

Tendencias en marketing de servicios bibliotecarios: análisis de casos en bibliotecas públicas

JOSE LUIS HERRERA MORILLAS
jlhemor@alcazaba.unex.es

MARGARITA PÉREZ PULIDO
marga@alcazaba.unex.es

Departamento de Información y Comunicación
Facultad de Biblioteconomía y Documentación
Universidad de Extremadura
Plazuela de Ibn Marwan, s/n. - 06071 Badajoz
Tel. (+ 34) 924 286 400 (ext. 6436)
Fax: (+ 34) 924 286 401

RESUMEN

El propósito de este trabajo consiste en comprobar el estado actual del marketing aplicado a servicios bibliotecarios a partir del análisis de las actuaciones en bibliotecas públicas. Partimos de la recopilación de fuentes y un estudio previo y exhaustivo de bibliografía sobre el tema y de un análisis de los sitios web de nuestras bibliotecas públicas para realizar la selección de la muestra a analizar. Este estudio permite mostrar una visión más exacta del

marketing en bibliotecas públicas, contrastada con ejemplos concretos. Algunos los describimos como ejemplos de buenas prácticas, clasificándolos según el recurso y/o procedimiento más marcado que utilizan para «seducir» y atraer. Se reflejan estas 6 tendencias: 1. Incorporación de valores añadidos; 2. Empleo del juego y la diversión; 3. Segmentación; 4. Nuevas tecnologías; 5. Publicidad y promoción; 6. Ocio y socialización.

PALABRAS CLAVE: Marketing; Promoción; Servicios bibliotecarios; Bibliotecas públicas; Análisis de casos.

1. Introducción

La influencia del *management* en la gestión bibliotecaria ha supuesto también la incorporación del marketing que, en esencia, supone la satisfacción de las necesidades de los clientes actuales y potenciales. En el caso de la biblioteca pública su aplicación implica que tiene que aprender a atraer y a mantener a sus clientes, imitando la forma en que el sector comercial lo hace y sin renunciar a sus principios ni a sus valores como servicio público. Hay muchas formas de atender al usuario como cliente, y cada biblioteca ha de buscar las que estén adaptadas a sus recursos. Lo más importante es trabajar con esa filosofía (Lozano, 2006).

Pors (2006) enumera algunas cuestiones que propone como herramientas de marketing necesarias en la actualidad (consideradas por los directores de las bibliotecas públicas danesas y que se han visto incrementadas durante los años 2001-2004 en porcentajes significativos): las encuestas sistemáticas a usuarios, la investigación en calidad de servicios y procesos, el *benchmarking*, los acuerdos establecidos de nivel de servicio y el establecimiento de normas éticas.

El marketing en las bibliotecas se debe plantear como una actividad continua y organizada. Si se hace de este modo conseguiremos: la satisfacción del usuario como parte del sistema organizativo; que el resultado se diferencie como propuesta integrada, original y orgánica; que la oferta varíe para los diferentes sectores del mercado; y que la organización capte usuarios y los fidelice.

El propósito general de este trabajo consiste en comprobar el estado actual del marketing aplicado a servicios bibliotecarios a partir del análisis de las actuaciones y actividades relacionadas con el marketing llevadas a cabo en nuestras bibliotecas públicas, con la finalidad de obtener una visión de conjunto, determinar las actuaciones más frecuentes, seleccionar las más novedosas y delimitar las tendencias que reflejan.

2. Metodología

Como fuente de información para conocer las actividades y actuaciones relacionadas con el marketing en las bibliotecas públicas de las distintas Comunidades Autónomas del Estado español hemos utilizado fundamentalmente el sitio web «Red de sedes web de las Bibliotecas Públicas» del Ministerio de Cultura, consultando las páginas web¹ de las bibliotecas y también nos hemos dirigido por correo electrónico a los bibliotecarios (pocos nos han indicado datos relevantes y en muchos casos nos han remitido a las páginas web de las bibliotecas, pues suelen tener una completa información sobre las actividades que realizan). En total hemos obtenido información de cerca de 190 bibliotecas públicas.

Para identificar las actividades y actuaciones hemos seguido las siguientes clasificaciones y sistematizaciones:

— La clasificación actividades de marketing de Savard (2000):

- Utilización de impresos
- Actividades de animación, conferencias, encuentros, etc.
- Uso de medios (TV, radio)
- Utilización de la web
- Estudios de mercado
- Formación e iniciación a la biblioteca
- Presentación de nuevos productos y servicios
- Concursos
- Visita a la biblioteca, puertas abiertas
- Participación en ferias, exposiciones, actividades externas
- Donación de fondos mecenazgo
- Plan de Marketing

1. Las visitas a las páginas web de las bibliotecas se han realizado durante diciembre de 2007.

— La clasificación de actividades de promoción en las bibliotecas de Foglieni (2002):

- Página Web
- Cursos de formación
- Boletín o tablón de anuncios para la difusión de novedades bibliográficas, novedades en expositores
- Dípticos u hojas con los servicios y prestaciones de la biblioteca
- Servicio de difusión selectiva
- Señalización: dentro y fuera de la biblioteca
- El propio personal de la biblioteca

— Las actividades que indican las *Directrices IFLA / UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas* (2002) en el apartado dedicado al «Plan de promoción y comercialización»:

- Exposiciones y presentaciones
- Publicaciones periódicas y preparación de listas de recursos y folletos
- Campañas de lectura y alfabetización
- Campañas para responder a las necesidades de personas que tienen alguna discapacidad física o sensorial
- Ferias de libros
- Sitios de la biblioteca en la Red
- Grupos de amigos de la biblioteca
- Celebraciones anuales de la semana de la biblioteca y otras actividades colectivas de promoción
- Celebración de años especiales y aniversarios
- Listín de la biblioteca en la guía telefónica y otros repertorios comunitarios
- Actividades y campañas de recaudación de fondos
- Publicaciones especiales sobre la biblioteca (historia de la biblioteca, historia de la comunidad).

