

[\[Versió catalana\]](#)

[\[Versión italiana\]](#)

Anna Galluzzi

Doctora en Ciencias Bibliográficas, Archivísticas, Documentales y de Conservación y Restauración de Libros y Documentos de Archivo
Biblioteca del Senato della Repubblica Giovanni Spadolini

anna.galluzzi@gmail.com

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

Objetivo. Este ensayo tiene como objetivo analizar si existe un nexo entre el papel de las bibliotecas públicas en la sociedad contemporánea y la aplicación del paradigma de la larga cola al mundo físico. Concretamente, el artículo se pregunta cómo se tienen que concebir las nuevas bibliotecas públicas centrales de grandes dimensiones y cómo se tienen que replantear las bibliotecas locales y de barrio dentro de la red bibliotecaria urbana.

Metodología. Introducción y análisis del paradigma de la larga cola a partir del libro de Chris Anderson de 2006, para entender qué consecuencias puede tener en la utilización de las bibliotecas y, por lo tanto, en la manera de proyectarlas. El análisis se lleva a cabo mediante recursos teóricos y se sustenta, para la reflexión, en los aspectos que han puesto de relieve los casos de la Biblioteca Sala Borsa de Bolonia y los Idea Stores de Londres.

Resultados. Como conclusión, se puede decir que el paradigma de la larga cola hace que la oferta bibliotecaria genérica, caracterizada por una posibilidad de opción demasiado limitada, sea poco atractiva. Por lo tanto, las bibliotecas públicas centrales tienen que poder disponer de edificios grandes y funcionales, fondos variados y horarios amplios, una gama extensa de servicios y actividades de entretenimiento educativo (en inglés, *edutainment*) y una gran capacidad de desarrollar un papel social y de entretenimiento, además del estrictamente cultural. Por otro lado, las bibliotecas locales y de barrio no pueden sobrevivir si no tienen unas dimensiones mínimas determinadas, salvo que apuesten por temas, culturas o lenguas propias del área de referencia y complementarias respecto a la oferta conjunta del territorio, o bien se orientan a aquellos colectivos que no tienen la posibilidad o la capacidad de desplazarse de forma extensiva por la ciudad (gente mayor, niños, minusválidos, etc.). Dicho de otra manera, las bibliotecas públicas tendrían que valorar su papel de intermediarias con otros servicios bibliográficos especializados presentes en el territorio, y a la vez plantear otras oportunidades formativas, informativas, culturales y de entretenimiento, disponibles dentro del área metropolitana y fuera.

1 La sociedad de la larga cola

Chris Anderson publicó en el año 2006 un libro que se titulaba *The long tail. Why the future of business is selling less of more*, que introduce, a través del análisis del impacto que Internet ha tenido en el mercado de los productos digitales, un auténtico cambio de perspectivas en la teoría económica.

Concretamente, Anderson destaca que, mientras que la economía mundial en torno a lo analógico se basaba casi exclusivamente en mercados de masas, a medida que Internet se ha ido imponiendo, los nichos han pasado a ser no sólo económicamente sostenibles, sino incluso rentables, especialmente en el caso de aquellos productos que se pueden distribuir en formato digital, como por ejemplo la música. Los obstáculos materiales que en el pasado impidieron que un solo distribuidor tuviera a disposición un catálogo muy amplio de productos (teniendo en cuenta la necesidad de un espacio muy grande para el almacenamiento y la inutilidad de guardar en el almacén miles de productos durante meses o años) se han salvado gracias al proceso de convergencia de un número cada vez más grande de productos hacia el formato digital.

Este paradigma económico se llama larga cola, porque si indicamos en un gráfico las ventas de productos

de masas (los llamados *hits*) y las de productos de nichos, observamos que los primeros se venden muchísimo, a pesar de ser un número extremadamente reducido, mientras que los segundos se venden muy poco, vistos de uno en uno, pero en conjunto pueden producir una ganancia esencialmente comparable a la de los mercados de masas.¹

Este cambio no se debe sólo al éxito de Internet, sino que se tiene que considerar también desde la perspectiva de las dinámicas de la sociedad posmoderna, especialmente la reconocida tendencia de los individuos a desplazarse progresivamente del nivel macrosociológico al microsociológico. El nivel microsociológico, según la definición de Desjeux (1996), es el nivel de los grupos, de las asociaciones y de las llamadas tribus; mientras que el nivel macrosociológico está relacionado con los estilos de vida, las clases sociales, las generaciones. Según Desjeux, hoy en día la identidad del individuo se define cada vez más por formar parte de estos grupos pequeños, los miembros de los cuales, a pesar de que no son homogéneos por nivel social, comparten, de manera intensa aunque transitoria, las mismas pasiones y emociones, los mismos planteamientos éticos. Cada grupo tiene sus propios rituales y objetos de culto, y constituye un nicho, que no agota en sí la red de pertenencias del individuo; al contrario, cada individuo forma parte de nichos diferentes según sus intereses y los diferentes momentos de la vida.

Estas nuevas formas sociales están caracterizadas por una renovación marcada de su composición y por una tendencia significativa y constante a compartir experiencias. Satisfacen dos necesidades de fondo del ciudadano contemporáneo: por un lado, la necesidad de libertad y autonomía, y, por el otro, la demanda cada vez más importante de seguridad. De hecho, estas comunidades nuevas, a pesar de presentar menos obligaciones respecto a las tradicionales, de alguna manera dan respuesta a la demanda de arraigo social de una parte de los ciudadanos metropolitanos.

Dentro de este marco sociológico, Internet ha favorecido la formación de nichos (Cueva, 2007), puesto que ha permitido que personas que viven en diferentes partes del mundo se encuentren en la red y compartan sus propias pasiones, incluyendo las menos populares. Además, ha creado una conexión virtual entre los numerosos vendedores y distribuidores esparcidos por todo el mundo, y ha dado la posibilidad de comprar o intercambiar objetos de culto a través de portales como por ejemplo eBay, iTunes o Amazon.

Por lo tanto, se podría decir que este nuevo paradigma económico -la larga cola- se debe de a la convergencia de un cambio sociológico y de un progreso tecnológico.

2 La larga cola en el mundo físico y el papel de las ciudades

A pesar de que la larga cola está estrictamente relacionada con las características del entorno y de los objetos digitales, este paradigma económico también puede afectar -al menos parcialmente- la distribución de los productos analógicos.

De hecho, los servicios en línea, como por ejemplo Amazon o eBay (y muchos más), ofrecen a los usuarios de Internet la posibilidad de localizar y comprar no sólo objetos digitales, sino cualquiera otro tipo de producto, incluyendo los no digitales. Esto es posible gracias al network virtual que se lleva a cabo juntando un número muy elevado de distribuidores pequeños y grandes, incluidos los privados, y todos juntos configuran el servicio de distribución más grande del mundo, con un único punto de acceso a Internet.

