la XBM, sinó també del punt de trobada virtual de tots els agents menorquins involucrats en el món del llibre i l'edició: autors, editors, llibreters, gestors culturals i biblioteques.

A més d'oferir informació de les biblioteques, l'agenda d'activitats, els clubs de lectura i la consulta al catàleg, entre d'altres, la secció d'actualitat recull diàriament les notícies que apareixen als mitjans de comunicació relacionades amb el món del llibre, la literatura i l'edició en general. També informa puntualment de les novetats editorials i recull les publicacions menorquines en qualsevol suport.

Menorca és terra d'escriptors i músics. Hi han nascut autors cabdals dins la història de la literatura, com l'il·lustrat Joan Ramis i Ramis, filòlegs com Francesc de Borja Moll i poetes contemporanis de reconeixement internacional com Ponç Pons. Però n'hi ha molts d'altres, la informació sobre els quals sovint es troba dispersa o és gairebé inexistent. És per açò que Bibliomenorca va crear la secció d'autors menorquins, amb la intenció d'oferir un recull exhaustiu dels perfils i les obres dels autors menorquins i dels adoptius.

Les llibreries i els llibreters també hi tenen un espai. Val a dir que la XBM té un acord amb les principals llibreries de l'illa, pel qual es fa bona part de les adquisicions bibliogràfiques, contribuint, d'aquesta manera, a la dinamització de l'economia local.

El web Bibliomenorca cada cop és més visitat. L'any 2017 va rebre 84.850 visites, amb una mitjana de 213 visitants per dia.

6. Conclusions

Hem avançat força al llarg d'aquests trenta-tres anys, tot i que ens queda un llarg camí fins a assolir els paràmetres establerts al Mapa de Lectura de Menorca.

La Llei 19/2006 encara no s'ha desplegat del tot. L'any 2011 es van aprovar els Paràmetres bàsics de biblioteca pública de les Illes Balears, instrument que va fixar les directrius bàsiques d'organització interna de les biblioteques públiques de les Illes. Aleshores, els Paràmetres s'havien de desenvolupar reglamentàriament mitjançant el mapa de lectura pública de les Illes Balears, a partir dels mapes insulars de lectura pública elaborats i aprovats per cada consell insular. El mateix any es va aprovar el Mapa de Lectura de Menorca, l'únic existent

de les Balears. El govern de Mallorca acaba d'aprovar el reglament del seu sistema bibliotecari; fa uns anys, el govern de Menorca en va redactar l'esborrany, però no s'ha avançat més per substituir-lo pel Reglament insular de la XBM, ja obsolet. L'instrument principal de planificació bibliotecària, el Pla de biblioteques de Menorca, encara està per fer —per manca de recursos—, tot i que el 2015 els bibliotecaris de la XBM van elaborar-ne els plans municipals.

Encara no fa un any que va canviar la gerència de la XBM i estem introduint noves propostes i canvis organitzatius. En aquest article només hem ofert un extracte de les estadístiques, ja que la compilació de dades no estava sistematitzada ni unificada. S'ha establert un model normalitzat a seguir per tots els centres a partir d'aquest any 2018. Esperem realitzar estudis sectorials d'usuaris i disposar de més eines per avaluar els serveis i les activitats i fer-ne planificacions.

Una de les assignatures pendents és la publicitat en els mitjans de comunicació. Recentment, el Departament de Cultura del Consell Insular ha elaborat un pla de publicitat, que inclou les biblioteques. Per al Dia del Llibre s'elaborarà un anunci de promoció de la XBM, entre altres accions.

Més de la meitat de la població mundial (quatre bilions de persones) té accés a internet, i el 42 % són usuaris actius de les xarxes socials. Nou de cada deu usuaris actius de les xarxes socials hi accedeixen des d'un telèfon mòbil. Facebook continua liderant l'ús de les xarxes socials, amb el 62 % dels usuaris totals, seguit de YouTube i WhatsApp i, en setè lloc, Instagram.⁷ És clar que les biblioteques han de ser presents a les xarxes de manera efectiva, per la qual cosa el pròxim any es pretén dissenyar un pla de mitjans socials de la XBM. Tot açò, sense perdre de vista les múltiples possibilitats que ens ofereixen els dispositius mòbils, motiu pel qual hem de

7. Ivette González, *Usuarios de Internet y redes sociales en el mundo en 2018* [en línia], <<https://lifebelt.com/usuarios-internet-redes-sociales-mundo-2018/2018/02/>> [Consulta: 30/04/2018].

començar a «pensar en mòbil»,⁸ amb l'ampliació i adaptació de les prestacions dels webs i a crear-ne de noves.

D'altra banda, la posada en marxa, aquest any, d'un nou format de l'«Agenda Cultural de Menorca» permetrà una millor i més àgil comunicació i difusió dels esdeveniments.

Anam avançant, tant com podem, per adaptar-nos als nous temps, perquè «no hi ha res permanent excepte el canvi» (Heràclit).

Bibliografia

GARAU SOBRINO, Joana M. «Maria Lluïsa Serra Belabre: alma mater de la Biblioteca de Sant Lluís» [en línia], *Peuades damunt s'arena*, 22/10/2017, <<http://joanamgarau.blogspot.com.es/2017/10/maria-lluïsa-serra-belabre-alma-mater.html>> [Consulta: 18/03/2018].

GONZÁLEZ, Ivette. *Usuarios de Internet y redes sociales en el mundo en 2018* [en línia]. <<https://ilifebelt.com/usuarios-internet-redes-sociales-mundo-2018/2018/02/>> [Consulta: 30/04/2018].

ITEM: revista de biblioteconomia i documentació, núm. 61, 2016 [en línia]. <<http://www.raco.cat/index.php/Item/issue/view/24262/showToc>> [Consulta: 30/04/2018]. ■

8. *Item: revista de biblioteconomia i documentació*, núm. 61, 2016 [en línia], <<http://www.raco.cat/index.php/Item/issue/view/24262/showToc>> [Consulta: 30/04/2018].

Destacats 2017



BIBLIOTEQUES MÒBILS

Efemèrides

Dia del Bibliobús

Espanya, 28 gener

<http://aclebim.blogspot.com.es/2017/01/dia-del-bibliobus-2017.html>

Campanya de difusió, que es du a terme anualment, per explicar el paper dels bibliobusos en els municipis petits.



BIBLIOTEQUES

Jornades

BOBCATSSS 2017

Tampere, Finlàndia, 25-27 gener

<http://bobcatss2017.com/>

Congrés organitzat per estudiants d'informació i documentació en el marc de l'EUCLID (European Association for Library and Information Education and Research), amb el lema «Improving Quality of Life through Information».



BIBLIOTEQUES PÚBLIQUES

Taules rodones

«El futur de les biblioteques públiques: mirades personals»

Catalunya, 26 gener - 25 maig

<http://biblioteques.gencat.cat/ca/detalls/Noticia/Mirades-personals-sobre-el-futur-de-les-biblioteques>

Cicle de taules rodones en què participen diverses persones del món de la cultura, per tal de reflexionar sobre el futur de les biblioteques.

BIBLIOTEQUES

Jornades

Cicle de Jornades COBDC «Biblioteca pública i compromís social»

Lleida, 22 de febrer

http://www.cobdc.net/document/continguts_sobre/jornades-cobdc-biblioteca-publica-i-compromis-social/

Primera jornada de les celebrades a Lleida, Tarragona i Girona que organitza el COBDC, juntament amb la Fundació Biblioteca Social, que vol contribuir a difondre i incentivar la funció social de la professió en general i de les biblioteques públiques en particular.

CÒMIC

Jornades

2a Jornada de Còmic i Biblioteques

Barcelona, 23 febrer

<https://bibcomic.wordpress.com/>

Té com a objectiu construir un espai de trobada entre els professionals de les biblioteques que treballen el còmic, infantil i d'adults.



BIBLIOTEQUES

Jornades

Bib & Play. Música a la Biblioteca Pública. Servei Biblioteques Generalitat i Associació Musictecaris Catalans AMPLI

Barcelona, 2 de març

<http://musictecaris.blogspot.com.es/2017/02/bib-2ona-edicio.html>

Jornada de presentació d'idees i experiències per a la reflexió i la pràctica sobre la presència de la música a les biblioteques.



BIBLIOTEQUES ESCOLARS

Jornades

«La biblioteca escolar: una mirada cap al futur». Grup Bibliomèdia

Barcelona, 11 març

<http://grupbibliomedia.blogspot.com.es/2017/03/jornada-bibliomedia-2017.html>

Professionals de diversos perfils es plantegen la situació actual de les biblioteques de centres d'ensenyament. Conferències i tallers omplen la Jornada.



BIBLIOMÈDIA

Àmbit de treball de la Federació de Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya

FOMENT LECTURA

Festival

FLIC. Festa de Literatures i Arts Infantil i Juvenil

Barcelona, 10-11 març

<http://flicfestival.com/barcelona/>

Festival que tracta sobre la creació literària i les arts, i que pretén promoure la relació entre les diverses arts a partir de formats innovadors.

FLIC

FOMENT LECTURA

Jornades

Kosmòpolis. «La festa de la literatura amplificada»

Barcelona, 22-26 març

<http://kosmopolis.cccb.org/ca/>

La cultura del canvi (d'idees, de sensibilitats, climàtic...) són el tema de fons de les diverses conferències, tallers i col·loquis d'aquesta nova edició.

LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

**Fira
II Fira del Llibre Infantil i Juvenil a Girona**

Girona, 27 març - 1 abril
<http://www.firadelllibreinfantilijvenil.cat/>
Diferents activitats a l'entorn del llibre infantil acompanyen aquesta 2a Fira del Llibre, que pretén ajudar pares i educadors a incentivar l'hàbit de la lectura en els seus fills i alumnes.

BIBLIOTEQUES ESCOLARS
Taula rodona

Seminari en línia. «La Biblioteca escolar... facilitadora educativa?»

Barcelona, 30 març
<http://www.fbofill.cat/agenda/la-biblioteca-escolar-facilitadora-de-la-millora-educativa>
Seminari organitzat en el marc del programa LEXIT. Lectura per a l'èxit educatiu. Planteja una sèrie de qüestions relatives a la Biblioteca escolar del segle XXI: com contribuir a les noves necessitats educatives, quins suports es necessiten, com ampliar el suport de la comunitat educativa...

CÒMIC
Fira

35è Saló Internacional del Còmic de Barcelona. FICOMIC

Barcelona, 30 març - 2 abril
<https://www.comic-barcelona.com/>
Dedicat especialment a l'aviació i al centeneri del TBO, que van ocupar les exposicions centrals. Diferents premis a la trajectòria d'autors espanyols i estrangers. Una àmplia proposta cultural amb taules rodones i presentacions.



LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

**Efemèrides
Dia Internacional del Llibre Infantil**

Internacional, 2 abril
<http://www.cobdc.net/document/noticies/dia-internacional-llibre-infantil-2017/>
Se celebra anualment el dia del naixement d'H.C. Andersen. Edició d'un cartell que es distribueix arreu, preparat en aquest cas per la Secció Russa de l'IBBY. Es promouen sessions de narracions de contes, concursos, trobades amb autors, etc.



LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

**Fira
54 Bologna Children's Book Fair**

Bolonya, Itàlia, 3-6 abril
<http://www.bookfair.bolognafiere.it/>
La fira més important dedicada exclusivament a llibre infantil i juvenil. Adreçada a editors, llibreters, escriptors, il·lustradors, bibliotecaris... Aquest any amb Catalunya i les Illes Balears com a convidats d'honor. Nombroses exposicions, xerrades i presentacions d'autors catalans.

LITERATURA
Jornades

**II Jornades de Literatura Digital.
«Ciberliteratura: literatura més enllà dels llibres»**

Reus, 6-8 abril
<https://www.centrelectura.cat/cdlweb/?p=2210>
L'objectiu és apropar els nous formats de creació literària als joves creadors potencials i als autors que vulguin introduir-se en aquest camp. També vol ser un aparador a noves propostes de lectura.



EDICIÓ

**Trobades
Projecte 10x10. Trobades dels editors amb els bibliotecaris**

Barcelona, 6 abril
<http://biblioteques.gencat.cat/ca/detalls/Noticia/Projecte-10x10-de-Valencia-al-premi-Mies-van-der-Rohe>
Es promou la comunicació directa entre les editorials i els professionals de biblioteques. Sessió especial dedicada als editors valencians i a les editorials especialitzades en arquitectura.



LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

**Festival
Món Llibre**
Barcelona, 8-9 abril
<http://lameva.barcelona.cat/monllibre/edicions-anteriors>
Prop d'un centenar d'activitats pensades per fomentar la lectura entre infants i adolescents: tallers, trobades amb bloguers, contacontes, etc.



BIBLIOTEQUES

**Congrés
LILAC Libraries Information Literacy Annual Conference. CLIP'S Information Literacy Group**

Swansea-Wales, Regne Unit, 10-12 abril
<http://www.libfocus.com/2017/06/review-of-librarians-information.html>
Adreçat a professionals de la informació que ensenyen habilitats informatives, estan interessats en l'alfabetització digital... ja sigui a les biblioteques escolars o universitàries, des del sector públic o a biblioteques nacionals.

BIBLIOTEQUES PÚBLIQUES

**Foment lectura
V Revetlla de Sant Jordi a les Biblioteques Públiques de Catalunya**

Catalunya, 22-23 abril
http://biblioteques.gencat.cat/ca/el-servi-de-biblioteques/linies-dactivitat/promocio_lectura_cultura/proyectos/Revetlla/
Festa de la lectura, els lectors i les biblioteques. Convocatòria participativa, amb activitats culturals per a tothom a l'entorn de la lectura. El 2017 es van fer 214 activitats a les 138 biblioteques que se sumaren al projecte.

LITERATURA

Literatura i foment lectura

Reunió anual de les Ciutats de la Literatura

Barcelona, 20-23 abril

http://ajuntament.barcelona.cat/ciutatdelaliteratura/sites/default/files/upload-files/col-press-pack_0.pdf

La Xarxa UNESCO de Ciutats de la Literatura té com a objectiu promoure el desenvolupament creatiu local i la diversitat cultural. És una xarxa de 28 ciutats especialitzades en literatura que reconeix l'excel·lència i obliga les ciutats a col·laborar internacionalment, compartint bones pràctiques i donant suport a la llibertat d'expressió. Treballa en projectes que apropen la literatura a públics més amplis i diversos.

BIBLIOTEQUES

Jornada

8a Jornada Internacional de Experiències Bibliotecàries. «Bibliotecas empoderadas: tendencias internacionales en lobby, advocacy y presencia en la agenda política»

Madrid, 27 abril

<http://jieb2017.sedic.es/>

Se centra en l'apoderament dels bibliotecaris com a peça fonamental de tota biblioteca, per tal d'obtenir reconeixement i recursos que permetin situar-la en un lloc destacat socialment.



BIBLIOTEQUES

Jornada

MetLib 2017 Conference

Mont-real, Canadà, 30 abril - 5 maig

<http://metlib2017.montreal.org/en/home/>

Amb el lema «Partnerships: Creating a New Vision for Libraries». D'acord amb el seu objectiu de democratitzar el coneixement i en línia amb les tendències actuals de col·laboració, les biblioteques públiques utilitzen cada cop més el model de cooperació per a satisfer les necessitats de l'usuari, tant per a les tasques del dia a dia com per a la gestió i planificació de projectes.



LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

Fira

33è Saló del Llibre Infantil i Juvenil de Catalunya

Mollerussa, 2-14 maig

<https://www.clijcat.cat/Presentacio-Salo-del-Lij>

EL 2017, amb el lema «Visca la revolució».



PROFESSIÓ

Trobada

25th EBLIDA Annual Council Meeting & EBLIDA-NAPLE Conference

Aarhus, Dinamarca, 3-4 maig

<http://www.eblida.org/about-eblida/council/conferences/25th-eblida-annual-council-meeting.html>

Trobada anual del Consell de l'EBLIDA, que coincideix amb el Fòrum NAPLE i té com a títol «Let's Rethink». La trobada es fa a la biblioteca Dokk1 d'Aarhus, guanyadora del Public Library of the Year 2016.



BIBLIOTEQUES

Models

La Diputació de Barcelona presenta el model BiblioLAB

Sant Cugat, 12 maig

<https://www.diba.cat/es/web/sala-de-premsa/-/la-diputacio-de-barcelona-impulsa-el-model-bibliolab-a-la-xarxa-de-biblioteques-municipals?inheritRedirect=true>

Presentació del nou model BiblioLAB a la Xarxa de Biblioteques Municipals (XBM) de la província de Barcelonès. Es tracta d'incorporar l'experimentació, la creació de coneixement i la innovació ciutadana en el model de biblioteca pública que impulsa la XBM.

EDICIÓ

Jornades

III Jornada d'Història de l'Edició

Barcelona, 18-19 maig

<http://www.ub.edu/biblio/agenda/iii-jornada-d-historia-de-ledicio-la-publicitat-del-llibre-a-espanya-18-19-de-maig.html>

Amb el lema «La publicitat del llibre a Espanya», aquestes jornades volen situar al centre del debat els mecanismes de publicitat del llibre a Espanya des d'una visió transversal i integradora, per tal de posar en valor el diàleg que s'estableix entre els diferents agents del món del llibre en la recerca del lector.



RECERCA

Seminari

Bibliometria: antecedents, aplicacions, futur de la UB

Barcelona, 22 maig

<http://www.ub.edu/biblio/agenda/seminari-bibliometria-antecedents-aplicacions-futur.html>

La Facultat de Biblioteconomia i Documentació, en col·laboració amb Clarivate Analytics, va organitzar un seminari sobre bibliometria el 22 de maig, especialment adreçat a gestors de recerca, investigadors i bibliotecaris de suport a la recerca.

ARXIUS

Jornada

Els arxius històrics en l'entorn digital

Barcelona, 25 maig

<http://www.icgc.cat/L-ICGC/Agenda2/Jornada-Els-arxius-historics-en-l-entorn-digital>

Jornada organitzada per l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona en què es va presentar com els arxius històrics poden fer accessibles els documents històrics originals i les col·leccions històriques mitjançant les tecnologies de la informació.



PROFESSIÓ
Jornades

XV Jornadas Españolas de Información y Documentación, #JEID17

Pamplona, 25-26 maig

<http://www.fesabid.org/pamplona2017>

Els dies 25 i 26 de maig van tenir lloc les #JEID17 a Pamplona amb el lema «Sinergias entre profesionales para la transformación digital». A la cloenda de les Jornades es va anunciar que la candidatura del COBDC va ser l'escollida i Barcelona serà la seu de l'edició del 2019.



PROFESSIÓ
Congrés

Inauguració del I Congrés de les Professions de la Intercol·legial

Barcelona, 31 maig

<http://www.cobdc.net/document/noticias/congres-profesions-by-intercol-legial/>

La Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya, del qual el COBDC forma part, ha organitzat per primer cop el Congrés de les Professions, que se celebrarà del 31 de maig al 27 de juny de 2017. El Congrés ha agrupat sessions transversals, dinàmiques de networking i actes i jornades sectorials.



BIBLIOTEQUES
Jornades

II Jornades de Biblioteques i Salut de Catalunya (BCSalut2017)

Barcelona, 8-9 juny

<https://s1.salut.extranet.gencat.cat/llocs/Biblioteca/CAI/Formacio/jornades-biblioteques-salut-catalunya/Pagines/default.aspx>

El Departament de Salut ha organitzat les II Jornades de Biblioteques i Salut de Catalunya (BCSalut2017), amb el lema «Col·laborar en un entorn de connexió global, la ciència oberta: noves funcions i oportunitats».

ARXIUS
Femèrides

Dia Internacional dels Arxius

9 juny

<http://patrimoni.gencat.cat/ca/dia2017>

Des de l'any 2008, 60è aniversari de la creació del Consell Internacional d'Arxius (CIA/ICA), el 9 de juny de 1948, els arxius de tot el món celebren la seva diada.



BIBLIOTEQUES
Jornada

Next Library 2017

Aarhus, Dinamarca, 11-14 juny

<http://www.nextlibrary.net/next-library-2017>

Trobada internacional de professionals de biblioteques, innovadors i responsables de prendre decisions, amb visió de futur, que estan ampliant els límits i propiciant els canvis que donen suport a l'aprenentatge el segle XXI. El propòsit de Next library és mirar cap endavant i explorar la naturalesa evolutiva de la biblioteca pública del segle XXI.



BIBLIOTEQUES
Jornada

II Jornada de Biblioteques Especialitzades de la Generalitat

Barcelona, 15 juny

<http://biblioteques.gencat.cat/ca/detalls/Noticia/II-Jornada-de-les-Biblioteques-Especialitzades-de-la-Generalitat>

Organitzada pel Servei de Biblioteques de la Generalitat, la comissió BEG i el Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada (CEJFE).

CONEIXEMENT
Jornada

#SpinUOC 2017, la jornada anual de la UOC del coneixement transferible

Barcelona, 15 juny

<https://symposium.uoc.edu/6327/detail/spinuo-2017-la-jornada-anual-de-la-uoc-del-coneixement-transferible.html>

Les solucions tecnològiques en l'àmbit de l'aprenentatge digital, la salut i les iniciatives socials, entre d'altres, van ser les temàtiques dels vuit projectes que es van presentar a l'SpinUOC, la jornada anual de l'emprenedoria i la innovació de la UOC. L'esdeveniment es va celebrar el 15 de juny a l'antiga fàbrica d'Estrella Damm.

PROFESSIÓ
Jornada

«Som emprenedors, som COBDC»

Barcelona, 20 juny

<http://www.cobdc.net/document/noticies/cronica-1a-trobada-emprenedors-cobdc-ho-aixo/>

Primera trobada del cicle «Som professionals, som COBDC», que vol crear diàleg i reflexió entre els professionals de la Informació i la Documentació per donar visibilitat a altres perfils del nostre àmbit, per enfortir les nostres competències i capacitats, i per promoure la xarxa de professionals mitjançant el Col·legi.

BIBLIOTEQUES
Jornades

Jornada de l'FMC sobre el cànon bibliotecari

Barcelona, 28 juny

<http://www.fmc.cat/novetats-ficha.asp?id=22247&id2=7>

Organitzada per la Federació de Municipis de Catalunya, s'hi va debatre el marc legal general més adequat per abordar la justa remuneració dels autors pels usos de la seva obra en el futur, d'acord amb la normativa europea.

LECTURA
Trobada

III Trobada de Joves Lectors

Barcelona, 30 juny

<http://www.lletrescatalanes.cat/ca/lletres-2-0/noticies/item/1944-iii-trobada-de-joves-lectors-el-30-de-juny-a-l-arts-santa-monica>

Joves lectors, bloguers, booktubers, usuaris dels fòrums virtuals i/o presencials de lectura, i altres amants de la literatura es van reunir a la III Trobada de Joves Lectors, una activitat organitzada per la Institució de les Lletres Catalanes i Què Llegeixes.



LITERATURA INFANTIL I JUVENIL

**Escola d'estiu
VIII Escola d'Estiu de Literatura Infantil
i Juvenil**

Monistrol de Montserrat, 4-6 juliol
<http://www.cobdc.net/document/noticies/viii-escola-destiu-literatura-infantil-juvenil/>

L'Escola d'Estiu sobre Literatura Infantil i Juvenil, organitzada per la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya, va estar adreçada a persones que, des de l'àmbit de l'ensenyament, la biblioteca infantil, la recerca o la motivació personal, tenen interès en l'aprofundiment d'aspectes del llibre infantil i juvenil.



BIBLIOTEQUES

**Taller
IFLA Global Vision Regional Workshop:
Europe**

Madrid, 5-6 juliol
<https://www.ifla.org/ES/node/11405>
L'IFLA va fer a Madrid la trobada europea que forma part de la sèrie d'activitats adreçades a desenvolupar la Visió Global de l'IFLA.



FORMACIÓ

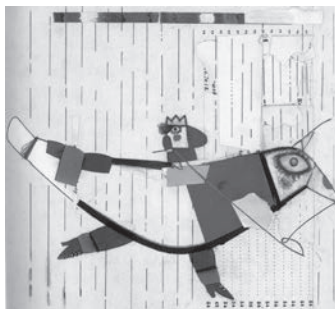
**Grau
Tanca el grau d'Informació i Documentació
de la UOC**

<http://www.cobdc.net/document/editorials/tancament-grau-dinformacio-documentacio-uoc/>
El grau d'Informació i Documentació de la UOC tanca aquest curs i a partir del setembre del 2017 ja no acceptarà l'accés de nous estudiants.

FOMENT LECTURA

**Jornades
III Jornades d'Animació a la Lectura,
Espectura i Observació a València**

València, 18-21 juliol
<http://www.jaleovalencia.es/ca/jaleo17-jornades-danimacio-a-la-lectura-en-valencia/>
JALEO porta a la ciutat de València el debat i la reflexió, generats pels coneixements de ponents experimentats en l'àmbit de la lectura i el món del llibre infantil i juvenil.