— Las actuaciones señaladas por las *Pautas CALIMERA de buena práctica* (2005) en su epígrafe «Publicidad, marketing y extensión»:

- Boletín de noticias
- Enviar publicidad por correo a los posibles usuarios del servicio
- Confección y distribución de folletos
- Visitas a las empresas, centros educativos, asociaciones, etc. de la localidad
- Participación activa del personal y directores de los archivos, bibliotecas y museos en foros y debates públicos, así como en periódicos y programas de TV y radio

A partir de los datos obtenidos de las bibliotecas establecemos un listado de las actividades y actuaciones relacionados con el marketing que son más frecuentes y están mejor representadas en ellas y seleccionamos aquellas que nos han llamado la atención por su originalidad y carácter innovador (las proponemos como ejemplos de buenas prácticas) describiéndolas y clasificándolas según el recurso y/o procedimiento más marcado que utilizan para «seducir» y atraer, extraídos de la literatura reciente sobre el tema, que citamos en cada caso. Se reflejan estas 6 tendencias:

1. Incorporación de valores añadidos a los servicios y actividades para hacerlas más atractivas.
2. Empleo del juego y la diversión como componentes y estrategia de las actividades.
3. Segmentación: oferta de servicios y actividades adaptadas a los distintos tipos de usuarios.
4. Nuevas tecnologías: se ofrecen actividades aprovechando las posibilidades de las innovaciones tecnológicas.
5. Publicidad y promoción: se utiliza la publicidad y los medios de comunicación para dar a conocer la biblioteca y realizar alguna actividad.
6. Ocio y socialización: se ofertan actividades que fomentan la biblioteca como un lugar para el ocio y la socialización.

3. Resultados y conclusiones

De las cerca de 190 bibliotecas consultadas las actividades y actuaciones relacionadas con el marketing mejor representadas, en orden de frecuencia, son las siguientes:

- Todas cuentan con página web
- Entre el 40 y 50% de las bibliotecas ofrecen:
 - Visitas guiadas o en grupo
 - Exposiciones
 - Información y promoción de las novedades
 - Empleo de logotipos
 - Guías de lectura
 - Charlas y conferencias
 - Actividades varias con motivo de acontecimientos, conmemoraciones, celebraciones, etc.
- Entre el 20 y 30% de las bibliotecas ofrecen:
 - Organización de certámenes, concursos y premios
 - Talleres

- Audiciones y actividades en torno a la música
- Cine, cine forum, proyecciones y otras actividades en torno al cine
- Presentaciones de libros
- Web o rincón infantil
- Encuentros con autores
- Tertulias, coloquios y debates
- Trípticos y folletos sobre los servicios, actividades, etc. (accesibles en la web)

— En torno al 10% de las bibliotecas ofrecen:

- Bibliopiscinas
- Poesía
- Teatro
- Formularios *on line* para solicitar visitas y otras actividades
- Concursos de marcapáginas y pegatinas
- Revistas o boletines de las bibliotecas (accesibles en la web)

— En torno al 5% de las bibliotecas ofrecen:

- Participación en la feria del libro
- Bebetecas

A continuación presentamos la selección de actividades y recursos relacionados con el marketing que proponemos como ejemplos de buenas prácticas por su originalidad y carácter sugerente. Las presentamos bajo seis epígrafes que aluden al recurso y/o procedimiento de marketing más marcado que utilizan para «seducir» y atraer (aunque algunas de ellas podrían considerarse ejemplo de dos o más procedimientos):

3.1. Valores añadidos para atraer

Existe una clara intención por parte de nuestras bibliotecas de ofrecer «valores añadidos» en los servicios y actividades que prestan para provocar un mayor interés en los usuarios y ofrecer algo que no se puedan conseguir mediante la utilización de Internet para solucionar las necesidades de información y conocimiento. Es lo que algunos autores consideran dentro del «marketing de retención» (*marketing retention*) que supone la optimización de técnicas y políticas para la atención del usuario/cliente, el servicio posventa, el valor agregado a los productos y la reducción de precios con un aumento de prestaciones (Bautista, 2000).

En la *Red de Bibliotecas Públicas de Mieres (Asturias)* se ofrece el programa «Ven a conocer tu biblioteca», ejemplo de la tradicional visita a la biblioteca para los escolares

pero que se ha modificado mezclando la diversión y formación. Las actividades complementarias a las visitas se han adaptado para las distintas edades. Se emplean juegos de palabras, cuentacuentos, etc.

La actividad «Libros gigantes» de la *Biblioteca Pública del Estado de Guadalajara* ilustra cómo se puede hacer más sugerente un certamen: convocado entre los centros escolares para el Día del Libro. Se les pide que participen todas las aulas del centro escolar y que el formato de presentación sea aproximadamente de un pliego de cartulina. Este formato facilita el trabajo en equipo, pues cada clase puede encargarse de una de las páginas del libro y hay espacio suficiente para texto, ilustraciones, fotografías, etc. Es una actividad que familiariza al niño con el proceso de creación de un libro: texto, ilustración, encuadernación, etc. y desarrolla la creatividad y la expresión artística. Para el Día del Libro se convoca un acto de presentación de todos los libros recibidos y se entrega a todos un lote de libros a cada centro para la biblioteca escolar. Más tarde, se hace una exposición de todos los trabajos presentados.

Con la actividad «Los abuelos y las abuelas cuentan» la *Biblioteca Pública del Estado de Sevilla* añade a la clásica actividad de contar cuentos el atractivo de la presencia de los abuelos, uniendo a ambas generaciones. Algo semejante se ofrece en la *Biblioteca Pública Municipal de Bembibre (León)* con «Cuentacuentos de abuelos». De la citada biblioteca también destacamos un concurso sobre refranes, presentado de esta original manera: se titula «Refraneando», consta de dos modalidades (infantil y juvenil), consiste en la elaboración o adaptación de un refrán que deberá, a su vez, ser ilustrado convenientemente. El resultado de este concurso desembocará en la producción de un libro colectivo, que llevará por título de «Refraneando».

Las *Bibliotecas Municipales de Lorca (Murcia)* participan en la «Olimpiada solidaria de estudio»: se lleva a cabo en más de 200 salas de estudio y bibliotecas repartidas por más de medio centenar de localidades española. Cada estudiante que se inscribe en la actividad puede acudir a las salas habilitadas para la campaña y convertir sus horas de estudio en euros gracias a la ayuda de los patrocinadores, tanto públicos como privados. Al entrar a la sala de estudio el joven recoge el papel moneda correspondiente a las horas que ha programado estudiar, una vez transcurrido ese tiempo y antes de marcharse, el responsable de la sala confirma que ha cumplido lo previsto y sella o firma el billete, introduciéndolo en la urna. Cada hora de estudio equivaldrá a un euro de ayuda para una serie de proyectos sociales. Con esta campaña se persiguen varias metas: fomentar la ciudadanía activa de los jóvenes y su papel en la sociedad; darles la oportunidad de participar, con sus propios recursos, en la cooperación internacional; y buscar nuevos enfoques educativos que hagan el estudio más atractivo.