En caso de los objetos materiales, uno de los obstáculos principales para el despliegue de todas las potencialidades de la larga cola es la necesidad de enviar físicamente el producto al comprador. Un único pedido, efectivamente, podría comportar una envió o más: un pedido de DVD, por ejemplo, realizado a través de Amazon UK podría significar tener que recoger las piezas de diferentes distribuidores y diferentes almacenes, con el objeto de juntarlos en un lugar, desde donde se enviará el paquete (salvo que el cliente pida que se le envíe directamente el género desde los diferentes distribuidores, con un aumento del coste).

Aun así, hay que remarcar que la condición necesaria para la larga cola es la existencia y la disponibilidad de los productos pedidos y el hecho que sea posible obtener esta información a través de bases de datos centrales, como por ejemplo las que están presentes en Internet, que sirvan de escaparate para los productos nichos. Las condiciones de acceso a la información y la publicidad que deriva son básicas especialmente para la difusión de estos productos. Es verdad que los nichos ya existían antes de Internet,

pero entonces satisfacer las curiosidades y localizar objetos de culto era muy complicado y exigía una gran disponibilidad económica.

En épocas anteriores a Internet, las ciudades fueron los lugares donde los nichos encontraron su expresión más elevada y donde crearon sus comunidades. Anderson (2006), de hecho, las define como "la larga cola del espacio urbano". Efectivamente, las ciudades -especialmente las grandes ciudades- funcionan de alguna manera como equivalente físico del marketplace virtual, puesto que, como que pueden disponer de un auditorio muy amplio y tener una gran capacidad de captación también en el exterior, pueden desplegar una oferta extensa de manera económicamente sostenible. Por eso, incluso las actividades más pequeñas y especializadas pueden sobrevivir, y en algún caso prosperar, dentro de las ciudades, gracias al hecho que pueden contar con un audiencia económicamente importante (Galluzzi, 2009).

De hecho, casi en todos los sectores -desde la venta al por menor hasta el mercado del ocio-, las ciudades tienen una oferta tanto de lugares donde se dispone de una amplia gama de servicios y productos como de lugares con una oferta más específica y exclusiva. Por lo tanto, los grandes centros comerciales -donde podemos encontrar casi de todo concentrado en un solo lugar- conviven con los establecimientos especializados -donde podemos satisfacer las necesidades más concretas. Las empresas, en cambio, que se posicionan en un plan intermedio tienen dificultades para encontrar una identidad definida y mantener la cuota de mercado. Por ejemplo, las pequeñas librerías tradicionales, que ofrecen una selección estándar de libros y material multimedia, o bien el restaurante genérico, que no presenta ninguna especificidad, ya no atraen a los clientes, aunque sean vecinos de la zona. En cambio, parece que las personas no tienen ningún problema para hacer trayectos mucho más grandes si están buscando, por ejemplo, un CD concreto que les falta en la colección o si tienen ganas de probar aquel restaurante egipcio del que unos amigos les han hablado tan bien.

Esta característica, típica de las áreas metropolitanas, se ha amplificado de alguna manera con Internet, puesto que la red ha dado más visibilidad a esta oferta tan amplia y, en consecuencia, ha hecho que las ciudades puedan mirar mucho más allá de sus límites y captar un público cada vez más grande, sin tener que confiar exclusivamente en el boca a oreja.

La larga cola física y la virtual convergen, por tanto, en la ciudad.

3 Bibliotecas públicas y ciudades grandes

¿De qué manera estos fenómenos pueden afectar las bibliotecas públicas? Todos sabemos que hoy en día las bibliotecas han de afrontar retos difíciles que cuestionan incluso su propia existencia (especialmente la física), a raíz del éxito de Internet como punto de acceso preferente a la información, de la convergencia de los medios de comunicación hacia formatos digitales y de las nuevas modalidades de estudio, lectura, ocio e investigación (Galluzzi, 2009) que se han ido imponiendo.

Concretamente, mientras que otros tipos de bibliotecas pueden apostar por nichos específicos de mercado y por la unicidad de sus colecciones, las bibliotecas públicas parece que pertenecen más bien al pasado y que no tienen una identidad propia definida, puesto que, por su misma naturaleza, se dirigen genéricamente a todo tipo de usuario y tienen el objetivo de satisfacer las necesidades informativas básicas.² Dicho de otra manera, las bibliotecas públicas parece que ya no pueden satisfacer plenamente las necesidades de las masas ni las de los nichos, debido a su planteamiento generalista, que va perdiendo significado y capacidad de captación. A esto se añade que en las grandes ciudades el número elevado de bibliotecas de todo tipos (públicas, universitarias, nacionales, privadas, etc.) y de todas dimensiones provoca una competencia mucho más fuerte entre servicios bibliográficos, y más en una sociedad donde la demanda y la oferta son cada vez más diversificadas y fragmentadas. Consideradas, pues, las características de la llamada sociedad *a coriandoli* ("de confeti") o *a fogli mobili* (al estilo pizarra de papel) (Brevini, 2008) -básicamente, otras maneras de expresar el concepto de larga cola- las dos tendencias principales a las cuales las bibliotecas públicas tienen que dar respuesta son la convergencia de servicios y la proliferación de nichos.

Por otro lado, es un hecho que en muchas ciudades de todo el mundo, y especialmente en las áreas metropolitanas, se están construyendo edificios nuevos para bibliotecas (Agnoli, 2009; Galluzzi, 2009; Muscogiuri, 2009). Algunas veces, estos edificios nuevos están destinados a bibliotecas ya existentes que

necesitan más espacio; otras veces, acogen bibliotecas de nueva creación. De estas últimas, muchas son públicas, cosa que contradice -cuando menos, aparentemente- lo que hemos dicho antes. Pero, si lo miramos más a fondo, descubrimos otra posible interpretación. Hay que recordar que muchas ciudades, en los últimos años, han experimentado grandes reformas y han tratado de reconquistar un papel relevante en la vida de sus habitantes. Las autoridades nacionales y locales han financiado proyectos importantes para renovar el paisaje urbano y revitalizar los cascos antiguos y algunas áreas periféricas (Amendola, 2004). Las principales ciudades del mundo han entrado en competición entre sí para ser más atractivas no sólo para sus propios habitantes, sino, y sobre todo, para los llamados usuarios de la ciudad, es decir aquellas personas que utilizan los servicios de la ciudad según sus necesidades, sin vivir, de forma que resultan cada vez más importantes para la economía urbana (Nuvolati, 2002).

Concretamente, las ciudades apuestan por la capacidad que tienen de promover las relaciones y se presentan como los mejores lugares para la interacción social, de acuerdo con la doble naturaleza -física y virtual- de la vida moderna (Castells, 1991, 1996). Por otro lado, no hay duda que la interactividad creciente de Internet nos da a todos la posibilidad de crearnos un espacio de relación en la red y de mantenerlo intacto y activo desde cualquier lugar donde nos encontramos. Los instrumentos de la web 2.0 - redes sociales, chat, mensajería instantánea, VoIP, etc.- influyen en la manera de mantener relaciones humanas, no sólo en la red, sino también en la vida de cada día.