BIBLIOTEQUES

**Congrés
IFLA WLIC 2017**

Breslau, Polònia, 19-25 agost
<https://2017.ifla.org>
83a edició del Congrés de l'IFLA WLIC, que se celebra anualment. El 2017 va tenir lloc a Breslau, Polònia, amb el lema: «Libraries. Solidarity. Society».



PROFESSIÓ

**IFLA
Glòria Pérez-Salmerón del COBDC accepta el
càrrec de presidenta de l'IFLA**

Breslau, Polònia, 24 agost
<https://www.ifla.org/ES/node/11792>
Glòria Pérez-Salmerón, col·legiada del COBDC, fou directora de la Biblioteca Nacional d'Espanya (2010-2013) i presidenta de FESABID (2013-2017). Ocuparà el càrrec de presidenta de l'IFLA fins a l'agost del 2020.



EDICIÓ
Exposició

35a edició de la Setmana del Llibre en Català

Barcelona, 8-17 setembre
<http://www.lasetmana.cat>

Edició de la Setmana del Llibre en Català, en què es va fer visible el sector de l'edició en català i la força del sector, amb 300 actes: rutes, presentacions de llibres, diàlegs amb autors, etc.

35a edició - Barcelona, Av. de la Catedral
La Setmana del Llibre en Català
Del 8 al 17 de setembre de 2017
www.lasetmana.cat



CONeixEMENT
Jornades

V Jornades Wikimedia España por el conocimiento libre

Múrcia, 15-17 setembre
<https://blog.wikimedia.es/2017/09/v-jornadas-de-wikimedia-espana-por-el-conocimiento-libre/>

Les jornades de Wikimedia a Espanya són una trobada anual que reuneix les persones participants en el moviment pel coneixement lliure a l'Estat espanyol. Les V Jornades de Wikimedia Espanya, coorganitzades en col·laboració amb la Universitat de Múrcia, van reunir desenes d'agents vinculats amb el coneixement lliure per debatre qüestions com ara els drets digitals, la ciència oberta, el periodisme i la seva relació amb la participació ciutadana, la visualització de dades o les tecnologies basades en programari lliure, entre altres temàtiques.



LLIBRE
Fira

Liber 17. Fira Internacional del Llibre

Madrid, 4-6 octubre
<https://www.gremieditores.cat/tot-sobre-la-fira-internacional-del-llibre-a-madrid/>

En aquesta 35a edició, l'Argentina va ser el país convidat d'honor. La cita, consolidada com la primera mostra dedicada al llibre en llengua espanyola a Europa i com a principal centre de negoci i intercanvi professional, està oberta a tots els sectors del llibre, amb especial atenció als continguts digitals, els nous editors, l'autoedició i la propietat intel·lectual.



PROFESSIÓ
Premis

Lliurament del 5è Premi de Recerca en Informació i Documentació al Millor Treball de Recerca de Batxillerat

Barcelona, 23 octubre
<https://fbd.ub.edu/noticies/lliurament-del-5e-premi-de-recerca-en-informacio-i-documentacio-al-millor-treball-de-recerca-de>

Premi de Recerca de Batxillerat en l'Àmbit de la Informació i la Documentació que convoquen conjuntament des de fa cinc anys la Facultat de Biblioteconomia i Documentació i el Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya. En aquesta cinquena edició, ha resultat guanyadora Aldara Cousillas Rúa, de l'Institut Joan Brudieu de la Seu d'Urgell, amb el treball «Les webs semàntiques i l'arxivística documental».



BIBLIOTEQUES
Jornada

Internet Librarian International. The Library Innovation Conference

Londres, Regne Unit, 17-18 octubre
<http://www.internet-librarian.com/2017/>

Amb el lema «Celebrate your librarian super powers!», es vol posar en relleu els professionals de la informació que marquen una diferència positiva en les persones i organitzacions, en tots els sectors: acadèmic, corporatiu i públiques.



CULTURA
Jornada

Interacció 2017: «Ciència i cultura: restabliment la connexió»

Barcelona, 18-20 octubre
<http://interaccio.diba.cat/temes/interaccio-2017>

Amb el lema «Ciència i cultura: restabliment la connexió». La presència de la ciència i de la tècnica adquireix una importància creixent. Ni les nostres ciutats ni les nostres vides s'expliquen, avui dia, sense els notables avenços científics i tecnològics i els seus impactes urbanístics, econòmics i socials. Tanmateix, la integració en termes polítics, estratègics i de gestió és encara insuficient.



BIBLIOTEQUES
Jornades

XIX Jornades Bibliotecàries de Andalucía

Huelva, 20-21 octubre
<https://www.aab.es/jornadas/xix-jornadas-bibliotecarias-de-andaluc%C3%ADa/>

Amb el lema «Biblioteca social, bibliotecas y sociedad», l'Asociación Andaluza de Bibliotecarios organitza les #19JBA amb l'objectiu d'aprofundir en la tasca social de la biblioteca i en la imatge que la societat té de les biblioteques i de la nostra professió, per tal d'arribar a ser imprescindibles per a la ciutadania.



BIBLIOTEQUES MÒBILS
Jornades

8è Congreso Nacional de Bibliotecas Móviles

Àvila, 20-22 octubre
<http://www.bibliobuses.com/laosoccongresos8congreso.htm>

Amb el lema «Tanto con tan poco», el congrés va oferir quatre ponències destinades a exemplificar com les biblioteques mòbils constitueixen un instrument imprescindible i extremadament valuós en el desenvolupament integral de les comunitats a les quals serveix.

LECTURA
Congrés**1r Congrés Internacional. Les altres lectures
en el segle XXI**

Alacant, 2-3 novembre

<https://web.ua.es/va/otras-lecturas/>

Organitzada per la Red Internacional de Universidades Lectoras (RIUL), el congrés «Les altres lectures al segle XXI» se centra en com les tecnologies demanen un lector capaç de reconèixer i interpretar missatges plurimedials o multimodals en què les opcions i possibilitats són cada dia més generoses i plurals.

BIBLIOTEQUES
Jornades**XIX Jornadas de Gestión de la Información**

Madrid, 15 novembre

<http://19jgi.sedic.es/>

Amb el lema «Regreso al futuro: visionarios de ayer, hoy y mañana». La nostra professió ha canviat molt en les últimes dècades. Aparentment, poc tenen a veure amb els d'ahir els rols, processos i reptes de les institucions i centres d'informació d'avui. Reflexionar des d'una perspectiva crítica sobre aquests temes es torna avui essencial per consolidar la nostra posició professional, en una societat en la qual les dades són «el nou petroli» i la gestió de la informació és clau per al progrés social, econòmic, cultural. Per això, es proposa en aquesta jornada un format de «diàlegs intergeneracionals» en què dos professionals de la informació, amb visions diferents, aprofundeixin en cada un d'aquests aspectes. Lliurament del XII Premio SEDIC a la Calidad e Innovación.

LLIBRERIES
Campanya**Campanya per al Dia de les Llibreries:
«Deja que te cuenten»**

Espanya, 10 novembre

<https://www.youtube.com/watch?v=VsZdVAWuXMo&feature=youtu.be>

Organitzada per l'Observatori de la Lectura i el Llibre, conjuntament amb el Ministeri d'Educació, Cultura i Esport i la Confederació Espanyola de Gremis i Associacions de Llibreters (Cegal), al llarg de la jornada les llibreries van aplicar un descompte especial, van estar obertes fins a les 22 hores i van organitzar diverses activitats.

BIBLIOTEQUES
Jornades**IV Jornadas Valencianas de Documentación**

Valencia, 23-24 novembre

<http://jornades2017.cobdvc.es/es>

Amb el lema «Informar per a transformar». La tasca fonamental de les biblioteques de facilitar l'accés igualitari a la informació pot anar molt més enllà, superar els seus propis límits i aprofundir en la transformació de la informació per fer-ne un recurs cívic. La revisió dels processos de generació i explotació de la informació esdevé un pas necessari en aquesta transformació.

PATRIMONI BIBLIOGRÀFIC
Jornades**IV Jornadas sobre Bibliotecas de Museos.
«La Biblioteca del Museo Nacional del Prado:
Estrategias de difusión del patrimonio
bibliográfico»**

Madrid, 23-24 novembre

<http://www.museoreinasofia.es/actividades/iv-jornadas-sobre-bibliotecas-museos>

Les jornades, amb el lema «Estrategias sostenibles y alianzas en bibliotecas de museos», estan coordinades per la Red de Bibliotecas de Museos (BIMUS) i tenen l'objectiu de plantejar un marc per al debat sobre el patrimoni bibliogràfic i els reptes de l'entorn digital.

BIBLIOTEQUES
Jornada**Seminari de l'Aula Jordi Rubió i Balaguer**

Barcelona, 11 desembre

<http://www.ub.edu/biblio/aula-jordi-rubio-i-balaguer/>

Amb el títol «El poder de les històries: narrativa literària i audiovisual». Una història és quelcom que no existeix fins que algú l'explica i, d'aquesta manera, la transmet, la regala a una comunitat.

Amb aquest seminari, volem contrastar i alhora agermanar la literatura i les narratives audiovisuals, com les pel·lícules i les sèries de televisió, centrant-nos en les seves aportacions al lector-espectador, així com en tot allò que fa que una obra ens arribi i ens influeixi.

**Seminari
de l'Aula
Jordi
Rubió
i Balaguer**LECTURA FÀCIL
Premis**Lliurament Premis Lectura Fàcil 2017**

Barcelona, 12 desembre

<http://www.lecturafacil.net/news/lliurament-premis-lectura-facil-2017/>

Concurs Booktuber: es premien vídeos d'usuaris recomanant algun llibre de lectura fàcil.

BIBLIOTEQUES
Jornades**X Jornada Profesional: «Diez años de
propuestas y tendencias en información
y documentación (2008-2017)»**

Madrid, 14 desembre

https://www.cervantes.es/bibliotecas_documentacion_espanol/para_bibliotecarios/Jornadas/jornada_10/jornada_10_tendencias.htm

La Red de Bibliotecas del Instituto Cervantes va celebrar el desè aniversari de la jornada, fent una revisió crítica dels temes tractats en les nou jornades anteriors i avaluant les seves propostes amb l'objectiu d'obrir el diàleg i el debat entre tots els assistents, presencials o virtuals, sobre aspectes diversos de la professió, que s'han tractat en aquest últim decenni, i comprovar si eren sensats, continuen sent vigents o si se n'han aconseguit alguns.



Destacats 2017

Congrés IFLA WLIC 2017 a Breslau (Wrocław) i reunió satèl·lit a Berlín



Congrés IFLA WLIC 2017 a Breslau (Wrocław) i reunió satèl·lit a Berlín

Miguel NAVAS FERNÁNDEZ

IFLA Government Information and Official Publications Section (GIOPS)

Centre de Documentació, Museu de Ciències Naturals de Barcelona

mnavas@bcn.cat

La International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) celebra cada any el World Library and Information Congress (WLIC). L'última edició es va fer a Breslau (Wrocław), Polònia, entre els dies 19 i 25 d'agost del 2017, amb el lema «Biblioteques, solidaritat, societat».¹ Hi vaig assistir en qualitat de tècnic (*officer*), o membre de secció professional, i també com a ponent. Aquest informe recull les activitats en relació amb les biblioteques especialitzades i governamentals, així com iniciatives globals i els objectius de desenvolupament sostenible (ODS), que ha estat un dels temes estrella.

Les seccions de l'IFLA que tenen a veure amb les biblioteques especialitzades són les següents:

- Government Libraries Section (biblioteques de l'executiu, principalment).
- Library and Research Services for Parliaments Section (biblioteques parlamentàries).
- Law Libraries Section (biblioteques jurídiques, que inclouen explícitament les judicials).
- Government Information and Official Publications Section (GIOPS), un organisme que s'ocupa de l'accés, la difusió i la preservació de la documentació produïda per entitats governamentals.

Amb aquesta edició del congrés, s'ha complert el meu vuitè i darrer any com a membre del comitè permanent de la Government Libraries Section.² Durant aquest període també he ocupat el càrrec de coordinador i de president, durant dos anys cadascun. Després de romandre-hi durant dos terminis de quatre anys, que és el màxim establert, he deixat aquesta secció i m'he incorporat a GIOPS, gràcies a la nominació que he rebut de la Biblioteca del Parlament, que és una institució membre d'aquesta secció.

Durant els congressos anuals, cada secció celebra dues reunions de treball del seu Comitè Permanent, una a l'inici i l'altra cap al final. Com a tècnic sortint d'una i entrant de l'altra, vaig participar en les reunions d'aquestes dues seccions. S'hi van tractar temes interns, com ara l'aprovació dels informes d'activitat anual, el disseny del pla d'acció per a l'any següent, la preparació de la sessió del congrés actual i la definició del tema de la sessió de l'any següent, entre altres qüestions. L'assistència de membres del Comitè Permanent va ser l'esperada, tenint en compte que només un reduït nombre de tècnics hi assisteix cada any. D'altra banda, diversos conferencians van participar en aquestes reunions, amb veu però sense vot.

1. <<http://2017.ifla.org>>.

2. <<http://www.ifla.org/government-libraries>>.



Figura 1. Presentació de Miguel Navas sobre les biblioteques governamentals catalanes i els ODS.

La secció de biblioteques governamentals va organitzar la sessió «Government and parliamentary libraries: supporting UN sustainable development goals», amb la col·laboració de la secció de biblioteques parlamentàries i la secció de jurídiques. L'esdeveniment va ser el dimecres 23 d'agost en una sala amb format de taules rodones per a facilitar el debat i la participació.

Nick Poole, president executiu de CILIP (l'associació de biblioteques i informació del Regne Unit), va obrir l'acte amb un interessant discurs de la campanya «Facts matter», que vol posar en relleu el valor que la informació de qualitat té per a l'aprenentatge, l'economia i la salut, per a enfortir la democràcia i per a aconseguir comunitats equitatives i inclusives. Va dir que en la labor de proveir informació de qualitat és quan els bibliotecaris hem de manifestar la importància de la nostra professió.

Tot seguit, diversos panelistes provinents de Kènia, Malawi, els Estats Units, el Regne Unit, Ghana i Uganda

van presentar les seves comunicacions. Jo mateix hi vaig participar amb una presentació³ de les activitats, els programes i els projectes que porten a terme les biblioteques especialitzades catalanes, en relació amb els objectius de desenvolupament sostenible (ODS) de l'ONU, que descriurem més endavant. La majoria d'exemples que s'hi mencionen pertanyen a biblioteques governamentals, però també n'hi ha d'especialitzades, així com algun cas concret de biblioteques públiques en relació amb la lluita contra el canvi climàtic. Ha estat possible fer-la gràcies a la col·laboració de la Xarxa BEG,⁴ així com la d'altres biblioteques especialitzades catalanes.

De la resta de comunicacions, destacaria la de Carla Davis-Castro, de la Biblioteca del Congrés dels Estats Units, de l'American Indian Libraries Initiative (AILI). Aquesta iniciativa, en què participa la mateixa Library of Congress i la Federal Library and Information Network (FEDLINK), consta de la formació en l'ús del recurs en línia *Indigenous Law Portal*, l'organització de panells de discussió de l'ús dels fons atorgats pel Museum and Library Services Institute a la població indígena, i l'assoliment d'ofertes especials d'accés a bases de dades comercials, negociades per FEDLINK, per a les biblioteques que atenen aquesta ètnia.

Després de les ponències, va haver-hi una sessió informal d'intercanvi d'opinions i experiències relatives a biblioteques governamentals i dels objectius de desenvolupament sostenible de l'Agenda 2030 de l'ONU. En aquest moment no hi ha materials disponibles en línia, però sí que hi ha una entrada al blog de la secció de biblioteques governamentals⁵ amb informació del contingut de la sessió.

La sessió, organitzada per GIOPS, es va celebrar el dimarts 22 d'agost amb interpretació simultània. Amb el títol «How to Find It? International Legal Institutions Informing the Public»,⁶ la conferència va incloure quatre

3. <<https://www.slideshare.net/MiguelNavasFernandez/catalan-government-libraries-supporting-united-nations-sustainable-development-goals-sdgs/1>>.

4. Són el conjunt de biblioteques de titularitat de l'administració de la Generalitat de Catalunya i de les entitats de dret públic que en depenen. També s'hi inclouen biblioteques d'entitats diverses amb participació de la Generalitat.

5. <<https://blogs.ifa.org/government-libraries/2017/08/19/wlic-2017-session-191/#more-1034>>.

6. <<http://library.ifa.org/view/conferences/2017/2017-08-22/793.html>>.

comunicacions de professionals europeus (de Suïssa, Itàlia, França i Grècia). Com a aspecte negatiu, cal dir que van mancar experiències d'altres indrets.

D'aquestes comunicacions, en destacaria la que va fer Edit Horváth, que va presentar la Global Online Access to Legal Information (GOALI). Es tracta d'un programa que veurà la llum el febrer del 2018 a la plataforma Research4Life <www.research4life.org/>, que facilita l'accés a documentació científica i acadèmica a països en vies de desenvolupament. De fet, l'objectiu de GOALI és proveir accés lliure o a cost reduït a informació legal i de recerca a governs, universitats i organitzacions sense ànim de lucre, per tal de promoure l'accés equitatiu i l'aplicació igualitària de la justícia. Horváth va esmentar la relació directa entre aquest objectiu i el setzè dels Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides («pau, justícia i institucions fortes»).

El 22 d'agost la secció de biblioteques parlamentàries va organitzar la seva pròpia sessió: «Parliament and the people: transparency, openness, engagement». El programa constava de ponències curtes seguides d'una sessió interactiva en taules rodones. Els ponents provenien de Kènia, Mèxic (plataforma REDIPAL), Espanya (Mateo Macià, del Congrés dels Diputats, que va fer una presentació de transparència i dret d'accés a la informació), Portugal i Xile —ni el programa complet ni els continguts de la sessió no estan disponibles actualment. La secció de biblioteques parlamentàries va col·laborar amb la secció de Knowledge Management i altres, en l'organització de la sessió «New librarians for new times: continuous learning to become change agents in a changing world».

La secció de biblioteques jurídiques ha tingut molta activitat, que no he seguit de prop. A més de participar en l'organització de l'esmentada sessió patrocinada per les

biblioteques governamentals, va dirigir la sessió «Law in transition: challenges for legal research and legal methodology in post-communist Europe»⁷ i va coorganitzar el programa «Optimizing subject access to legal resources: solidarity in divergence».⁸ En aquesta darrera sessió també hi ha participat Carla Davis-Castro, mencionada abans, amb una comunicació de l'esmentat Indigenous Law Portal.

Una sessió d'interès general ha estat la referent a la visió global⁹ que l'IFLA vol tenir del món de les biblioteques. Amb el títol «Global Vision Discussion», els membres del consell de govern de l'organització van fer promoció del formulari de vot i van destacar la importància de comptar amb l'opinió dels professionals de tot tipus de biblioteques d'arreu del món per dirigir l'acció de l'IFLA. La sessió va ser llarga, però distesa, va engrescar gran part de l'audiència i es va treballar de manera participativa en taules rodones. No obstant això, penso que, tot i que es parlava de biblioteques en general, les preguntes de l'enquesta estaven clarament dirigides al món de les biblioteques públiques.

També es va presentar el World Library Map,¹⁰ en què es recull el nombre de biblioteques per país i tipologia. Tanmateix, el mapa encara és en una fase inicial, les dades s'han d'actualitzar, i falten molts països (especialment d'Àfrica, Amèrica del Sud i Àsia). En qualsevol cas, sorprèn força l'absència de tipologies relacionades amb biblioteques especialitzades.

Com ja he dit al començament, un tema recurrent en aquest congrés anual han estat els objectius per al desenvolupament sostenible (ODS) de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides.¹¹ L'IFLA ha estat participant activament en la seva configuració durant els últims anys, defensant l'aportació que les biblioteques poden fer-hi. Per aquest

7. <<https://www.ifla.org/node/11504>>.

8. <<https://www.ifla.org/node/11504>>.

9. <<https://www.ifla.org/globalvision>>.

10. <<http://librarymap.ifla.org>>.

11. <<http://www.ifla.org/libraries-development>>.

motiu, moltes de les sessions i activitats organitzades han versat sobre aquest tema, incloent-hi la que abans he esmentat de la Government Libraries Section. Destacaria les següents:

- «Libraries' commitment to the UN 2030 Agenda for Sustainable development», organitzada per ENSULIB (Environment, Sustainability and Libraries Special Interest Group).
- «Demonstrating the contribution of libraries to the UN 2030 Agenda: examples from IFLA division V». ¹² L'IFLA s'estructura en divisions i després en seccions i grups d'interès. La cinquena divisió és la que agrupa les seccions i els grups d'interès relatius a regions en vies de desenvolupament, en concret Àfrica, Àsia i Oceania, Amèrica del Sud i el Carib. En aquesta sessió es van fer presentacions de Zàmbia, Tanzània, Aruba, Zimbàbwe, Xile i Perú.
- «Access and opportunity for all: how LAC libraries contribute to the United Nations 2030 Agenda». ¹³ Organitzada per la secció Latin America & the Caribbean, que ja era present a l'anterior sessió. En aquesta ocasió hi ha experiències de Xile, Cuba, Perú, Brasil, Equador, Panamà i Nicaragua.
- «More than green: sustainability of practice. Public libraries & the 2030 United Nations Agenda». Organitzada per la secció de biblioteques públiques i ENSULIB, amb casos de Portugal, Finlàndia, Indonèsia i Uganda.

La gran majoria de continguts sobre biblioteques i els ODS es basaven en activitats i experiències de biblioteques públiques, i molt poques parlaven de programes o iniciatives concretes de biblioteques d'altres tipus.

Entre aquests objectius, l'estrella va ser el de la lluita contra el canvi climàtic i la defensa del medi ambient. En aquest apartat cal destacar la reunió satèl·lit, *satellite meeting*, o conferència temàtica paral·lela organit-



Figura 2. Assistents al Berlin Satellite Meeting al Bundestag (parlament alemany).

zada per ENSULIB. L'esdeveniment va fer-se a Berlín els dies 16 i 17 d'agost, abans del congrés central. Un dels projectes presentats va ser BücherBoXX, es tracta d'una iniciativa social en forma de xarxa de cabines telefòniques rehabilitades com a biblioteques (o, més ben dit, llocs de lectura i intercanvi de llibres), distribuïdes arreu dels territoris fronterers entre Alemanya i Polònia. Els materials que s'hi poden trobar són de tot tipus i en diversos idiomes (principalment en alemany i polonès). Aquestes biblioteques són verdes i respectuoses amb el medi ambient perquè, a més, funcionen amb energia solar i estan disponibles a qualsevol hora.

El 23 d'agost, el penúltim dia amb sessions públiques al congrés WLIC, Glòria Pérez Salmerón va oferir un conivít informal per als conferencians de parla hispana, amb motiu de l'inici de la seva etapa com a presidenta. L'acte va ser molt emotiu. L'endemà va fer la conferència inaugural¹⁴ com a presidenta entrant.

Molts dels membres de la secció de biblioteques governamentals, entre els quals hi ha un servidor, vam assistir

12. <<http://library.ifla.org/view/conferences/2017/2017-08-22/778.html>>.

13. <<http://library.ifla.org/view/conferences/2017/2017-08-22/787.html>>.

14. <http://fesabid.org/sites/default/files/repositorio/discurso_presidenta_wlic_2017.pdf>.



Figura 3. BücherBoXX, cabines telefòniques convertides en «biblioteques verdes» que funcionen amb energia solar.

a una altra reunió satèl·lit¹⁵ que, com la de l'ENSULIB, també va fer-se a Berlín. En aquest cas va ser en acabar el congrés central, el 25 d'agost. La biblioteca del Bundestag alemany va ser el lloc de la conferència, en la qual també van assistir altres professionals i observadors relacionats amb aquest tipus d'unitats.

El director de l'Àrea de Documentació del parlament alemany, Holger Scheerer, va encarregar-se de pronunciar el discurs de benvinguda i de fer una breu introducció de la biblioteca. Gunda Oppermann, responsable de la Biblioteca del Ministeri de l'Interior, va continuar amb una conferència sobre la missió i organització d'aquesta biblioteca en el si de la xarxa de biblioteques governamentals, així com del Portal Federal d'Informació i Biblioteques, una plataforma interministerial i interinstitucional. Després van haver-hi intervencions d'altres bibliotecaris i experts d'arreu del món. Alex McKenna, del Departament per a la Sortida de la Unió Europea del Regne Unit, va parlar de la iniciativa Thinking Group, que va néixer quan ell treballava al Departament de Treball i Pensions. Aquesta iniciativa vol donar suport a la política oberta dins el govern britànic, partint de la base que els documentalistes poden propiciar la comunicació entre els diferents grups de decisors (*decision makers*) a través del descobriment i la compartició de la informació i documentació econòmica, social i política.