La *Biblioteca Pública Municipal de Villajoyosa «Cristóbal Zaragoza» (Alicante)* con la sugerente denominación de «Barra libre de revistas» pone en circulación los ejemplares duplicados y números anteriores de revistas que están fuera de circuito de consul-

ta actual de la biblioteca. Con un criterio semejante en el «Mercado del libro» promociona una buena ocasión para ir a buscar libros a la biblioteca que ya no se encuentran en las librerías y que no se compran con dinero sino con libros de los usuarios.

La *Biblioteca Pública del Estado de Almería «Francisco Villaespesa»* ha creado el programa «Leer no cuesta nada»: programa que tiene por objetivo la compra de libros de lectura para su posterior utilización por parte del alumnado. La biblioteca se compromete a la compra de varios ejemplares de cada título solicitado por el profesorado. Una vez estén los libros en la Biblioteca se avisará a cada profesor de la disponibilidad de los mismos para el préstamo a los alumnos/usuarios.

La *Biblioteca Pública Municipal «Celestino Villedor» (Asturias)* tiene entre sus proyectos el «Bibliocarné por puntos»: inspirado en el ya instaurado carné de conducir por puntos, a diferencia del anterior los puntos no penalizan sino que son positivos, y no se multa sino que se premia al niño. Se pretende incentivar el gusto por la lectura y los libros entre los niños de 3 y 12 años, de tal manera que cada vez que lean un libro reciban puntos, cada vez que escriban un cuento, lean en la biblioteca, etc. Trimestralmente se revisan los carnés y aquel niño que mayor puntuación tenga recibe un regalo como premio. También existen puntos negativos que se aplican en caso de mal comportamiento en la biblioteca, deterioro o pérdida del material, etc.

La *Biblioteca Pública Municipal «José María Requena» de Carmona (Sevilla)* con la iniciativa «Ratones lectores» premia a los usuarios por cada libro leído con un ratón a modo de obsequio como reconocimiento de buen lector.

La *Biblioteca Infantil de Can Butjosa (Parets del Vallès, Barcelona)* realiza desde el curso 1995-1996 la actividad «Apadrinatge», dirigida a los niños que llegan a la biblioteca buscando atención y afecto, además de información y conocimientos. Los lectores mayores con experiencia apadrinan y están a cargo de los niños, tras realizar un curso de voluntariado.

La *Biblioteca Pública del Estado de Granada* ha implantado con la denominación de «Inéditos» la posibilidad de difundir las obras no publicadas de autores granadinos. Se dirige a obras no publicadas de cualquier género literario con un mínimo de 50 páginas, que estén inscritas en el Registro de la Propiedad Intelectual, y que cuenten con la autorización por escrito del autor para que la Biblioteca Pública Provincial la reproduzca en papel, la encuaderne por el procedimiento que estime oportuno y la ponga a disposición del público que lo solicite en calidad de préstamo, en las mismas condiciones que los fondos bibliográficos existentes.

3.2. El juego y la diversión

A través de muchas de las actividades consultadas se intuye que las bibliotecas están optando por el juego y la diversión como herramientas de motivación y atracción, especialmente en las dirigidas al público infantil y juvenil (Herrera y Pérez, 2007).

La *Red de Bibliotecas Públicas de Mieres (Asturias)* ha diseñado «El biblioviaje»: durante un año las bibliotecas se convierten en islas del tesoro, estaciones misteriosas, castillos con duende y un paisaje prehistórico.

La *Biblioteca de Pozo Cañada (Albacete)* presenta «Álbum de fragmentos»: iniciativa de la Sección del Libro, Archivos y Bibliotecas de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha para todas las bibliotecas de la región. El juego consiste en localizar los libros y autores de 42 fragmentos. Se puede jugar tanto de forma individual o en grupo. El ganador de la modalidad individual disfruta de un viaje para dos personas a la Biblioteca de Alejandría. Y el grupo, de un viaje a Úbeda y Baeza. Cada álbum contiene 42 fragmentos de libros y autores de novelas de escritores españoles y extranjeros, contemporáneos, clásicos y literatura juvenil.

La *Biblioteca Pública Municipal de Colunga «Pedro Caravia» (Asturias)* organiza la «Ludoteca navideña "felices siestas"»: compendio de actividades, tales como teatro, talleres, cuentacuentos, bailes, gymkhanas, juegos, números de payasos, etc., enfocados a niños de edades comprendidas entre los 4 y los 9 años.

La *Red Municipal de Bibliotecas Municipales Gijón (Asturias)* lleva a cabo la «Supervivencia en la biblioteca: Descifrando el laberinto», dirigida a alumnos de 1º de ESO se lo explican así a los usuarios: «visitar una biblioteca es una práctica de alto riesgo. Implica enfrentarse con repletas y amenazantes estanterías, catálogos secretos indecifrables... Nuestro deber es advertiros del serio peligro que esta visita supone. ¿Quién se atreve a recorrer la biblioteca de arriba abajo, a conocer todos sus rincones, a manejar sus documentos? Participa en nuestro singular juego de supervivencia». Algunas actividades que se realizan durante la visita son:

- Antes de acampar, conoced el espacio: La sala de lectura y sus secciones.
- Qué encontraréis si hacéis un safari lector: Los documentos de la biblioteca.
- Un refugio lleno de posibilidades: ¿Para qué sirve la biblioteca?
- Cómo usar la brújula: Los catálogos.

De la *Red de Bibliotecas Públicas Municipales de Cartagena (Murcia)* destacamos las actividades «¿De qué va ESO?»: dirigida al primer ciclo de Secundaria. Se presentan enigmas relacionados con títulos de libros, que los jóvenes deberán descifrar y que les darán opciones a llevárselos en préstamos al aula. Y «Súbete al tren de las ilusiones»: para alumnos de 1º y 2º de Primaria, realizada en dos o tres sesiones a lo largo del curso en todas las bibliotecas: presentación en el aula de lecturas apropiadas a su nivel, resolución de un enigma planteado mediante un juego relacionado con las lecturas hechas y visita a la biblioteca. Práctica en el uso del catálogo informatizado.