Por otro lado, todo esto no necesariamente comporta que las personas tengan menos necesidad de encontrarse físicamente. Al contrario, algunos sociólogos han destacado que la movilidad y la proximidad física son dos aspectos clave de la vida moderna (Vicario Haddock, 2004). De forma que, cuanto más tiempo pasamos en Internet y cuanto más utilizamos la web para hacer actividades que antes nos exigían desplazarnos físicamente, más salimos y nos desplazamos para encontrarnos con gente y divertirnos. Los sociólogos denominan estas características de los ciudadanos contemporáneos *compulsion to mobility* ("compulsión por la movilidad") y *compulsion to proximity* ("compulsión por la proximidad física"). A pesar de que pueden parecer contradictorias, en realidad son dos caras de la misma moneda (Urry, 2007; Friedland y Boden, 1994).

Puesto que a menudo la proyección de edificios destinados a bibliotecas forma parte de un conjunto de intervenciones destinadas a renovar las áreas abandonadas de una ciudad o a revitalizar los puntos focales del entorno urbano, quizás sería oportuno interpretar dentro de este marco más amplio la tendencia a construir bibliotecas nuevas. Las iniciativas de recalificación urbana han de ofrecer, para tener éxito, todo tipo de experiencias a los ciudadanos y a los usuarios de la ciudad (desde el entretenimiento hasta las compras, desde la cultura hasta los servicios públicos) y tienen que fomentar las relaciones sociales; se considera, pues, que las bibliotecas son aptas para conseguir este objetivo, sobre todo las públicas, que juegan un papel social tan importante en los ámbitos cultural, educativo e informativo.

Desde esta óptica, los dos fenómenos que hemos comentado -la crisis de las bibliotecas públicas y la construcción de edificios nuevos para bibliotecas en todo el mundo- no resultan del todo incompatibles; más bien, la existencia de estas dos tendencias opuestas tendría que provocar que las bibliotecas públicas consideraran más atentamente la situación, puesto que podría tratarse de una buena ocasión para adecuarse al contexto social más próximo y para afrontar abiertamente los retos del futuro.

4 Las bibliotecas públicas y la sociedad de la larga cola

Tal como hemos dicho antes, el paradigma de la larga cola aplicado al mundo físico provoca que las empresas tengan más posibilidades de éxito si tienen unas dimensiones que les permitan ofrecer una amplia gama de productos y servicios, o bien sí, por muy pequeñas que sean, están lo bastante especializadas para satisfacer la demanda de aquellos nichos que no encuentran lugar en los mercados de masas. Dentro de la ciudad, estas dos funciones las pueden asumir los mismos actores, puesto que algunos proveedores de productos o servicios llegan a tener unas dimensiones que les permite incluir incluso los nichos más pequeños.

Hace unos años, algunos periodistas escribían que la proliferación de hipermercados y centros comerciales estaba provocando que los pequeños colmados de barrio y los comercios locales cerraran; en realidad, el desplazamiento gradual de los clientes de estos últimos al primer tipo se debía básicamente a un cambio de hábitos de los ciudadanos metropolitanos, a la revolución tecnológica y a la aparición del paradigma de la larga cola. También se tiene que decir, sin embargo, que las tiendas especializadas no

han desaparecido del todo, sino que han ganado bastante, gracias a su capacidad de ofrecer a los clientes una cobertura casi completa dentro de su propio sector de especialización y de aprovechar de mejor manera una red de cooperación eficaz, indispensable para ser realmente competitivos. Las tiendas especializadas procuran ofrecer casi todo en un determinado ámbito, mientras que los hipermercados, a pesar de asegurar una gran variedad de oferta, no pueden cubrir de manera exhaustiva todos los sectores comerciales. Los hipermercados, por lo tanto, cuentan con que los clientes quieren encontrar muchos productos diferentes en un solo lugar sin tener que ir a diferentes puntos de venta para satisfacer sus necesidades, salvo que no decidan voluntariamente ir a buscar productos de nichos; en este caso, esta actividad acaba formando parte del dominio del ocio y el entretenimiento (Anderson, 2006; Ritzer, 2008).

El mismo fenómeno afecta prácticamente todo tipo de negocio, y por lo tanto hace que sea necesario interpretar de otra manera la relación entre los grandes proveedores por un lado y los pequeños o medios por otro, para evitar que se desencadene una competencia feroz. En cuanto al sector de las librerías, Montroni (2006) dice que la clave de le éxito es el justo equilibrio entre identidad y complementariedad, que les permite mantener un papel significativo. Por otro lado, no hay duda que, en una época caracterizada por estos fenómenos, es difícil que un servicio de dimensiones pequeñas o medias con un planteamiento generalista pueda tener una buena acogida de público.

Ya hace tiempo, en la bibliografía biblioteconómica internacional (Storey, 2005; Dempsey, 2006), así como en la italiana (Zani, 2007; Gentilini, 2007; Morriello, 2009), se empezó a reflexionar sobre las consecuencias que el paradigma de la larga cola puede tener en el desarrollo futuro de las bibliotecas. Hasta este momento, sin embargo, no se ha debatido, concretamente, sobre la manera en que la aplicación de este paradigma podría -y tendría que- cambiar las relaciones dentro de los grandes sistemas bibliotecarios urbanos y ayudar tanto a las pequeñas bibliotecas como las grandes a encontrar nuevos equilibrios y papeles complementarios relacionados con las necesidades actuales de los ciudadanos. Sería especialmente necesario plantearse las cuestiones siguientes:

- ¿Cómo se tienen que pensar las nuevas bibliotecas públicas centrales de grandes dimensiones respecto a las colecciones, los servicios, los espacios y la relación con los usuarios y la vida urbana?
- ¿Cómo se tienen que replantear las bibliotecas locales y de barrio dentro de la red bibliotecaria urbana, para darles una identidad más específica?

Evidentemente, la respuesta no es sencilla ni unívoca. Diferentes soluciones organizativas e hipótesis alternativas permiten obtener seguramente resultados igualmente remarcables desde el punto de vista estructural y de respuesta por parte de los usuarios. Las bibliotecas, sin embargo -incluyendo las de concepción más reciente-, no han tenido siempre en cuenta, ni de la manera más adecuada, la necesidad de llevar a cabo esta reflexión sobre el sistema ni los condicionantes que el mecanismo de la larga cola produce en el proyecto correspondiente.

5 Dos ejemplos: la Biblioteca Sala Borsa de Bolonia y los Idea Stores de Londres

En los documentos relativos a proyectos de bibliotecas públicas de nueva construcción no suele figurar, de una manera explícita, una reflexión específica sobre los temas que hemos comentado desde el punto de vista teórico. Las implicaciones prácticas de la larga cola suelen quedar implícitas, en el trasfondo del análisis y de las opciones organizativas.

