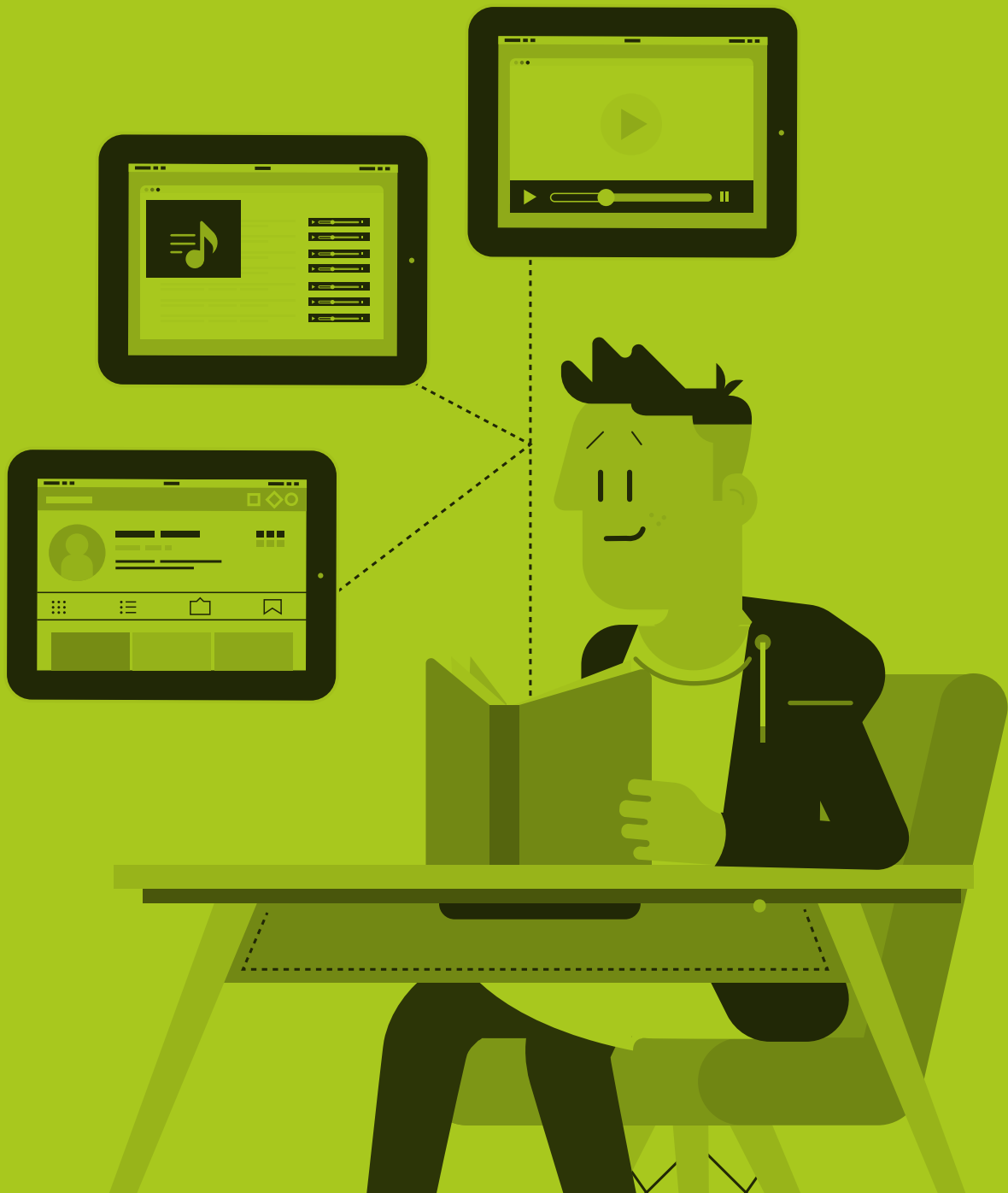


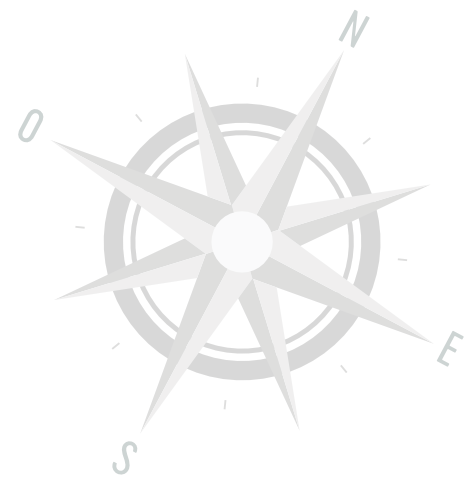
UX?

DOCUMENTO DE LA INICIATIVA TALLER LX DE LA FUNDACIÓN GERMÁN SÁNCHEZ RUIPÉREZ

**EXPERIENCIA DEL SERVICIO
BIBLIOTECARIO PARA
JÓVENES**

REFERENCIA AL PROCESO GENERAL





Este documento se inscribe en un bloque de trabajo que ha emprendido la FGSR y que en el caso de este proyecto específico ha contado con la colaboración del Ministerio de Cultura y Deporte.

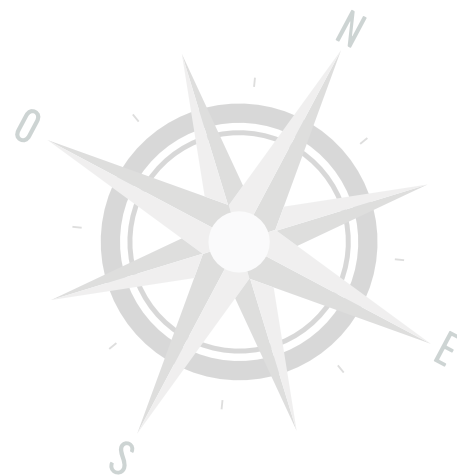
Por lo tanto, este documento es tributario del trabajo general que recogía una síntesis, a modo de introducción, de las lecciones que la FGSR ha ido aprendiendo a lo largo de los proyectos desarrollados en este campo y del trabajo conjunto en el Taller LX, una dinámica de cooperación entre el equipo de la Fundación y profesionales de reconocido prestigio en el campo de la industria digital, la sociología, la ingeniería, la arquitectura y la consultoría. Ese documento general se ha denominado: Pautas generales para trabajar con UX en el sector del libro.

En el documento global se afirmaba que el bibliotecario es el profesional que mejor entiende cuáles son las necesidades de los lectores, sin embargo, esto no quiere decir que su labor y su experiencia no sean cuestionados por la aparición de servicios digitales alternativos como los buscadores de internet o las grandes plataformas de venta a través del comercio electrónico. Pues bien, si esto parece válido con carácter general debe reconocerse como evidente en el caso de los ciudadanos más jóvenes.

El servicio público que ofrece una biblioteca implica la generación de una relación, que se puede beneficiar mucho de la capacidad de seducción de nuestras organizaciones del sistema del libro y la lectura. Es en este apartado de la seducción en el cual las herramientas para el diseño de experiencias son una ayuda interesante.

Las grandes plataformas han conseguido centrar su servicio en la perspectiva del usuario y han generado una metodología de trabajo que coloca a las emociones y las sensaciones de los clientes como prioridad, de manera que quien compra o usa sus productos está viviendo un proceso diseñado de forma milimétrica para que todo sea sencillo, fluido y atractivo. Aquí se trabaja la seducción para facilitar la transacción.

La estrategia que se proponía en las pautas generales consistía en aprovechar el conocimiento, metodologías y las herramientas de las empresas digitales -que han irrumpido



en el sistema del libro- para potenciar las destrezas tradicionales de la interacción con los lectores. O expresado de un modo más sintético: adaptar instrumentos de la industria digital al mundo del libro para potenciar sus capacidades tradicionales.

Esto implica que la transformación del enfoque del sector del libro se refiere a la necesidad de obsesionarse por los usuarios y de colocar cada necesidad de las personas que van a usar el servicio, por nimia que parezca, como centro absoluto de la actividad de la organización. En este sentido, el diseño de experiencias de usuario implicará, también, una transformación de la organización y de su forma de trabajar. Y esta es la razón por la que la FGSR decidió centrar buena parte de su labor en aprender lo que sienten y piensan aquellos que no usan las bibliotecas o quienes las usan de un modo muy parcial o han dejado de usarlas. La idea es comenzar por prescindir de las inercias a la hora de imaginar lo que quiere un usuario, dada la velocidad con la que cambian las prácticas culturales en el momento actual. Este principio es crucial cuando nos referimos a adolescentes o jóvenes en general.