La *Biblioteca Pública del Estado de Guadalajara* es la responsable de «Una noche en la biblioteca»: se organiza con motivo del día de la biblioteca (24 de octubre). Niños de entre 6 y 11 años pasan la noche del sábado durmiendo en la biblioteca. Entran acompañados de adultos, con saco de dormir y linterna y son recibidos por los libros,

narraciones y piratas. Juntos comparten una visita animada por las diferentes estancias de la biblioteca, cena y desayuno, cuentos e historias, imágenes y música.

El «Biblioparchis» lo hemos localizado en la *Biblioteca Municipal de Astorga (León)*: ayuda a descubrir en la biblioteca la ubicación de las secciones y practicar la búsqueda de materiales. Además de familiarizar a los niños con el uso de los diversos servicios bibliotecarios.

La *Biblioteca Pública Municipal de Villajoyosa «Cristóbal Zaragoza» (Alicante)* presenta entre sus actividades «Bibliotecari@ por un día»: se lleva a cabo durante dos meses en la sala infantil de la biblioteca. Los chavales pueden conocer la biblioteca «por dentro»; su funcionamiento, sus trabajadores, qué se puede encontrar allí....

La *Red Municipal de Bibliotecas de Sevilla* informa en su programación del concurso «Simpáticas matemáticas»: se transforma la biblioteca en un plató de televisión y se juega a este concurso.

La *Biblioteca Central de Igualada (Barcelona)* dentro de su proyecto elaborado con motivo de la inauguración de la sede actual de la biblioteca para implicar a la ciudad y despertar en la gente las ganas de conocerla y utilizarla, diseñó una «Actividad de implicación lúdica de los ciudadanos»: se propuso a los visitantes de la biblioteca que escogieran personajes del mundo cultural para poner sus nombres a los diversos espacios. La idea era que jugaran con las letras del abecedario, destacando la letra B. Fueron los mismos usuarios, pues, los que pusieron nombre a las salas, que quedaron así: Els Barrufets, The Beatles, Pompeu FaBra, Boloix i Canela, IsaBel Allende, Joan Brossa, Le CorBusier i Albert Einstein.

3.3. Segmentación

Junto a los servicios básicos, las bibliotecas ofertan servicios muy específicos y diseñan productos a medida para segmentos específicos de usuarios (bibliomercados para las amas de casa; bibliopiscinas, biblioplayas y todas sus variantes para las personas de vacaciones...; bibliometro para los trabajadores que se desplazan en transporte público a sus lugares de trabajo; rincón de padres en la bebeteca, para los padres y abuelos encargados del cuidado de los niños) (Massísimo, 2005). Basta para comprobar esta tendencia un recorrido por los sitios web bibliotecarios en los que observamos una estrategia cercana a la de los bancos, muy atentos a ofrecer «espacios para cada tipo de clientes» (Atenas, 2006).

La *Biblioteca Pública Municipal de Peñaranda de Bracamonte (Salamanca)* realiza con frecuencia actividades fuera de las salas de la biblioteca en lugares públicos como bares o plazas se llevan a cabo sesiones de cuentacuentos o espectáculos literarios como Las Coplas de ciego. También, de manera periódica, los libros viajeros y los cestos de los libros recorren los colegios de la ciudad o las casas y colegios de los pueblos de la comarca gracias a programas de colaboración e intercambio con diferentes asociaciones culturales.

La *Biblioteca Pública Municipal de Villajoyosa «Cristóbal Zaragoza»* (Alicante) organiza la «Biblioplaya»: durante los meses de julio y agosto, de lunes a viernes en la Baseta de l'Oli está la Biblioplaya con prensa diaria y libros infantiles y juveniles.

Las *Bibliotecas Públicas Municipales de Madrid* han ideado el «Bibliometro»: préstamo de un libro por un periodo máximo de 15 días, renovable por otros 15. La devolución del libro se puede realizar en cualquier módulo del Bibliometro, y en los buzones de los módulos, que próximamente estarán disponibles las 24 horas. También están implantando el «Proyecto Telebiblioteca»: servicio de préstamo a domicilio para personas mayores de 70 años y personas con discapacidades físicas. Se apoya en el soporte telefónico e Internet, de forma conjunta con el servicio de atención al ciudadano 012.

La *Biblioteca Municipal do Porriño (Pontevedra)* lleva a cabo la «Ciclobiblioteca»: visita las calles céntricas del municipio y pretende acercar el mundo del libro directamente a la sociedad, sensibilizándola y concienciándola de la necesidad de comprometerse con la protección del entorno natural, de la diversidad cultural y paisajística. Se emplean como herramientas de trabajo una bicicleta y un mundo de libros, revistas, cuentos, guías, etc. que viajan por la villa acompañados de contadores, juegos, dibujos, etc. Esta animación promueve una utilización responsable de los recursos, la creación de ideas para cuidar el patrimonio cultural y natural, etc.

Las *Biblioteques de Barcelona* promocionan en su web el proyecto «Nascuts per Llegir»: proyecto que nace en 2002 de un grupo de trabajo formado por profesionales relacionados con el mundo de la literatura infantil y las bibliotecas. Se inspira en el proyecto italiano del mismo nombre. El proyecto tiene como fundamento la promoción de la lectura para los niños de 0 a 3 años, estableciendo un vínculo afectivo entre adultos y pequeños en torno al libro. En la web están disponibles los materiales del proyecto: comunicación, guías de lectura, actividades, boletín NPL, dípticos y trípticos. Las actividades que se destacan son: mochilas de libros, cuentos sobre la piel, club de lectura de padres y madres noveles y la maleta viajera. En este proyecto participan otras muchas bibliotecas catalanas.

La *Biblioteca Pública Municipal «Julián Ribera Tarragó» de Carcaixent (Valencia)* participa en la actividad «Biblioteca intercultural» dirigida al grupo más numeroso de inmigrantes de la zona (procedentes de Rumania, Marruecos, Lituania, Armenia, Ucrania, Polonia, Bulgaria, Ecuador, Bolivia, Reino Unido y Francia). Dispone de una colección creciente de libros y materiales audiovisuales en esos idiomas, tanto para adultos como para niños. Presenta un servicio de «Diarios del mundo», que da acceso a más de 180 títulos de prensa de todo el mundo.