Aun así, las soluciones de servicio que algunas de estas bibliotecas han adoptado seguramente pueden estar inspiradas en la preocupación de construir, por un lado, bibliotecas centrales que funcionen como auténticos *one-stop-shop* de la lectura, el entretenimiento y la información relacionados con los medios de comunicación y, por otro lado, bibliotecas locales y de barrio con una identidad más marcada y que puedan satisfacer mejor los públicos objetivos específicos de referencia.³

Dentro del espacio limitado de este artículo, y para integrar el análisis teórico, hemos considerado útil -con una finalidad puramente ejemplificadora- proponer la lectura de dos realidades bibliotecarias que tuvieran una relación especial con los puntos de vista y los motivos de reflexión sobre los temas que hemos tratado. Se trata de dos bibliotecas (que hemos visitado personalmente) situadas en ciudades de

dimensiones medianas o grandes y construidas durante los últimos diez años:

- La [Biblioteca Sala Borsa de Bolonia](#) (Italia).
- Los [Idea Stores](#) del East End de Londres (Reino Unido).

Estas dos realidades bibliotecarias representan dos maneras diferentes de interpretar el papel de la biblioteca pública dentro de la ciudad contemporánea; concretamente, la Biblioteca Sala Borsa presenta motivos de reflexión muy interesantes sobre los posibles papeles de una gran biblioteca pública central, mientras que los Idea Stores se plantean como solución innovadora para proyectar la oferta bibliotecaria en un gran barrio metropolitano. Podemos extraer algunas respuestas posibles, pero sobre todo muchas ideas y elementos para reflexionar sobre el problema de la competencia potencial entre bibliotecas centrales y de barrio y entre pequeñas y grandes bibliotecas.

a) Biblioteca Sala Borsa, Bolonia (Italia)

La Biblioteca Sala Borsa es la biblioteca central de la red bibliotecaria urbana de Bolonia. Se abrió al público el diciembre de 2001 y en un segundo momento, en el año 2008, se amplió y reformó. La creación de esta nueva biblioteca se debió a la necesidad de sustituir la anterior biblioteca central del sistema urbano, que era demasiado pequeña y limitada y no podía desarrollar plenamente las funciones de nudo central de la red. Sala Borsa, sin embargo, no ha heredado simplemente las colecciones de la antigua biblioteca central, sino que se presenta como un nuevo espacio público y un nuevo servicio bibliográfico para los ciudadanos de Bolonia (Foschi y Poli, 2004; Brandinelli, 2002).

La biblioteca está situada en medio del casco antiguo, en el denominado parque urbano de Piazza Maggiore, donde se encuentran diferentes edificios institucionales y la Basílica de Santo Petroni, edificios de alto valor simbólico para la ciudad y de relevante valor histórico, puesto que la mayoría se remontan al siglo XIII.

Uno de los objetivos principales de las autoridades locales en esta última década ha sido promover el valor histórico de este conjunto arquitectónico y, al mismo tiempo, integrarlo en el área urbana donde se encuentra. Concretamente, se ha querido ofrecer a los ciudadanos una amplia gama de oportunidades - desde el ocio hasta las actividades culturales-, aprovechando la excepcional proliferación de plazas, patios y monumentos. El proyecto, denominado "Parco Urbano de Piazza Maggiore", ha llevado a cabo una transformación de los edificios históricos, que acogen la administración municipal, y del área alrededor suyo, que de lugares reservados principalmente a las actividades administrativas han pasado a ser espacios culturales y sociales para los ciudadanos. Aquí se encuentran hoy en día museos, colecciones de arte, patios donde se hacen espectáculos y actividades culturales y, como decíamos, la biblioteca y centro multimedia dentro de la Sala Borsa (Foschi y Poli, 2004, p. 63-64, 66-67).

Por lo tanto, el éxito de público de la biblioteca y el gran impacto que ha tenido sobre la vida social son, en buena parte, una consecuencia de su posición céntrica y del papel cultural de esta área en su conjunto. Todo esto, a pesar de la escasa visibilidad externa de la biblioteca, dado que la fachada del palacio Sala Borsa no permitía fijar ningún cartel de rotulación.

Vale la pena recordar que el proyecto originario de la biblioteca estaba destinado a una superficie más amplia, que incluía una plaza cubierta interna. En un segundo momento, las autoridades locales decidieron destinar los espacios alrededor de la plaza cubierta a actividades comerciales, de forma que la biblioteca, a pesar de las polémicas surgidas de esta decisión, se tuvo que conformar con una área más pequeña y menos visible. Los bibliotecarios tuvieron que adaptar el proyecto inicial a la nueva situación, y además renunciar a la parte más superflua del edificio.

Durante los últimos nuevos años la Biblioteca Sala Borsa ha demostrado que es capaz de afrontar los retos que se le han ido presentando y no ha dejado nunca de cuestionarse, adaptando las decisiones iniciales según los cambios que se han ido produciendo en el contexto externo e interno. En concreto, después de que los comercios que al principio habían ocupado los espacios alrededor de la plaza cubierta abandonaron el edificio, la biblioteca ha llevado a cabo una reorganización importante de sus propios espacios y servicios. Y en junio de 2008 volvió a abrir con un aspecto nuevo. Además, supo aprovechar esta ocasión para estructurar de manera diferente -cuando menos parcialmente- las colecciones y la organización del servicio, utilizando la información de *feedback* que había ido recibiendo.

Desde su fundación, la Biblioteca Sala Borsa ha tenido como objetivo principal satisfacer las necesidades informativas y sociales de la más amplia variedad posible de usuarios, garantizando la libertad y facilidad de acceso. Los usuarios que lo requieran tienen a su disposición en todo momento la mediación y la asistencia del personal (Foschi y Poli, 2004, p. 98).

El aumento y la gestión del conjunto del fondo se basa en los mismos principios, es decir, pluralismo de la información, máxima diversificación y aproximación crítica a los contenidos. Sus colecciones, por lo tanto, procuran representar la variedad de intereses y de perspectivas en cuanto a la edad, la educación, la cultura y las profesiones de los usuarios. Concretamente, el objetivo más ambicioso de la biblioteca es conseguir responder a las necesidades informativas del público general, además de las de los profesionales, los investigadores y los estudiosos (Biblioteca Sala Borsa, 2002, p. 32).

Durante los años, la biblioteca ha sido esencialmente coherente con el principio de ser una biblioteca para todos; de hecho, una organización y una administración apropiada de sus espacios y servicios permiten que usuarios de diferentes tipologías disfruten al mismo tiempo, desde los estudiantes que vienen con sus libros de texto hasta los usuarios que consultan las colecciones por motivos personales o profesionales, pasando por los niños y los chicos que participan en actividades formativas y lúdicas, las personas que leen diarios y revistas o navegan por Internet, los curiosos que miran las colecciones de consulta libre sin un objetivo concreto, etc.