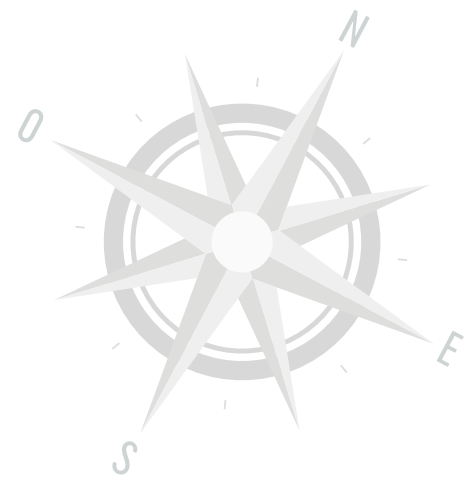
1.

FORMULACIÓN DEL DESAFÍO



Smartphone





Cada día, gran parte de los jóvenes en edad escolar repiten las mismas rutinas: despertador, colegio o instituto, casa, deporte, *deberes*, interacción con los amigos, internet, actividad de ocio, actualizar *whatsapp* (los que ya disponen de *smartphone*), cama. En este punto, muchos adolescentes confiesan que llegan tan rendidos que, aunque puedan tener interés en leer, no poseen la energía suficiente para disfrutar de ninguna historia, por muy buena que sea¹.

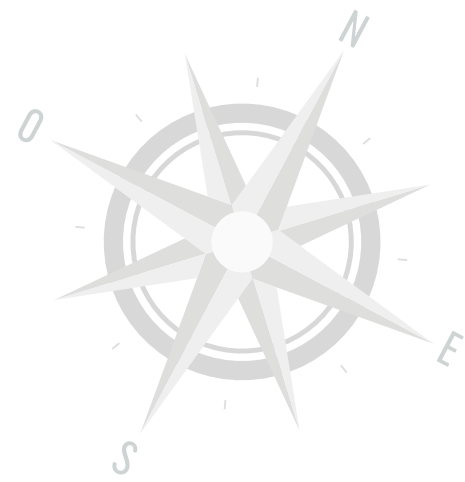
Sin embargo, a veces, es tan grande el poder que siguen ejerciendo las palabras que una novela, un cómic, un pequeño relato o una app *diferente se infiltra* en sus vidas y es capaz de *robar* horas de sueño y tiempo al resto de actividades.

Por mucho que sigamos culpando a las numerosas obligaciones extraescolares, al efecto negativo que en ocasiones produce la obligatoriedad de leer en el aula, a los escasos hábitos adquiridos en el entorno familiar... Por mucho que sigamos alarmándonos de los graves problemas de comprensión lectora que se atisban en nuestra sociedad, la realidad es que las buenas historias casi siempre superan adversidades y siguen atrapando lectores.

Echemos la vista atrás. Siempre han existido poderosos distractores, hace doscientos años y ahora. Pero incluso el escritor Marcel Proust reflexionaba acerca de la adicción que podía ejercer la literatura insertada en nuestra vida cotidiana en su texto *Sobre la lectura*.

Es hora de parar a pensar algunas de las claves que pueden hacer revertir la situación de cara al futuro. Los jóvenes lectores de hoy son los que llevarán las riendas de la sociedad en los próximos años, y solo modelando y compartiendo experiencias exitosas e ideas viables es posible dibujar nuevos resultados en los habituales barómetros y estudios que se publican anualmente.

En este sentido es importante recuperar algunos datos publicados por el CIS en los últimos cuatro años²:



- La lectura es el tercer ámbito cultural que más interesa (por detrás de la música y el cine)
- La mayoría de los encuestados cree que se lee menos de lo que se debería e incluso que se practica menos que hace unos años, (lo que evidencia que la mayor parte es consciente de la importancia que tiene este hábito, tanto como elemento de ocio como parte de la formación de nuestra personalidad).
- Los que se consideran lectores practican su afición a diario.
- Un alto índice aún no se ha acercado a un libro digital o a una propuesta en tableta, a pesar de que el atractivo es, se supone, muy superior a lo que se oferta en papel, aunque manifiesta interés por hacerlo próximamente.
- A pesar de que, a priori, los lectores confesos son menos que los que no sienten interés por la lectura, casi todos se atreven a profetizar una futura convivencia feliz entre libros en papel y electrónicos.
- Y llegamos a los datos fundamentales: ¿por qué leen los encuestados? La respuesta es obvia pero no por ello debemos repetirla una vez más: para disfrutar.

Si esta es la opinión general, ¿por qué a edades tan importantes a la hora de consolidar los hábitos, como es la adolescencia, nos empeñamos en obligar, en fomentar textos para el conocimiento, en analizar estructuras, resumir capítulos, recomendar adaptaciones...?

De la misma forma, estudiando las razones que han marcado su afición a la lectura, descubrimos que están fuertemente condicionadas por los profesores que tuvieron en el instituto, diferenciándose claramente los que fueron obligados a leer y los que disfrutaron de personas que les motivaron para acercarse a los libros.

Y decían que no leían...

En la sociedad actual siguen existiendo tópicos en torno a la actitud de los jóvenes frente a la lectura, basados en la observación simple de lo que se escucha en una acera o se ve en un autobús, sin profundizar en la realidad. Sin embargo esa misma observación rigurosa no se aplica a lo que también podemos ver en el día a día: un

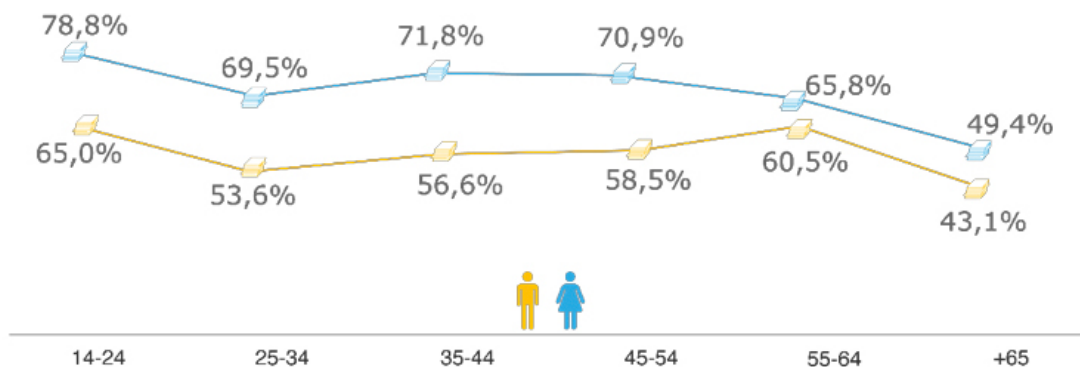


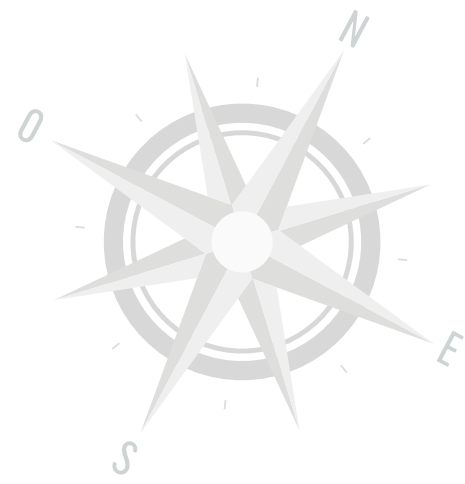
joven dependiente leyendo una novela entre cliente y cliente, [un adolescente lector ajeno a los avisos de embarque](#) de *Ryanair*, mientras todos los que le acompañan juegan con una Nintendo DS, consultan *stories* de Instagram, *cacharrean* con una tableta o ven la última temporada de *Juego de Tronos* o *13 reasons why* (el joven puede hacer todo eso y más); la chica *enganchada* a la saga de Victoria Aveyard de la que cada día devora un capítulo en el Cercanías, el fanático de Patrick Rothfuss o Brandon Sanderson que utiliza una foto junto a ellos como perfil de *whatsapp* tras conocerles en el Festival *Celsius*³, los jóvenes que se compraron todos los libros del último autor *super-ventas* tras ir al cine un sábado cualquiera, la pandilla que se intercambia cada número de las aventuras de *Spiderman*, *Batman* o *Los Vengadores* para luego opinar sobre las adaptaciones cinematográficas, la pareja que estudia en la biblioteca y alterna apuntes con la última novela o cómic que les han regalado...