La *Biblioteca Infantil de Can Butjosa (Parets del Vallès, Barcelona)* organiza las «Trobades de lectura»: encuentros periódicos (uno por trimestre) dedicados a los maestros para hablar de temas relacionados con la lectura, el uso de la biblioteca, las visitas didácticas, etc. También la «Taula camilla»: servicio estructurado como un «espacio familiar» dedicado a la lectura y dirigido a los padres de niños menores de 6 años usuarios

de la bebeteca que estén interesados en asistir junto con sus hijos una vez al mes. Después de una actividad conjunta —un cuento explicado por el personal de la biblioteca— los padres dejan a sus hijos y alrededor de una mesa comentan sus dudas y descubrimientos sobre el hecho de compartir cuentos con ellos. Un profesor universitario actúa de moderador. Mientras, los pequeños están a cargo de voluntarios de la biblioteca que les explican cuentos o les enseñan libros, manteniendo siempre una actitud de respeto hacia las normas de la biblioteca. La actividad se acaba con un cuento que escuchan conjuntamente padres e hijos.

La *Biblioteca Comarcal Jaume Vila Mollerusa (Lleida)* participa en «BookCrossing»: ha destinado un espacio para liberar y capturar libros y está registrada como zona oficial BookCrossing.

La *Biblioteca Pública del Estado de Guadalajara* cuenta con una «Pequeteca»: actividad para bebés de 0 a 3 años y para sus padres. Se les dedica un tiempo especial una vez a la semana, para que juntos participen de la lectura y la estimulación infantil. Disponen de una gran colchoneta, cojines y de unas cajas con variedad de cuentos de diferentes tamaños, formas, colores y texturas. Los bebés manipulan, exploran y juegan. Se les cuentan cuentos, se les cantan canciones infantiles. Es su primer acercamiento a la literatura a través de la oralidad y también al libro como objeto físico. Se inician a la lectura de la imagen y se familiarizan con la biblioteca como un lugar divertido y agradable, fuente de disfrute y aprendizaje.

3.4. Nuevas tecnologías

Los ciudadanos reclaman también a su biblioteca que esté en la cúspide de la innovación tecnológica, que sea un escaparate de las nuevas tecnologías y que permita que el sector de ciudadanos más rezagados en conocerlas e incorporarlas a su vida cotidiana, las pueda utilizar (Lozano 2006).

Las *Bibliotecas Municipales de Bilbao* cuentan con una «Didakteka»: es un servicio público gratuito destinado a la autoformación y al trabajo individual, en el que con el carné de la RBMB se pueden utilizar gratuitamente ordenadores con acceso a programas ofimáticos, consulta de CD-ROM, base de datos e Internet.

La *Biblioteca Pública Municipal de Burriana (Castellón)* aprovecha las posibilidades que permite contar con una página web para incluir en ella la sección «Colabora»: en la que invita a los usuarios a enviar, para su publicación en ella, poesías, cuentos cortos, y demás escritos que quieran dar a conocer.

La *Biblioteca Municipal de Castropol (Asturias)* presenta en su web «El rincón de...: el arte del "encuentamiento"»: en el que periódicamente un autor o autora local compartirá con los usuarios «su obra y su talento».

La *Biblioteca Pública Municipal de La Pola Lena «Menéndez Pidal» (Asturias)* promociona un «Telecentro»: forma parte de la Red de Telecentros de Asturias. El equipa-

miento está compuesto por 9 ordenadores de uso público y un servidor para el personal que dirige el telecentro. Se hacen talleres de formación.

La *Red de Bibliotecas Públicas del Ayuntamiento de Oviedo (Asturias)* difunde con la denominación de la «La biblioteca en casa» las posibilidades que tienen los usuarios de acceder desde cualquier ordenador conectado a Internet al catálogo colectivo de las bibliotecas asturianas y a toda otra serie de servicios que permiten solicitar documentos, renovar préstamos, hacer reservas, ponerse en contacto con las bibliotecas para hacer comentarios y sugerencias, entre otras cosas. En la Biblioteca de San Claudio han organizado el taller «La biblioteca en casa» para ayudar a sus usuarios a navegar entre libros, información y bibliotecas.

La *Red Municipal de Bibliotecas de Sevilla* ha diseñado un recurso electrónico disponible en su web denominado «Sevilla literaria»: permite realizar un recorrido virtual por las calles de Sevilla estableciendo su relación con la literatura.

La *Biblioteca Municipal de Godella (Valencia)* tiene en su web un apartado denominado «Microcuentos»: incluye relatos breves para leer.

La *Biblioteca Municipal do Porriño (Pontevedra)* organiza un «Concurso de SMS»: en colaboración con el área de Normalización Lingüística del Concejo de Porriño. Los mensajes de tema libre son valorados por la originalidad y calidad de expresión. En la web se reproducen todos los mensajes recibidos.

La *Biblioteca Regional de Murcia* o las *Bibliotecas Municipales de Bilbao* son dos ejemplos de las bibliotecas que cuentan con una «Web infantil»: diseñada con una estética adaptada al público infantil. La web de Bilbao, por ejemplo, reproduce en ella su mascota, *Cuco*. Y se organiza en estos apartados: Bienvenidos, Mi Biblioteca, Guías de Lectura, Actividades, Sitios guays de Internet, Para padres (recomendaciones y enlaces).

También es cada vez más frecuente el empleo de los «Blogs». Hay centros que los consideran como una publicación más de la biblioteca. En general son una ayuda fácil de incorporar: muchos de los servicios que hoy en día se dan a través del personal de bibliotecas pueden ser apoyados a través de esta herramienta *online* (Herrera Varela, 2005). Como ejemplo citamos: Blog «Bibliocuencia» de la *Biblioteca Pública de Cuenca*;² el Blog de la *Biblioteca Municipal Roquetas*;³ y el Blog de la *Biblioteca Municipal de Andorra*.⁴

3.5. Publicidad y promoción

La publicidad como elemento de la estrategia de la comunicación puede ayudar al marketing a actuar sobre la demanda, activándola de tal manera que en la sociedad exista una actitud positiva (Pérez y Herrera, 2006).