Esta biblioteca, por lo tanto, se puede considerar un buen ejemplo de una posible manera de interpretar la función de biblioteca central de una red urbana, y de una posible estrategia utilizable por reconquistar un papel significativo para los ciudadanos contemporáneos. En concreto, la biblioteca ha apostado, por un lado, por las dimensiones de las colecciones y los espacios y, por el otro, por su variedad y diferenciación. Estas dos características juntas le han permitido acoger muchos nichos diferentes respecto tanto a las tipologías de usos (biblioteca como lugar donde los usuarios pueden encontrarse, entretener relaciones sociales, leer, estudiar, pasar las horas de ocio, pasear, jugar con videojuegos, mirar una película, escuchar música, pedir información, etc.) como a las tipologías de necesidades informativas (desde las básicas a las de aficionados e investigadores en casi todos los campos del saber).

Sólo queda un aspecto que todavía se tiene que determinar de manera adecuada: la estructura y el funcionamiento de la red bibliotecaria urbana en su conjunto. Más allá de la relación entre biblioteca histórica ([Archiginnasio](#)) y biblioteca contemporánea (Sala Borsa), es necesario determinar mejor el papel de las bibliotecas de barrio, tan de carácter general como especializado. Algunas ya han cerrado las puertas o se han renovado de acá de la apertura de la Biblioteca Sala Borsa, con el objeto de racionalizar servicios y personal; otras todavía esperan la intervención que tendría que darlos una nueva vida y una identidad más significativa, dentro de una dinámica de sistema que ha visto cambiar profundamente sus equilibrios debido al gran poder de captación de la biblioteca central.

b) Idea Stores, Tower Hamlets Borough, Londres (Reino Unido)

Los Idea Stores⁴ se encuentran en el East End de Londres, y más concretamente forman parte del [Tower Hamlets Borough](#). Este último es el actor institucional que ha adoptado esta iniciativa y ha coordinado el proyecto dentro del marco de una política más general dirigida a innovar y mejorar la calidad de vida en esta zona de la ciudad.

Los Idea Stores quieren presentarse como servicios públicos innovadores con dos objetivos principales: fusionar los servicios de biblioteca y los de formación continuada y sustituir la imagen tradicional -y que va a la baja- de la biblioteca por una más moderna y atractiva, caracterizada por una comunicación que se inspira en el mundo comercial.

Las principales estrategias aplicadas durante la fase de proyecto de los Idea Stores son las que detallamos a continuación:

- edificios y espacios atractivos y accesibles, preferiblemente de nueva construcción, puesto que la mayoría de los ciudadanos entrevistados se habían manifestado contrarios a restaurar edificios históricos para hacer bibliotecas públicas;
- arquitectura inspirada en la que se utiliza para los edificios dedicados al entretenimiento y a la actividad comercial;

- políticas de marketing extensivas relacionadas con los edificios nuevos y sus objetivos y servicios;
- amplio horario de apertura, adaptado al ritmo y a la organización de la vida contemporánea y al horario de apertura de las tiendas de los alrededores;
- servicios pensados para los usuarios y destinados a satisfacer las necesidades locales;
- promover una nueva imagen de las bibliotecas y de los centros de formación, a través también de una configuración nueva y atractiva y de una marca identificable.

Además, los Idea Stores han interpretado un nuevo papel del servicio de información y asistencia al usuario, ya que -además de los tradicionales puntos de información- han puesto a disposición el llamado *personal floor-walking*, personal que se desplaza por la sala para responder a todas las necesidades de los usuarios de una manera más informal.

Aunque sean esencialmente bibliotecas de préstamo, los Idea Stores dedican una atención especial a las secciones multimedia y de referencia, y se esfuerzan para crear las condiciones para ser una biblioteca atractiva y para que las visitas de los usuarios resulten agradables y funcionales. Para conseguir estos objetivos, han tomado decisiones específicas en cuanto a la ordenación, la organización y la decoración de los espacios de la biblioteca, como por ejemplo la ordenación de los estantes, la creación de *hot spots* (pequeños expositores para escoger los libros rápidamente), poner a disposición de los usuarios los carros con los libros que otros usuarios acaban de devolver, una disposición atractiva del material multimedia, etc. (Dogliani, 2009).

Además, como los Idea Stores están situados en una zona de la ciudad con presencia masiva de inmigrantes procedentes del subcontinente indio (sobre todo de Bangladesh), unas secciones importantes de las colecciones de estas bibliotecas están dedicadas a su cultura y están escritas en su lengua. De esta manera, las bibliotecas quieren responder a las necesidades socioculturales del territorio, y simultáneamente presentarse como un espacio de integración social.

La necesidad de renovar los servicios bibliotecarios y formativos en esta zona de la ciudad nace a raíz de la bajada en las estadísticas de uso de las bibliotecas y de los resultados de una búsqueda de mercado que se hizo entre los potenciales usuarios de los servicios formativos y bibliotecarios en esta zona (Customer., 1999).

El resultado más interesante de esta búsqueda estaba relacionado con la ubicación de bibliotecas y centros de formación. Un buen porcentaje de las personas entrevistadas se quejaba que estos servicios suelen estar en edificios antiguos y en áreas sin atracciones ni aparcamiento, fuera de los habituales recorridos urbanos. Desde la perspectiva de los usuarios, parece que la cosa más importante no es tener una biblioteca o un centro de formación cerca de casa, sino allá donde se desarrolla su vida diaria. Estos servicios no tendrían que estar ubicados, por tanto, en áreas donde la gente ha de ir expresamente, sino más bien allá donde sea posible concentrar diferentes actividades, por ejemplo cerca de los nudos principales del transporte público, o bien de tiendas y centros comerciales, o restaurantes.

Una buena ubicación hace que sea posible incluso pensar en una reducción del número de puntos de servicio. El documento estratégico inicial del proyecto, de hecho, se planteaba sustituir las doce bibliotecas existentes en el barrio por siete Idea Stores (Customer., 1999). Cómo los resultados que se querían conseguir al principio con una red de siete Idea Stores se han conseguido con los cuatro que ya se han puesto en marcha, y dada la situación económica actual, la nueva Idea Store strategy (Tower Hamlets, 2009) ha hecho algunos cambios de planteamiento (gracias también a un nuevo análisis de la situación nacional, regional y local y a la segunda búsqueda realizada el año 2009 entre los usuarios y no-usuarios de los servicios bibliotecarios). Esta nueva estrategia no propone cerrar otras bibliotecas ni financiar edificios nuevos, sino que sugiere algunos cambios respecto del plano de ubicaciones inicial, puesto que durante los últimos diez años Tower Hamlets ha cambiado desde el punto de vista geográfico y social y se han creado nuevas comunidades con nuevas necesidades de acceso a los servicios bibliotecarios, de formación y de información.