Todos estos perfiles reales también están a nuestro alrededor y confirman que muchos jóvenes no leen sino que *devoran*. Si tenemos en cuenta el último barómetro sobre hábitos de lectura publicado en España por la Federación de Gremios de Editores, son los lectores de 14 a 24 años los que componen el grupo mayoritario que se acerca a la literatura al menos una vez al trimestre.

Lectores según edad y sexo

(al menos una vez al trimestre)





Por extensión, las redes sociales también están pobladas de adolescentes que escriben y leen. Pero solo cosas relacionadas con los temas que realmente les interesan. Tal vez este dato podría ayudar a replantear el diseño de los planes de lectura que se implantan en los centros escolares, lugares donde pasan la mayor parte de su tiempo, o las programaciones de las bibliotecas.

Cuanto más espacios de diálogo y reflexión puedan ofrecerse para esta franja de edad mayor será el número de chicos y chicas que se vean tentados a reunirse para compartir ideas sobre las historias a las que se acercan. ¿No lo seguimos haciendo, acaso, a la salida del cine o tras ver una película en casa?

Es cierto que, por ejemplo, hay pocos clubes de lectura juveniles en nuestro país (entendiendo el concepto como grupos de chicos y chicas de entre 12 y 20 años que se reúnen de forma presencial y virtual semanalmente para charlar sobre literatura, música y cine); y que los existentes —a pesar de estar presentes en todo tipo de redes— no tienen nunca la trascendencia suficiente como para aportar datos certeros, más allá de las casuísticas puntuales de cada grupo.

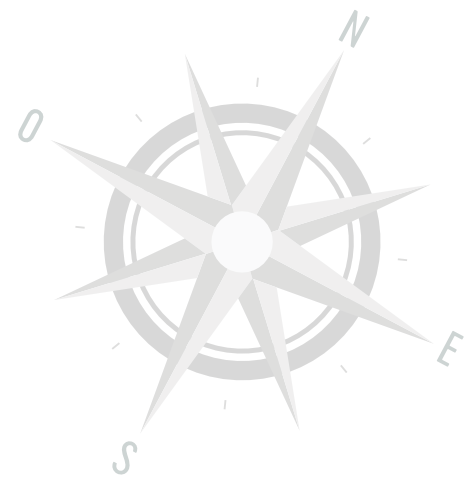
Como mediadores debemos incorporar todo tipo de medios a nuestro alcance y no ofrecer el libro como única vía. Cada joven es un lector exclusivo y diferente del que podemos potenciar todas sus virtudes usando varias herramientas de disfrute a la vez que lee. No busquemos convertir a un chico de dieciséis años en un lector muy crítico sino en un lector que disfruta y, a través del placer de la lectura, sabrá discernir entre unas cosas y otras.

Si procuramos obras de alta calidad, ellos nunca olvidarán al que les suministró esa propuesta diferente, la novela con la que se identificó en el momento en el que más lo necesitaba, el cuento que hablaba del tema que precisamente quería escuchar, el cómic que plasmaba la realidad que él percibía.

2.

UN PRIMER PASO ES COMPRENDER A LOS NO USUARIOS Y DEMANDA POTENCIAL





Pero ¿qué pasa por las cabezas de los jóvenes de hoy?

Este lector del siglo XXI ha crecido rodeado de soportes tecnológicos. Tiene un bagaje audiovisual muy superior al que tuvimos en otros tiempos. Como señalaba [Marcos Giralt Torrente](#), *han visto más de 800 películas antes de cumplir los 20 años [...] Por eso, tanto la novelización de películas como la escritura a golpe de secuencias ha contribuido a estructurar su modo de percibir una narración. Los cómics y los videojuegos también han moldeado su hábito de leer.*

Como pasó en el siglo XIX con el periódico, está interesado en nuevas formas de acercarse a los textos y sus aficiones han evolucionado: apenas usan reproductores de música (todo se centraliza en el *smartphone*, con las ventajas y desventajas que ello conlleva), [no empiezan sus jornadas bajo el sonido de un despertador](#) (¿para que si un mismo aparato puede hacer todo?), y por supuesto no echan de menos los relojes ni la televisión.

Ese lector de entre 13 y 25 años intenta marcar tendencia entre sus amigos y conocidos. Aparte de lector es otras cosas: *artista* de las redes sociales, *bloguero*, *escritor*, *fotógrafo artístico*... Porque casi todos tienen un *hueco* privado en la red (generalmente canales en youtube, perfiles en Instagram, Snapchat y otras redes específicas como 21 buttons o Goodreads, blogs monotemáticos construidos con Wordpress o Tumblr, no profesionales, que incluyen reseñas, portadas, autores, noticias que sacan de otros sitios...; o cuenta en otras redes más “tradicionales” como Twitter y Facebook, aunque se trata de dos herramientas más utilizadas por adultos.

Las editoriales ya han percibido algunas de estas características novedosas y han empezado a utilizar nuevas tácticas de promoción, convenciendo a muchos chavales para formar parte de la cadena del *tú a tú* que parece haber democratizado las recomendaciones lectoras, gracias a los hoy ya muy populares *booktubers*.

La narrativa que consumen está muy influenciada por lo audiovisual. En célebres ocasiones el atractivo no lo ha ejercido el tipo de personaje protagonista sino cómo se narraban sus aventuras. Si nos fijamos detenidamente, sagas tan exitosas en su momento como *Los Juegos del Hambre* están escritas con frases cortas en presente, como ocurre con los guiones de muchas series de televisión de consumo masivo.



Este influjo de lo audiovisual ha conseguido que muchos adolescentes hayan aprendido antes a interpretar sus códigos que los inherentes a la lectura en papel, dando la razón a Will Eisner cuando hablaba de que *las nuevas generaciones estarían compuestas de lectores visuales*.

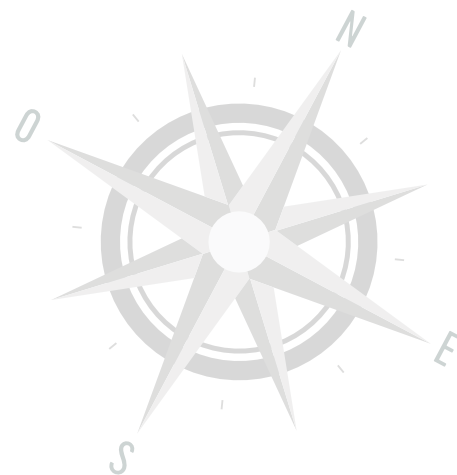
Como todo, se trata de un aspecto con *luces y sombras*. Hay un dominio del *plug & play* y del telemando pero a veces desconocimiento de la base para una lectura crítica. Hay un consumo desbocado de entretenimiento pero, en ocasiones, sin la disponibilidad de una brújula en la otra mano que les guíe.



3.