Winy Nekesa, del govern ugandès, va explicar l'experiència de l'Autoritat de Contractació Pública i Gestió de Béns Mobles amb la implementació d'activitats a les biblioteques en relació amb el suport als objectius de desenvolupament sostenible. La darrera intervenció va ser a càrrec d'Elina Kahö, que ja és coneguda a les Biblioteques Especialitzades de la Generalitat (BEG).¹⁶ Va repassar l'estat de la qüestió actual de la Unitat de Publicacions i Suport Informatiu, que depèn de l'oficina del Primer Ministre. Aquesta unitat es va crear el 2015 a partir de la xarxa de biblioteques governamentals fineses, que des d'aleshores funciona com a servei unificat.

Després d'aquestes intervencions, es va revisar el capítol 11 de les directrius de l'IFLA per a biblioteques governamentals,¹⁷ que, de fet, era l'objectiu principal

15. <<https://www.ifla.org/node/11335?og=45>>.

16. Va participar a la «Jornada de les Biblioteques Especialitzades de la Generalitat 2015, l'Any de les biblioteques», amb la comunicació «El sistema finlandès de biblioteques governamentals [en línia]». Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada, 21 de maig de 2015. <<https://www.youtube.com/watch?v=xPuPSmgL8nc>>.

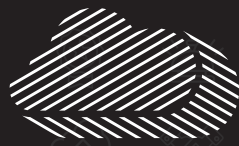
17. <<https://ifla.org/files/assets/hq/publications/professional-report/106.pdf>>.

d'aquesta trobada. Tots els presents vam estar d'acord a apreciar que aquest capítol, «Advocacy for the role of government libraries», necessitava actualitzar-se per dos motius. Primer, perquè està redactat des d'un punt de vista massa anglosaxó, que no reflecteix la diversitat internacional, i, en segon lloc, per mirar d'incloure exemples de compliment dels ODS en aquest capítol sobre la defensa i promoció de les biblioteques governamentals.

Per tal de revisar-lo es va fer una pluja d'idees en què cada assistent va aportar la seva visió. En el meu cas, vaig comentar que seria molt interessant incloure més casos d'èxit en la promoció dels serveis. El secretari de la secció va recollir totes les aportacions i va informar que a curt termini es disposarà d'un esborrany del nou capítol onzè d'aquestes directrius.

En conclusió, la meua experiència al congrés WLIC de l'IFLA ha estat positiva. No obstant això, crec que hi havia una presència excessiva de continguts i activitats dels ODS, que, a més, es profunditzaven i concretaven molt poc.

D'altra banda, la meua experiència passada a la secció de governamentals i l'actual a GIOPS em dona arguments per dir que, en la meua opinió, el funcionament de les seccions és massa endogàmic, intern i burocràtic. La seva activitat es basa, quasi exclusivament, en la preparació de la sessió del congrés anual (debat per triar tema, publicació del «call for papers», selecció de comunicacions i logística). Pràcticament no hi ha cap més activitat que aquesta, i la majoria dels membres ni tan sols responen els correus electrònics. Les pàgines web no estan actualitzades, així com els blogs. Les llistes de distribució gairebé no s'utilitzen. Personalment, trobo a faltar que es faci una feina més de *think-tank*, de visió externa, de ser capaços d'involucrar la comunitat internacional especialitzada en la temàtica de la secció. Per això, segurament, caldria fer un canvi des de la cúpula, el consell de govern de l'IFLA, professionalitzant més les seccions, dotant-les de finançament per a projectes i homogeneïtzant-ne el funcionament. També caldria reduir el nombre de seccions per tenir-ne menys, però més potents i més dinàmiques. A més a més, una opció interessant per a la comunitat de bibliotecaris especialitzats seria la creació d'una secció de *Special Libraries*. ■



NUBILUM

“ Integrar el coneixement,
preservar-lo i fer-lo accessible
és la raó de ser de les nostres
actuacions. ”

www.nubilum.cat

info@nubilum.cat



Retrovisor

El fons patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola:
una aproximació a la gestió de les col·leccions i els serveis



El fons patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola: una aproximació a la gestió de les col·leccions i els serveis

Míriam OVIEDO SÁNCHEZ

Bibliotecària, Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola
moviedo@gencat.cat

Article rebut el març de 2018; revisat l'abril de 2018.

Resum: S'explica la col·lecció patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola. Es parteix dels orígens de la biblioteca per a poder explicar i entendre com s'ha format la col·lecció. Tot seguit, s'exposen les tasques que actualment es porten a terme: les pautes de conservació; la política de col·lecció; la digitalització; el projecte actual d'autogestió amb Calaix; i els serveis a l'usuari, amb les visites de patrimoni, els tallers escolars, i el grup de voluntariat per a la neteja i preservació de col·leccions. Amb aquest article es vol posar de manifest la importància del patrimoni a les biblioteques públiques i la necessitat del treball en equip per a elaborar projectes comuns i de futur.

Paraules clau: Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola, biblioteques públiques, fons antic i patrimonial, biblioteca digital, preservació, voluntariat cultural.

El fondo patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola: una aproximación a la gestión de sus colecciones y servicios

Resumen: Se explica la colección patrimonial de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola. Se parte de los orígenes de la biblioteca para poder explicar y entender cómo se ha formado la colección. A continuación, se exponen los trabajos que actualmente se están llevando a cabo: las pautas de conservación; la política de colección; la digitalización; el proyecto actual de autogestión con Calaix; los servicios para el usuario, con las visitas de patrimonio, los talleres escolares, y el grupo de voluntariado para la limpieza y preservación de colecciones. Este artículo intenta poner en valor el patrimonio en las bibliotecas públicas y el trabajo en equipo para elaborar proyectos comunes y de futuro.

Palabras clave: Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola, bibliotecas públicas, fondo antiguo y patrimonial, biblioteca digital, preservación, voluntariado cultural.

The heritage collection of the Public Library of Girona Carles Rahola: an approach to the management of its collection and its services

Abstract: An explanation of the heritage collection of the Public Library of Girona Carles Rahola. It begins with a description of the library's origins, so that the reader can understand how the collection was formed. This introduction is followed by an overview of the ongoing work: preservation guidelines, collection policy, digitization, the current self-management project with Calaix, user services, heritage tours, school workshops and volunteer groups for cleaning and preserving collections. The purpose of the article is the importance of emphasising the value of public libraries and the need for teamwork in developing common and forward-looking projects.

Key words: Public Library of Girona Carles Rahola, public libraries, heritage, digital library, preservation, cultural volunteers.

Introducció

El 2018 és una data especial per a la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola. Enguany se celebren els 170 anys de la seva obertura al bell mig del centre històric de la ciutat i en unes circumstàncies del tot diferents de les actuals. Aquesta celebració ens anima a explicar i fer conèixer la història d'una de les biblioteques públiques amb més trajectòria i singularitat de Catalunya.

La Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola (BCR), abans coneguda amb el nom de Biblioteca Pública de Girona, Biblioteca Provincial o, popularment, per la seva ubicació a l'antic hospici, Biblioteca Lorenzana, és una de les biblioteques públiques de la ciutat de Girona. És de titularitat estatal,¹ està gestionada pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i forma part del Sistema de Lectura Pública. D'ençà del 1958, amb l'entrada en vigor de la Llei del dipòsit legal, és la receptora de tota la producció impresa de les comarques gironines.

Va ser fundada l'any 1848 arran de les desamortitzacions dels béns eclesiàstics del ministre Juan Álvarez Mendizábal, fruit de la supressió dels ordes religiosos (1836-1851).

La col·lecció antiga de la biblioteca és considerada bé d'interès cultural i està protegida per la Llei 16/1985, de 25 de juny, del patrimoni històric espanyol, i per la Llei 9/1993, de 30 de setembre, del patrimoni cultural català. En aquests moments, la BCR és una de les biblioteques públiques amb fons patrimonials de Catalunya.

Actualment, amb les principals col·leccions patrimonials de la ciutat de Girona, com les eclesiàstiques —Biblioteca Diocesana del Seminari de Girona i Arxiu de la Catedral—,



Fotografia: ©Marc Torra

Figura 1. Façana principal de la BCR.

els fons de l'Arxiu Històric, l'Arxiu Municipal, o la Biblioteca Universitària, el fons antic de la Biblioteca Carles Rahola és considerat un important conjunt documental.

La BCR disposa d'un fons amb prop de 300.000 documents, dels quals més de 30.000 formen la Col·lecció Patrimonial (CP). Sens dubte, aquest és un element diferenciador respecte a la majoria de biblioteques públiques, que aporta un tipus d'usuaris, necessitats i serveis molt concrets, a més del públic habitual. Amb tot, i tenint assumit el rigor d'aquest tipus de fons, la CP està totalment integrada a l'engranatge de la biblioteca i ha esdevingut un element clau que aporta valor afegit als objectius generals del centre.

A l'anterior seu (Casa de Cultura de Girona, 1951-2014), tant els fons patrimonials com la totalitat de serveis estaven molt limitats per la manca d'espai i les barres arquitectòniques de l'antic edifici. Un fet cabdal en la nova definició de la CP va ser el trasllat a les noves instal·lacions. Amb Lourdes Reyes² al capdavant, el 2014 la Biblioteca va passar a ubicar-se a l'edifici actual,³ en un nou equipament dotat d'uns espais i d'unes condicions pensats expressament per a l'emmagatzeme-

1. Bibliotecas Públicas del Estado, <<https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/portada.html>> [Consulta: 29/03/2018].
2. Lourdes Reyes Camps (Barcelona, 1961), directora de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola (2012-2017), <https://ca.wikipedia.org/wiki/Lourdes_Reyes_i_Camps> [Consulta: 29/03/2018].
3. «La nova Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola obrirà portes dimarts 23 de desembre» [en línia]. Generalitat de Catalunya, 19/12/2014. <http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/cultura/notapremsaww/278524/ca/nova-biblioteca-publica-girona-carles-rahola-obrir-a-portes-dimarts-23-desembre.do> [Consulta: 29/03/2018].

matge de les col·leccions més antigues i, alhora, amb capacitat per a oferir uns serveis de consulta i difusió adequats. En definitiva, a partir d'aquell moment es van poder integrar temes clau com: seguretat, conservació, difusió i accés.

Per a la definició de la política de col·lecció i del manual de procediments del fons patrimonial, la BCR té com a referent la Biblioteca Nacional de Catalunya: primer, perquè en comparteix dependència administrativa —ambdues biblioteques depenen del Departament de Cultura de la Generalitat—, i segon, perquè és la biblioteca patrimonial de referència a Catalunya. També s'ha tingut en compte l'experiència i la trajectòria consolidada d'altres centres capdavaners, com la Biblioteca de l'Ateneu Barcelonès, biblioteques universitàries amb fons patrimonials de Catalunya, o exemples d'altres països, com la Bibliothèque d'Étude et du Patrimoine de Toulouse, entre d'altres.

Un valor especial de la BCR i dels que la fan possible és l'afany aferrissat a combinar les funcions de biblioteca pública amb les de biblioteca patrimonial. Entenent que el patrimoni bibliogràfic esdevé un element d'identitat i de valor afegit que cal resguardar, però alhora fer-lo conèixer i apropar-lo als ciutadans. També cal tenir la voluntat de fer conèixer i crear sinergies entre els serveis patrimonials i la funció social de la biblioteca, i tot plegat, evolucionant i adaptant-se als nous canvis i les noves necessitats dels usuaris.

Per acabar, val la pena fer un apunt retrospectiu i valorar la feina feta per les anteriors direccions pel que fa al patrimoni. Enric Mirambell Belloc (director, 1949-1987) i Teresa Garcia Panadès (directora, 1987-2012) van dur a terme una tasca constant en el tractament del fons antic. Els esforços inicials es van centrar en la catalogació i en l'elaboració d'inventaris, posteriorment, en l'entrada del fons antic al Catàleg Col·lectiu del Patrimoni Bibliogràfic (CCPB), i en temes de reproducció, en la micro-

filmació i la digitalització. També són destacables llurs publicacions sobre la col·lecció patrimonial en revistes de divulgació local, contribuint notablement al coneixement, la difusió i l'estudi del fons de la BCR.

Si en aquests darrers anys s'ha pogut prioritzar i posar l'atenció en les tasques de difusió i socialització del patrimoni, ha estat en gran mesura gràcies a la feina feta anteriorment. Fins i tot, podríem dir que les tres últimes direccions —Mirambell, Garcia i Reyes—, juntament amb la direcció actual —Sílvia Sanahuja—,⁴ tot i tenir estils ben diferents, i sense coincidir en l'època generacional, per tant, trobant-se cadascuna amb realitats socials i polítiques distintes, han tingut en comú la preocupació pel patrimoni i l'afany per donar-ne a conèixer el valor.

1. Breu història de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola

La història de la BCR ha estat explicada àmpliament en diverses publicacions, especialment per Enric Mirambell. Recentment Victòria Rodrigo⁵ també hi va dedicar unes pàgines al seu llibre sobre biblioteques públiques patrimonials. Per no reescriure el que ja està a l'abast dels lectors, oferim ara una breu contextualització.

1.1 Antecedents: les desamortitzacions eclesiàstiques

La bibliografia sobre les desamortitzacions eclesiàstiques és extensa. Ens situem a final del segle XVIII, a les darreries de l'Antic Règim. Les causes fonamentals foren essencialment econòmiques, calia ampliar el capital de l'Estat i reduir el dèficit públic. Les primeres mesures es dugueren a terme per Manuel Godoy (1798), però no fou fins a l'aplicació dels decrets de Mendizábal

4. Sílvia Sanahuja Ensesa (Salt, 1981), directora de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola (2017-).

5. Victòria Rodrigo Fuentes, *El Patrimoni bibliogràfic a les biblioteques públiques: un bé per a descobrir*, Tarragona: Arola, 2015.



Fotografia: ©BCR

Figura 2. BPG, Exposició de felicitacions de Nadal i gravats. Nadal, 1951.

(1835-1837) que es portà a terme una exclaustació més decisiva. Es considerava que les propietats de l'Església estaven en *mans mortes*, fora del mercat, i no es podien vendre ni comprar. Amb les desamortitzacions, els béns de l'Església es posaren a subhasta pública.

En la majoria de publicacions s'analitzen extensament les qüestions econòmiques, i per tant, és força clar quines foren les propietats expropiades i quins en foren els compradors. A Girona, destaquen els treballs de F. Simon Segura⁶ (1969), o de M. Moli Frigola⁷ (1975). En canvi, potser caldria aprofundir sobre el destí i les conseqüències que van patir els llibres i les biblioteques monàstiques.

Com a conseqüència de les confiscacions, es crearen les Biblioteques Provincials amb l'objectiu de recollir els llibres de les biblioteques eclesiàstiques. En els casos

«L'OBJECTIU FUNDACIONAL DE LA BIBLIOTECA NO ERA, COM SERIA ARA, PROMOCIONAR LA LECTURA, SINÓ SALVAR I CONSERVAR UN FONS BIBLIOGRÀFIC QUE ESTAVA EN PERILL DE PERDRE'S I PART DEL QUAL JA S'HAVIA DISPERSAT.»

en què la ciutat tenia universitat, aquesta institució assumia la recollida de fons. Com en el cas de la ciutat de Barcelona, en què la Universitat Central va acollir els llibres antics provinents dels edificis conventuals de la ciutat.

A Girona, els més de 4.500 documents recollits van esdevenir les primeres col·leccions de la futura Biblioteca Provincial. És interessant la reflexió que fa Enric Mirambell⁸ quan explica la història de la biblioteca: «L'objectiu fundacional de la biblioteca no era, com seria ara, promocionar la lectura, sinó salvar i conservar un fons bibliogràfic que estava en perill de perdre's i part del qual ja s'havia dispersat».⁹ Doncs tant en els anys immediats anteriors com en el transcurs de l'expropiació, la recollida de fons va ser molt caòtica, hi va haver molts robatoris, saquejos, i per tant, una gran pèrdua de llibres.

Els còdexs de la Biblioteca Carles Rahola provenen principalment de l'església de Sant Feliu de Guíxols. Anteriorment hi havia altres nuclis amb activitat monàstica i amb importants biblioteques, però que, dissortadament, es van veure afectades per episodis bèl·lics, saquejos i incendis.

6. Francisco Simón Segura, *Contribución al estudio de la desamortización en España: la desamortización de Mendizábal en la provincia de Gerona*. Madrid: [s.n.], 1969.
7. Montserrat Moli Frigola, «La Desamortización en la provincia de Gerona: 1835-1854», Tesi doctoral, [Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Filosofia i Lletres, 1975].
8. Enric Mirambell Belloc (Girona, 1922), director de la Biblioteca Pública de Girona (1949-1987).
9. Enric Mirambell Belloc, *Un segle i mig d'història de la Biblioteca Pública de Girona*, Girona: Central de Biblioteques, 1998. p. 7.

1.2 Els primers anys (1848 - finals dels anys trenta)

El 12 de gener de 1848 va obrir les portes la Biblioteca de Girona. Instal·lada al primer pis de l'Institut Provincial d'Ensenyament, al capdamunt del carrer de la Força, en ple centre històric, però lluny de l'activitat econòmica i social del moment. Es coneixia com la biblioteca de l'Institut, ja que inicialment en depenia i hi donava servei. El 1858 la Biblioteca passà a tenir caràcter públic i a partir de llavors va anomenar-se Biblioteca Provincial.

Les fonts històriques apunten que durant l'interval de 1858 a 1881 visqué un període de molta activitat. La majoria d'usuaris eren estudiants, professors i intel·lectuals del moment. És l'època de la Renaixença, amb esdeveniments rellevants com la creació de l'Asociación Literaria (1872-1903), la celebració del Certamen Literario (1872-1902) i la publicació de la *Revista de Girona* (1876-1895).

El 1881 el fons de la Biblioteca estava format per 9.562 volums, 96 incunables i 128 manuscrits. En aquell moment era considerada una col·lecció completa i actualitzada. A finals del segle XIX es reberen alguns donatius de notable importància: el 1878, Llorenç Pagans, músic i cantant de Cervià de Ter i resident a París, feu enviar expressament des de França la seva col·lecció personal de partitures perquè es conservés a la Biblioteca; el 1896, Enric Claudi Girbal, historiador i cronista de la ciutat, cedí la seva biblioteca personal d'autors gironins; el 1903, amb la dissolució de l'Asociación Literaria, es va fer donatiu de les més de 3.000 composicions originals del Certamen Literario.

La Biblioteca creixia alhora que també ho feia la ciutat, amb els canvis i avenços socials i econòmics del moment. El 1902 s'inaugurava la línia de ferrocarril Girona-Olot; el 1903 se celebraven els primers Jocs Florals de Girona; el 1904 s'instal·lava el telèfon urbà; el 1911 es creà la primera escola pública graduada de Girona, el Grup Escolar, actualment l'Escola Pública Joan Bruguera.



Figura 3. BPG, Altell del vestíbul de la biblioteca, 1951-1962.

Tot i que el primer terç del nou segle no foren uns anys d'esplendor per a la Biblioteca —amb pocs lectors, direccions efímeres i una col·lecció que estava quedant antiquada—, sí que es van dur a terme algunes tasques importants de descripció: es van introduir les fitxes de cartolina i es creà el catàleg d'autors i de referències. El 1934 s'instal·là la llum elèctrica, cosa que va suposar una gran millora.

1.3 Esclat de la Guerra Civil

El 4 de febrer de 1939 entraren les tropes franquistes a Girona. Durant l'esclat de la Guerra Civil la plaça de director de la biblioteca quedà vacant i solament el conserge, Josep Alegrí, en va tenir especial cura sent-hi present nit i dia. Aquest fet va evitar que la Biblioteca fos ocupada i que durant el conflicte no es perdés ni un sol llibre.

El 15 de març fou executat el periodista i escriptor Carles Rahola. Segons Xavier Carmaniu:¹⁰ «una de les màximes preocupacions de Rahola al llarg de tota la seva vida va ser la de fer arribar la cultura a la ciutadania [...] Rahola va defensar sempre els valors de la civilitat, el respecte i la tolerància al llarg de la seva vida i obra [...]». El desembre de 2014 la nova Biblioteca Pública de Girona passà a anomenar-se *Carles Rahola*.

Passada la Guerra, i amb la reobertura del servei, es fa palesa la necessitat d'un nou espai per a la Biblioteca. El 1943 s'iniciaren les gestions per buscar un nou equipament.

1.4 Segona meitat del segle xx: trasllat al segon edifici, la Casa de Cultura de Girona

El 1945 la Diputació cedí dues sales a la planta baixa de l'Hospici Provincial. Aquell any la Biblioteca comptava amb un fons de 21.528 volums, 148 incunables i 143 manuscrits. El 28 de febrer de 1949, Enric Mirambell i Belloc passà a ser el nou director de la Biblioteca fins a la seva jubilació, el 1987. El 1951 es feu el trasllat al nou edifici. Una sala es destinaria als llibres moderns, organitzats per la Classificació Decimal Universal (CDU), mentre que a l'altra s'hi posaria el fons antic. Aquesta darrera fou anomenada la Sala de Pergamins i s'utilitzava també com a sala de conferències. La inauguració es feu per les festes de Sant Narcís, el 29 d'octubre.



Fotografia: ©BCR

Figura 4. BPG, entrada de la biblioteca, 2010.

El 1958 la Biblioteca passà a ser el centre receptor del Dipòsit Legal, i per tant, va començar a rebre tota la documentació impresa de Girona. Cal recordar que fins al 1982 la Biblioteca va gestionar també l'Arxiu Històric Provincial, l'Arxiu d'Hisenda, el Dipòsit Legal i el Centre Coordinador de Biblioteques.

L'edifici tingué diverses remodelacions; les més significatives es dugueren a terme entre el 1964 i el 1977. Es condicionaren set plantes de dipòsit i els despatxos interns, es creà la Sala d'Investigadors i s'amplià la Sala Infantil. El 1966 s'inaugurà la Casa de Cultura i se celebrà a Girona el II Congrés Nacional de Biblioteques, un esdeveniment en què assistiren destacats representants de la professió.

El 1980 es feu el traspàs de gestió de l'Estat a la Generalitat de Catalunya. El 1987 Enric Mirambell es jubilà i passà a substituir-lo la senyora Teresa Garcia Panadès, que redactà diversos informes en què manifestava les necessitats de millora de les sales i denunciava la manca de personal. Del 1991 al 1997 es dugué a terme la informatització del fons amb el programari ABSYS, i el 1998 la Biblioteca celebrà el 150è aniversari.

10. Xavier Carmaniu i Mainadé, *Carles Rahola: l'home civilitzat*, Girona: Curbet Edicions, 2006.



Figura 5. Façana Casa de Cultura de Girona, agost 2010.

1.5 El nou mil·lenni: els serveis digitals i el camí a la nova Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola

Es posen en marxa els nous serveis virtuals. El 2002 i el 2008 es porten a terme projectes de digitalització de la col·lecció, el 2003 es publica el primer web de la Biblioteca i entra en funcionament el servei virtual d'accés al catàleg. El 2007 finalitzen els treballs de catalogació del fons antic d'obres impreses fins al 1900. El 2010 es fa el canvi de programari a Millennium.

El febrer de 2011 s'iniciaren les obres de la nova seu al carrer Emili Grahit, i el 31 d'agost de 2013 fou l'últim dia de funcionament a la Casa de Cultura. A partir de llavors s'iniciaren les tasques de trasllat, que durarien 15 mesos. El 23 de desembre de 2014 s'inaugurà la nova seu de la Biblioteca Pública de Girona Carles Rahola.

2. El fons patrimonial a la BCR. Les diferents col·leccions, accés i tractament

El patrimoni de la BCR neix amb els fons procedents de les desamortitzacions eclesiaístiques (1835). Posteriorment, i al llarg dels anys, s'hi han anat incorporant altres col·leccions, siguin provinents de donatius personals o d'entitats, o bé de compres del mateix centre. És un conjunt patrimonial ric, valuós i únic, d'abast temàtic general, però d'especial importància pels documents de temàtiques o d'autors gironins.

La col·lecció patrimonial està formada pels documents propis del fons antic (documents, manuscrits o impresos, de més de cent anys d'antiguitat), pels documents anteriors a 1958 (anteriors al Dipòsit Legal) i les col·leccions considerades especials (d'interès i/o valor bibliogràfic i/o documental, com, per exemple, edicions en facsímil, documents únics i singulars...).

En destacaríem, principalment, la col·lecció de 155 manuscrits del segle XIII al segle XIX; 165 incunables; prop de 30.000 llibres impresos entre els segles XVI i XIX; la col·lecció de mapes i gravats; goigs antics; 530 títols de revistes antigues de temàtica general i 387 de gironines; més de 2.500 fullets antics; col·leccions musicals provinents de donatius particulars, com el Fons Josep Baró i el Fons Llorenç Pagans; la col·lecció de l'Asociación Literaria de Gerona, amb més de 3.000 manuscrits literaris (1872-1902), i els donatius Roure, Oms, Biblioteca Municipal i, més recentment, Família Casademont-Mercader (2015), Joaquim Franquesa i Salvador (2015) i Família Figa Sastreger (2016), entre d'altres.