Las líneas estratégicas más recientes, por tanto, sugieren la creación de una nueva generación de Idea Stores más pequeños, que respondan adecuadamente a las necesidades emergentes: estos Idea Stores locales, a pesar de seguir con la intención de dar servicios de alta calidad, tendrían que estar ubicados en espacios comerciales que ya existen y no se utilizan, y, si es el caso, compartir estos espacios con otros servicios. El nuevo documento estratégico, además, establece que los Idea Stores se centren mayoritariamente en el acceso a la información sobre salud y ocupación (Tower Hamlets, 2009, p. 53).

El nuevo documento estratégico, a pesar de confirmar la impresión inicial y la eficacia de las acciones realizadas, ha considerado los nuevos elementos de valoración surgidos del análisis de la situación y de la tendencia hacia un modelo económicamente sostenible en un contexto de crisis económica, y ha vuelto a formular las líneas de desarrollo de los Idea Stores de la manera siguiente (Tower Hamlets, 2009, p. 54):

- Ampliar la oferta de servicios. Dar asesoramiento específico, información y servicios de formación en colaboración con otras entidades (especialmente sobre salud y ocupación) y canales de acceso a los servicios principales compatibles con el contexto de referencia.
- Mantener el servicio básico, pero menos orientado al aprendizaje para el desarrollo individual y con más énfasis en el aprovechamiento para la ocupación.
- Reconfigurar la red de los Idea Stores gracias a la creación de *anchor stores* y de *satellite local sites*.
- Ubicación de los nuevos puntos de servicios junto con otros servicios, allá donde esta solución responda a las necesidades y a la demanda de los habitantes y sea coherente con la estrategia emergente del *Local Development Framework* (LDF).

En concreto, la decisión de ampliar los servicios de información sobre asistencia sanitaria y ocupación no se debe sólo a la voluntad de los Idea Stores de contribuir a conseguir resultados más amplios y compartidos, sino que es uno de los resultados de la búsqueda reciente hecha en este ámbito, puesto que los habitantes han manifestado una clara preferencia por este tipo de servicios respecto de otras.

El Whitechapel Idea Store⁵ puede ser un buen ejemplo del nuevo prototipo de servicio bibliotecario representado por los Idea Stores en su conjunto. Se trata de uno de los cuatro Idea Stores que ya funcionan en el Tower Hamlets Borough (los otros tres son Store Bow, Chrisp Street y Canary Wharf). Es el tercero que abrió (septiembre de 2005) y está situado en una zona con una densidad de población elevada y multicultural -cerca de Albion Yard- donde se encuentran también una antigua fábrica de cerveza, la oficina central de correos y el Royal London Hospital. En el lado este de la construcción, un paso de peatones lleva a un supermercado con un parking muy grande. En la acera de enfrente de la biblioteca, cada día se planta el mercado ambulante de Whitechapel Road. La biblioteca ha pasado del último al primer lugar entre las bibliotecas con más público del centro de Londres y esto demuestra el éxito obtenido por este nuevo equipamiento (y, en general, el público de los Idea Stores ha pasado de ser el 18 % de la población al 56 %, es decir un 1,8 % sobre la media de Londres).

El edificio de [David Adjaye](#) tiene una estructura sencilla y un diseño funcional, pero no es banal ni rígido (Adjaye, 2006). Además de las salas de lectura y consulta tradicionales, hay aulas y otros espacios utilizados por la misma biblioteca y otras instituciones asociadas dedicadas a la formación permanente para organizar clases, talleres y actividades de aprendizaje. En el último piso, los estantes de la biblioteca se mezclan con los de la cafetería, que tiene la barra justo delante de la zona de lectura de los periódicos, decorada con sofás y mesitas. Todo absolutamente coherente con la filosofía de los Idea Stores.

Para terminar podemos decir que los Idea Stores, a pesar de mantener las características principales del modelo de las bibliotecas públicas locales inglesas, también se han inspirado en las librerías en cuanto a la disposición de la decoración y de las colecciones, el trato con los usuarios y el estilo de comunicación; sobre todo, han reconocido la importancia de los colaboradores de instituciones públicas y privadas con tal de ofrecer a los ciudadanos servicios formativos y culturales más articulados y completos (Galluzzi, 2008).

Gracias a la suma de todas sus características, los Idea Stores representan una respuesta posible de los efectos de la larga cola al mundo físico. Concretamente, representan un intento de reorganización de la red bibliotecaria de un barrio grande, partiendo de la constatación de que es difícil que las bibliotecas pequeñas de carácter genérico puedan responder a las necesidades de los ciudadanos contemporáneos, aunque estén situadas muy cerca suyo, y que el aspecto y las dimensiones de los espacios son variables, a pesar de que no suficientes, para que tengan éxito. Como una biblioteca local, en todo caso, no puede asegurar una cobertura tan amplia como la de una biblioteca pública central, tendría que procurar ofrecer, por un lado, una buena selección de superventas y de otros materiales multimedia que puedan satisfacer una parte significativa de las necesidades del público general y, por otro, nichos bibliográficos determinados en base a las características específicas de la población del barrio y de los colectivos de usuarios más vinculados a la vida del barrio (gente mayor, niños, etc.).

Además, los Idea Stores demuestran que la oferta de las bibliotecas locales y de barrio tendría que incluir

otros servicios valiosos, como por ejemplo los relacionados con el aprendizaje y las actividades de formación, la información sobre los servicios de salud y ocupación, las actividades culturales y de ocio, y las exposiciones. Se tienen que proponer, por lo tanto, como un servicio público de amplio espectro para las personas (de edades y culturas diferentes) que forman parte de su comunidad de referencia.

Le experiencia de los Idea Stores también demuestra que para las bibliotecas locales y de barrio, justamente debido a su vínculo tan fuerte con el territorio, es muy importante centrarse en la calidad de la relación entre los trabajadores y los usuarios; como consecuencia de esto, las decisiones en cuanto a aplicaciones tecnológicas (el autoservicio, por ejemplo) y de modelo organizativo (la implantación del modelo de consorcio para la gestión de la catalogación y las actividades administrativas) han de asegurar, en todo caso, que el personal pueda satisfacer las expectativas de los usuarios y transmitir los valores de fondos (que son, para los Idea Stores, implicación, enriquecimiento y participación activa).

Y para acabar, los Idea Stores demuestran que hasta ahora las bibliotecas han infravalorado la comunicación y el marketing. Estos, en cambio, son elementos fundamentales para conseguir que las bibliotecas entren realmente a formar parte de la vida del barrio, hasta el punto que el documento estratégico de 2009 reclama un compromiso todavía más fuerte sobre estos temas.

6 Conclusiones

Los dos ejemplos analizados nos dan motivos para reflexionar sobre el papel que las bibliotecas públicas pueden jugar en una ciudad contemporánea que experimenta nuevos estilos de vida y afronta el fenómeno de la larga cola física y virtual.