LA EXPERIENCIA DE USUARIO QUE OFRECE A LOS JÓVENES UNA BIBLIOTECA ACTUALMENTE



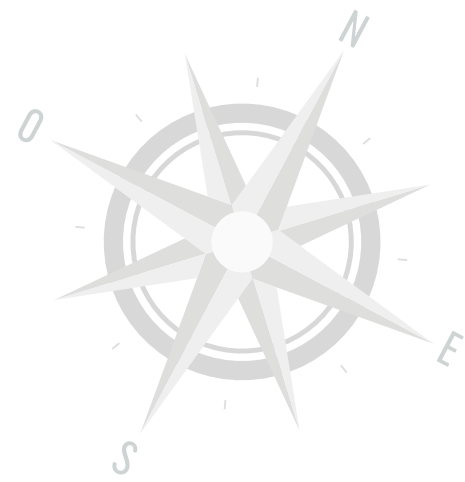


Analizando la tradición de los servicios bibliotecarios en España se detecta que la mayor parte de estos, están dirigidos al público adulto o al infantil, incluyendo secciones para niños o creando bibliotecas especializadas destinadas en exclusiva para estos, descuidando con bastante frecuencia al sector juvenil. No es de extrañar esta situación, si se tiene en cuenta que en el documento inicial que IFLA publicó sobre las *Pautas para bibliotecas públicas* ⁴se recomendaba lo siguiente:

“No ha sido costumbre ofrecer departamentos independientes para los jóvenes y probablemente no conviene que los haya. Más vale ayudarles en su tránsito a la edad adulta que insistir en su temporal separación. El hecho de que los jóvenes comprendidos entre los catorce y veinte años tiendan a alejarse de la utilización de las bibliotecas públicas no debe preocuparnos mucho: lo único importante es que los bibliotecarios no deberían apartarles mediante medidas de selección faltas de imaginación y una atmósfera triste y desagradable en el conjunto de la biblioteca.”

Felizmente esta situación ha cambiado en las últimas décadas y en una edición posterior ⁵de las citadas pautas (en 2001) la misma institución dedicó varias líneas a los jóvenes para anular lo mencionado en la versión anterior, abogando por prestar más atención a este público, que posee características, gustos y necesidades particulares, y realizando una serie de propuestas en cuanto a los procedimientos de actuación, servicios y el fondo que se les debe proporcionar. Ideas que dejaban una ventana abierta también a conceder un espacio exclusivo para ellos.

Pero, el salto y reconocimiento definitivo se da hace tan solo 10 años, cuando la IFLA edita las *Pautas de servicios bibliotecarios para jóvenes*⁶. A lo largo de veintitrés páginas *“proporciona a la comunidad internacional, un marco para el desarrollo de los servicios a adultos jóvenes en las bibliotecas. Provee a cualquier país de los elementos intelectuales para edificar este servicio a través de sus bibliotecarios. Las pautas contienen en forma apropiada, tanto los elementos filosóficos como las ideas prácticas que pueden mejorar la respuesta de la biblioteca a las necesidades de educación, información, cultura y empleo del tiempo libre de los adultos jóvenes”*.



Hoy día la apuesta que hace IFLA por la creación de secciones o bibliotecas específicas para jóvenes es tajante, y entiende que son imprescindibles para ayudar y garantizar una transición exitosa de la niñez a la etapa adulta, ofreciendo el acceso a una serie de recursos informativos, formativos y lúdicos, que se correspondan con sus necesidades concretas para su desarrollo intelectual, emocional y social.

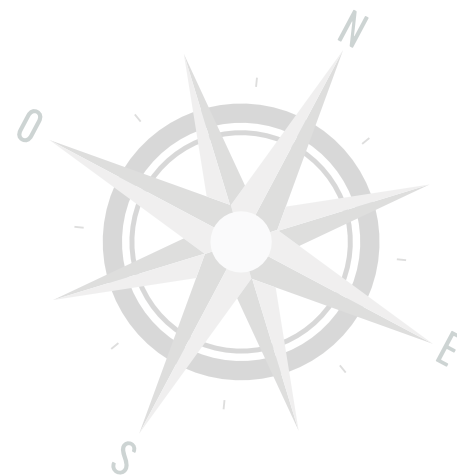
Los pioneros en crear una sección para jóvenes en España fueron la Fundación Germán Sánchez Ruipérez (en Salamanca), la Biblioteca Municipal de Cartagena (Murcia) y la Red de Bibliotecas Municipales de Barcelona. En la actualidad hay varios espacios que dedican una buena parte de su programación a esta franja de edad, entre los que destacan la Mediateca de Azkuna Zentroa, en Bilbao, el CUBIT, de la Fundación Bertelsmann, en Zaragoza y Casa del Lector (FGSR), en Madrid.



4.

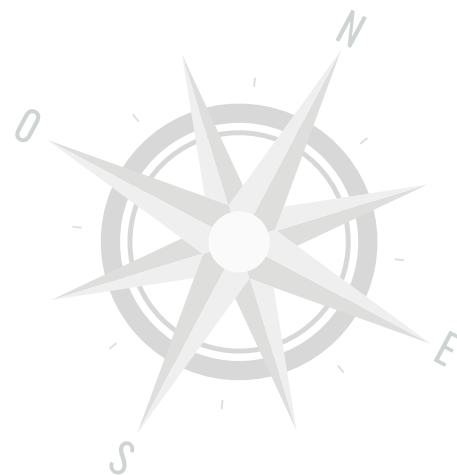
PRIMERAS PAUTAS PARA INNOVAR LA OFERTA





Sobre la base de la experiencia acumulada durante todos estos años de bibliotecas juveniles en activo, existen una serie de directrices básicas necesarias para desarrollar actividades específicas para este sector de edad:

- Tener en cuenta siempre sus necesidades educativas, informativas y culturales, y tener como objetivo prioritario la promoción de la alfabetización, el aprendizaje permanente y la lectura por placer.
- Facilitar la transición de la biblioteca o sección infantil a la adulta, centrándose en las necesidades de los jóvenes y ofreciendo un lugar adecuado a sus intereses.
- El personal bibliotecario debe tener unos conocimientos acreditados sobre el desarrollo del adolescente y los recursos apropiados para todos ellos, también para aquellos con necesidades especiales, además de tener acceso a una formación permanente que permita reciclar sus habilidades.
- La biblioteca debe incentivar su curiosidad y facilitar recursos que apoyen las necesidades educacionales de los jóvenes. También la adquisición de destrezas que permitan sacar el máximo partido a todos los recursos y al adecuado manejo de la información y de los equipos informáticos.
- Es fundamental alentar la implicación de los jóvenes ofreciendo la oportunidad de participar en el diseño e implementación de los programas y servicios concebidos para ellos.
- La sala juvenil debe ser un reflejo de su estilo de vida, un espacio en el que la decoración esté influenciada por sus gustos y opiniones, atractiva y exclusiva para su edad. Debe servir de punto de encuentro y comunicación, estar abierta al debate y a la actualidad, donde los usuarios se puedan expresar libremente.
- Ofrecer una variada gama de programas, actividades y servicios para promocionar la cultura, el libro y la lectura en todos los soportes.
- En este sentido, la biblioteca debe estar en permanente contacto con otros agentes culturales de la zona (Ongs, librerías, instituciones educativas, asociaciones juveniles, colegios profesionales, empresas informáticas, equipos de eSports...); para aunar esfuerzos y encontrar sinergias en la programación de actividades.

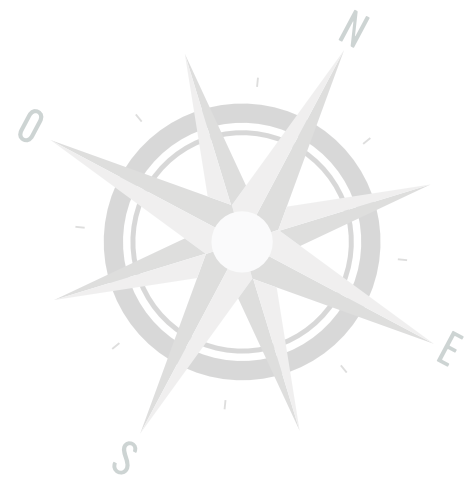


-
- No olvidar nunca la función social. Tener presente en todo momento las particularidades del público al van dirigidos, prestando especial atención a colectivos de inmigrantes, personas con discapacidad y jóvenes con riesgo de exclusión social.
 - La adolescencia es también, muchas veces, un tiempo de dudas. La sala juvenil debe proporcionar estrategias y herramientas para clarificar sus ideas y responder a sus posibles preguntas, en definitiva debe orientar (no solo en el campo de la lectura).
 - Implementar programas de alfabetización informacional, haciendo especial hincapié en el desarrollo de destrezas y habilidades para el aprendizaje permanente y el manejo de las TIC.
 - Innovar a la hora de diseñar actividades, pero también fijarse y aprender de otras instituciones con experiencias diferentes.
 - Albergar un fondo actualizado y variado en cuanto a temáticas, géneros e idiomas, en múltiples formatos y soportes lectores, acorde a los gustos, intereses y necesidades informativas, formativas, educativas y lúdicas concretas del público juvenil. Abogar por las plataformas de contenidos en *streaming*.
 - Diseñar permanentemente estrategias para dinamizar el fondo y el espacio transmitir la idea de que la biblioteca es un lugar vivo, que está en continuo movimiento-, y de este modo intentar rentabilizar al máximo sus recursos.
 - Elaborar selecciones, repertorios y guías en formato digital donde se incluyan materiales de lectura en todos los soportes.