Els objectius de la BCR són conservar, gestionar i difondre les col·leccions patrimonials. Elaborar polítiques que en garanteixin la correcta preservació i tractament i, alhora, que en permetin l'accés i la consulta. També vol acostar la col·lecció als usuaris, proposant accions



Fotografia: ©BCR, Jose M^a Lafitte

Figura 6. Dipòsits de patrimoni de la BCR.

de difusió, coneixement i aprenentatge. El tractament adequat dels fons patrimonials és una responsabilitat del centre, i establir les normatives corresponents esdevé una garantia per a la correcta preservació del llegat històric i bibliogràfic de la nostra societat.

2.1 Establiment de les pautes de conservació, preservació i tractament físic

Es treballa fent una conservació preventiva, aplicant accions destinades a frenar el deteriorament de les col·leccions i reduir-ne els riscos. El fons de dipòsit de la BCR, tant modern com antic, es troba ubicat en armaris compactes. La temperatura i la humitat estan controlades segons els estàndards idonis de conservació documental, que garanteixen l'adequada condició ambiental i la intensitat lumínica aconsellable. Se segueix un control de plagues i es revisa periòdicament tot el fons. S'utilitzen materials neutres de conservació i cada any es fa una previsió de compra (capses i carpetes, fundes per als documents individuals com les fotografies, paper barrera, ús de plegadora i espàtules de feltre, guants de cotó, suports per a la consulta i exposició, entre d'altres) i s'intenta que la manipulació dels documents sigui mí-

nima. S'han dut a terme diferents fases de restauració externa al taller del monestir de Sant Pere de les Puel·les de Barcelona.

2.2 Política de col·lecció: pautes de catalogació, adquisicions i política de donatius

Es cataloga segons les pautes del Servei de Biblioteques de la Generalitat i les orientacions del Catàleg Col·lectiu del Patrimoni Bibliogràfic de Catalunya. Quan arriba un nou fons, el procediment és: ordenació (en cas de fons personals o unitats documentals grans i disperses), inventari i catalogació. Els inventaris permeten una valoració quantitativa ràpida de les col·leccions i fer una planificació real de la catalogació exhaustiva posterior.

La biblioteca incrementa el seu fons a través de les compres i prioritza sempre les publicacions gironines. Actualment, un 15 % del pressupost anual de la biblioteca es destina a la compra de llibres antics. Aquesta assignació pot variar en funció de les necessitats o les assignacions pressupostàries.

Pel que fa a l'acceptació de donatius, s'accepten els documents que tinguin coherència amb la finalitat i la política general de col·lecció de la biblioteca. Com a centre patrimonial, la biblioteca és proactiva en l'acceptació de fons que pel seu interès, valor o singularitat contribueixin a ampliar el patrimoni bibliogràfic. Un cop acceptat un donatiu, la biblioteca es compromet a garantir-ne l'adequada gestió i conservació, i també n'afavoreix la difusió i el reconeixement a la societat. Si es desitja, a través de la Junta de Qualificació, Valoració i Exportació de Béns Culturals de Catalunya, s'emet un document oficial amb la valoració del donatiu que serveix per a una desgravació fiscal.

2.3 Digitalització

La prioritat de facilitar l'accés als documents i, alhora, vetllar per la seva conservació fan que la digitalització

esdevingui clau. La política de digitalització prioritza el fons local, d'autoria, temàtica o impressió gironines.

A partir de tres projectes importants (2002, 2008, 2012), s'han fet accessibles més de 250 títols de revistes gironines, prop de 26.000 imatges de monografies i les col·leccions completes de mapes (s. XVII-XIX) i gravats (s. XVIII-XIX). També s'han digitalitzat més de 3.000 manuscrits literaris (Certamen Literario, Girona, 1872-1902. Digitalitzats el 2012), que estaran disponibles a mesura que es vagin catalogant.¹¹

Les primeres digitalitzacions, el 2002 i el 2008, es van dur a terme a través del Ministeri de Cultura, i l'usuari hi pot accedir mitjançant els portals de la Biblioteca Virtual del Patrimoni Bibliogràfic (BVPB) i la Biblioteca Virtual de Premsa Històrica (BVPH).

D'altra banda, el projecte més recent és l'allotjament d'imatges a Calaix, el dipòsit digital del Departament de Cultura, pensat per a col·leccions digitals de l'Administració de la Generalitat. Amb el treball coordinat amb Calaix, es vol crear un sistema de digitalització autònom, gestionant tot el procés a la mateixa biblioteca: des de la captura d'imatges, l'allotjament al repositori fins a la descripció i assignació de metadades. S'ha començat per les col·leccions de fullets antics gironins, de consistència i formats més fràgils i amb més necessitat de preservació. Alhora, aquests documents solen tenir dimensions petites que resulten de més fàcil maneig a l'hora de digitalitzar. Ara mateix tenim un dipòsit de més de 8.000 imatges.

La BCR disposa d'un escàner de captura aèria i d'un equip de càmera reflex amb taula, columna de reproducció i focus de llum blanca, amb els quals es digitalitzen fons de la Biblioteca i a la vegada s'atenen les peticions particulars dels usuaris. En el procediment tècnic s'estableix la captura d'imatges en màxima resolució i en format *.tiff* per a les còpies de seguretat. Posteriorment, es creen les imatges en *.pdf* per als formats de sortida i difusió.



Fotografia: ©BCR

Figura 7. Curs de prevenció del fons antic amb María Dolores Díaz, novembre 2015.

2.4 Serveis a l'usuari, difusió dels fons i exposicions

a) Consulta del fons. Les col·leccions patrimonials, per la seva singularitat i les seves característiques, estan subjectes a una normativa de consulta i accés més restrictiva que la resta de fons de la Biblioteca. Això respon a la missió i l'obligació de garantir-ne la correcta conservació i preservació. Es posen a disposició dels usuaris les eines i els mitjans necessaris per facilitar-ne la consulta i l'accés: s'atenen les peticions de manera individualitzada, en un espai adequat i condicionat per a la consulta dels materials patrimonials; s'ofereixen materials especials (guants, faristols, punts de llibre neutres...); es verifica cada document abans i després de la consulta. Sempre que un document estigui digitalitzat es prioritzarà la consulta de la reproducció.

Per a poder consultar documents datats entre 1850 i 1957, cal que l'usuari s'identifiqui, presentant el DNI, el carnet de biblioteca o qualsevol altre document d'identitat. Per als documents anteriors al 1849, cal una petició per escrit del sol·licitant, que és valorada per la direcció del centre. En els casos en què l'estat físic ho faci

11. Els anys 1872 i 1873 estan disponibles al repositori *Calaix*: <<http://www.calaix.cat/handle/10687/124264>> [Consulta: 29/03/2018].

aconsellable, la biblioteca pot denegar la consulta dels documents. La biblioteca disposa d'un servei de reproducció, servint les imatges en digital o en paper. Tota la normativa d'accés i consulta està disponible al web de la biblioteca. També hi ha documents de bones pràctiques sobre la correcta consulta i manipulació.¹²

Les consultes de patrimoni també s'atenen a través de correu electrònic. La Biblioteca disposa d'una adreça específica per a canalitzar aquestes peticions i oferir un millor servei a l'usuari: *patrimoni.bpg@gencat.cat*.

El fons bibliogràfic anterior al 1900 està disponible des del Catálogo Colectivo del Patrimonio Bibliográfico (CCPB). Els fons posteriors es troben o bé al Catàleg de Biblioteques Públiques, ARGUS, o bé als catàlegs manuals de la biblioteca. Actualment, s'està treballant en la catalogació retrospectiva.

b) Difusió i exposició del fons. Seguint amb el projecte ja iniciat a l'antiga Casa de Cultura, a la nova seu també es compta amb un espai permanent d'exposició del fons antic que s'anomena *La Perla*. Està situat al segon pis de l'edifici, just al davant de la secció *Món del Llibre*. El conjunt està format per una vitrina, uns plafons i l'antic catàleg de fitxes. La fusta antiga i els documents patrimonials, al costat de la nova i atrevida arquitectura de Mario Corea,¹³ ofereixen una imatge de contrastos.

La Perla és una exposició que canvia cada dos mesos. Pretén mostrar, explicar i divulgar documents i coneixements sobre llibre antic de manera propera, entenedora i didàctica. Que sigui assequible a qualsevol usuari, però sense oblidar el rigor i l'eficiència. Les exposicions de patrimoni poden coincidir amb efemèrides o esdeveniments que es duguin a terme a la Biblioteca.

c) Presència a les xarxes socials. A partir de notícies, efemèrides o des de la simple curiositat, i amb un for-

mat ràpid, amè i lleuger, les col·leccions patrimonials són visibles en un espai permanent al Facebook de la Biblioteca, a Instagram i a Twitter. Expliquem qüestions tècniques, capítols de la història del llibre o qualsevol tema relacionat amb el fons antic. L'usuari pot localitzar les notícies a través de les següents etiquetes: #fonspatrimonial, #arafontanys i #lapropaganda.

d) Préstec per a exposicions. Es col·labora amb exposicions organitzades per altres entitats. El més habitual són peticions d'institucions de la mateixa ciutat. Es valora positivament aquest tipus de préstec, ja que així es contribueix a la difusió i al coneixement de les col·leccions antigues i retrospectives de la biblioteca.

L'acceptació i la valoració de la cessió de documents està determinada per la Direcció de la Biblioteca i la Direcció del Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya. Es té en compte l'estat del document i tots els aspectes relacionats amb la seva seguretat (transport, condicions de les sales d'exposició, vigilància, etc.). Qualsevol document de la col·lecció patrimonial ha de sortir amb assegurança.

De les darreres peticions, en podem destacar la sortida del gravat *La Batalla del Ter*, de Franz Ertinger (1694), a l'exposició del Museu d'Història de Girona «Girona a l'època moderna: de l'obrador al baluard» (2015); també del *Diario de Gerona* (1927), *Lo Geronès* (1905) i *El Pirineo* (1941), per a l'exposició del Museu d'Art de Girona «Orígens d'un museu. La col·lecció de Mossèn Valls» (2016). Els volums d'*El Autonomista* (gener-juny 1930) i d'*El Norte* (1916), per a l'exposició del Museu d'Art de Girona «El meteorit fugaç: cent anys de Fidel Aguilar: 1894-1917» (maig-setembre 2017). I en aquests moments es troba en préstec el llibre *Album monumental de Gerona* d'Enric Claudi Girbal, per a l'exposició de la Fundació Rafael Masó Puig i Cadafalch, *Masó i els Banys de Girona* (desembre 2017 - abril 2018).

12. Informació i normativa per a la consulta i accés de la col·lecció patrimonial de la BCR: <http://bibliotecagirona.gencat.cat/ca/bpg_recursos_de_la_consulta/bpg_fons_bibliografic/bpg_fons_patrimonial/#FW_bloc_6feb942d-3ce3-11e4-b7e6-000c29cdf219_4> [Consulta: 5/04/2018].

13. Mario Corea, arquitecte de l'edifici de la BCR, <<http://mariocorea.com/>> [Consulta: 5/04/2018].

e) Voluntariat cultural del patrimoni. El 2014 iniciem un grup de voluntariat amb l'objectiu de donar suport a les tasques més pràctiques de neteja i preservació. Aquesta iniciativa s'ampliarà amb altres feines d'inventari i ordenació.

El novembre de 2015 es va fer una formació específica per a treballadors i voluntaris, impartida per María Dolores Díaz-Miranda Macías, cap del Taller de Restauració del monestir de Sant Pere de les Puel·les. Es feu un taller que ella mateixa anomenava *Primers auxilis per al fons antic de la biblioteca*, en el qual, des del màxim rigor, s'oferien les eines, la formació i la informació per tal de poder fer primeres intervencions en conservació. Actualment se n'està valorant una nova edició, per a aprofundir en un segon nivell d'intervencions.

El voluntariat es planteja amb la voluntat i la convicció de crear teixit i llaços socials, des de fora cap a dins de la biblioteca. També és una manera de promoure i donar a conèixer el patrimoni, de fer-lo més proper, i d'oferir l'oportunitat de veure de prop els documents antics que estan en reserva i són els menys visibles de la Biblioteca.

Hi dediquem un matí setmanal. Les tasques les coordina un professional que fa tot l'acompanyament dels voluntaris. Es duen a terme quatre premisses molt concretes: neteja dels documents amb brotxa o aspirador; elaboració de fundes i faixes amb film de conservació; elaboració de capsas a la mida de cada document, i recull d'informació en una base de dades.

Amb això estem aconseguint resoldre qüestions com: adreçar llocs malmesos que s'esmicolen; protegir els llibres amb cobertes transparents que permeten màxima visibilitat sense necessitat del contacte directe; adreçar llibres de cobertes de pergamí sense consistència o que es dobleguen pel propi pes; per a les revistes sense enquadrar, fer un encapsat a mida aconseguint una protecció òptima i emprant el material just i neces-

sari. En definitiva, de manera senzilla però efectiva, es treballa per millorar l'estat dels documents i la qualitat del dipòsit i, per tant, es garanteix més durabilitat de la col·lecció.

f) Activitats de formació i aprenentatge. Creiem en el vessant educatiu del patrimoni, en l'interès i la necessitat d'explicar la història del llibre i de les biblioteques a la societat en general. A partir d'això, oferim tallers, visites i sessions formatives orientades al públic adult i familiar, i a grups escolars i universitaris. Destaquem les visites guiades de patrimoni (per conèixer què fa la biblioteca amb el patrimoni, quines col·leccions custodia, quina és la nostra història i la del nostre fons, quin marc normatiu i legislatiu ens avala, etc.); els tallers escolars sobre la història del llibre (expliquem la història de l'escriptura, dels llibres i de la impremta, també les característiques dels documents més antics, a partir dels mateixos documents de la secció patrimonial). Dins del programa de formació d'usuaris oferim una sessió formativa sobre repositoris i col·leccions digitals a internet.¹⁴

El 2018 hem iniciat sessions amb estudiants de la Universitat de Girona amb l'objectiu, no solament de donar a conèixer les col·leccions, sinó també d'explicar les eines de cerca i localització dels documents (catàlegs, repositoris digitals, etc.).

g) 2018: 170è aniversari de la Biblioteca i Any Europeu del Patrimoni. La BCR s'adhereix a la celebració de l'Any Europeu del Patrimoni Cultural, una cita que coincideix amb l'efemèride dels 170 anys de la Biblioteca. Per fer-ho, pensem elaborar un programa d'activitats que reforçarà la missió divulgativa del patrimoni. Sense avançar-nos als esdeveniments, i amb la voluntat i ganes de fer-ho possible, enumerem tot seguit els objectius que ens hem proposat:

— Creació d'un espai didàctic permanent sobre la història del fons de la Biblioteca i la història del llibre. Amb

14. La sessió de repositoris la fem a partir del blog de l'activitat: <<https://repositorisdigitals.blogspot.com.es/p/biblioteca-carles-rahola.html>> [Consulta: 10/03/2017].

aquest objectiu, el 2017 Gràfiques Alzamora va cedir mobiliari i material divers sobre la impremta. Aquest projecte també vol servir de complement de les visites guiades i activitats escolars.

- Creació de l'Espai Carles Rahola a la Sala de la Col·lecció Local, amb una exposició permanent sobre la vida i obra del periodista i escriptor gironí.
- Programació d'activitats relacionades amb el món del llibre per als usuaris.
- Creació d'un espai professional de trobada i diàleg sobre col·leccions locals i patrimonials del territori gironí.

Aquest projecte vol ser visible a partir de la tardor del 2018. Des de la Biblioteca estem treballant de valent perquè sigui possible. Si els objectius es fan realitat, ens agradarà poder-los explicar i compartir en futures publicacions o trobades.

3. Breu aproximació a les biblioteques públiques amb fons patrimonials

A partir d'una anàlisi dels llocs web de les biblioteques públiques amb fons patrimonials, es pretén detectar quin és el grau de visibilitat del patrimoni bibliogràfic i, per tant, quina importància se'ls dona des de les institucions. Ens fixem tant en biblioteques públiques catalanes com espanyoles que tenen col·leccions antigues¹⁵ (anteriors al 1900). Cal dir que l'observació dels llocs web només permet una lectura aproximada. Un treball més exhaustiu, amb l'ús d'enquestes o realització d'entrevistes, oferirien una radiografia més real. També es té en compte que sovint, encara que un servei o activitat no es publiqui a internet, no implica necessàriament que no es faci, ja que les realitats i els recursos de cada centre són diferents i, a vegades, no es compta amb prou temps o personal per fer-ho tot visible.

Generalment, la informació que obtenim si ho comparem amb la resta de serveis és poca. En la majoria de casos en què es fa esment del servei patrimonial, s'explica la història i descripció dels fons, a vegades molt relacionats amb les col·leccions locals. Sobre els serveis, la informació és molt limitada als horaris i les condicions de consulta. Els centres que tenen col·leccions digitalitzades també ofereixen els enllaços d'accés.

Com a punt fort, cal destacar la presència de la majoria de col·leccions antigues al CCPB, des d'on la interfície de consulta és bona. Permet filtrar per biblioteca, hi ha opcions de cerca avançada, es poden fer llistes i, en general, la informació que s'obté de la descripció dels exemplars és molt completa.

Tot i que hi ha iniciatives interessants, els serveis patrimonials són encara lluny del nivell de tractament i implicació que reben la resta d'especialitats a les biblioteques públiques. En part, resulta comprensible si tenim en compte el nombre d'usuaris que aporta cada servei. És lògic que les direccions inverteixin més esforç i presupost on hi ha més demanda i més usuaris, per tant, resulta clarament justificable.

Amb tot, cal no oblidar que en el treball en patrimoni, tot i que no aporta resultats visibles a les estadístiques, la seva cura i tractament és una qüestió que va més enllà del valor quantitatiu. La qualitat de la col·lecció també comporta la singularitat dels fons patrimonials, propis d'un territori i que defineixen la història i la identitat de la societat a la qual pertanyen.

El treball de Victoria Rodrigo ens aporta una visió crítica i realista. Les conclusions són clares. La majoria de centres perceben el patrimoni bibliogràfic com quelcom que aporta identitat i prestigi a l'organització. Ara bé, els recursos i les eines no estan al nivell desitjat, si tenim en compte la importància i el valor que representen per a la societat. I, com bé diu Rodrigo, acaba passant que

15. Biblioteques públiques que formen part del CCPB: 53 biblioteques públiques de l'Estat i 8 biblioteques públiques catalanes amb fons antic.

**TOT I QUE HI HA INICIATIVES INTERESSANTS,
ELS SERVEIS PATRIMONIALS SÓN ENCARA LLUNY
DEL NIVELL DE TRACTAMENT I IMPLICACIÓ QUE
REBEN LA RESTA D'ESPECIALITATS
A LES BIBLIOTEQUES PÚBLIQUES.**

«el patrimoni bibliogràfic de les biblioteques públiques —espai privilegiat de memòria— és un bé desconegut per a les comunitats on es troben».¹⁶

En l'àmbit estatal, resulta molt interessant l'estudi de Concha Varela-Orol¹⁷ (2014) en què des de l'anàlisi legislativa i també a partir dels llocs web de les biblioteques, fa un estudi de les pràctiques en patrimoni per part de biblioteques públiques i universitàries. Pel que fa a biblioteca pública, es troba a faltar més interès pels projectes de patrimoni. Varela-Orol posa en relleu la manca d'informació que s'ofereix sobre les col·leccions¹⁸ i la poca visualització de la participació en projectes de digitalització. Alhora, fa una reflexió sobre el compromís que tenen aquestes biblioteques vers la societat i la necessitat de posicionar el fons antic en la carta de compromisos dels centres.

D'altra banda, i per tenir un exemple d'àmbit internacional, fem un repàs d'algunes biblioteques municipals franceses. Ens fixem en França per una qüestió de proximitat i per la similitud de les biblioteques. Són biblioteques públiques que van rebre els fons patrimonials a partir d'expropiacions estatals. De seguida es percep una diferència considerable, amb una presència molt més accentuada del patrimoni. Hem consultat els webs de les biblioteques de Rennes, Tolosa, Angers, Nantes, Pau, Bourges, Nîmes, Avinyó i Narbona, entre d'altres, i en la majoria de

casos el patrimoni està al mateix nivell o en una posició destacada dels serveis. El nivell d'accessibilitat i usabilitat dels entorns és alt. Amb una simple cerca a Google es pot accedir directament a les pàgines de patrimoni. Des del web general de les biblioteques la col·lecció patrimonial està sempre ben identificada. Tant la informació sobre les col·leccions com els serveis relacionats s'expliquen de manera clara i amena, en entorns web agradables per a la consulta. De ben segur que el model francès té molts aspectes per a millorar, però d'entrada s'intueix un clar i diferenciat interès pel patrimoni.

Comparant-ho, a les nostres biblioteques detectem menys visibilitat de les col·leccions antigues i certa tendència al treball individual. Seria interessant una gestió coordinada amb una política de xarxa i establiment de directrius concretes. Apel·lem, doncs, a un treball en comú i més suport de les administracions, que ens ajudin a millorar en la qualitat dels serveis, facilitin eines, assessorament, formació continuada del personal i es promogui la creació d'espais de trobada on compartir experiències i bones pràctiques.

Un treball en xarxa aporta més seguretat als centres en la presa de decisions, podent oferir uns criteris comuns i, per tant, una imatge cohesionada del servei. Això també aporta més credibilitat davant de l'usuari.

D'altra banda, cal apuntar que a Catalunya les biblioteques públiques sí que duen a terme treballs importants sobre el reconeixement de les col·leccions locals. Hi ha molt bons exemples que manifesten l'interès i el valor en les col·leccions i els autors del territori. Aquest fet es relaciona amb el patrimoni si tenim en compte que molts d'aquests fons sovint són documents únics i singulars, de caràcter històric i amb unes condicions espe-

16. Victòria Rodrigo Fuentes, *El Patrimonio bibliogràfic a les biblioteques públiques: un bé per descobrir*, Tarragona: Arola, 2015, p. 19.

17. Concha Varela-Orol, «Las colecciones patrimoniales en las bibliotecas españolas: dialéctica entre legislación y prácticas» [en línia], *Revista española de documentación científica*, vol. 37, n.º. 3 (2014), <<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/857/1139>> [Consulta: 10/04/2018].

18. Un altre article recent estudia la informació que s'ofereix des de les BPE: Ana-Reyes Pacios, *et. al.*, «Transparencia en la gestión de las bibliotecas públicas del Estado a través de sus sedes web», *El profesional de la información*, vol. 27, n.º. 1 (2018), p. 36-48.

cials (exclusos de polítiques d'esporga, amb restriccions d'accés i consulta, i exclusos del préstec). Una sèrie de casuístiques que coincideixen amb els valors i el concepte de patrimoni bibliogràfic.

Aquest escenari ens amplia l'abast del patrimoni i reafirma encara més la necessitat d'un treball col·lectiu. Una guia de recomanacions podria tenir en compte tant el tractament documental com les normatives d'accés i consulta: tractament físic i emmagatzematge; descripció i catalogació; pautes per a la sortida de fons (per exemple, el préstec de documents per a exposicions); projectes de digitalització,¹⁹ i estratègies de difusió i promoció de les col·leccions.

En definitiva, es valora positivament el tàndem entre fons antic i local, ja que ambdues col·leccions són representatives del territori i reforcen la funció de lloc de memòria de les biblioteques públiques.

4. Conclusions: la convivència entre biblioteca pública i patrimoni

La simbiosi entre biblioteca pública i fons patrimonial, i tal com ja apuntava L. Reyes, és «un couple intéressant mais difficile».²⁰ Dins una biblioteca universitària o especialitzada, la gestió total del patrimoni esdevé òbvia i clarament justificada. A la biblioteca pública és un element minoritari i excepcional enmig d'un ventall ampli i divers d'usuaris, necessitats i serveis. Cal trobar un equilibri coherent que ens permeti comptar amb recursos i ens garanteixi una gestió adequada de les col·leccions patrimonials.

Actualment, el patrimoni, a les biblioteques públiques es tracta de manera molt individualitzada. Caldria refor-

EN AQUESTS MOMENTS, LA BIBLIOTECA PÚBLICA POT ESDEVENIR ESTRATÈGICA PER ACOSTAR EL PATRIMONI BIBLIOGRÀFIC A LA SOCIETAT, QUE AQUESTA SE'L FACI SEU I QUE HI HAGI UN SENTIT DE PERTINÈNCIA I RECONeixEMENT D'ALLÒ QUE ÉS COMÚ, DE TOTS, QUE ENS DEFINEIX I ENS FA SINGULARS.