Somos conscientes, sin embargo, de que se trata de dos casos particulares, y que no se pueden considerar representativos. Cualquier intento de generalizar sería, por lo tanto, arriesgado, y más si los extendiéramos fuera de Europa, donde los procesos de regeneración urbana y la estructura de las ciudades y de las áreas metropolitanas son significativamente diferentes.

Aun así, dado que el paradigma de la larga cola es un fenómeno realmente global, porque está estrictamente vinculado a un uso extensivo de Internet, considero que es muy útil, para toda la comunidad bibliotecaria, más allá de las diferencias geográficas y culturales, poder reflexionar sobre sus posibles consecuencias en el campo bibliotecario y poder conocer ejemplos reales de bibliotecas que -de alguna manera- responden a este cambio de paradigma socioeconómico.

No hay duda de que las bibliotecas están viviendo momentos difíciles. La crisis económica y una cierta tendencia política y social a considerar como sustancialmente no atractiva la inversión a largo plazo y sin beneficios inmediatos no ayudan a las bibliotecas a mantenerse en una posición clave en la agenda de los gobiernos nacionales y locales. Aun así, no creo que pueda dar mucho resultado una actitud que, desde la defensa del valor presuntamente universal y eterno de la institución bibliotecaria, considera responsable de este momento de dificultad exclusivamente la falta de visión externa y se niega a adecuar los modelos de servicio y el planteamiento conceptual a las dinámicas de la sociedad contemporánea.

Y no nos podemos escudar, según mi opinión, en motivaciones totalmente transitorias y débiles para relanzar el papel de las bibliotecas públicas, por ejemplo, que no todo el mundo tiene acceso a Internet, que el material bibliográfico en formato digital es un porcentaje limitado respecto de la inmensa cantidad del patrimonio bibliográfico en papel, que la información de calidad en Internet es de pago, y otras consideraciones de este tipo. En este sentido, estoy totalmente de acuerdo con aquello que escribe Tim Spalding en un mensaje (núm. 20: <http://www.librarything.com/topic/93959>) que envió durante un debate reciente a [Librarything](#):

Here's the easy challenge. Pit the internet against libraries, refuse to learn from the internet, ignore other changes in the information landscape, pin your value on marginal situations and remnant attitudes, and insist that whatever libraries did in 1990 is of eternal, constant value. Make anyone who sees otherwise into a barbarian and wait for the inevitable result of being so wrong. Here's the hard challenge. Figure out what has in fact changed, and what is changing rapidly. Understand that arguments like 'not everything is digitized' and 'not everyone has computers', though true, are less effective arguments with each passing year. And then, in that light, built the library back up. Figure

out what it does that won't be washed away over time. Figure out what can be jettisoned now, to save funds and effort for more effective opportunities. Figure out what libraries aren't doing, or aren't doing very much of, that can provide new value and new reasons for existing. In short, look into the abyss and start building a bridge over it".

Contrariamente, no podremos evitar que alguno que otro periodista afirme, tal como lo hizo Anna Davlante de Fox Chicago News -con pruebas documentales más o menos discutibles pero impactantes-, que las bibliotecas sólo sirven para malgastar dinero público.⁶ Por lo tanto, es oportuno que sean los bibliotecarios - y sobre todo los usuarios de las bibliotecas- los primeros que contesten a la pregunta fatídica y reiterada: "Are libraries necessary, or a waste of tax money?"

En concreto, la reflexión teórica que se ha planteado y los ejemplos examinados sugieren que en el futuro se valore la funcionalidad de las bibliotecas públicas existentes y, sobre todo, que se proyecten nuevas bibliotecas teniendo en cuenta los puntos siguientes:

- El paradigma de la larga cola, junto con otras tendencias que caracterizan los estilos de vida urbana contemporánea, hace que sea poco atractiva una oferta bibliotecaria genérica que ofrezca una posibilidad de escoger demasiado limitada.
- Las bibliotecas públicas centrales tienen que poder disponer de edificios grandes y funcionales, fondos muy amplios que incluyan superventas y nichos, horario de apertura amplio, una extensa gama de servicios y actividades de entretenimiento educativo, y una inclinación a jugar un papel social y de entretenimiento, además del estrictamente cultural.
- Las bibliotecas locales y de barrio no pueden sobrevivir si no tienen unas dimensiones mínimas determinadas, salvo que no apuesten por temas, culturas o áreas lingüísticas propias del área de referencia y complementarias respecto a la oferta conjunta del territorio, o bien por aquellos colectivos que no tienen la posibilidad o la capacidad de desplazarse por la ciudad (gente mayor, niños, minusválidos, etc.).
- Además, las bibliotecas públicas tendrían que valorar su papel de intermediarias con otros servicios bibliográficos especializados presentes en el territorio, así como con otras oportunidades formativas, informativas, culturales y de entretenimiento, disponibles dentro y fuera del área metropolitana. No hay nada que atraiga más a los ciudadanos contemporáneos que los *one-stop-shops*, donde se puede disfrutar de los servicios más variados y obtener prácticamente cualquier tipo de respuesta.

Resumiendo, las nuevas bibliotecas públicas centrales no pueden si no apostar por las grandes dimensiones de los edificios que las acogerán, aprovechando la tendencia de los arquitectos posmodernos de crear monumentos que marcan el paisaje. De esta manera, se pueden presentar como catalizadores de diferentes necesidades y pasar a ser lugares donde la gente puede encontrar información, leer y estudiar, participar en acontecimientos culturales, conocer otras personas y socializarse, practicar sus aficiones, navegar por Internet, pasar las horas de ocio, etc. Para conseguir estos objetivos, estas bibliotecas necesitan evidentemente más espacios, más libros y materiales multimedia, más asientos, más lugares para estudiar y trabajar, y más personal. De alguna manera, tienen que ser como los hipermercados de la red bibliográfica, comparadas con las pequeñas y medianas bibliotecas públicas tradicionales. Al mismo tiempo, las bibliotecas locales y de barrio -como ya pasa normalmente en el mundo comercial- por un lado han de ofrecer a los ciudadanos servicios y contenidos identificables y, por el otro, replantearse su propia estructura de manera complementaria o alternativa a las grandes bibliotecas centrales, para poder dar una respuesta diferente, e igualmente significativa, a las mismas tendencias.

Esta reorganización de los sistemas bibliotecarios urbanos exige importantes -y a veces dolorosas- acciones de racionalización, y también inversiones considerables de las instituciones, con la finalidad de estimular un cambio de perspectiva en aquellas realidades en que las bibliotecas van perdiendo usuarios. Pero, sobre todo, exige una actitud mental abierta de los bibliotecarios, los cuales tendrían que ser plenamente conscientes del papel que pueden jugar para acelerar este cambio.

Bibliografía

Adjaye, D. (2006). *Making public buildings. Specificity customization imbrication*. New York: Thames & Hudson.