5.

OBSERVACIONES PARA REDISEÑAR LA EXPERIENCIA: EL CASO DE LOS ADOLESCENTES





La digitalización del mundo es cada vez más rápida, los dispositivos han variado, pero también los usuarios, como ya hemos visto. Necesitamos estar actualizados para no quedar descolgados y desaparecer de la cadena de la lectura.

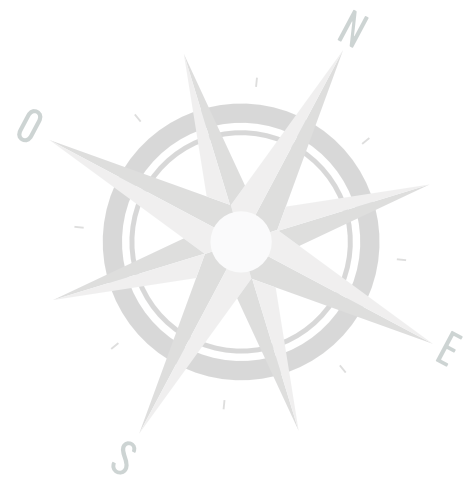
Internet ha permitido a cualquier persona no sólo consumir contenido, sino generarlo y publicarlo; lo que implica que ciertas competencias o conocimientos, que antes residían en unos pocos expertos, se han expandido en la sociedad y se duplican a velocidades vertiginosas.

Esta pluralización del saber en la sociedad está impactando enormemente en los sectores cultural y educativo, y, sin embargo, estos no han sufrido un verdadero cambio disruptivo. Nos comunicamos más y mejor a través de los medios sociales, pero los espacios, los servicios... siguen siendo los mismos en términos generales, en un contexto en el que la reinención resulta imprescindible para la supervivencia.

No es cuestión de tener presencia en una determinada red social, se trata de asumir que estamos ante una transformación completa, que es necesario redefinirse y, sobre todo, incrustar la tecnología digital en los procesos de trabajo en su conjunto.

Si aceptamos de forma general que Internet ha modificado notablemente la manera en que las personas buscan, encuentran o generan todo tipo de información y contenidos, es evidente que los mediadores y sus espacios de trabajo (bibliotecas, escuelas...) no pueden mantener su mismo papel en el siglo XXI.

Las apuestas por una regeneración de los roles de los profesionales y de los servicios que ofrecen, basados en la formación y en la alfabetización digital e informacional de los jóvenes, centrados en las necesidades y gustos de los mismos, y con nuevas relaciones de colaboración, son el futuro de estos perfiles y servicios. En este sentido los mediadores tienen la responsabilidad de ofrecer acceso a la diversidad de recursos disponibles, y capacitar a los jóvenes para la consulta eficaz de materiales de soportes diversos, con una especial atención al uso crítico de las TIC, además de formar a estos jóvenes en destrezas de búsqueda documental y tratamiento de la información, y contribuir al desarrollo de habilidades relacionadas con la creación de contenidos, la participación y el trabajo colaborativo.



Los bibliotecarios deben ofrecer servicios de calidad que se sumen a los *tradicionales*: conexión y acceso a Internet libre y gratuito, puestos para lectura y estudio, posibilidad de préstamo de materiales en distintos soportes a usuarios, profesores, mediadores, asociaciones, instituciones, ONG's...; servicios de información y referencia, espacio para realizar tareas en grupo (trabajos escolares, talleres, debates, etc...); actividades culturales y de promoción de la lectura: clubes de lectura, presentaciones, demos de apps y videojuegos, selecciones temáticas, encuentros con autores, centros de interés, orientación sociolaboral, talleres, exposiciones, teatro, narración oral, conciertos, magia, concursos de escritura, certámenes de cortometraje...; acciones formativas: cursos, talleres, charlas y debates sobre temas de interés, programas de alfabetización informacional (educación documental, formación de usuarios, alfabetización digital); programas de extensión bibliotecaria.

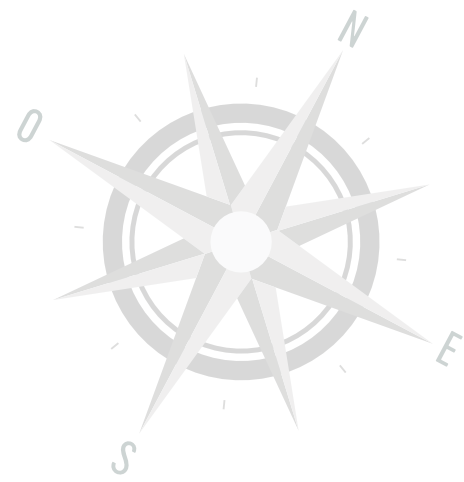
A este catálogo de actividades deberían sumarse otras líneas, como las que esbozaron los cuarenta líderes bibliotecarios iberoamericanos participantes en el programa INELI, que tuvo lugar en *Readmagine* (Semana de la Innovación Digital de la Lectura, los Libros y las Bibliotecas), edición 2015, celebrada en Casa del Lector:

- Propuestas de gamificación (*Escape Room* bibliotecario, dinámicas basadas en juegos de rol y de tablero, etc...)
- Actividades que se extiendan a diversos puntos de la ciudad (clubes de lectura en otros espacios, visitas a edificios emblemáticos...)
- Participación activa en el tejido social y cultural de la ciudad.
- Trabajar para cambiar la percepción errónea que tienen muchos adolescentes de la biblioteca.
- Novedades literarias al mismo ritmo que se producen en librerías.
- Presencia en soportes digitales.
- Aumento de la oferta de espacios para realizar actividades grupales frente a los préstamos.

6.

CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA FGSR





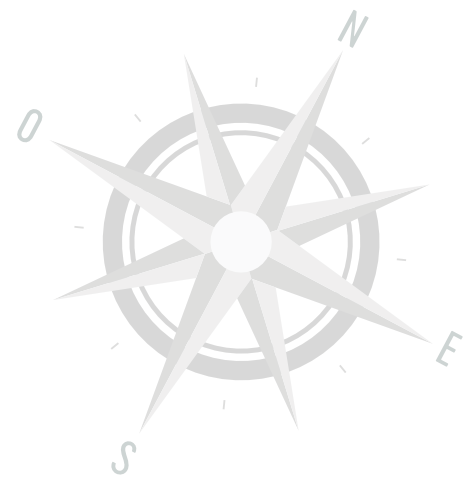
Durante 2018 se han llevado a cabo diversos trabajos de campo en distintas bibliotecas de tres comunidades autónomas (Andalucía, Castilla y León y Madrid) con el fin de poner a prueba las hipótesis que la FSGR había venido manejando. El trabajo se ha centrado en entrevistas, grupos focales y sesiones de creación con jóvenes y con equipos bibliotecarios. Se ha recurrido a ‘usuarios’ porque se trataba de estudiar las necesidades relativas a la experiencia.

En el caso de las opiniones de usuarios de este sector de edad el objetivo era analizar, estudiar y sugerir mejoras para incrementar el nivel de popularidad de las bibliotecas entre los jóvenes. De ellas destacamos:

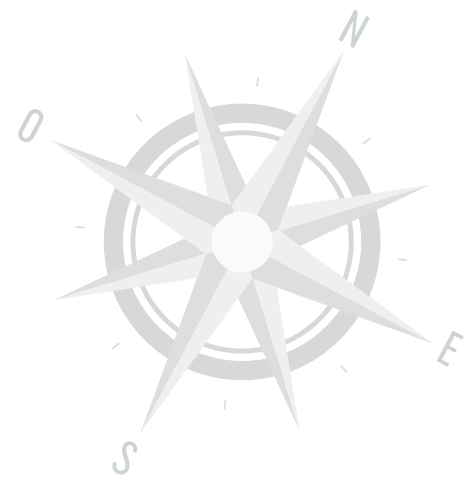
- Personalizar biblioteca y cambiar decoración cada cierto tiempo, elegida por ellos.
- Incrementar la presencia en redes como Instagram y utilizar el humor como hilo conductor para sus publicaciones, dejando claro que la biblioteca no es un sitio solo para leer.
- Creación de espacios polivalentes: para hablar alto, más íntimos para estudiar...
- Acceso independiente a otras salas (sala juvenil exclusiva)
- No publicitar actividades con carteles ya que no se fijan en ellos (mejor a través de redes sociales)
- Ampliar los horarios de apertura los fines de semana.