2. <<http://bibliocuencia.blogspot.com/>>

3. <<http://bibliotecaroquetas.blogspot.com/>>

4. <<http://www.biblioteca-andorra.com/>>

Las bibliotecas acuden a la promoción como parte del «marketing-mix», utilizando la publicidad para dar a conocer los servicios y las actividades, desde los clásicos soportes impresos en diferentes variantes (folletos de mano, carteles, etc.) hasta otros objetos como marcapáginas, camisetas, etc. (Massísimo, 2005).

Por todo ello es importante contar con personas dentro de la biblioteca dedicadas a la tarea de promoción; de hecho como respuesta a esta necesidad, ya existen iniciativas de apoyo a esta tarea de promocionar la biblioteca, como es el caso de la publicación de la obra *Manual para promotores de bibliotecas* (2002).

La *Biblioteca Pública Vila-Seca (Tarragona)* tiene disponible en la web su «Plan de comunicación, en el que explica: objetivos, canales, metodología, herramientas y resultados.

Dentro de la *Red de Bibliotecas Públicas de Mieres (Asturias)* se lleva a cabo «La biblioteca en las ondas», nombre del programa en la Radio Local Parpayuela, en el que se recomiendan libros, C. D. y vídeos para niños, jóvenes y adultos, etc.

La *Biblioteca Municipal de Peñaranda de Bracamonte (Salamanca)* participa en un programa de la televisión local con una serie de «Recomendaciones», en la web de la biblioteca están disponibles los archivos de video de estas intervenciones.

El *Servicio de Bibliotecas de la Diputación de Barcelona* bajo la denominación «Material de difusión: guías de la biblioteca», ofrece a las bibliotecas públicas de la Red la edición de Guías dirigidas a las bibliotecas de nueva creación siguiendo un modelo estándar. Este servicio también ha editado una colección vídeos de promoción elaborados en colaboración con la Facultad de Biblioteconomía y Documentación, bajo el nombre de «Biblioimatges».⁵

La *Biblioteca Pública Municipal de Bembibre (León)* organizó en los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2004 un concurso dirigido a los centros educativos para el diseño de la mascota de la biblioteca.

La *Red Municipal de Bibliotecas de Murcia* ha publicado el «Manual de Gestión de Imagen y Comunicación "MAGICO"», que define las normas de identidad corporativa de la Red. En su sede web cuenta con una «Logoteca» para recoger logotipos de bibliotecas de todo el mundo; y con «publiRMBM», que reúne información e imágenes de todo el material de promoción de la biblioteca elaborado desde el año 1988 hasta 2007.

Las *Bibliotecas Públicas del Estado* son objeto de «Campañas de promoción», dentro de los planes nacionales de fomento de la lectura, llevados a cabo por el Ministerio de Cultura. Como ejemplo citamos la campaña de 2003: encargada a la empresa Asociación de Ideas, con un presupuesto de 1.021.043 €. El mensaje principal «Bibliotecas públicas: tu lugar de encuentro». Se hicieron cuñas en la radio y carteles en marquesinas urbanas, que sobre cuatro fotografías de los servicios prestados a diversos grupos de ciudadanos, destacaban el mensaje de la campaña. Se pretendía romper con la ima-

5. Algunos de los títulos aparecidos: *El bibliobús: la teva biblioteca*; *La biblioteca: un espai per a la cultura*.

gen de que la biblioteca pública es un centro asociado sólo a determinados grupos de edad, cuya finalidad es principalmente el apoyo a la formación académica. En su lugar se presenta la biblioteca como un centro de trabajo y de ocio.

3.6. Ocio y socialización

Cada vez más se presenta la biblioteca como un centro de trabajo y de ocio en el que se puede, además de leer libros y tomarlos en préstamo: escuchar música, consultar revistas, leer comics, ver películas, navegar por Internet, etc.

Los usuarios desean sentirse cómodos en el edificio y valoran también la biblioteca como un espacio para la relación social, lejos del tradicional e imponente silencio. De modo que se pretende reconstruir alrededor del libro la sociabilidad perdida y transformar las bibliotecas en lugares donde la gente pueda volver a reunirse al estilo de los salones literarios que existían en el siglo XVIII (Lozano, 2006).

Para Gómez Hernández (2002) en el actual contexto del creciente consumo y oferta del ocio, la biblioteca tiene entre sus misiones:

- El desarrollo cultural de los usuarios.
- Dar la oportunidad de un ocio creativo y cultural.
- Ser un competidor dentro de las ofertas.
- Ser un lugar para aprender otras cosas, pasarlo bien con amigos, participar en talleres, ver cine, ver exposiciones, asistir a conferencias.

Las *Biblioteques de Barcelona* organizan la actividad «Vine a fer un cafè»: programa de tertulias con críticos, escritores y artistas en torno a libros y lecturas.

La *Red Municipal de Bibliotecas de Sevilla* promociona el «Café de curiosidades sevillanas» de este modo: «el aroma y el sabor de un buen café —puede que con dulces— nos acompañará en esta tertulia, en la que descubriremos cosas curiosas que han acontecido en esta ciudad cuya historia, según se cuenta, comienza en aquellos brumosos tiempos en que Hércules decidió fundarla». Y otra actividad denominada «Pasión por el chocolate» destinada a conocer la historia del chocolate, al mismo tiempo que se degusta.

La *Biblioteca Pública de León* en su programación de diciembre de 2007 anuncia la actividad «Café filosófico, "¿Sabemos amar?"».

La *Biblioteca Pública Municipal de Castuera «Gonzalo Soubrier» (Badajoz)* se hace responsable en los meses de verano del «Proyecto biblioverano». Reproducimos el último programa llevado a cabo:

- *Lunes*: exposición de libros de gastronomía; preparación de canapés y degustación.

- *Martes*: exposición de libros de deportes (Fitness, Tenis, Natación...); clases de aeróbic y «acu aeróbic».
- *Miércoles*: exposición de libros de medicina natural (remedios caseros, cosmética, higiene, hábitos alimenticios...); elaboración y degustación de cócteles.
- *Jueves*: exposición de libros de misterio, terror y esoterismo; programa en Radio Zújar con lectura de estos autores y charlas con invitados); lectura de prensa en el parque.