çar la feina en equip i facilitar el diàleg entre els centres gestors del patrimoni bibliogràfic per a saber què es fa a cada lloc i fer projectes que sumin i es complementin. Seria bo potenciar la formació de grups de treball i l'elaboració de directrius o recomanacions, unificant procediments i oferint a l'usuari un criteri més unívoc sobre les normatives d'accés i consulta. Les biblioteques públiques a Catalunya compten amb una dilatada experiència en el treball en xarxa. Aquesta experiència l'hem de poder aprofitar i traslladar també a les col·leccions i serveis dels fons antics.

Seria interessant comptar amb el suport i la confiança de les entitats capdavanteres i representatives de la nostra professió, aprofitar l'experiència i l'expertesa dels que més han treballat en el patrimoni, i fer tàndem amb la feina que es porta a terme des de les biblioteques públiques. Treballar de manera conjunta en una mateixa direcció per reforçar les col·leccions patrimonials i destacar-ne el paper decisiu dins la biblioteca pública.

S'està fent molta feina, però és una cursa de fons, d'avançar a poc a poc. Gestionar fons patrimonial en una biblioteca pública hauria de ser entès com una oportunitat. Són col·leccions que no solament donen prestigi i reconeixement a l'entitat, sinó que sobretot enriqueixen les biblioteques amb documents en general únics i de

19. Dos bons exemples en digitalització en l'àmbit dels fons locals són Trencadís (Diputació de Barcelona) <<https://trencadis.diba.cat/>> i Regira (Diputació de Girona) <<http://www.bibgirona.cat/regira/repositori/servei-de-biblioteques>>.

20. Lourdes Reyes Camps, «Bibliothèques publiques et patrimoine en Espagne» [en línia], *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n.º. 5 (2004), p. 29-34. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-05-0029-005>> [Consulta: 10/03/2017].

gran valor documental. Tenint aquests fons bibliogràfics al dia i accessibles, els primers que hi guanyen són els usuaris, i per tant, tots els ciutadans en general.

Cal aprofitar, doncs, el paper decisiu que desenvolupen avui les biblioteques com a espais d'integració social i d'aprenentatge, d'accés total a la informació i al coneixement. En aquests moments, la biblioteca pública pot esdevenir estratègica per acostar el patrimoni bibliogràfic a la societat, que aquesta se'l faci seu i que hi hagi un sentit de pertinença i reconeixement d'allò que és comú, de tots, que ens defineix i ens fa singulars. Fer proper, coneixedor i accessible el patrimoni bibliogràfic és una aposta per a l'enriquiment cultural de les persones i una oportunitat per a crear consciència del llegat històric de la nostra societat.

Agraïments:

A Jaume Saló i Lourdes Reyes, pels consells, les aportacions i la col·laboració en la revisió dels textos. A la Sílvia Sanahuja per confiar, recolzar i donar continuïtat al projecte de Patrimoni. I a tot l'equip de la Biblioteca, per la permanent implicació i la complicitat incondicional en tots els projectes que es porten a terme.

Bibliografia

ARTIGAL VALLS, Jordi. «Cent cinquanta anys de la biblioteca pública» [en línia]. *Revista de Girona*, núm. 189 (1998), p. 8[356]-9[357]. <<http://raco.cat/index.php/RevistaGirona/article/view/100841/126869>> [Consulta: 31/03/2018].

BATLLE I PRATS, Lluís. «La Biblioteca Municipal de Girona» [en línia]. *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*, vol. 10 (1955), p. 235-254. <<http://www.raco.cat/index.php/AnnalsGironins/article/view/53844>> [Consulta: 31/03/2018].

—«La Biblioteca del Monasterio de Sant Feliu de Guíxols» [en línia]. *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*,

vol. 20 (1970). <<http://www.raco.cat/index.php/AnnalsGironins/article/view/53788/64227>> [Consulta: 31/03/2018].

BARTOLOMÉ MARTÍNEZ, Bernabé. «Las bibliotecas públicas provinciales: un intento de promoción de la lectura en España» [en línia]. *Revista de educación*, n.º. 288 (1989). <<http://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulos-re288/re28812.pdf?documentId=0901e72b813ca29f>> [Consulta: 31/03/2018].

DALLO, Eva. «La leyenda de los incunables: los primeros libros impresos de la historia» [en línia], *El Mundo*, 11/04/2017. <<http://www.elmundo.es/papel/cultura/2017/04/11/58ebab91ca474166488b4605.html>> [Consulta: 28/03/2018].

GARCÍA LÓPEZ, Genaro Luis; MARTÍN GÓMEZ, Leticia. «Situación de las bibliotecas conventuales y monacales españolas hasta la supresión de las comunidades religiosas». *Documentación de las ciencias de la información*, vol. 35, p. 193-206 (2012). <<http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/40452>> [Consulta: 18/04/2018].

GARCIA PANADÈS, Teresa. «El fons de la Biblioteca Pública de Girona» [en línia]. *Revista de Girona*, núm. 254 (2009). <<http://www.raco.cat/index.php/RevistaGirona/article/view/135226/185425>> [Consulta: 31/03/2018].

MIRAMBELL BELLOC, Enric. «La Biblioteca Pública de Girona, fruit de la desamortització» [en línia]. *Revista de Girona*, núm. 113, p. 36-39 (1985). <<http://www.raco.cat/index.php/RevistaGirona/article/view/85386>> [Consulta: 31/03/2018].

—«Llibres contra la pols» [en línia]. *Revista de Girona*, núm. 249, p. 382-385 (2008). <<http://www.raco.cat/index.php/RevistaGirona/article/view/119971/159871>>. [Consulta: 31/03/2018].

—*Un segle i mig d'història de la Biblioteca Pública de Girona*. Girona: Central de Biblioteques, 1998.

RODRIGO FUENTES, Victoria. *El patrimoni bibliogràfic a les biblioteques públiques: un bé per descobrir*. Tarragona: Arola, 2015.

VARELA-OROL, Concha. «Las colecciones patrimoniales en las bibliotecas españolas: dialéctica entre legislación y prácticas» [en línia]. *Revista española de documentación científica*, vol. 37, no. 3 (2014). <<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/857/1139>> [Consulta: 10/04/2018].

VÁZQUEZ, Eva. «Papers sensibles» [en línia]. *El Punt Avui*, 18/10/2015. <<http://www.elpuntavui.cat/cultura/article/19-cultura/906041-papers-sensibles.html>> [Consulta: 10/04/2018].

ZARAGOZA PASCUAL, Ernest. «Els manuscrits guixolencs de la Biblioteca Tomàs de Lorenzana» [en línia]. *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*, vol. 35 (1995). <<http://raco.cat/index.php/AnnalsGironins/article/view/54184/0>> [Consulta: 10/04/2018]. ■



**LA
TRANQUIL·LITAT
QUE DONA
ESTAR EN
BONES
MANS**

IMPRESSIÓ OFFSET & DIGITAL
Informa-te'n a: www.sprintcopy.com



Sprint Copy
934 463 900

WE PRINT THE DIFFERENCE
Còrsega 546 - Tel. 934 463 900
sp@sprintcopy.com
www.sprintcopy.com



Retrovisor

Recuperació, catalogació i digitalització de la documentació
de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya



Recuperació, catalogació i digitalització de la documentació de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya

J. Fernando TINOCO DÍAZ

Pablo JIMÉNEZ FERNÁNDEZ

Carmen LOSADA FERNÁNDEZ

Unidad de Documentación y Gestión de Publicaciones, Institución Milà i Fontanals, Consejo Superior de Investigaciones Científicas

documentacion@imf.csic.es

Article enviat el desembre 2017; revisat el febrer de 2018

Resum: Aquest article pretén exposar el procés de recuperació, catalogació i digitalització de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, creat el 1915 pel catedràtic de la Universitat de Barcelona Tomàs Carreras i Artau (1879-1954), que es conserva a la Institución Milà i Fontanals del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. La documentació inclou diversos materials de caràcter etnogràfic, en què destaca una àmplia secció de documents gràfics i la sèrie d'enquestes socials desenvolupada gràcies a la contribució dels col·laboradors de l'Arxiu.

Paraules clau: Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, fotografies, enquestes socials, etnografia, antropologia, Catalunya, segles XIX-XX.



Recuperación, catalogación y digitalitzación de la documentación del Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya

Resumen: Este artículo pretende exponer el proceso de recuperación, catalogación y digitalización del Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, creado en 1915 por el catedrático de la Universitat de Barcelona Tomàs Carreras i Artau (1879-1954), que se conserva en la Institución Milà i Fontanals del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. La documentación incluye material diferente de carácter etnográfico, en el que destaca una amplia sección de documentos gráficos y la serie de encuestas sociales desarrollada gracias a la contribución de los colaboradores del Arxiu.

Palabras clave: Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, fotografías, encuestas sociales, etnografía, antropología, Cataluña, siglos XIX-XX.

Retrieval, cataloguing and digitisation of the documentation of the Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya

Abstract: This article sets out to expound the retrieval, cataloguing and digitisation process of the Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, created in 1915 by the professor of the Universitat de Barcelona Tomàs Carreras i Artau (1879-1954), and which is stored at the Institución Milà i Fontanals of the Consejo Superior de Investigaciones Científicas. The documentation covers diverse ethnographic material, with pride of place going to a broad section of graphic documents and the series of social surveys developed thanks to the contributions of the Arxiu's collaborators.

Key words: Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, photographs, social surveys, ethnography, anthropology, Catalonia, 18th-19th Centuries.

Introducció

La Institución Milà i Fontanals (IMF) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) es va crear l'any 1968 amb l'objectiu d'agrupar en un sol institut els diferents centres del CSIC a Barcelona dedicats a la recerca en Humanitats.¹ Actualment, aquest centre conserva diversos fons documentals de gran riquesa, entre els quals cal esmentar la col·lecció de postals del geògraf i pedagog Pau Vila (1881-1980), el Fondo Anselmo González del Valle, el Fondo de Música Tradicional,² així com el conjunt de Fuentes de Medievalismo Hispánico.³

En el camp de l'etnografia i l'estudi de la cultura popular, cal destacar el Fondo Tomàs Carreras i Artau (FTCA), que conté la documentació generada durant la seva tasca investigadora com a catedràtic d'ètica de la Universitat de Barcelona (1912-1949) i membre del CSIC (1945-1954).⁴ Aquest fons es divideix en:

- Càtedra d'Ètica: inclou la documentació universitària i l'Arxiu de Psicologia i Ètica Hispanes (1912-1954).⁵
- Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya (AEFC, 1915-1968). La documentació que s'hi conserva s'estructura en tres grans subdivisions. La primera, «Qüestionaris socials», comprèn la sèrie «Qüestionaris de l'AEFC», i la sèrie «Encuesta del Ateneo de Madrid (1901)». La segona subdivisió, «Recuperació i descripció de material gràfic», s'organitza en les sèries següents: fotografies, postals, retalls de premsa, goigs, literatura de cordill i estampes, caricatures i elements d'imatgeria popular. Finalment, hi ha una tercera subdivisió de «Fitxers de registre».

EL CONJUNT DE LA DOCUMENTACIÓ CONSERVADA AL FONSTOMÀS CARRERAS I ARTAU OFEREIX UNA GRAN QUANTITAT DE MATERIAL PER A INVESTIGADORS EN SOCIOLOGIA, PSICOLOGIA SOCIAL, ANTROPOLOGIA I ÈTICA, AIXÍ COM PER A LES PERSONES INTERESSADES A ESTUDIAR EL DESENVOLUPAMENT DE LA VIDA INTEL·LECTUAL I CULTURAL CATALANA DE PRINCIPI DEL SEGLE XX.

- Epistolari: engloba la documentació epistolar de caràcter professional i personal generada al voltant de la figura de Tomàs Carreras entre els anys 1905 i 1954.
- Biblioteca: conté uns mil documents bibliogràfics de temàtica diversa (etnologia, medicina, ètica, psicologia, etc.) de finals del segle XIX i principi del segle XX, publicats en alemany, castellà, català, etc.

A continuació, descriurem el procés de recuperació, catalogació i digitalització que s'ha dut a terme de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya (AEFC).

1. L'arxiu d'etnografia i folklore de Catalunya

Entre les diverses iniciatives dutes a terme per Tomàs Carreras i Artau (1879-1954) en el període d'activitat com a catedràtic, destaca la creació de l'Arxiu de Psicologia i

1. Vegeu: Lluís Calvo i Calvo (ed.), *El CSIC en Cataluña (1942-2012): siete décadas de investigación científica*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2012.

2. Aquest fons té com a objectiu la difusió d'un patrimoni documental de més de 20.000 melodies recollides a tot Espanya durant les anomenades «misiones folklóricas» (1944-1960); <<http://musicatradicional.eu/es/home>> [Consulta: 11/11/2017].

3. <<http://simurg.bibliotecas.csic.es/viewer/browse/bibliotecas.imf.fmh/-/1/-/-/>> [Consulta: 11/11/2017].

4. <<http://www.imf.csic.es/index.php/servicios/unidad-de-documentacion/fondo-tomas-carreras-i-artau>> [Consulta: 11/11/2017].

5. J. Fernando Tinoco Díaz, Pablo Jiménez Fernández, Carmen Losada Fernández, «La Càtedra de Ètica del Fondo Tomàs Carreras y Artau (1879-1954) [en línia]», *Enredadera*, n.º. 30 (dic. 2017), p. 59-62, <http://sitios.csic.es/web/enredadera/catedra_etica> [Consulta: 10/12/2017].

Ètica Hispanes (1912), que fou l'origen del que seria el seu gran projecte, l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya (1915), una institució que va dirigir en col·laboració amb Josep Maria Batista i Roca (1895-1978). El propòsit principal de l'AEFC va ser tenir un coneixement en profunditat de les arrels etnogràfiques i la psicologia col·lectiva del poble català. Per aconseguir aquest objectiu, es va recopilar, de manera sistemàtica, el nombre més gran possible de manifestacions de la cultura popular dels territoris de parla catalana —Catalunya, les Illes Balears, el País Valencià, la Catalunya Nord i l'Alguer—, per estudiar-les des d'un punt de vista *psicoetnogràfic* i comparar-les, en un moment més avançat, amb la resta de territoris de la península Ibèrica.⁶ Per a aquesta tasca va comptar amb l'estreta col·laboració de diversos investigadors i estudiosos del folklore català, amb origen i formació heterogènia, entre els quals destaquen noms de folkloristes tan coneguts com Rossend Serra i Pagès (1863-1929), Antoni Griera (1887-1973), Joan Amades (1890-1959) i Pere Bohigas (1901-2003). En el moment de màxima activitat, aquesta xarxa de col·laboradors i corresponsals va mobilitzar més de tres-centes persones. També van col·laborar en les iniciatives dutes a terme per l'AEFC diverses institucions com ara la Mancomunitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona i el Centre Excursionista de Catalunya.

Bona part dels treballs de l'AEFC es van dur a terme entre els anys 1915 i 1928. A partir d'aquest any, les activitats de l'Arxiu es van reduir en gran manera, fins a interrompre's de manera indefinida quan Carreras i Artau es va haver d'exiliar temporalment a causa de la Guerra Civil (1936-1939). Durant tots aquests anys, el fons de l'AEFC es va conservar a la Universitat de Barcelona. La incorporació de Tomàs Carreras al CSIC l'any 1945 va obrir una nova etapa relacionada amb aquesta institució, en què la tasca d'ordenació i sistematització del material va con-

tinuar de manera desigual sota la supervisió del mateix Carreras i Artau, que va comptar amb l'ajuda de nous investigadors com August Panyella (1921-1999). A la mort del fundador, l'any 1954, en va assumir la direcció simbòlica l'historiador i arqueòleg Lluís Pericot García (1899-1979), fins que el 1968 va cessar tota l'activitat de l'Arxiu.

2. Fase I. Recuperació i ordenació de l'AEFC

El 1984 el departament d'antropologia de la IMF va començar la recuperació, neteja, organització i estudi de l'AEFC. Concretament, la feina que va fer l'investigador Lluís Calvo en aquest àmbit va ser intentar respectar l'ordenació original en la mesura que era possible, però adequant la nova estructuració a les necessitats de la investigació actual. Per aconseguir aquest objectiu, es va dur a terme una reorganització temàtica i cronològica que va alterar la numeració original d'alguns elements de l'AEFC, com ara les fotografies que formaven part del material gràfic. Tanmateix, la nova seqüenciació no va suposar cap ruptura amb el treball original, ja que pretenia ser coherent amb l'esquema del mateix Carreras i Artau.

Com a resultat d'aquest primer treball d'aproximació, Lluís Calvo va publicar, a la dècada de 1990, el *Catàleg de materials etnogràfics de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya* en dos volums: l'un dedicat a les respostes dels qüestionaris socials realitzats pels col·laboradors de l'AEFC i l'altre referent a la sèrie de fotografies dedicades a Catalunya.⁷ Així mateix, el 1994 es va celebrar l'exposició *Temps d'ahir. Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya, 1915-1930*.⁸ Aquestes iniciatives van suposar un primer pas per a la conservació i la difusió d'aquest fons.

6. «La missió del nou Arxiu consistirà essencialment en recercar, recollir i sistematitzar aquelles manifestacions espontànies i populars, actuals o històriques, reveladores de la psicologia moral del poble català en ses relacions amb els altres pobles ibèrics», Tomàs Carreras i Artau, *Organització sistemàtica d'un arxiu d'etnografia i folklore de Catalunya*, Barcelona, 1915, p. 4.
7. Lluís Calvo i Calvo, *Catàleg de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya*, Barcelona: Institució Milà i Fontanals-CSIC, 1991; *Catàleg de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya. Materials gràfics*, Barcelona: Institució Milà i Fontanals-CSIC; Generalitat de Catalunya, 1994.
8. *Temps d'ahir. Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya 1915-1930: exposició organitzada per la Fundació La Caixa, Barcelona: Fundació La Caixa*, 1994.



Figures 1, 2 i 3. Estat original de la documentació de l'AEFC.

3. Fase II. Conservació i catalogació de l'AEFC

A finals del 2012, la Unitat de Documentació i Gestió de Publicacions de la IMF reprèn la tasca iniciada durant la dècada de 1990.⁹ En primer lloc, es va fer un nou inventari general de tota la documentació conservada relacionada amb Tomàs Carreras i un primer quadre de classificació, que s'ha anat adequant a mesura que s'accedia al material i s'avançava en el treball d'inventariatge i catalogació. En el cas de la divisió de fons dedicat a l'AEFC, es pretengué organitzar-lo de manera que reprenguessin els apartats originals¹⁰ tot respectant el treball que es va fer en la primera fase.

FONDO TOMÁS CARRERAS I ARTAU

1.1 CÁTEDRA DE ÉTICA

1.2 ARXIU D'ETNOGRAFIA I FOLKLORE DE CATALUNYA

- 1.2.1 Cuestionarios sociales
 - 1.2.1.1 Qüestionaris de l'AEFC
 - 1.2.1.2 Encuesta del Ateneo de Madrid de 1901
- 1.2.2 Recuperación y descripción de material gráfico
 - 1.2.2.1 Fotografías
 - 1.2.2.2 Postales
 - 1.2.2.3 Recortes de prensa
 - 1.2.2.4 Goigs
 - 1.2.2.5 Literatura de cordel, aleluyas
 - 1.2.2.6 Estampas, caricaturas, Imaginería popular, etc.
- 1.2.3 Ficheros de registro

1.3 EPISTOLARIO FONDO TOMÁS CARRERAS

1.4 BIBLIOTECA FONDO TOMÁS CARRERAS

Taula 1. Quadre de classificació abreujat.¹¹

9. En aquest sentit, cal destacar la tasca de Roberta Boscaro i Isabel García Caparrós, associades a aquesta unitat mitjançant contractes del Programa «Junta para la Ampliación de Estudios» (2011-2013).

10. L'estructura original de l'AEFC està descrita en el *Manual per a recerques d'etnografia de Catalunya*, Barcelona, 1922. En aquest volum es detallen els apartats: «Qüestionari general»; «Secció gràfica i d'impresos» (dividida en: fotografies, fulls populars, col·leccions de periòdics i publicacions locals); «Les col·leccions d'objectes d'interès etnogràfic»; «Secció antropològica», i «Psicologia del poble català».

11. Quadre de classificació complet: <<http://www.imf.csic.es/index.php/servicios/unidad-de-documentacion/fondo-tomas-carreras-i-artau/cuadro-de-clasificacion>> [Consulta: 11/11/2017].

La catalogació de la documentació s'ha dut a terme amb el mòdul corresponent del programa Aleph500, un sistema de gestió documental que s'utilitza a la Red de Bibliotecas y Archivos del CSIC, i s'ha fet servir el format MARC 21.¹²

En primer lloc, es va crear un registre descriptiu de tot l'AEFC. La mateixa entitat apareix com a autora institucional en els registres de catalogació de les divisions de fons, sèries i subsèries de l'AEFC (etiqueta 110). En el cas de les unitats documentals, simples o compostes, l'autoria s'atribueix a Tomàs Carreras (etiqueta 100), i es reserva l'etiqueta 700 per als col·laboradors que van fer arribar aquest material a l'AEFC. Pel que fa a la signatura, assenyalada amb l'etiqueta 090, es va confeccionar tenint en compte la normativa d'arxius del CSIC. Comprèn quatre elements: el nom de la institució dipositària de l'arxiu (AMF); el nom de la divisió de fons (AEFC); el número de caps amb quatre dígits —en alguna ocasió, l'últim dígit és substituït per una lletra que indica una sèrie o subsèrie en concret—, i finalment, el número de document.

Exemples: AMF / AEFC / 001P / 0001
AMF / AEFC / 001A / 0036

Per criteris de conservació del material, es va començar la catalogació per la part gràfica de l'AEFC. Per dur a terme aquesta tasca es van estudiar solucions que permetessin millorar-ne la conservació, així doncs, es va considerar més adequat guardar individualment cada document. Per fer-ho, es va adquirir material divers de conservació i restauració, i es va col·locar la documentació en els dipòsits compactes de l'arxiu de la IMF.

3.1 Catalogació de la part gràfica de l'AEFC

Com a complement, dins l'AEFC es va creure oportú recollir en qualsevol format el màxim nombre possible de manifestacions de la cultura tradicional, de manera que es va crear un arxiu gràfic com a eina visual de la investigació etnogràfica que es duia a terme. El responsable principal va ser Carreras i Artau, però també hi van col·laborar altres membres de l'AEFC com ara Josep Maria Batista i Roca, Pere Bohigas Balaguer, Joan Batista Ribas Bertran, Frederic Vidal i Josep Maria de Casacuberta. Es pretenia recollir tot el material gràfic que fos possible seguint les recomanacions proposades en el capítol dedicat a la Secció Gràfica i d'Impresos del *Manual per a recerques d'Etnografia de Catalunya*.¹³

3.1.1 Catalogació de fotografies, postals i retalls de premsa

El conjunt de 4.159 documents que formen la sèrie de fotografies està format per negatius originals de llargada i amplada variables (aproximadament d'11,5 x 8,5 cm) i positius en paper de mida variable (aproximadament de 8 x 10,5 cm). La gran majoria d'aquests positius estan enganxats a una fitxa de cartolina de 20,4 x 16,5 cm. També hi ha diferents caps amb negatius obtinguts a partir dels positius, que es van fer a la dècada de 1990, en els casos en què no es va localitzar el negatiu original. A més, es conserven quaranta arxivadors d'anells amb ampliacions en paper de les fotografies i postals originals.

En les fitxes que serveixen de suport per a les fotografies originals s'hi recull informació diversa: la descripció de la situació, les tècniques o els personatges, el col·lector, la data i el lloc de la imatge, etc. Pel que fa al seu

12. Per a la catalogació s'han tingut en compte les normes internes dels arxius de la Red de Bibliotecas y Archivos del CSIC. Tot el procés de catalogació i adequació física d'aquest fons s'ha fet amb l'ajuda tècnica de la Unidad de Recursos de Información Científica para la Investigación (URICI) del CSIC.

13. *Manual per a recerques d'etnografia de Catalunya*, Barcelona, 1922, p. 33-38. També es conserva una guia de la part gràfica (sign. AMF/AEFC/001Q/0009).



Figures 4 i 5. Exemple de positiu amb la fitxa d'informació adjunta.

origen, són majoritàriament de Catalunya, mentre que la resta corresponen a altres regions d'Espanya, països d'Amèrica, Europa, Àfrica i Àsia. També hi ha documents sense localització geogràfica. D'altra banda, tenint en compte la descripció, podem identificar les següents matèries: arquitectura, agricultura, ramaderia, oficis, cicles festius, religiositat, etc.