Como contrapunto también es fundamental conocer la opinión de los bibliotecarios especializados en el trabajo con jóvenes que desarrollan su labor en distintos espacios culturales de la geografía (algunas de sus propuestas son coincidentes con las demandas de estos usuarios):

- Establecer un espacio exclusivo para el colectivo juvenil.
- Implementar modas que causan furor entre los adolescentes, como *Escape Rooms*, adaptando los contenidos y dinámicas.



-
- Creación de salas de trabajo donde no sea necesario estar en silencio.
 - Transformar mediateca: plataformas digitales (el gran reto)
 - Actividades al aire libre en los periodos de buen tiempo, creación de escaparates sugerentes (al estilo de los que diseñan en algunas librerías)
 - Proyecciones, festivales, videojuegos y horarios rompedores (noche)
 - Conectar con agentes externos cercanos como la Casa de la Juventud para colaborar en todo tipo de iniciativas.
 - Conciertos para promover grupos locales de músicos jóvenes.
 - Talleres de ilustración para dar a conocer jóvenes artistas del pueblo o ciudad.
 - Asesoramiento en conexiones entre videoconsolas para jugar en grupo.
 - Mayor apuesta por el formato cómic (celebración del día del cómic gratis, talleres específicos...)
 - Conversión, en la medida de lo posible, de todos los espacios en polivalentes, para adaptar la sala a cada propuesta que quiera formularse.
 - Utilizar redes sociales como Instagram para publicitar actividades y eliminar los carteles.
 - Apertura durante los fines de semana.
 - Apostar por la lectura en móvil, impulsar este soporte frente al ebook, de escaso calado en este sector de edad (intercambio de propuestas y citas literarias por whatsapp, memes...)
 - Empoderar a jóvenes como profesores de talleres exprés para otros adolescentes (biblioteca humana juvenil) y contar con ellos en el diseño de actividades.
 - Talleres “diferentes” (sobre temas como los tatuajes, la educación para la salud desde otro punto de vista -consecuencias de no dormir, del botellón-; mercadillo eco y consumo saludable...)



- Crear grupos de trabajo sobre lecturas oficiales en el instituto (para ayudar a los que pueden empezar a abandonar la lectura por culpa de una mala propuesta)
- Servicio asesoramiento especializado de cómic.
- Narración oral para jóvenes.
- “Quedadas” temáticas (manga, estrenos de Star Wars, cómic de superhéroes...)

Aprovechando la sociabilidad que permite la red (los usuarios pueden tener su perfil, reseñar, comentar, votar, etc), es sencillo implementar mecánicas participativas para fomentar una mayor implicación, dado que aún no se puede decir que haya niveles altos de involucración de los usuarios en este tipo de espacios (quizá, precisamente, porque esa falta de dinamismo que se ha esbozado y que provoca que apenas cuente lo que hacen, votan o comentan.

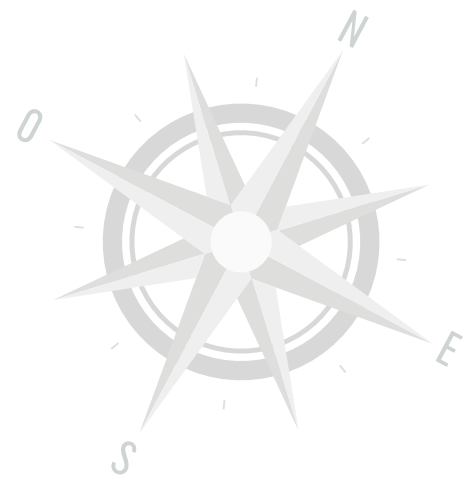
Por ello se estima que la co-creación de contenidos por parte de los usuarios debe ser un aspecto clave para conseguir revertir la situación y lograr una mayor fidelización de los jóvenes. En esta línea está asociada la propuesta final para este modelo.

Interacción bibliotecarios – biblioteca - usuarios de este sector de edad

Progresivamente se ha ido confirmando que muchas de nuestras bibliotecas, aunque hay honrosas excepciones, no tienen una oferta adaptada a las necesidades actuales de los jóvenes, ni este colectivo parece encajar en el modelo actual.

Los jóvenes son demasiado grandes para acceder a los espacios “infantiles” y demasiado pequeños para la zona de adultos. Las programaciones incluyen todo tipo de propuestas pero pocas opciones para los chicos y chicas de entre 14 y 18.

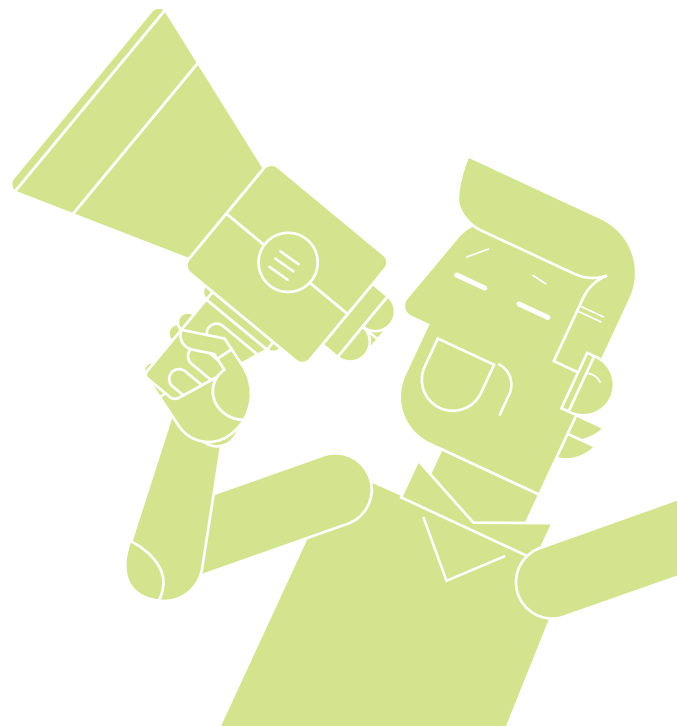
Las diferentes propuestas de “sala juvenil”, o de modelos experimentales centrados en esta población, llevadas a cabo en diferentes partes del país han sido exitosas, pero limitadas a la población de un puñado de ciudades. Sin duda alguna, la extensión de este tipo de iniciativas favorecería entornos en los que los chicos y chicas se sintiesen identificados y en los que pudiesen encontrar propuestas concebidas exclusivamente para ese marco de edad.



Insistimos en que los tiempos cambiaron en todos los campos de la lectura. Los lectores actuales difícilmente encontrarán el placer que en generaciones anteriores se hallaba en descubrir los secretos que esconde la biblioteca pública de la ciudad. Necesitan, en general, de nuevas estructuras y servicios, nuevas arquitecturas (aunque esto ya depende de muchos factores), y ambientes acordes a los tiempos actuales.

Por tanto, los bibliotecarios necesitan reciclarse e introducirse en determinadas herramientas que nos ofrece internet, principalmente aquellos terrenos en donde ellos socializan con sus semejantes, no haciéndose pasar por *colegas recomendadores*, sino al ritmo que marcan las lecturas de los socios que van viendo crecer por las diferentes salas y adaptándose a cada tipo de lector.