La *Biblioteca Central de Vigo (Pontevedra)* lleva a cabo el «Bibliocampamento de verano»: se realiza en los meses de julio y agosto dirigido a niños de entre 4 y 9 años. Se establecen dos grupos de 25 niños distribuidos por edades, con dos sesiones semanales cada grupo. Lunes y miércoles los niños de 4 a 6 años y martes y jueves los de 7 a 9 años. Las actividades a desarrollar son: cuentos, juegos, manualidades, etc. El último viernes de cada mes se hace una romería popular donde se aprenderán juegos tradicionales, canciones, etc.

En las bibliotecas están presentes las audiciones y actividades en torno a la música. Algunas de estas actividades son: «Música en la biblioteca» realizada por la *Biblioteca Central de Igualada* en colaboración con la Escuela Municipal de Música; «Ciclos de música» (*Red de Bibliotecas de la Diputación de Barcelona*); «El descubrimiento de la música» (*Biblioteca Municipal de Tossa «Manuel Vilà i Dalmau», Gerona*); o «Música entre libros» (*Biblioteca Pública de Estado de Zaragoza*).

Las proyecciones de cine se presentan como una actividad destacada en la *Biblioteca Pública del Estado de Granada*. También la *Biblioteca Pública Municipal de Dúrcal (Granada)* —como otras muchas— organiza la actividad de cine club. La *Red de Bibliotecas Públicas de Mieres (Asturias)* es ejemplo de los centros que han optado por el cine forum, en este caso proyectando películas de los libros leídos. La *Biblioteca Pública del Estado de Oviedo* anuncia ciclos de cine. Finalmente citamos la actividad titulada «Educando la mirada: introducción a los géneros cinematográficos» llevada a cabo por la *Red Municipal de Bibliotecas de Murcia*.

A modo de conclusiones establecemos estas reflexiones finales:

- Los resultados de este trabajo reflejan que el modelo clásico de biblioteca pública está cambiando y fruto de este cambio es el desarrollo de actividades y actuaciones como las analizadas
- Comprobamos en las bibliotecas publicas analizadas que una parte importante de los objetivos relacionados con el marketing los llevan a cabo a través de actividades y servicios: cuando las planifican teniendo en cuenta los intereses de los distintos tipos de usuarios; cuando los diseñan para que la biblioteca no solo sea lugar de búsqueda de información, trabajo y estudio sino lugar de socialización y ocio; cuando introducen valores añadidos y emplea recursos como el juego y la diversión.

- Las actividades y actuaciones cuantitativamente mejor representadas enlazan con las ya clásicas extensión cultural y animación a la lectura, aunque en muchas ocasiones presentadas de forma más atractiva por los títulos, material promocional y recursos y contenidos empleados.
- Todas estas actividades tienen una dimensión de promoción y marketing, pues ayudan a mejorar la imagen de la biblioteca, a que se hable de ella, a que la biblioteca sea noticia y a que los usuarios acudan con nuevos intereses; y esto aunque en muchas ocasiones no formen parte de una campaña específica de promoción.

Por otro lado el marketing va más allá de la promoción, del dar a conocer la biblioteca y hacerla atractiva, pues —como afirma Gómez Hernández (2002)— supone también convencer a los usuarios de utilizar los servicios, y sobre todo mantenerse unidos a ellos para conocer sus expectativas y ajustar la biblioteca a las necesidades detectadas.

El marketing bibliotecario debe formar parte de un plan exhaustivo, de un proceso sistemático y continuo de aplicación en varias fases —preferiblemente coincidentes con las distintas fases del proceso de planificación— en donde se plantea una serie de objetivos medibles y detallados, se toma en cuenta a los usuarios, se implica a todo el personal e incorpora a la opinión pública.

4. Bibliografía

- ATENAS RIVERA, J. (2006). «Estrategias bancarias aplicables a las bibliotecas: La satisfacción y fidelización de usuarios». *Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, vol. 7, nº 23. <http://eprints.rclis.org/archive/00005975/01/2005_16.pdf>. [Consulta: 13/12/2007].
- BAUTISTA FLORES, E. (2000). «La mercadotecnia de la información en las bibliotecas Universitarias». *Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, vol. 3, nº 2, 108-117.
- Directrices IFLA / UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas* (2002). Madrid: Secretaría General Técnica, Subdirección General de Información y Publicaciones.
- ESTEBAN TALAYA, Á, [et al.] (1997). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- FERNÁNDEZ MARCIAL, V. (2004). «Promoción de los servicios de la biblioteca: un enfoque desde el marketing no convencional». *Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, vol. 5, nº 20, 3-13.
- FOGLIENI, O. (2002). «Como comunicamo le biblioteche in Lombardia: I risultati di un indagine». En: *Comunicare le biblioteche nuove strategie di marketing e modelli di interazione*. Milano: Editrice Bibliografica, 45-59.
- GÓMEZ HERNÁNDEZ, J. A. (2002). *Gestión de bibliotecas*. Murcia: DM.
- GUPTA, D. K (ed.). (2006). *Marketing library and information services: international perspectives*. München: Saur.
- HERRERA MORILLAS, J. L; PÉREZ PULIDO, M. (2007). «Cultura y marketing en las bibliotecas públicas españolas: actividades, iniciativas y recursos». *El profesional de la información*, vol. 16, nº 1, 62-76.
- HERRERA VARELA, R. (2005). «Bibliotecas públicas, incorporando nuevos servicios: el caso de las bitácoras institucionales». *Pez de plata: Bibliotecas Públicas a la Vanguardia*. <http://eprints.rclis.org/archive/00005356/01/colaboracion_4.pdf> [Consulta: 13/12/2007].