També s'han conservat els quaderns de camp, en què Tomàs Carreras i Artau portava un control dels rodets fotogràfics utilitzats i recollia les anotacions i les descripcions de les fotografies que feia. Es té constància de l'existència, almenys, de vuit d'aquests quaderns, tot i que només se'n conserven set.¹⁴ Cada rodet s'anota com a «sèrie», es numeraven les fotografies que es feien amb cadascun i s'acompanyaven de breus comentaris i, en alguns casos, de dibuixos que permetessin

N.º d'entrada: 762	Lloc: Jorrt	Classificació: Animals amb carres!
N.º del clixé: Idem	Situació:	Col·lector: J. M. B. i R.
		Data: 13 Set. 1921
Descripció: Aproximadament des del Montseny fins al Pirineu, s'usen — amb formes més o menys variades — els carres, o sea una mena de coves allargats, q's lliguen a tall de sarries a banda i banda dels animals, per transportar patates etc.: coberts fers. Des de llavors al N. s'anomenen "corbells"		
Bibliografia i referències: Vegis a la "Geo. Gen. de Catalunya Prov. de Barcelona, p. 125, una fotografia de la Colla de Silet, en q. hi ha un fons del Berguedà amb una davant una cistella semblant als carres		Observacions:

identificar-les per registrar-les posteriorment. Aquestes sèries s'anomenaven seguint una seqüència alfabètica (A-N) i posteriorment un ordre numèric.¹⁵ A més d'aquesta ordenació, hi ha una altra numeració posterior feta amb tinta, que es correspondria amb l'entrada de les fotografies en el llibre de registre general, en el qual consten un total de 1.210 entrades, des del 15 d'agost de 1918 fins al 18 de maig de 1924.¹⁶

090	a AMF/AEFC/0001/0063
100 1	a Carreras i Artau, Tomás d (1879-1954).
245 13	a La femada (abans de la sembra). Traginar els fers (amb la carreta) h Material gráfico
260	a Anglès (Girona), c 1918/08/00.
300	a 1 fot. : b bl. y n. ; c 20,4x16,5 cm.

14. El quadern que manca correspon al número 7. En la fitxa que acompanya la fotografia «pageses» (sign. AMF/AEFC/0001/0013), datada el desembre de 1918 a Sant Daniel (Girona) s'hi llegeix l'anotació de Carreras: «La llibreta on guardava les notes me fou robada, pensant-se el lladre que's tractava d'una cartera amb bitllets de Banc».

15. El quadern 1 comprèn les sèries de la lletra A a la I. El quadern 2, les lletres D'-I', J-N i comença una seqüència numèrica de l'1 al 14. A partir del quadern 3 totes les sèries són numèriques (sign. AMF/AEFC/001Q/0001-0008). <<http://simurg.bibliotecas.csic.es/viewer/toc/CSIC1480939214517/0/>> [Consulta: 11/11/2017].

16. Sign. AMF/AEFC/002Q/0010

340	a Papel b 11x8 cm c Gelatina y plata d Revelado químico e Cartulina de 20,4x16,5 cm o Positivo
351	c Unidad documental simple
546	a Catalán
500	a El positivado está pegado sobre una cartulina con información diversa.
500	a Número original de entrada 76.
530	a Existe una copia del documento en papel fotográfico de 21 x 28,5 cm realizado en 199? con número identificativo 455.
500	a En el apartado "observacions" se lee: «Noti's el jou pel coll». Es el masover de Can Planas (nos. 42 i 43).
599	a Presenta un buen estado de conservación
506	a Hace falta autorización expresa para acceder a la consulta del fondo.
500	a Textual ms., Fotográfica.
510 1	a Calvo Calvo, Luis: Catàleg de materials gràfics de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya. Barcelona, 1994. c N° registro: 0455 (p. 113).
650 4	a Labranza z Anglès (Gerona).
650 4	a Agricultura tradicional z Anglès (Gerona).
651 4	a Anglès (Gerona)
856 41	u http://simurg.bibliotecas.csic.es/viewer/image/CSICAR000112114/1/ y Ver el documento en SIMURG, el portal de fondos digitalizados del CSIC
910 2	a Archivo de la Institución Milá y Fontanals
930	a Fondo Tomás Carreras y Artau p Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya p Recuperación y descripción de material gráfico p Fotografías
980	a Fotografías p Positivos
LKR	a UP b 111838 DOC01 n Fotografías m La femada (abans de la sembra). Traginar els fems (amb la carreta)
LKR	a PAR b 112110 DOC01 n Negativo m Positivo

Taula 2. Exemple de registre d'un positiu.

En el sistema de gestió documental Aleph500 es van anar creant els registres de les successives divisions de fons a partir del registre general, tots ells enllaçats amb el nivell superior de l'arxiu mitjançant un camp LKR UP.¹⁷ La catalogació del positiu i del negatiu d'una mateixa fotografia, en cas de tenir-los tots dos, es va fer en registres independents i es van vincular mitjançant un camp LKR PAR. En aquests casos, en la signatura es va mantenir el mateix número d'exemplar, variant només la lletra especificada en el número de la capsca, *P* per als positius, *N* per als negatius.

Pel que fa a la conservació d'aquest material, els positius de les fotografies s'han guardat individualment en sobres lliures d'àcid, de 26 x 32 cm, juntament amb la fitxa que els serveix de suport, quan n'hi ha. En els sobres s'indiquen les dades descriptives: nom de l'arxiu, fons, número de capsca i número de document, a més del número del sistema en el catàleg d'Arxius del CSIC i el número d'exemplar al catàleg citat. Al seu torn, els sobres es van col·locar en capsces de 36 x 26 x 10 cm, fabricades en cartró Premier de 800 micres. Pel que fa als negatius, la preservació ha estat més complexa. Pel fet de ser documents amb un alt risc de deteriorament, es van adquirir fundes de polièster amb quatre apartats i carpetes d'anelles Timecare de 32,5 x 30,5 x 5,5 cm, fetes de cartró Premier de 1.300 micres.

Un cop catalogades totes les fotografies, i per tal de fer-les accessibles a tothom que hi estigui interessat, es va considerar la possibilitat de digitalitzar-les i incloure-les a Simurg, la plataforma que reuneix les col·leccions de fons patrimonials digitalitzats del CSIC.¹⁸

Després de diverses proves de digitalització a 600, 900 i 1.200 dpi, es va optar per digitalitzar, mitjançant un escàner Epson V800, en color i a 900 dpi en format «.tiff», tant els positius com els negatius, amb inclusió de la carta de

17. Els camps LKR són propis del sistema de gestió Aleph500 i permeten relacionar diferents registres del catàleg.

18. <http://simurg.bibliotecas.csic.es/viewer/search/-/MD_FONDS:%22Arxiu+d%27Etnografia+i+Folklore+de+Catalunya%22/1/-/> [Consulta: 11/11/2017].



Figures 6, 7, 8 i 9. Estat de la documentació abans i després del tractament.

colors cada 300 imatges escanejades. Com que el servidor de Simurg és als serveis centrals del CSIC a Madrid, es van enviar les digitalitzacions a la Unidad de Recursos de Información Científica para la Investigación, on les van processar i les van incloure en aquesta plataforma.

Pel que fa a la sèrie de 871 postals que es conserven (signatura de caps *P*), són majoritàriament d'Europa (sobretot d'Itàlia i Espanya), Àfrica (principalment la zona septentrional), Àsia i Amèrica. També hi ha documents sense identificar geogràficament. Igual que les fotogra-

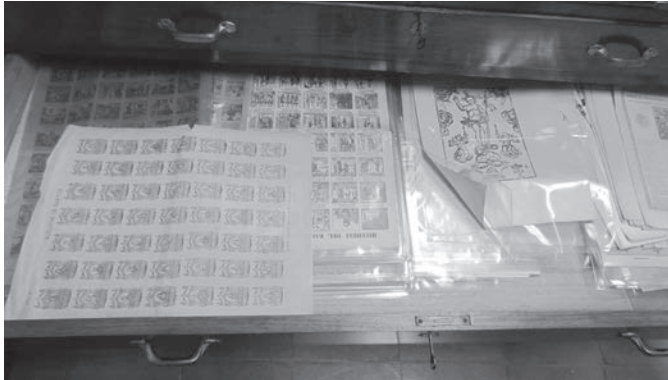
fies, algunes d'aquestes postals estan adherides a una fitxa que els serveix de suport en la qual hi ha diferents anotacions sobre la data d'adquisició, el col·lector, el lloc de la postal o comentaris diversos a l'apartat descripció. La temàtica és molt variada, destaquen les relacionades amb l'arquitectura, l'agricultura, la ramaderia, la pesca, els oficis, els cicles festius i la religiositat, entre d'altres.¹⁹ Després de la catalogació, es van digitalitzar amb un escàner Epson Expression 10000 XL, seguint les mateixes pautes que les fotografies. Ara també són accessibles a Simurg.²⁰

També es conserven uns cent retalls de premsa (signatura de caps *R*) de revistes de Madrid i Barcelona com *Mundo Gráfico*, *Revista Popular Il·lustrada*, *Nuevo Mundo*, *Blanco i Negro*, *D'Ací d'Allà* i *Revista Kodak*, amb dates compreses entre el 1921 i el 1926. Els retalls estan adherits a una fitxa semblant a les dels casos anteriors, que serveix de suport i en la qual hi ha recollides diverses anotacions. La temàtica és essencialment de religiositat i de cicles festius.

El criteri de conservació que es va seguir per a les postals i els retalls de premsa va ser el mateix que s'ha exposat per a les fotografies.

19. J. Fernando Tinoco Díaz, Pablo Jiménez Fernández, Carmen Losada Fernández, «La colección de postales ilustradas del Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya» [en línia], *Enredadera*, n.º. 29 (jun. 2017), p. 80-81, <http://sitios.csic.es/web/enredadera/coleccion_postales> [Consulta: 11/11/2017].

20. <<http://simurg.bibliotecas.csic.es/viewer/toc/CSIC1480592971210/0/>> [Consulta: 11/11/2017].



Figures 10 i 11. Estat dels documents abans i després de la intervenció realitzada.

3.1.2 Catalogació de goigs, auques i il·lustracions

Dins d'aquest apartat s'hi engloben les publicacions literàries impreses de caràcter popular. En primer lloc, destaquen els goigs, que són composicions poètiques de caràcter popular interpretades de manera col·lectiva en el marc d'un acte religiós de cert relleu, com ara una missa de festa major, una processó o l'exaltació d'una figura destacada del santoral. Des del segle XVII, aquest tipus d'oracions d'agraïment es recullen en fulls de format divers amb una composició tipogràfica determinada, que s'ha mantingut al llarg del temps. La importància per a l'estudi de l'etnografia rau en la seva consideració com a mostres de la religiositat popular que s'han conservat.

A l'AEFC es conserven 240 goigs impresos i manuscrits de diversa procedència i tipologia (sèrie: «Goigs»; signatura de capsa G). No obstant això, el llibre de registre de les respostes rebudes dels col·laboradors reflecteix que se'n van rebre molts més, encara que no es té constància d'on paren actualment.²¹ El pas inicial va ser ordenar-los seguint un criteri teològic i alfabètic entre els que eren dedicats a la figura de Jesucrist, les

diferents advocacions de la Mare de Déu i els dedicats a sants. Posteriorment, es va fer un model de fitxa de catalogació que recollia la descripció de les parts d'aquest tipus de documents (camps 500 i 505): informació de la capçalera, característiques de la imatge o al·legoria representada, entrada (primera estrofa) i tornada (dos últims versos), disposició general del text i els corondells, tipologia de l'ornament i l'orla, estructura de l'oració i la notació musical (en el cas que n'hi hagués), menció d'autoria o reproducció i dades tècniques d'impressió.

La principal dificultat pel que fa a la catalogació dels goigs va ser la datació. Es va adoptar la solució de fer un estudi sobre les diverses impremtes catalanes i valencianes que s'esmentaven en aquests documents com a responsables de l'edició, cosa que va permetre incorporar unes dates de publicació aproximades, des de mitjans del segle XVIII fins a finals del segle XIX.²²

L'apartat de literatura de canya i cordill que es conserva a l'AEFC conté les auques, que són sèries d'estampes acompanyades d'uns versos aparellats al peu que van tenir un gran auge en l'entorn català i valencià durant el

21. El llibre de registre es titula «Materials inèdits, goigs, fulles impreses» i conté 144 entrades des del 2 de setembre de 1922 fins al novembre de 1925 (sign. AMF/AEFC/002Q/0011).

22. En aquest sentit, també cal destacar la tasca de Rafael Millán Pascual, associat a aquesta unitat mitjançant un contracte del Programa «Garantía Juvenil-CSIC» (2016).

segle XIX. La forma més característica és la d'un full de paper de 32 x 44 cm aproximadament, dividida en diverses vinyetes, generalment 48, que representen una història completa acompanyada per rodolins octosil·labs al peu de cada quadre. Els documents presenten una temàtica molt variada. Hi destaquen els relacionats amb jocs infantils, escenes costumistes, festes populars, reproduccions de diverses obres literàries i llegendes, i narracions de fets o personatges històrics i de contingut religiós o hagiogràfic.

Les auques que es conserven a l'AEFC, uns 148 exemplars, es van ordenar seguint un criteri temàtic i tipològic (sèrie: «Literatura de canya i cordill, auques»; signatura de capsa A). En la catalogació es va ressaltar el tipus i el tema, al costat del nombre de vinyetes i les dades del format físic, a més d'incloure-hi l'*incipit* de cadascuna i una descripció general tipogràfica detallada que ajuda a identificar cada edició concreta. Pel que fa a la datació, es va fer un estudi de les impremtes de Madrid i Barcelona semblant al que s'havia fet pels goigs, com s'ha explicat anteriorment, que va permetre datar-les entre mitjan segle XIX i primers del XX.

Aquestes mateixes pautes són les que es van aplicar a la catalogació dels 44 plec de soldats, recreacions de processons i tipus teatrals que formen part d'aquesta sèrie. Des de les primeres dècades del segle XIX fins a la meitat del segle XX, aquest tipus de material gràfic, anomenat fulls de rengle, va servir com un potent instrument de socialització i de comunicació. A la catalogació d'aquests documents es va ressaltar en especial l'estructuració interna de les figures que s'hi incloïen i la impremta que els va editar per a poder-los datar amb la màxima precisió possible.

Finalment, es conserven 261 il·lustracions i planxes impreses de 28 x 37 cm de diversa temàtica (sèrie: «Estampes, caricatures, imatgeria popular»; signatura de

capsa A). No se sap amb certesa quin és l'origen ni per a què es feien servir, per la qual cosa la catalogació va ser complexa. El títol atribuït que s'ha donat a cadascuna ha pretès ser tan descriptiu com ha estat possible.

Els documents de les sèries englobades en aquest apartat estan conservades individualment en fundes de polièster Melinex de 75 micres de diferents mides i en capsas de cartró Premier de 1.300 micres.

3.2 Catalogació dels «Qüestionaris socials»

Les enquestes socials s'utilitzaven a finals del segle XIX i començaments del XX com a eines per a la recollida de materials etnogràfics de les poblacions rurals europees. Les redactaven antropòlegs especialitzats i les enviaven a diversos corresponsals, repartits per un territori concret, perquè recollissin la informació. S'obtenien dades dels usos, costums i tradicions d'una comunitat determinada mitjançant el testimoni directe dels individus.

En el context de la península Ibèrica, el 1901 es va dur a terme un projecte de gran envergadura, promogut per la Sección de Ciencias Morales y Políticas del Ateneo de Madrid, que pretenia recollir informació en el camp dels costums populars relatius als tres fets més característics de la vida: el naixement, el matrimoni i la mort. A Catalunya, la utilització de qüestionaris similars va ser generalitzada per diversos centres excursionistes al llarg de les primeres dècades del segle XX. Aquestes enquestes van ser un antecedent per al sistema de treball adoptat per l'AEFC.²³ Entre el 1915 i el 1928, la institució va elaborar vint-i-dos qüestionaris sobre temàtiques diverses: les particularitats lingüístiques, el dret consuetudinari, la cançó popular, la medicina popular, els mites i les llegendes, etc. Les respostes obtingudes formen la primera sèrie de la divisió «Qüestionaris socials».

23. En el fons Tomàs Carreras i Artau es conserven còpies de diferents qüestionaris espanyols i estrangers, en destaca la circular i el qüestionari de l'Ateneo de Madrid (1901), l'interrogatori dirigit per Rafael Altamira (1908), els promoguts per la Sociedad de Estudios Vascos (1921-1926) i el Centre Excursionista de la Comarca de Bages (1929), el Grup Nacionalista Radical «Catalunya» de Santiago de Cuba, la Folk Song Society de Londres i els editats per diverses institucions daneses (1915-1920) (sign. AMF/AEFC/ANEXO1/0005).

LES ENQUESTES SOCIALS S'UTILITZAVEN A FINALS DEL SEGLE XIX I COMENÇAMENTS DEL XX COM A EINES PER A LA RECOL·LECCIÓ DE MATERIALS ETNOGRÀFICS DE LES POBLACIONS RURALS EUROPEES.

En l'estructuració actual de la sèrie «Qüestionaris de l'AEFC» s'ha seguit la línia proposada en l'obra de Lluís Calvo²⁴ d'agrupar les respostes dels col·laboradors dins de cada un dels vint-i-dos qüestionaris originals als quals contestaven. S'ha creat, per tant, una subsèrie per a cada qüestionari, en què s'han agrupat les respostes corresponents, sigui com a unitat documental simple o composta. A més, s'han inclòs les respostes recollides a l'apartat *vària* de l'obra esmentada als qüestionaris que corresponia per temàtica. Per a fer-ho, s'han seguit les recomanacions proposades en el *Manual per a Recerques d'Etnografia de Catalunya* (1922) sobre les temàtiques relacionades amb cada qüestionari.²⁵ D'altra banda, es va decidir que tota la documentació relativa al projecte del Museu Etnogràfic de Catalunya fos incorporada al *Qüestionari 13. Exposició Gràfica d'Etnografia de Catalunya-Museu Etnogràfic de Catalunya*, destinat originalment a regularitzar la recepció de material per a aquest projecte museístic. La resta de documents relacionats amb la gestió i el funcionament d'aquest departament de l'AEFC, que no eren respostes, s'ha inclòs en una subsèrie independent de «Documentació annexa als Qüestionaris de l'AEFC».

Quan es va rebre el material a la Unitat de Documentació, les respostes de cada qüestionari eren en sobres numerats segons el catàleg redactat per Lluís Calvo. No obstant això, es va detectar que alguns dels documents que s'inclouien en un mateix sobre no tenien una relació directa amb la resta de la documentació, o no corresponien amb el número de qüestionari que se li havia atribuït en origen. D'altra banda, entre la diversa documentació annexa de la càtedra de Tomàs Carreras i Artau, han aparegut més respostes que no estaven incloses en el catàleg. Per tal de solucionar aquestes dificultats es va decidir fer un registre dels col·laboradors que van formar part de l'AEFC utilitzant la resta de la documentació del fons. En aquest sentit, van ser molt útils els diversos registres de respostes de qüestionaris que es conserven,²⁶ els llistats de publicacions inèdites dels dos volums d'*Estudis i materials* —publicació de referència que editava l'AEFC—,²⁷ i les carpetes amb els noms dels col·laboradors en les quals s'arxivaven les respostes quan arribaven.²⁸ Després de l'estudi de totes aquestes dades, es va crear una llista de més de 400 informants que ha servit tant per datar i localitzar les diverses respostes, com per unificar les entrades dels noms dels col·laboradors. En els casos en què s'ha recuperat prou informació, ha estat possible crear un registre d'autoritat d'uns quants, tot i que hi va haver respostes anònimes en origen i altres de les quals no se n'ha pogut determinar l'autor.

Pel que fa a la catalogació de cada unitat documental, Tomàs Carreras i Artau s'esmenta com a autor principal (etiqueta 100), el col·laborador pertinent consta com a

24. Lluís Calvo i Calvo, *Catàleg de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya*, Barcelona: Institució Milà i Fontanals-CSIC, 1991.

25. Aquest manual, redactat per Josep Maria Batista i Roca, pretenia sistematitzar les normes de treball del mostreig fet pels col·laboradors. L'esquema del «Qüestionari General» que duu inclòs, segueix l'estructura proposada en les publicacions de Sophia Burne (*The Handbook of Folklore*. Londres, 1914) i Paul Sébillot (*Le Folklore de France*. Paris, 1913). L'AEFC conserva un resum manuscrit d'ambdues obres. S'ha pogut documentar que en l'època de l'AEFC es va fer una adequació semblant dels punts clau d'aquest qüestionari i els redactats amb anterioritat (sign. AMF/AEFC/ANEXO2/0006, doc. 1).

26. Es conserven originals dels qüestionaris núm. 1, núm. 2, núm. 4 (curs 1917-1918), núm. 5, núm. 6 (curs 1917-1918), núm. 7 (cursos 1917-1918 i 1918-1919) i núm. 9 (sign. AMF/AEFC/ANEXO2/0006, doc. 4).

27. Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya. *Estudis i materials*. Vol. 1. Curs 1915-1916. Barcelona, 1916, p. 103-106; Vol. 2. Curs 1916-1917. Barcelona, 1918, p. 177-199. També es conserva la llista inèdita amb les contribucions dels col·laboradors que s'havien d'incloure en el volum 3 d'aquesta publicació, que no es va arribar a editar (sign. AMF/AEFC/ANEXO3/0008, doc. 4).

28. Es conserven les carpetes originals amb els noms dels col·laboradors i els cursos en què van participar a l'AEFC (sign. AMF/AEFC/ANEXO5/0012).

The screenshot shows the header of the CSIC catalog with the logo and text 'CATÁLOGO AUTORIDADES.CSIC FONDOS EN LAS BIBLIOTECAS DE LA RED'. Below the header is a search bar and navigation links. The main content area displays a MARC record for 'AMF/AEFC/0705/0023' with fields for format (FMT), language (LDR), and various subject and author tags (001, 005, 008, 040, 1001, 4001, 670, 6780, 815).

```

FMT AU
LDR -----bz--a-----
001 CSICAU000079496
005 20161129132400.0
008 161123-n-adznaabn|||||||---a-aaa-----d
040 |a ES--MaCSI |b spa
1001 |a Xalabarder y Serra, Eduardo |d (1869-1922)
4001 |a Xalabarder, E. |d (1869-1922)
4001 |a Xalabarder i Serra, Eduardo |d (1869-1922)
4001 |a Xalabarder Serra, Eduardo |d (1869-1922)
670 |a CANTIC en línea (23/11/16)
6780 |a Médico promotor del Patronat de Catalunya per a la
Lluita contra la tuberculosi. Médico titular de Caldes
de Montbui. Presidente de la Sociedad Barcelonesa de
Amigos de la instrucción y cofundador de los anales de
la Academia y del Laboratorio de Academia de Ciencias
Médicas de Cataluña y Baleares
815 000079496
  
```

© 2014 Red de Bibliotecas del CSIC. ExLibris

Figura 12. Exemple de registre d'autoritat.

autor secundari (etiqueta 700) especificant la seva funció (col.). A causa de l'estructura de les respostes, que sovint formen grans unitats compostes de tipologia molt diferent, s'ha fet una descripció del contingut tan detallada com ha estat possible (etiqueta 505).

Algunes respostes poden fer referència a diversos qüestionaris simultàniament, o la documentació annexa que inclou pot remetre a diverses respostes de manera paral·lela. En aquests casos, s'ha inclòs una nota general informant dels qüestionaris concrets als quals fa referència aquesta resposta, així com la signatura dels documents amb què està relacionada de manera directa (etiqueta 500).

Així mateix, en tots els registres s'ha inclòs una referència al número de registre de la publicació de Lluís Calvo per mantenir una coherència amb el treball anterior i facilitar la consulta d'aquest fons (etiqueta 510).²⁹

Pel que fa a la localització geogràfica, en tot moment s'ha respectat la grafia dels llocs esmentats que consta en el document original. En l'etiqueta de *matèria* també s'hi ha inclòs una referència a la localitat o regió amb la denominació normativitzada, així com una etiqueta general del terme geogràfic pertinent (etiquetes 650/651).

Pel que fa a la signatura, s'ha decidit fer-hi constar la classificació dels documents per subsèrie de qüestionari i per capsas, com es pot comprovar en els exemples següents:

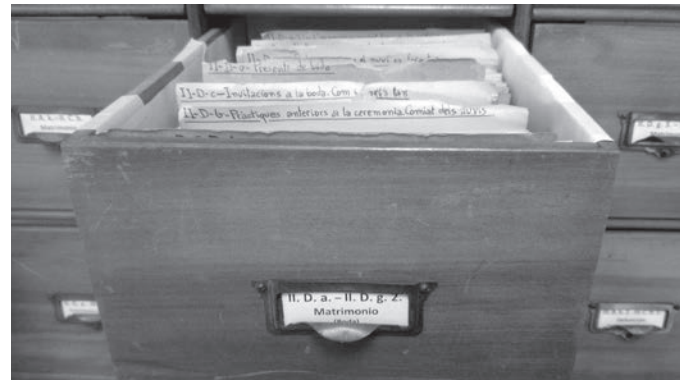
AMF/AEFC/0705/0023: qüestionari 7, capsas 5, document 23.

AMF/AEFC/1102/0046: qüestionari 11, capsas 2, document 46.