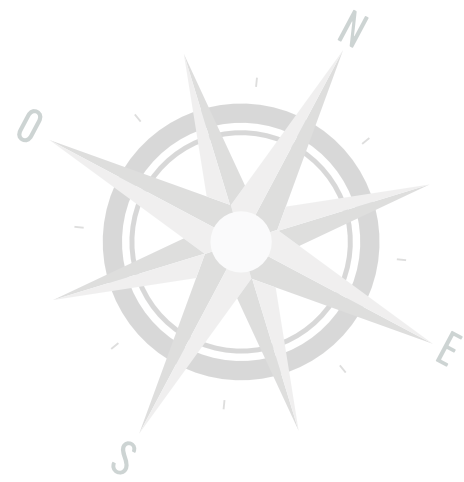
Año tras año la mayor parte de los jóvenes eligen cualquier otro medio antes que el bibliotecario para descubrir y disfrutar todo tipo de lecturas, *en muchos de los casos por desconocimiento de las posibilidades que este ofrece*, ya que asocian su significado al de mero dispensario de libros y salas con wifi para estudiar. Estamos siempre a tiempo de cambiar la situación si creemos en ello.



7.

EL CASO DE LOS SERVICIOS DIGITALES





Redes sociales y blogs, servicio de atención “Pregunta en tu biblioteca”, acceso a internet en sala, catálogo colectivo de materiales disponibles, bases de datos, patrimonio bibliográfico digitalizado, club de lectura virtual, préstamo de dispositivos, acceso y préstamo de ebooks, gestiones y trámites, exposiciones y actividades culturales y educativas, prensa y revistas digitales y, en algunos casos, apps...

Tal vez es hora de apostar por nuevos modelos cooperativos, no solo entre biblioteca y usuarios, como la propuesta que se realiza al final, sino también entre los profesionales de diferentes países que hayan testado determinadas propuestas con éxito. En este sentido conviene recordar y recuperar programas como *Sister Libraries*, un proyecto de IFLA concebido para que las bibliotecas orientadas a este sector de edad se asocien, intercambien puntos de vista y experiencias, colaboren, desarrollen programas, concursos para el fomento de la lectura en niños y jóvenes.

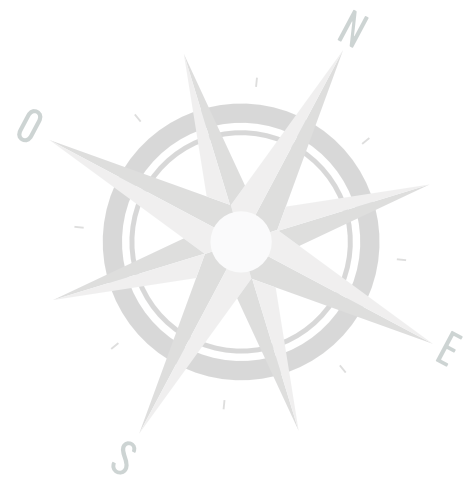
En el mismo estuvieron inmersas noventa bibliotecas, diez de las cuales eran españolas y muchas otras de países hispanohablantes (por lo que el idioma nunca puede ser un impedimento). Esta propuesta permitió incluso conocer la realidad africana e intercambiar ideas con bibliotecarios de larga trayectoria en el trabajo con adolescentes.

¿Qué fórmulas debe conocer el bibliotecario para descifrar la nueva geometría del lector juvenil?

Los jóvenes se socializan hoy en un entorno *tecnocultural* que ha cambiado la geometría del hogar poblando este de múltiples periféricos, primero asociados a la televisión, luego al ordenador, ahora las tabletas y al *smartphone*...

Internet es el hilo sin cables que une (y desune), independientemente del *status* económico (unos lo harán desde casa y otros desde espacios públicos, como la biblioteca). Gracias al wifi no solo se conectan sino que se “encuentran” y “quedan” en red, lejos de la presencia de los adultos.

Como habitantes de esta *aldea global*, si no estás en este escenario no existes. La inmensa red es, en mayor o menor medida, una pieza fundamental en su vida cotidiana transformando incluso la forma de adquirir conocimientos, de relacionarse o redactar textos. Pertenecen a una generación interactiva y *multitarea*. Si observamos detenida-

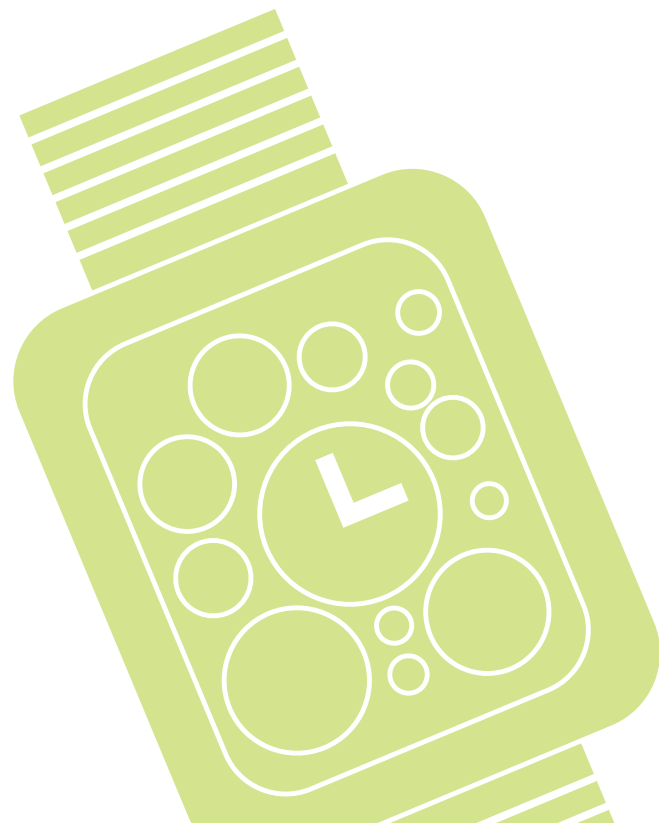


mente podemos comprender que hacen cosas que parecen formar parte de su tiempo de ocio pero que, en realidad, constituyen un capítulo más en su formación.

Según el [estudio del INJUVE *Adolescentes digitales*](#), *ahora aprenden a buscar, obtener y comunicar, a la vez que convierten la información en conocimiento.*

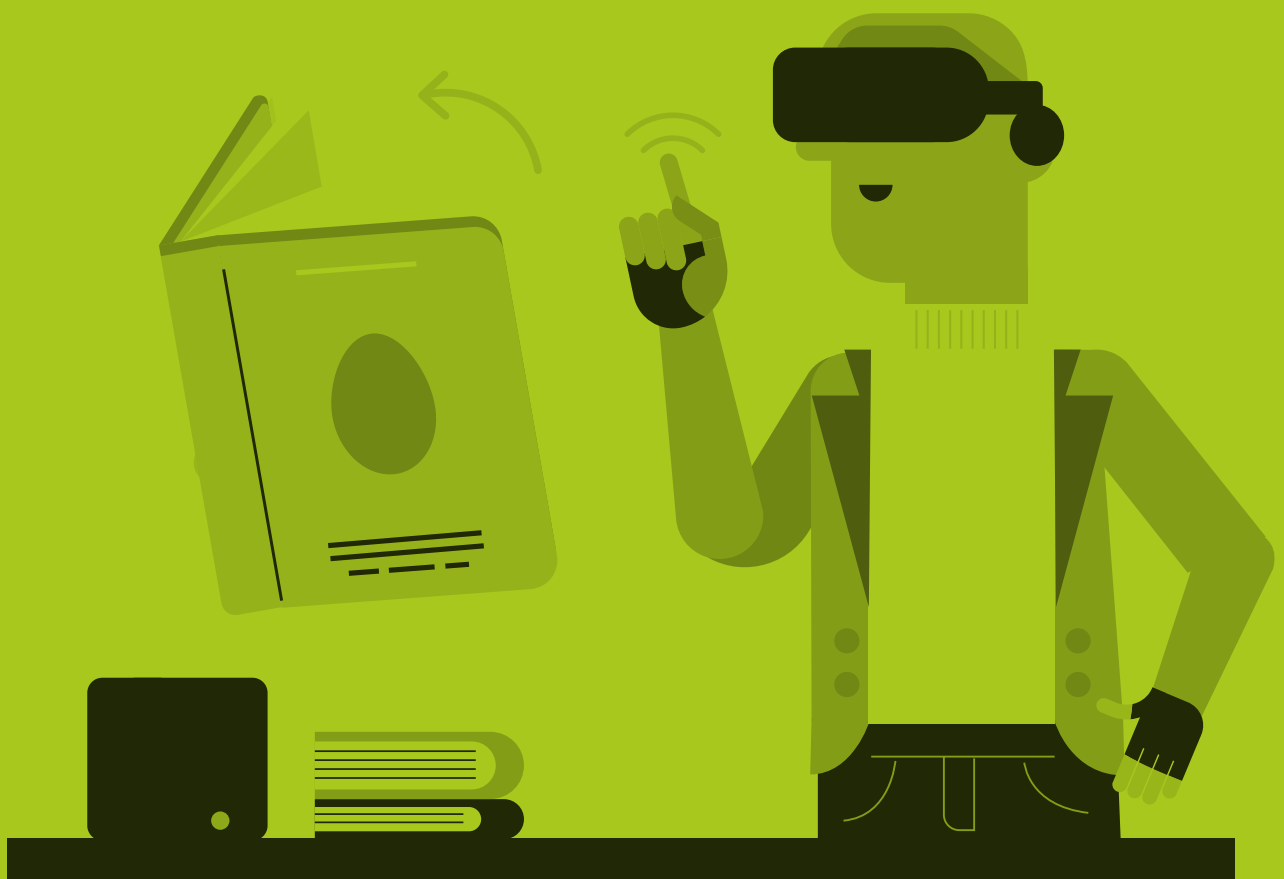
Tienen el mundo entero en la pantalla de un *smartphone* y generan contenidos con mayor calidad y celeridad que en los tiempos en que muchos participaban en fanzines. Esto también incide en el desarrollo de la memoria (¿para que recordar nada si lo tengo todo en Google?)