- Agnoli, A. (2009). *Le piazze del sapere. Biblioteche e libertà*. Roma-Bari: Laterza.
- Amendola, G. (2004). *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*. Bari-Roma: Laterza.
- Anderson, C. (2006). *The long tail. Why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion.
- Biblioteca Sala Borsa (2002). "Carta delle collezioni della Biblioteca Sala Borsa: i principi di base". *Biblioteche oggi*, 20 (4), p. 32.
- Brevini, F. (2008). *Un cerino nel buio. Come la cultura sopravvive a barbari e antibarbari*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Castells, M. (1991). *The informational city: information technology, economic restructuring and the urban-regional process*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society. The information age: economy, society and culture*, vol. I. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Conti, S. (2006). Ha un futuro la biblioteca pubblica? Spunti e provocazioni (in funzione scaramantica). *Bollettino AIB*, 46 (3), p. 263-267.
- Cova, B.; Giordano, A.; Pallera, M. (2008). *Marketing non-convenzionale. Viral, guerrilla, tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno*. Milano: Il Sole24Ore.
- Customer Services and Education Directorates for the Arts, Leisure, Sports and Youth and Community Services Committees (eds.) (1999). *A library and lifelong learning development strategy for Tower Hamlets. A joint accommodation strategy, information*. <<http://www.ideastore.co.uk/downloads/strategy.pdf>>.
- Dempsey, L. (2006). "Libraries and the long tail. Some thoughts about libraries in a network age". *D-Lib Magazine*, 12 (4). <<http://www.dlib.org/dlib/april06/dempsey/04dempsey.html>>.
- Desjeux, D. (1996). "Scales of observation: a micro-sociological epistemology of social science practice". *Visual Sociology*, 11 (2), p. 45-55.
- Dogliani, S. (2009). "La (mia) verità su Idea Store". *Bollettino AIB*, 49 (2), p. 259-267.
- Foschi, P.; Poli, M. (eds.) (2004). *La Sala Borsa di Bologna. Il palazzo e la biblioteca*. Bologna: Editrice Compositori.
- Friedland, R; Boden, D. (eds.) (1994). *Nowhere: space, time and modernity*. Berkeley: University of California Press.
- Galluzzi, A. (2009). *Biblioteche per la città. Nuove prospettive di un servizio pubblico*. Roma: Carocci.
- Galluzzi, A. (2006). "Il futuro della biblioteca pubblica". *Bollettino AIB*, 46 (1/2), p. 95-104.
- Galluzzi, A. (2008) "Gli Idea Stores di Londra. Biblioteche nel 'mercato' urbano e sociale". *Bibliotime*, 11 (2). <<http://didattica.spbo.unibo.it/bibliotime/num-xi-2/galluzzi.htm>>.
- Gentilini, V. (2007). "La legge del Chinotto. Qualche riflessione sulla 'lunga coda'". *Bibliotime*, 10 (3). <<http://spbo.unibo.it/bibliotime/num-x-3/gentilin.htm>>.
- Leombroni, C. (2005). "La biblioteca pubblica: un progetto incompiuto della modernità". *Bollettino AIB*, 45 (3), p. 273-276.
- Montroni, R. (2006). *Vendere l'anima. Il mestiere del libraio*. Roma-Bari: Laterza.

Morriello, R. (2009). "La coda lunga e le biblioteche". *Bollettino AIB*, 49 (1), p. 69-82.

Muscogiuri, M. (2009). *Biblioteche. Architettura e progetto*. Rimini: Maggioli.

Nuvolati, G. (2002). *Popolazioni in movimento, città in trasformazione. Abitanti, pendolari, city users, uomini d'affari e flâneurs*. Bologna: Il Mulino.

Petruciani, A. (2006). "Biblioteca pubblica senza identità? No, grazie". *Bollettino AIB*, 46 (4), p. 377-382.

Ridi, R. (2006). "Sulla natura e il futuro della biblioteca pubblica: lettera aperta a Claudio Leombroni". *Bollettino AIB*, 46 (1/2), p. 87-90.

Ritzer, G. (2008). *The McDonaldization of society*. Los Angeles: Pine Forge press.

Salarelli, A. (2009). "Pubblica 2.0". *Bollettino AIB*, 49 (2), p. 247-258.

Solimine, G. (2004). *La biblioteca: scenari, culture, pratiche di servizio*. Roma-Bari: Laterza.

Storey, T. (2005). "The Long Tail and libraries". *OCLC newsletter*, 268, p. 6-11. <<http://www.oclc.org/news/publications/newsletters/oclc/2005/268/downloads/thelongtail.pdf>>.

Tower Hamlets (2009). *Idea Store Strategy 2009*. <<http://www.ideastore.co.uk/public/documents/PDF/IdeaStoreStrategyAppx1CAB290709.pdf>>.

Traniello, P. (2005). *Biblioteche e società*. Bologna: Il Mulino.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

Vicari Haddock, S. (2004). *La città contemporanea*. Bologna: Il Mulino.

Vivarelli, M. (2007). "Interpretare la biblioteca pubblica: alcune osservazioni metodologiche". *Bollettino AIB*, 47 (1/2), p. 143-149.

Zani, M. (2007). "Su e giù per la lunga coda". *Bibliotime*, 10 (2). <<http://spbo.unibo.it/bibliotime/num-x-2/zani.htm>>.

Fecha de recepción: 07/09/2010. Fecha de aceptación: 14/10/2010.

Notas

¹ Para más información sobre la "larga cola" y su visualización gráfica, puede consultarse el blog que el autor dedica a este tema: <<http://www.longtail.com/>>.

² En cuanto a los retos actuales y al futuro de la biblioteca pública, se ha desarrollado un debate muy amplio dentro del marco de la literatura biblioteconómica italiana. Para más información sobre este debate, veáse la bibliografía final. En concreto, destacamos: Agnoli (2009), Cuento (2006), Galluzzi (2006 y 2009), Leombroni (2005), Petruciani (2006), Ridi (2006), Salarelli (2009), Traniello (2005) y Vivarelli (2007).

³ Se pueden ver más ejemplos y casos estudiados a Galluzzi (2009), donde están las fichas de análisis de doce bibliotecas construidas en Europa y Norteamérica en ciudades de medias o grandes durante la década 1998-2008.

⁴ Sobre el origen y los principios de fondos de los Idea Stores, véase la entrevista a Sergio Dogliani, Deputy Head of Idea Store, a YouTube (con traducción al catalán): <<http://www.youtube.com/watch?v=mZUiMqAvvkk>>.

⁵ Para más información, véase la página web del Whitechapel Idea Store: <http://www.ideastore.co.uk/en/articles/libraries_your_local_idea_store_library_idea_store_whitechapel>.

⁶ Véase el artículo original y el debate surgido en: <http://www.myfoxchicago.com/dpp/news/special_report/library-taxes-closed-20100628>.

Guardando log...