Això ha permès catalogar de manera paral·lela documents pertanyents a diferents qüestionaris a mesura que se'n decidia la reubicació o apareixien noves respostes per incorporar-hi. D'aquesta manera, de cada subsèrie (qüestionari) en depenen tots els documents (respostes) que hi fan referència, enllaçats mitjançant els esmentats camps LKR UP.

A causa de la diversitat de formats de les respostes dels col·laboradors, s'han utilitzat tres formats de capsas: capsas de 19 x 14,4 x 15 cm, fabricades en cartró Premier de 1.300 micres per a les fitxes de 14 x 10,5 cm i altres formats de mida petita; capsas de 32 x 24 x 10 cm, fabricades en cartró Premier de 1.000 micres per a les quillettes d'aproximadament 16 x 22 cm, i capsas de 36 x 26 x 10 cm, fabricades en cartró Premier de 800 micres per a formats de més grandària. Així mateix, cadascuna de les respostes es va protegir amb una camisa de paper de cinquanta grams lliure d'àcid adaptada a les seves mides i introduïda en sobres dissenyats especialment per a cada un dels formats de capsas mencionats.

29. S'ha creat un document amb la correspondència dels números de registre de l'obra de Lluís Calvo i la signatura que consta en el Catàleg de Archivos del CSIC. <http://www.imf.csic.es/files/ficheros/unidad_documentacion/Inventario_Questionaris_AEFC.pdf> [Consulta: 11/11/2017].



Figures 13 i 14. Qüestionaris de l'AEFC i Encuesta del Ateneo de Madrid.

A partir de la incorporació de Tomàs Carreras i Artau al Consejo Superior de Investigaciones Científicas, el 1945, es va adoptar una nova ordenació i classificació sistemàtica del *Corpus paramiològic català* (Qüestionari 1) amb la col·laboració d'August Panyella. La tasca duta a terme en aquesta última fase va consistir a sintetitzar cada refrany en una única fitxa indicant-hi les diferents variants geogràfiques i ordenant-les alfabèticament per matèries. Aquesta feina va quedar inacabada per la mort de Carreras i Artau.³⁰

D'aquesta època se'n conserven catorze fitxers amb 16.838 fitxes, que originalment duïen el títol de *Refransys*, amb documentació de diferents anys (respostes originals, còpies d'aquestes respostes i noves respostes incorporades en aquesta etapa de l'AEFC). Els fitxers estan ordenats alfabèticament per matèries i n'hi ha dos amb 1.883 fitxes amb el títol de *Refranes. Ficha definitiva*, que sintetitzen cada refrany en una sola fitxa indicant-hi les diferents variants geogràfiques i or-

denades alfabèticament per matèries. Aquesta documentació es va catalogar com una fracció de la subsèrie *Qüestionari núm. 1*.

La segona sèrie dels «Qüestionaris socials» correspon a una còpia de l'Encuesta del Ateneo de Madrid (1901). El 1922, a instàncies de Josep Maria Batista i Roca,³¹ Tomàs Carreras i Artau va contactar amb diversos estudiants que havien de fer cursos de doctorat o oposar a Madrid perquè fessin una còpia manuscrita de la totalitat de les fitxes d'aquesta enquesta. Mn. Joan Lloró i Padrosa va ser qui va acceptar la proposta de dur a terme aquesta tasca, juntament amb altres col·laboradors. La còpia d'aquesta enquesta es va afegir a l'AEFC.

En total es conserven 14 arxivadors amb 21.071 fitxes i aproximadament 16.000 respostes, estructurades en tres grans apartats corresponents al cicle de la vida: naixement, matrimoni i mort. Igual que a l'arxiu l'original, es té constància que s'han extraviat algunes respostes.³²

30. La informació d'aquesta etapa es recull a les *Memorias* del CSIC, Delegació de Barcelona (1945-1954).

31. Es conserva un informe manuscrit de Josep Maria Batista i Roca en què es menciona aquesta informació: «La col·lecció d'unes 20.000 cèdules sobre'l naixement, matrimoni i mort, es el treball més formidable q. s'ha fet per recullir una part del folklore peninsular. Aquesta col·lecció es un tresor imponderable [...] nosaltres ens en procurem una copia [...] la única solució es encarregar-la a xicots catalans q. vagin a Madrid per fer el doctorat (per ex. els becaris), als quals s'hauria de donar una remuneració per llur treball. El possehir aquesta copia es una necessitat per l'Arxiu, pera poder empendre treballs comparatius».

32. Els documents de l'Encuesta del Ateneo de Madrid actualment es conserven al Museo Nacional de Antropología (Madrid). El registre de fitxes que es conserva a la IMF es poden consultar a: <http://www.imf.csic.es/files/ficheros/unidad_documentacion/Inventario_Encuestas_del_Ateneu.pdf> [Consulta: 11/11/2017].

La catalogació de l'AEFC que ha dut a terme la Unitat de Documentació es va tancar amb una última divisió de fons en la qual es recullen vuit fitxers de registre. En una fase determinada del procés d'organització original, l'Arxiu va començar a estructurar un registre de fitxers que recollien la documentació que es rebia. Actualment, la informació que inclouen es conserva de manera parcial i desestructurada, tot i que ha estat molt útil per a contextualitzar algunes de les respostes dels qüestionaris socials.

4. A manera de recapitulació

En aquest moment ja s'ha digitalitzat tota la part gràfica i s'està treballant per fer-la accessible mitjançant la plataforma Simurg, a la vegada que es continua la feina de digitalització dels qüestionaris perquè siguin accessibles per a tothom.

La tasca de Carreras i Artau i els seus col·laboradors va obrir una via de treball innovadora en el món de la investigació etnogràfica i antropològica a Catalunya, sense parió a la resta del territori espanyol. Però les vicissituds del temps van relegar aquesta iniciativa a l'oblit, la qual cosa n'ha comportat el desconeixement per un ampli sector de la societat. En aquest sentit, l'esforç per restaurar i conservar aquesta documentació suposa una oportunitat idònia per a aprofundir en el coneixement i la comprensió de l'antropologia social a Catalunya.

El conjunt de la documentació conservada al Fons Tomàs Carreras i Artau ofereix una gran quantitat de material per a investigadors en sociologia, psicologia social, antropologia i ètica, així com per a les persones interessades a estudiar el desenvolupament de la vida intel·lectual i cultural catalana de principi del segle xx.

Bibliografia

AGUIRRE BATZÁN, Ángel (ed.). *La antropología cultural en España*. Barcelona: PPU, 1986.

AMADES, Joan; COLOMINAS, Josep. *Els goigs*. Barcelona: Orbis, 1946.

AMADES, Joan; COLOMINAS, Joan; VILA, Pau. *Imatgeria popular catalana: les auques*. Barcelona: Orbis, 1931.

ARXIU D'ETNOGRAFIA I FOLKLORE DE CATALUNYA. *Estudis i materials*. Vol. 1. Curs de 1915-1916. Barcelona, 1916; Vol. 2. Curs de 1916-1917. Barcelona, 1918.

—*Manual per a recerques d'etnografia de Catalunya*. Barcelona: Imp. Carreras, 1922.

BIBLIOTECA NACIONAL DE CATALUNYA. *Patrimoni d'Editors i Editats de Catalunya* [en línia]. <<http://www.bnc.cat/cat/Editors-i-Editats-de-Catalunya/Editorials>> [Consulta: 20/01/2017].

BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA. *Relación de impresoras del siglo XIX* [en línia]. <http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/resources/docs/Relacion_de_impresoras_del_siglo_XIX.pdf> [Consulta: 20/01/2017].

BISBAL I SENDRA, M. Antònia; MIRET I SOLÉ, M. Teresa. «Els goigs i el seu espai a la col·lecció local» [en línia]. *Ítem: revista de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (1998), p. 71-81. <<https://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/22531/22365>> [Consulta: 11/11/2017]

BOSCARO, Roberta; GARCÍA CAPARRÓS, Isabel; LOSADA FERNÁNDEZ, Carmen. «L'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya» [en línia]. *Enredadera*, n.º. 23 (2014), p. 28-30. <<http://sitios.csic.es/web/enredadera/arxiu-folklore>> [Consulta: 11/11/2017].

CALVO I CALVO, Lluís. *Catàleg de materials etnogràfics de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya*. Barcelona: Institució Milà i Fontanals-CSIC, 1990.

—*El Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya y la Antropologia Catalana*. Barcelona: Institución Milà i Fontanals-CSIC, 1991.

—*Catàleg de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya. Materials gràfics*. Barcelona: Institución Milà i Fontanals-CSIC; Generalitat de Catalunya, 1994.

—*Tomàs Carreras i Artau o el tremp de l'etnologia catalana*. Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat; Ajuntament de Bellpuig, 1994.

—(ed.) *El CSIC en Cataluña (1942-2012): siete décadas de investigación científica*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2012.

CARO BAROJA, Julio. *Ensayo sobre la literatura de cordel*. Madrid: Ediciones de la Revista de Occidente, 1969.

CARRERAS I ARTAU, Tomàs. *Organisació sistemàtica d'un arxiu d'etnografia i folklore de Catalunya*. Barcelona, 1915.

COMAS I GÜEL, Montserrat. *La impremta catalana i els seus protagonistes a l'inici de la societat liberal (1800-1833)*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2009 (tesi doctoral).

CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS. DELEGACIÓN DE BARCELONA. *Memorias*. Barcelona, 1945-1954.

COURCELLES, Dominique de. *Les histoires des saints, la prière et la mort en Catalogne*. Paris: Publications de la Sorbonne, 1990.

DÍAZ VIANA, Luis (ed.). *Palabras para el pueblo*. Vol. I: *Aproximación general a la literatura de cordel*; Vol. II: *La colección de pliegos del CSIC: fondos de la Imprenta Hernando*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2001.

FONTBONA, Francesc. *La xilografia a Catalunya entre 1800 i 1923*. Barcelona: Biblioteca de Catalunya, 1992.

GARCIA I CARBONELL, Marina; ROIG I TORRENTÓ, Assumpta. «La tipografia Carreras. La trajectòria d'una col·lecció de matrius xilogràfiques des del barroc fins al segle XX». *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*. Vol. LIII (2012), p. 393-410.

LOSADA FERNÁNDEZ, Carmen. «La serie de fotografías de l'Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya» [en línia]. *Enredadera*, n.º. 26 (2015), p. 16-17. <http://sitios.csic.es/web/enredadera/serie_fotografias> [Consulta: 11/11/2017].

MARTÍN, Antonio. «Las Aleluyas, primera lectura y primeras imágenes para niños en los siglos XVIII-XIX. Un antecedente de la literatura y la prensa infantil en España» [en línia]. *Espéculo: revista de estudios literarios*, n.º. 47. <<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero47/aleluya.html>> [Consulta: 20/01/2017].

ORTIZ GARCÍA, Carmen; SÁNCHEZ GÓMEZ, Luis Ángel (eds.). *Diccionario histórico de la antropología española*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1994.

PONS, Amadeu. «Elements per a l'ordenació i catalogació dels goigs». *Tàull*, núm. 3 (1986), p. 127-132.

ROMA, Josefina. «L' Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya. Tomàs Carreras i Artau i Josep M. Batista i Roca». *Revista d'Etnologia de Catalunya*, núm. 41 (2016), p. 56-66.

SERRANO MORALES, José Enrique. *Reseña histórica en forma de diccionario de las imprentas que han existido en Valencia desde la introducción del arte tipográfico hasta el año 1868, con noticias bibliográficas de los principales impresores*. València: Imp. F. Doménech, 1898-1899.

Temps d'ahir. Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya 1915-1930: exposició organitzada per la Fundació La Caixa. Barcelona: Fundació La Caixa, 1994.

TINOCO DÍAZ, J. Fernando; JIMÉNEZ FERNÁNDEZ, Pablo; LOSADA FERNÁNDEZ, Carmen. «La colección de postales ilus-

trades del Arxiu d'Etnografia i Folklore de Catalunya» [en línia]. *Enredadera*, n.º. 29 (2017), p. 80-81. <http://sitios.csic.es/web/enredadera/coleccion_postales> [Consulta: 11/11/2017]

—«La Cátedra de Ética del Fondo Tomás Carreras i Artau (1879-1954)» [en línia]. *Enredadera*, n.º. 30 (2017), p. 59-62. <http://sitios.csic.es/web/enredadera/catedra_etica> [Consulta: 10/12/2017]. ■

Caixa d'eines

Mitjans socials (*social media*) per a professionals de la informació





Mitjans socials (*social media*) per a professionals de la informació

Javier GUALLAR

Departament de Biblioteconomia, Documentació
i Comunicació Audiovisual, Universitat de Barcelona
jguallar@ub.edu

Javier LEIVA AGUILERA

Consultor i formador
javier@catorze.com

Article enviat el març de 2018; revisat l'abril de 2018.

Un dels elements més determinants de l'evolució de la gestió de la informació i la comunicació a internet el segle XXI ha estat l'eclosió dels anomenats mitjans socials. L'extensió del seu ús personal i professional ha arribat a unes cotes segurament mai imaginades a començaments del nou segle, vinculada molt estretament a un altre fenomen paral·lel: l'extensió de l'ús dels dispositius mòbils com ara telèfons intel·ligents i tauletes tàctils.

En l'actualitat els mitjans socials ja són canals de comunicació preferents en l'àmbit corporatiu i personal. Ha arribat un moment en què ja no és una opció realista el fet de no ser-hi present. Aquest context ha generat l'aparició de nombroses especialitats professionals noves, com ara el gestor de comunitats virtuals (*community manager*), gestor de mitjans socials (*social media manager*), estrateg de mitjans socials (*social media strategist*), gestors de continguts (*content manager*), curador de continguts (*content curator*) i estrateg de continguts (*content strategist*), entre d'altres. La figura del gestor de comunitats virtuals és, amb diferència, la més estesa en el nostre entorn, i sovint agrupa i agafa moltes de les competències i dels rols de les altres especialitats esmentades.

Els professionals de la informació digital del segle XXI, tinguin específicament o no algunes de les denominacions anteriors, han de conèixer i dominar les estratègies de

treball en aquest entorn. Una nombrosa bibliografia professional pot servir de guia al professional que s'inicia.¹

Els professionals dels mitjans socials han d'estar contínuament al dia de les estratègies, les eines i les plataformes bàsiques relacionades amb aquest entorn. Aquest article vol servir d'introducció o guia inicial a algunes d'aquestes plataformes. La limitació d'extensió ens ha obligat a fer, inevitablement, una tria determinada, i a deixar-ne fora moltes d'altres. Amb tot, les que es presenten a continuació poden ser una primera selecció per començar a caminar professionalment en el món dels mitjans socials.

L'estructura de presentació de les eines es basa en un típic procés de curació de contingut en mitjans socials, seguint com a referent el mètode de les 4S's,² en què es distingeixen quatre fases (*Search, Select, Sense making, Share*; cerca, selecció, caracterització i difusió) amb una fase posterior d'anàlisi o valoració. Així, les eines seleccionades s'agrupen en els apartats de:

- Monitorització
- Selecció
- Creació i curació
- Gestió
- Analítica

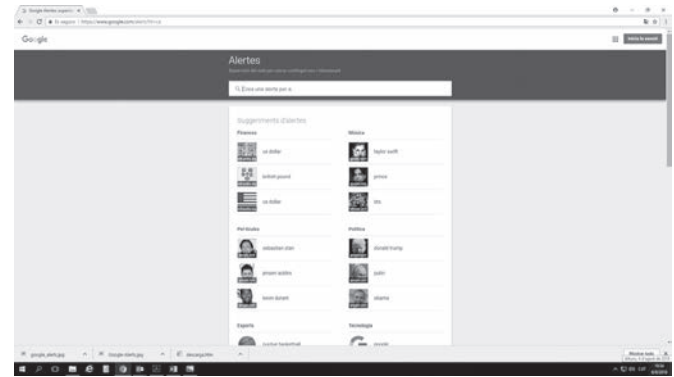
Les quatre primeres categories es corresponen aproximadament a les 4S's, i la darrera a la fase posterior d'anàlisi. La tercera categoria s'anomena *Creació i curació* seguint l'esquema de tipus de continguts per a mitjans socials que proposa Sanagustín³ i considerant tant les plataformes que permeten fer curació de continguts (és a dir, selecció i aportació de valor a continguts creats prèviament), com creació de continguts (publicacions basades exclusivament en la creació pròpia). A la pràctica, la ma-

joria de les plataformes presentades en aquest apartat possibiliten les dues opcions, si bé n'hi ha que faciliten més una opció que l'altra: per exemple, Pinterest està més orientada a la curació; Instagram i YouTube a la creació, i Twitter i Facebook es poden considerar híbrides.

Eines de monitorització

Google Alerts

<<https://www.google.com/alerts>>



És el sistema d'alertes del cercador més utilitzat del món: Google. En una interfície separada del cercador, permet crear i gestionar fins a un miler de cerques i rebre'n els resultats a través de correu electrònic o d'un agregador RSS.

Aquesta eina és molt flexible pel que fa a les possibilitats que ofereix a l'hora de gestionar les cerques, ja que permet fer servir operadors i filtres de la mateixa manera que ho fa el seu cercador matriu. Al mateix temps, és possible cercar informació sobre qualsevol tipus de resultat o limitar els tipus de fonts sobre els quals vo-

1. Vegeu les fonts citades al final de l'article.

2. Javier Guallar; Javier Leiva-Aguilera, *El Content curator: guía básica para el nuevo profesional de Internet*, Barcelona: Editorial UOC, 2013; i *Las 4S's de la content curation: estudio de caso (I)* [en línia], [Barcelona: loscontentcurators.com, 2014], <<http://www.loscontentcurators.com/las-4ss-de-la-content-curation-ebook/>> [Consulta: 15/03/2018].

3. Eva Sanagustín, *Plan de contenidos para medios sociales*. Barcelona: Editorial UOC, 2017.

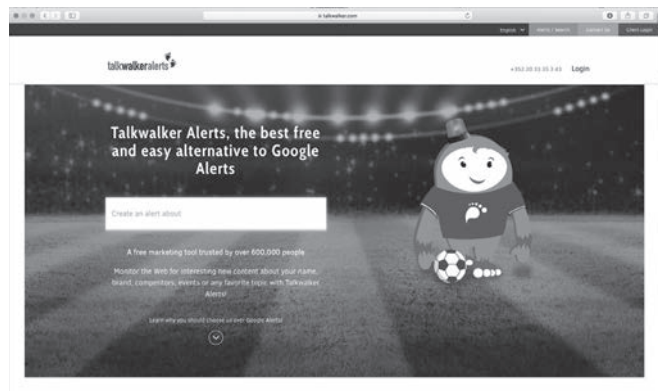
lem obtenir resultats: notícies, blogs, vídeos, llibres, etc. També es poden limitar els resultats per regions de publicació i per idiomes.

El punt negatiu el trobem, des de fa una temporada, en la recepció de resultats. Tot i que no podem deixar de banda Google Alerts, al capdavant és de Google i n'acabarem obtenint resultats rellevants, és recomanable utilitzar al mateix temps algun altre sistema d'alertes complementari que assegurí més exhaustivitat en la recuperació de resultats.

Exemple pràctic d'ús: rebre alertes amb informes anuals d'organitzacions no governamentals (ONG): "*annual report*" *ngo filetype:pdf*.

Talkwalker Alerts

<<https://www.talkwalker.com/alerts>>



Talkwalker Alerts és, actualment, una bona candidata per a ser el complement de Google Alerts, tal com hem esmentat. Té característiques similars a l'anterior, però és una eina enfocada plenament a la web social i acostuma a oferir molt bons resultats, que a més no coincideixen amb els que ofereix Google. Com l'anterior, també permet rebre els resultats via correu electrònic o agregadors RSS.

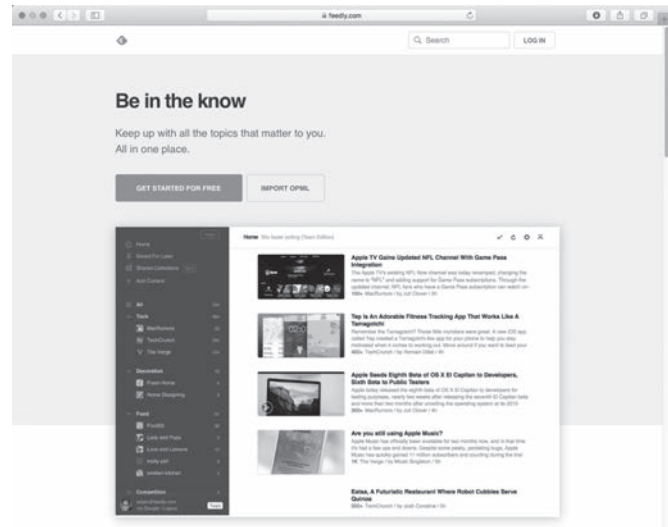
Un dels seus punts forts és la immediatesa: indexa i lliura molt ràpidament els resultats rellevants. A més, permet la configuració de cerques avançades i el filtre per idiomes i tipus de publicació (Twitter, blogs, notícies o discussions).

El seu únic punt feble és que a vegades trameta errors quan s'intenta editar una cerca guardada prèviament, així que cal esborrar la cerca antiga i fer-ne una de nova amb les modificacions.

Exemple pràctic d'ús: cercar articles a blogs on comentin informes anuals d'ONG.

Feedly

<<https://feedly.com>>



Agregador de continguts via RSS amb versions web i mòbil. Actualment és l'eina més popular en la seva categoria. Disposa d'una sèrie de funcions bàsiques gratuïtes i d'una versió de pagament amb altres funcions més avançades.

Un dels grans avantatges de Feedly és que es pot fer servir sense necessitat de saber com funciona el format RSS. Simplement, fent una cerca podrem trobar fonts indexades en la seva base de dades i ens podrem subscriure a paraules clau a partir de continguts de les mateixes fonts. A banda, però, també permet utilitzar directament adreces RSS, sigui de fonts primàries o d'alertes de cerca.

Com a contrapartida, aquesta eina ha anat reduint, amb el temps, el nombre d'opcions que formen part del paquet gratuït. Encara és possible treure'n un bon profit sense haver de pagar, però és previsible que en el futur aquesta possibilitat es redueixi. Per exemple, fa uns mesos la subscripció a les alertes de Google va deixar d'estar disponible per a tots els usuaris.

Exemple pràctic d'ús: subscripció a alertes de cerca de Google Alerts i Talkwalker Alerts, i al mateix temps a fonts d'informació primàries.

Tiny Tiny RSS

<<https://tt-rss.org>>



Tiny Tiny RSS és un altre agregador RSS. El seu concepte és el mateix que l'anterior pel que fa als objectius, però té una sèrie de característiques que el diferencien. La principal és que no es tracta d'un sistema de subscripció en línia, sinó que per fer-lo servir cal instal·lar-lo prèviament en un espai del servidor que puguem gestionar. És un programari de codi lliure.

El fet d'haver de tenir un espai en el servidor i d'haver de fer la instal·lació, configuració i manteniment és potser el més gran inconvenient d'aquesta eina, i a més, cal esmentar que no és tan amigable ni intuïtiva com Feedly.

No obstant això, un fet que pot compensar és que té diverses funcions molt potents de cara a millorar la recuperació de continguts: establiment de filtres automàtics sobre els resultats obtinguts (per descartar resultats irrellevants, marcar-ne d'altres com a destacats, etc.), generació de fils RSS de qualsevol carpeta, etiqueta o marca que posem a un contingut (especialment útil si volem automatitzar accions de sortida de la informació des de la mateixa eina), etc. Finalment, una vegada instal·lat el programa, permet la gestió de múltiples usuaris.

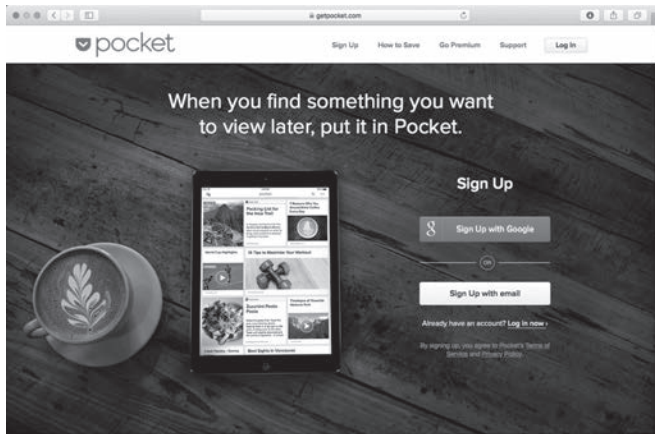
Exemple pràctic d'ús: a partir dels resultats d'un determinat nombre d'alertes de cerca, podríem fer una cerca específica que detectés els que tenen una paraula concreta en el títol. Aquests els posaríem automàticament en una carpeta específica que consultaríem de manera preferent.

Eines de selecció

Pocket

<<https://getpocket.com>>

El principal objectiu d'aquesta eina és guardar per a més tard continguts que ens interessin, però que no podem llegir en el moment que els trobem. Quan això passa, simplement premem un botó del navegador, el mòbil o la tauleta i el contingut queda emmagatzemat al nostre espai per al moment en què hi puguem parar atenció.