- LOZANO DÍAZ, R. (2006). *La biblioteca pública del siglo XXI: atendiendo clientes, movilizandolos personas*. Gijón: Trea.
- Manual para Promotores de Bibliotecas* (2002). 2ª ed. rev. Chicago: American Library Association, Public Information Office.
- MASSÍSIMO I SÁNCHEZ DE BOADO, A. (2005). «Marketing bibliotecari: una realitat en desenvolupament». *Item, gener-desembre*, v. 39, 5-25.
- Pautas CALIMERA de buena práctica (2005). <<http://www.calimera.org/Countries/Spain.aspx>>. [Consulta: 13/12/2007].
- Pautas Pulman: Public Libraries Mobilising Advanced Networks (2002) <<http://www.pulmanweb.org/DGMS/DGMS.htm>>. [Consulta: 20/12/2007].
- Papers presented at the 63th IFLA Conference*, Copenhagen, September (1997). München: K. G. Saur, 12-32.
- PÉREZ PULIDO, M.; HERRERA MORILLAS, J. L. (2006). *Teoría y nuevos escenarios de la Biblioteconomía*. 2ª ed. Buenos Aires: Alfagrama ediciones.
- PORS (2006) «Marketing public libraries in Denmark». En: Dinesh K. Gupta (ed.). *Marketing library and information services: internacional perspectives*. Munich: K. G. Saur Verlag.
- Red de sedes web de las Bibliotecas Públicas <<http://www.bibliotecaspublicas.es/>>. [Consulta: 20/12/2007].
- SAVARD, R. (1997). «La perception du marketing chez les bibliothécaires». En: Savard, R. (ed.). *Adapting Marketing to Libraries in a Changing and World-wide environment: Papers presented at the 63th IFLA Conference*, Copenhagen, September 1997. München: K. G. Saur, 12-32.
- VILLAFÁÑE, J. (2004). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.
- WESTPHALEN, M. H.; PIÑUEL, J. L. (1993). *La dirección de la comunicación: Prácticas profesionales, diccionario técnico*. Madrid: Ediciones del Prado.

Webs de bibliotecas citadas:

Red de sedes web de las Bibliotecas Públicas
<<http://www.bibliotecaspublicas.es/>>

Andalucía:

- Biblioteca Pública del Estado de Almería «Francisco Villaespesa»
<<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/opencms/export/bibliotecas/bibalmeria/index.html>>
- Biblioteca Pública del Estado de Granada
<<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/opencms/export/bibliotecas/bibgranada/index.html>>
- Biblioteca Pública Municipal de Dúrcal (Granada)
<<http://www.bibliotecaspublicas.es/durcal/index.jsp>>
- Biblioteca Pública Municipal «José María Requena» de Carmona (Sevilla)
<<http://www.bibliotecaspublicas.es/carmona/index.jsp?sedeweb=&pw=1>>
- Red Municipal de Bibliotecas de Sevilla
<<http://www.ingesnet.com/rbmsevilla/mapa.asp>>

Asturias:

Biblioteca Municipal de Castropol (Asturias)
<<http://www.bibliotecaspublicas.es/castropol/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal «Celestino Valledor» (Asturias)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/allande/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal de Colunga «Pedro Caravia» (Asturias)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/colunga/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal de La Pola Lena «Menéndez Pidal» (Asturias)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/poladelenaa/index.jsp>>

Red de Bibliotecas Públicas del Ayuntamiento de Oviedo (Asturias)

<<http://www.ayto-oviedo.es/es/areasMunicipales/educacion/bibliotecas/bibliotecas.php>>

Red de Bibliotecas Públicas de Mieres (Asturias)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/mieres/imagenes/contenido3734.pdf>>

Red Municipal de Bibliotecas Municipales Gijón (Asturias)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/redgijon/index.jsp>>

Castilla-La Mancha

Biblioteca de Pozo Cañada (Albacete)

<<http://bibliotecas.dipualba.es/pozoca/>>

Castilla y León

Biblioteca Municipal de Astorga (León)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/astorga/index.jsp?sedeweb=&pw=1>>

Biblioteca Pública del Estado de Guadalajara

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/guadalajara/index.jsp>>

Biblioteca Pública del Estado de León

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/leon/index.jsp?sedeweb=&pw=1>>

Biblioteca Pública Municipal de Bembibre (León)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/bembibre/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal de Peñaranda de Bracamonte (Salamanca)

<<http://www.fundaciongsr.es/catalogos/bibliotecapenaranda.htm>>

Cataluña

Biblioteca Comarcal Jaume Vila Mollerusa (Lleida)

<<http://www.bibliotecamollerussa.cat/>>

Biblioteca Comtat de Cerdanya Puigcerdà (Girona)

<<http://www.bibgirona.net/puigcerda/index.htm>>

Biblioteca Infantil de Can Butjosa (Parets del Vallès, Barcelona)

<<http://bibut.parets.org/catala/main.htm>>

Biblioteca Municipal de Tossa «Manuel Vilà i Dalmáu» (Girona)

<<http://www.ddgi.cat/bibtossa/>>

Biblioteca Pública Vila-Seca (Tarragona) <<http://www.bibliotecaspublicas.es/vila-seca/index.jsp>>

Biblioteques de Barcelona <<http://www.bcn.es/biblioteques/>>

Comunidad Valenciana

Biblioteca Pública Municipal de Burriana (Castellón)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/burriana/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal de Carcaixent «Julián Ribera Tarragó» (Valencia)

<<http://www.bibliotecaspublicas.es/carcaixentv/index.jsp>>

Biblioteca Pública Municipal de Villajoyosa «Cristóbal Zaragoza» (Alicante)

<<http://biblioteca.villajoyosa.com/>>

Biblioteca Municipal de Godella (Valencia)

<<http://www.bibliotecagodella.com/biblion/>>

Extremadura

Biblioteca Pública Municipal de Castuera «Gonzalo Soubrier» (Badajoz)

<<http://www.biblio-castuera.com/>>

Galicia:

Biblioteca Central de Vigo (Pontevedra)

<<http://www.rbgalicia.org/vigo/>>

Biblioteca Municipal do Porriño (Pontevedra)

<http://www.centroculturalporrino.com/biblioteca/biblio_principal.htm>

Madrid

Bibliotecas Públicas Municipales de Madrid

<<http://www.munimadrid.es/portal/site/munimadrid/menuitem.437b29b6187c49562f4fbef2b002a5a0/?vgnextoid=f60c2cd44f465110VgnVCM1000000b205a0aRCRD>>

País Vasco

Bibliotecas Municipales de Bilbao

<<http://www.bilbao.net/Bibliotecas/jsp/pwebi000.jsp?idioma=c>>

Región de Murcia

Biblioteca Regional de Murcia: Web infantil

<<http://www.bibliotecaregional.carm.es/infantil/>>

Bibliotecas Municipales de Lorca (Murcia)

<<http://bibliotecasmunicipales.lorca.es/presentacion.asp>>

Red Municipal de Bibliotecas de Murcia

<<http://www.rmbm.org/>>