Aquest ús tan específic, però, es pot ampliar força sense perdre facilitat d'ús gràcies, bàsicament, a algunes opcions disponibles: etiquetatge de continguts, selecció de fragments, compartició d'aquests fragments o dels continguts sencers dins de Pocket o a través de serveis de xarxes socials i la subscripció als elements compartits d'altres usuaris de la plataforma.

Pocket té la virtut d'oferir força funcions a partir d'una eina molt senzilla d'utilitzar. Permet seleccionar, difondre i, fins i tot, canviar una mica la caracterització de continguts. No obstant això, podria ser encara millor si permetés seleccionar fragments de diversos continguts per a poder-los empaquetar i difondre junts.

Exemple pràctic d'ús: etiquetatge de continguts recuperats d'acord amb l'ús que se'n vol fer posteriorment. Publicar a Twitter, fer una llista, redactar un article, etc.

Evernote

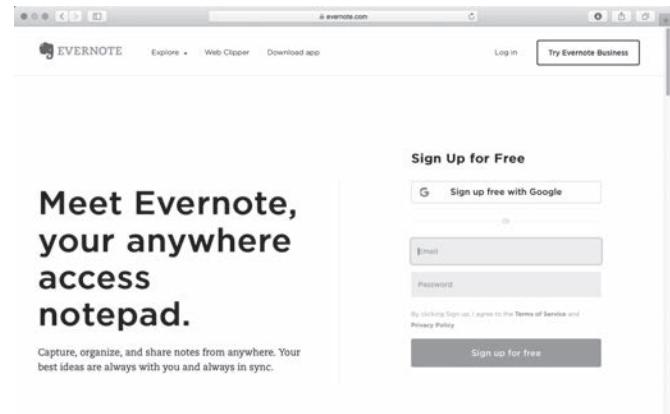
<<https://evernote.com/>>

Evernote és molt més que una simple eina de selecció de continguts. Es tracta d'una plataforma pensada per a crear, arxivar i etiquetar tot tipus de notes i documentació (admet, de fet, molts formats de document). Però si pensem en la selecció, pot ser útil bàsicament per dos motius:

L'acte de seleccionar continguts és molt fàcil, ja que l'eina té botons disponibles per a qualsevol navegador o dispositiu mòbil, que no només permeten guardar l'enllaç al document, sinó fins i tot el document sencer.

El segon motiu, producte de l'anterior, és que poder disposar de continguts sencers en una eina que té bones opcions d'edició de documents permet plantejar-se utilitzar Evernote per a dues fases: la selecció i la caracterització de continguts.

Exemple pràctic d'ús: recopilació de continguts rellevants sobre un tema per tal de fer un dossier temàtic. Després, aquest dossier el podem completar amb un text propi que en resumeixi el contingut.



Eines de creació i curació

Facebook

<<https://www.facebook.com/>>

La xarxa social més coneguda va néixer el 2004 com una idea per a connectar estudiants de la Universitat Harvard, i no va trigar gaire a iniciar la seva expansió per internet, el 2008 va superar la que era fins llavors la xarxa social majoritària, MySpace. Facebook ha esdevingut un ecosistema en si mateix amb múltiples opcions

i possibilitats per als seus usuaris, siguin persones o organitzacions. Els darrers anys, se'hi present ha estat una obligació per a qualsevol marca personal o corporativa. Des del punt de vista de la publicació d'informació, Facebook s'ha convertit, almenys fins a finals de 2017, en el primer canal de distribució d'informació del món.



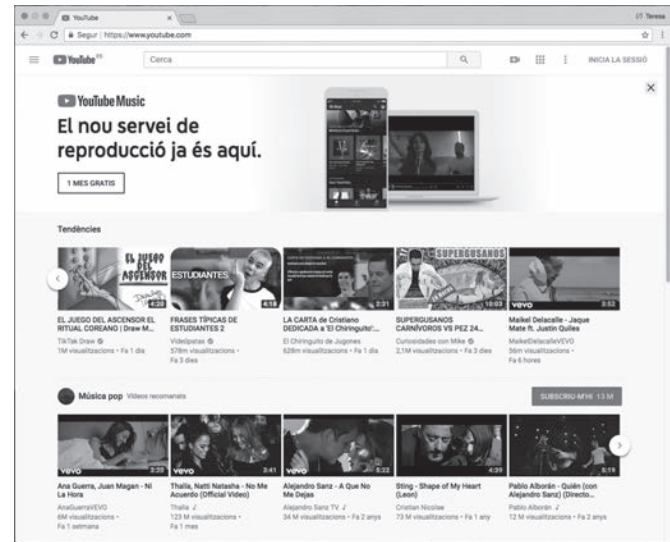
Un dels seus punts forts més importants és l'alta flexibilitat per a la creació de continguts, incloent-hi xats, imatges, vídeo o retransmissions en directe. En aquests moments és el mitjà social (a banda dels blogs) que permet fer més tipus de publicacions.

De punts febles, se'n poden citar almenys dos. D'una banda, la dificultat per evitar la difusió de notícies falses dins de la plataforma, que ha provocat un polèmic canvi de l'algoritme en la presentació d'informació al fil de continguts (*feed*) a principi de 2018, i que ha penalitzat la informació compartida per mitjans de comunicació i per entitats. De l'altra, una política erràtica o poc ferma de protecció de les dades personals dels seus usuaris que l'ha portat, fins i tot, a haver de fer front a diverses acusacions de les administracions públiques.

Exemple pràctic d'ús per un professional de la informació: publicació d'apunts que incloquin imatges, vídeos i enllaços a activitats pròpies o continguts digitals diversos relacionats amb la marca personal o corporativa per buscar la conversa amb l'audiència.

YouTube

<<https://www.youtube.com/>>



YouTube també és una plataforma veterana (creada el 2005). Va ser ideada perquè els usuaris poguessin pujar i compartir vídeos i va ser adquirida per Google immediatament (el 2006), que la va transformar en la gran televisió social per internet del segle XXI. Ofereix una enorme varietat de vídeos de música, pel·lícules i programes de televisió, però també molts continguts amateurs generats pels mateixos usuaris (vídeos de realització casolana i personal) que han donat lloc al fenomen dels *youtubers*.

Entre els seus punts forts hi ha la gran quantitat de contingut diferent que es pot trobar com a font d'informació i l'alta facilitat d'ús per pujar i compartir contingut propi.

Entre els aspectes més negatius hi ha l'agressivitat d'algunes comunitats d'usuaris i la dificultat per situar determinats tipus de continguts professionals seriosos en un entorn de consum massiu que tendeix amb facilitat a una certa banalització i als continguts de poca qualitat.

Exemple pràctic d'ús per un professional de la informació: realització de vídeos d'una marca corporativa presentant productes o serveis propis, seguint la fórmula més estesa a YouTube de parlar a l'audiència dirigint-se a la càmera amb un determinat estil (si és una llibreria o biblioteca, per exemple, es pot replicar el model *libri-tuber* o *booktuber*).

Twitter

<<https://twitter.com/>>



El servei de *microblogging* més popular d'internet va començar com una xarxa social basada en la immediatesa. En els seus primers anys de vida (2006-2008), tenia el lema *What are you doing?*, i va evolucionar cap al lloc que coneixem ara en què podem informar-nos de què succeeix en cada moment, *What's happening?*. També han anat evolucionant les seves prestacions, des de la funcionalitat bàsica inicial de les publicacions, anomenades piulades (*tweets*), basades en textos curts amb un límit de 140 caràcters amb enllaços, fins a les opcions actuals que permeten afegir-hi imatges i vídeos, ampliar el text fins als 280 caràcters, o utilitzar funcionalitats com els *Moments* (recopilació curada de piulades) o els *filis* (enllaçar diverses piulades), que permeten estendre i augmentar les possibilitats narratives de la plataforma.

Podem destacar diversos punts forts. El principal potser és el seu paper de font d'informació en temps real i en l'àmbit global sobre qualsevol temàtica. Per a qualsevol marca corporativa o personal és imprescindible ser-hi present. És, en conseqüència, entre les grans xarxes socials, i és la que té una audiència i un ús més professional, juntament amb LinkedIn. Altres aspectes a destacar són la gran utilitat de les etiquetes (*hashtags*), tant per localitzar informació com per a publicar-la, la facilitat per construir i interactuar amb una comunitat a partir d'una temàtica o uns continguts, i la seva potència per fer curació de continguts, facilitada ara amb els 280 caràcters per piulada.

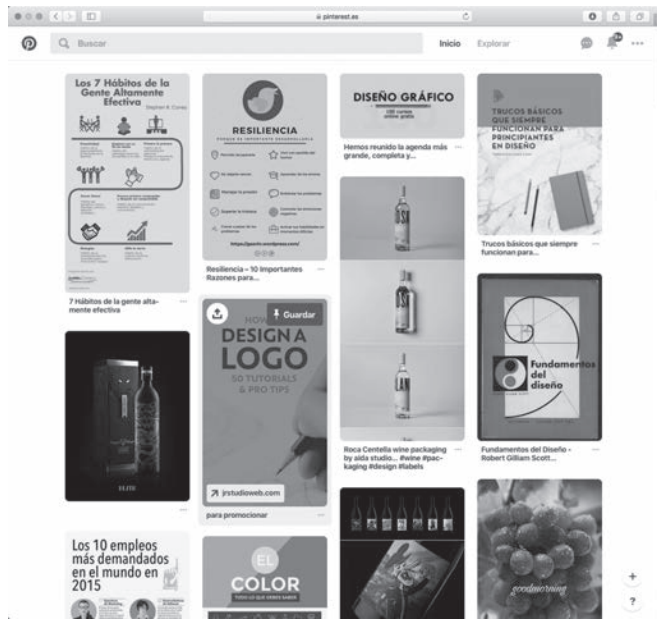
Un dels punts febles més clars, que encara no ha solucionat, és la impossibilitat d'editar una piulada un cop ha estat publicada, una mancança que sí que han solucionat moltes altres plataformes socials, des de Pinterest a Instagram. Un altre punt feble és l'alta volatilitat del seu contingut, que és vigent durant molt poc temps en el flux continu de piulades de la cronologia (*timeline*) de qualsevol usuari. Això implica que cal fer més publicacions que en altres plataformes per mantenir una presència activa. Algunes recomanacions se situen entre les tres i les cinc piulades diàries.

Exemple pràctic d'ús per un professional de la informació: retransmissió d'un esdeveniment (conferència, xerrada, presentació de llibre, exposició, actuació musical o artística...) a partir d'una etiqueta, cosa que permet interactuar amb la resta de participants que facin servir la mateixa etiqueta.

Pinterest

<<https://www.pinterest.es/>>

És una plataforma creada el 2008 que permet publicar imatges (*pins*) que poden enviar a un enllaç extern o no i que s'organitzen en taulers temàtics (*boards*). Els usuaris poden cercar continguts en altres taulers i compartir les imatges amb facilitat.



Els seus principals punts forts són l'originalitat de la presentació dels continguts —uns taulers digitals basats en la idea i la disposició espacial dels taulers del món físic— i la potent organització de les col·leccions temàtiques, que es poden visualitzar fàcilment i en diversos nivells jeràrquics. És la plataforma més apropiada pels continguts de determinats sectors temàtics (decoració, llar, arts...) i el lloc ideal per a la difusió d'infografies. En conjunt, seria la plataforma amb un component estètic més accentuat.

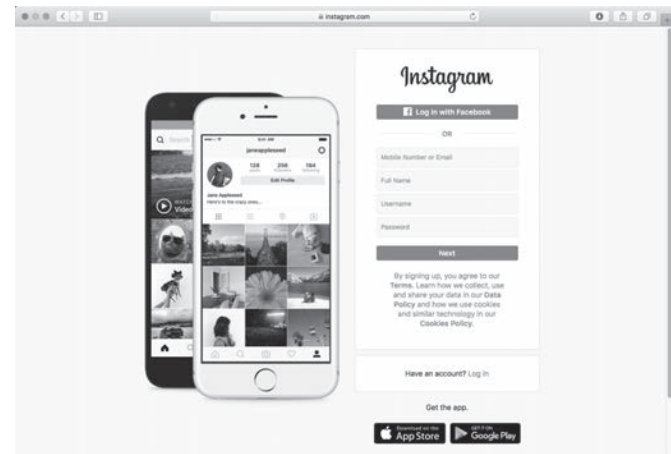
Els punts febles són les limitacions per a la descripció de cada imatge en el camp de text i per a les etiquetes, que dificulten al professional les opcions d'una curació més detallada. L'especificitat d'ús és també la seva gran limitació, cosa que ha fet que perdi pes en els darrers anys en el conjunt dels mitjans socials davant d'altres plataformes més flexibles com Instagram.

Exemple pràctic d'ús per un professional de la informació: presentació del fons o de les activitats d'una biblio-

teca, arxiu o museu en taulers agrupats per temes i/o per temporalitat (noves activitats o activitats amb una determinada periodicitat).

Instagram

<<https://www.instagram.com/>>



Instagram és una aplicació pensada inicialment per a dispositius mòbils i per a compartir fotos, a les quals es poden aplicar diversos efectes fotogràfics i filtres, així com presentar-les amb un format quadrat molt característic. Permet l'ús d'etiquetes (en la línia de Twitter) i la conversa amb altres usuaris. Es va fer molt popular ràpidament d'ençà que es va llançar l'octubre de 2010. El 2012 la va comprar Facebook, un fet que va propiciar la seva hegemonia entre les plataformes socials dedicades a la imatge. Les seves prestacions no han deixat d'augmentar, de la publicació inicial d'imatges estàtiques ha passat a incorporar vídeos i dos nous serveis que estan aconseguint un gran impacte en els usuaris: les publicacions o *stories* en diversos formats que poden tenir (o no) una permanència temporal limitada i els vídeos en directe.

Com a punts forts podem destacar que en l'actualitat és la plataforma de moda, la que crea més compromís i la favorita entre el públic més jove. També cal destacar

la seva alta versatilitat per a la creació de continguts de fotografia o vídeo, incloent-hi directes, tant permanents com efímers.

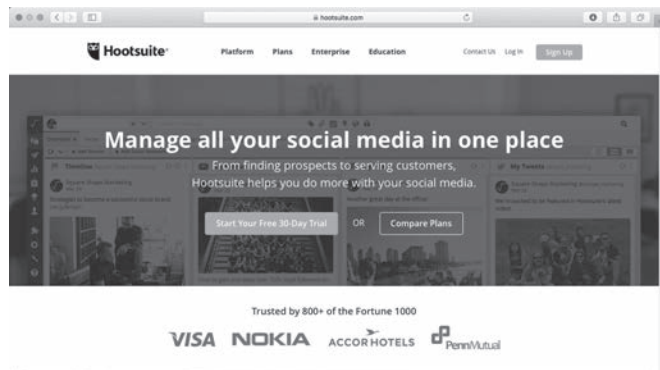
Un punt feble des d'un punt de vista professional és que el seu ús és (encara) majoritàriament personal, tot i que la tendència podria estar canviant. Pel que fa a les prestacions, sorprèn que no es puguin afegir enllaços a les publicacions (l'únic enllaç permès és en la descripció del perfil). Un altre aspecte a destacar són els canvis freqüents de l'aplicació, que sembla en proves permanents, que fa que els professionals dels mitjans socials hagin de variar les seves estratègies seguint la ràpida evolució de la plataforma.

Exemple pràctic d'ús per un professional de la informació per a una marca corporativa: fer vídeos en directe en els quals es pot mostrar la gestió interna (*back office*) de la institució i interactuar amb l'audiència; per exemple, en el cas d'una institució cultural, els directes poden acostar el fons del centre al seu públic, com fa el Museu del Prado comentant un quadre diàriament.

Eines de gestió

Hootsuite

<<https://hootsuite.com/>>



Aquesta plataforma permet centralitzar la gestió de diverses xarxes socials i alhora permet monitoritzar continguts gràcies a la configuració de columnes de cerca sobre continguts publicats a aquestes xarxes (principalment, Twitter). Disposa d'opcions gratuïtes i de pagament, i la informació es pot organitzar a partir de pestanyes i columnes. S'hi pot accedir des d'un navegador o d'una aplicació amb dispositius mòbils.

El principal punt fort de Hootsuite és que permet establir un panell de control amb molta informació que al mateix temps es pot controlar de manera senzilla. Disposa, a més, d'eines molt potents com la programació de publicacions, la gestió de perfils en equip o l'addició de ginys que augmenten les funcions d'algunes eines o permeten utilitzar-ne d'altres més enllà del paquet principal (Twitter, Facebook, Google Plus, LinkedIn, Wordpress, Instagram, YouTube).

La part negativa és que tot i que permet treballar amb moltes eines no és gaire pràctic fer-ho. Gestionar un blog de Wordpress, per exemple, és possible però molt feixuc. En canvi, és excel·lent per treballar amb Twitter (combinant perfils diferents en el mateix compte, si cal), que és, de fet, l'ús majoritari que se'n fa.

Exemple pràctic d'ús: configuració de columnes de cerca amb termes d'interès i republicació dels missatges més rellevants simultàniament a Twitter i Facebook.

Buffer

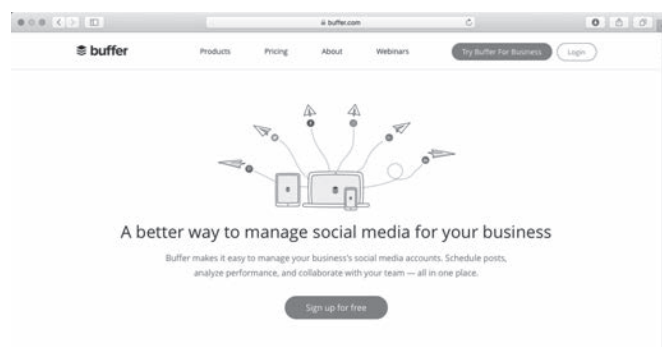
<<https://buffer.com/>>

La funció principal de Buffer és programar publicacions a xarxes socials a partir d'una escaleta prèviament configurada. Això permet optimitzar les hores de publicació dels continguts que es difonen sense necessitat d'estar pendents de les eines a les diverses hores del dia en què seria necessari.

La part gratuïta de l'eina permet posar en cua un total de deu continguts diferents, que es poden publicar al

mateix temps en una o més xarxes. Té, a més, una oferta diversa de pagament que permet, entre altres coses, utilitzar més xarxes socials al mateix temps i publicar també una cua més llarga de publicacions. Aquesta cua s'anirà publicant automàticament en funció dels dies de la setmana i hores que haurem configurat d'antuvi.

Exemple pràctic d'ús. Treball per lots: preparació a primera hora del dia de tots els continguts que es publicaran durant aquell dia.

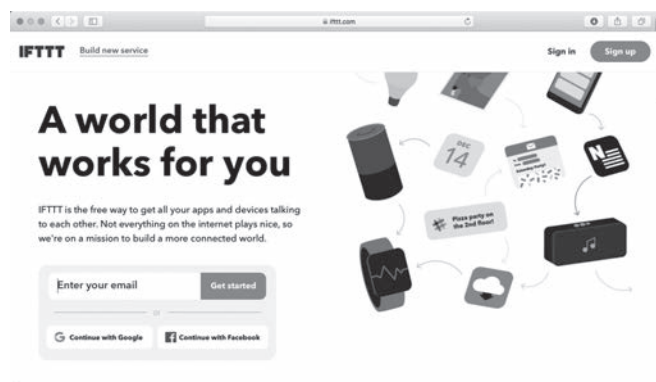


Ifttt

<<https://ifttt.com/>>

Aquesta és una eina d'automatització d'accions a partir d'una condició preestablerta. Ifttt significa *if this, then that*. Per tant, «si passa això, fes allò altre». La plataforma inclou un munt d'eines que es poden activar i programar, i cadascuna d'aquestes eines en combinació amb algunes altres pot programar-se per a fer una sèrie d'accions.

És molt útil, ja que permet estalviar molta feina en tasques repetitives a les quals el treball manual no aportaria cap valor. La part a millorar és que la major part de les eines només es poden activar amb un perfil. Això fa que quan cal fer el mateix amb dos perfils diferents d'una mateixa eina (per exemple, dos comptes de Twitter), sigui necessari crear dos comptes diferenciats d'ifttt.



Exemple pràctic d'ús: podríem utilitzar el fil RSS de la carpeta que hem creat a l'exemple de Tiny Tiny RSS per tal de publicar-ne automàticament el contingut a Twitter.

Eines d'anàlítica

Google Analytics

<<http://analytics.google.com/analytics>>



Aquesta plataforma permet recopilar i analitzar tot tipus de dades estadístiques relacionades amb l'accés, visita i accions feta pels usuaris d'un lloc web determinat. És propietat de Google i la seva utilització és gratuïta. Es pot integrar en gairebé qualsevol tipus d'espai web així com en alguns perfils de plataformes socials (un canal de YouTube, per exemple).

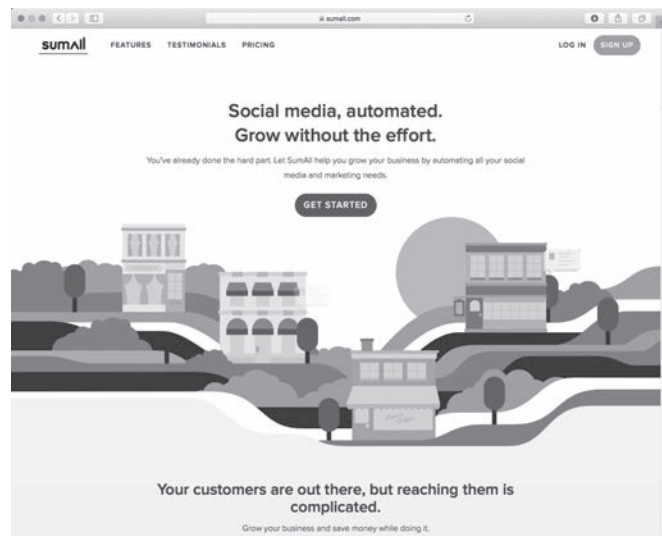
Es tracta d'una eina molt potent pel que fa a les possibilitats que té. Permet analitzar les dades agregades i també en temps real. A més, s'integra de manera natural amb altres eines de Google com ara AdSense i Adwords, cosa que permet gestionar de manera integral campanyes de màrqueting i publicitat.

El principal punt fort és que té moltes funcions, el seu punt feble és que l'aprofitament de tot el que ofereix és difícil i requereix moltes hores d'aprenentatge i realització de proves. En tot cas, però, si un es conforma amb els informes bàsics que ofereix l'eina, la seva utilització és senzilla i no per això té una utilitat limitada.

Exemple pràctic d'ús: creació d'un informe personalitzat que permeti saber quin és el recorregut típic dels usuaris de la nostra web i en quins punts d'un procés l'abandonen més sovint (per exemple, un procés de préstec en una biblioteca).

Sumall

<<https://sumall.com/>>



Sumall té una funció principal relacionada amb la creació d'un panell d'anàlisi estadística de diverses eines de la web social (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.), i una de secundària dedicada a l'automatització en la publicació de certs missatges en algunes d'aquestes xarxes socials. Aquesta segona funció, però, és força limitada.

Es tracta d'un bon complement per a Google Analytics, que ofereix totes les dades relatives a un espai web, mentre que Sumall ens pot permetre controlar els resultats de les accions que duem a terme a la majoria d'altres plataformes que podem voler utilitzar per difondre continguts.

Exemple pràctic d'ús: anàlisi periòdica de les dades integrades de les diverses eines, podent comparar els resultats entre elles tenint en compte aspectes específics com ara les hores de publicació, els temes o tipus de continguts publicats, etc.

Bibliografia

ACED, Cristina. *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC, 2013.

GUALLAR, Javier; LEIVA AGUILERA, Javier. *El content curator: guía básica para el nuevo profesional de internet*. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

—*Las 4S's de la content curation: estudio de caso (I)* [en línia]. [Barcelona: loscontentcurators.com, 2014]. <<http://www.loscontentcurators.com/las-4ss-de-la-content-curation-ebook/>> [Consulta: 15/03/2018].

MARQUINA ARENAS, Julián. *Plan Social Media y community manager*. Barcelona: Editorial UOC, 2012.

ROJAS, Pedro; REDONDO, María. *Cómo preparar un plan de social media marketing: en un mundo que ya es 2.0*. Barcelona: Gestión 2000, 2013.

SANAGUSTÍN, Eva. *Marketing de contenidos*. Barcelona: Anaya Multimedia, 2013.

—*Estrategia de contenidos* [en línia]: *técnicas para que tu empresa crezca*. [Madrid]: Amazon, cop. 2016. <<http://www.evasanagustin.com/estrategiadecontenidos/>> [Consulta: 15/03/2018].

—*Plan de contenidos para medios sociales*. Barcelona: Editorial UOC, 2017. ■