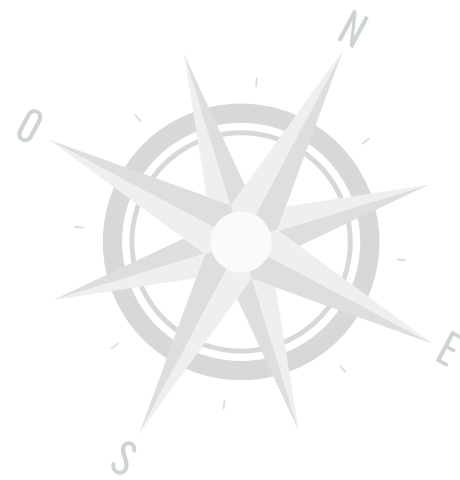
Se ha habla mil y una veces del término *nativos digitales*. Sin duda los adolescentes de hoy lo son y ello influye en su forma de relacionarse, de pensar, expresarse, escribir... A los bibliotecarios les toca el papel de ser mediadores entre el *antiguo* mundo y el actual, por lo que deben recorrer el sendero, sino antes que ellos, por lo menos al mismo tiempo y a la misma velocidad.



8.

**INTEGRAR LA
INVESTIGACIÓN
EXHAUSTIVA DE LA
DEMANDA EN EL DISEÑO
DE LA EXPERIENCIA**





En *Cultura y compromiso*, la antropóloga Margaret Mead compartía algunas reflexiones realmente interesantes, por ejemplo, que *los jóvenes son el termómetro de los cambios sociales al empaparse de todo lo nuevo de cada época*. Como bien apuntaba, hasta hace muy poco tiempo los adultos podíamos decir: *¿sabes una cosa? Yo he sido joven y tú nunca has sido viejo*. Pero los jóvenes de hoy pueden responder: *Tú nunca has sido joven en el mundo en el que soy joven yo, y jamás podrás serlo*.

Sin duda todos los profesionales comprometidos con la lectura que desempeñan su labor con el colectivo adolescente se plantean preguntas similares: *¿cómo podemos acercarnos al joven lector con garantías de éxito?*

En primer lugar, es conveniente recordar las reflexiones que se hacían en el documento general sobre las pautas de UX para el sector del libro:

Debemos tener en cuenta que los usuarios interactúan frente al diseño de una oferta:

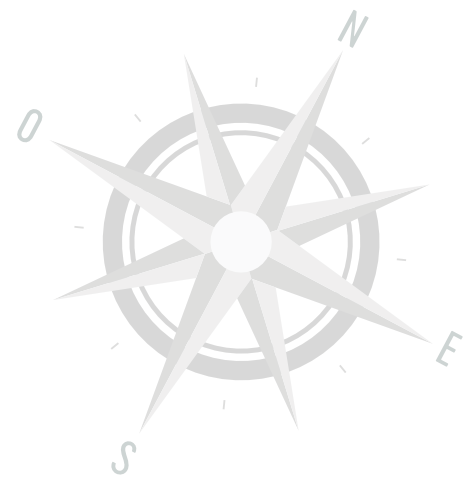
Cada acción provoca una reacción personal e individualizada. Una misma propuesta / experiencia puede resultar buena para una persona y a la vez ser insatisfactoria para otra.

Las personas son naturalmente egocéntricas. Cada individuo ve las cosas desde una perspectiva propia conectada con sus referencias de la realidad y del mundo. Esta perspectiva de los usuarios puede ser más o menos parecida a la de los profesionales que crean productos y servicios para ellos.

Antes de desarrollar un servicio, deben definirse los objetivos y valores de la oferta. En este momento se debe afrontar un conjunto de acciones y de productos.

Hay una serie de pautas imprescindibles que se pueden aplicar en nuestro día a día:

- a) **Saber dotar a nuestros jóvenes de espacios para la opinión y la escritura** regidos y frecuentados únicamente por otras personas de su misma edad.
- a) **Adecuar los servicios que ofrecemos a sus intereses.** *Competir* con la infinita oferta de ocio disponible a su alrededor implica desarrollar al máximo nuestra imaginación para reinventar actividades y dinámicas.



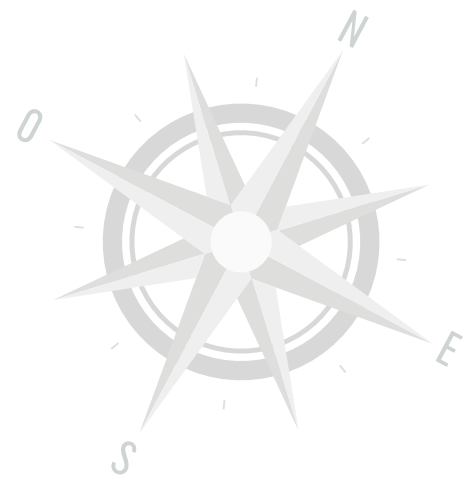
-
- a) **Reciclarnos continuamente.** A un joven *no le engañas*. No puedes hablar de algo que no conoces realmente ni participar en los espacios en los que se mueven sin saber los *resortes* que activan su funcionamiento.
 - a) **Colaborar y cooperar con el resto de agentes implicados.** Todos los mediadores que rodeamos al joven debemos unir fuerzas e ideas para *construir* al lector.
 - a) **Estar motivados.** Ser una referencia desmotivada no aporta nada. Los chicos desmascaran de prisa a aquellos que velan a tiempo parcial por sus intereses lectores.
 - a) **Tener siempre libros, aplicaciones, webs de referencia.** Disponer de un “catálogo personal” de propuestas testadas a lo largo de los años para conquistar todo tipo de gustos es una garantía de éxito, por tanto seamos nosotros los primeros adictos a todo tipo de productos culturales para descubrir cosas nuevas cada curso.
 - a) **No perder nunca el optimismo ni ignorar las “confesiones” de los lectores juveniles.** Debemos tener en cuenta que pasajes de libros que a nosotros nos pueden parecer tópicos o *cursis* pueden representar emociones que ellos están viviendo por primera vez, por lo que es importante respetar todos los géneros o subgéneros por los que sientan atracción (aunque a nosotros no nos gusten). A cada lector hay que darle lo que busca, estemos de acuerdo o no con su elección.
 - a) **Un nexo en la nube.** Es interesante que todas las actividades que programemos tengan una continuidad en la red. Ayuda a reforzar la imagen de grupo y permite que cada participante se sienta parte activa del proyecto.
 - a) **Más allá.** Expandir las historias fuera de su hábitat (la película, el libro...) con la promoción de actividades que aúnen varios caminos. En definitiva utilizar el texto como nexo de unión y conocimiento con otro tipo de eventos a los que por sí solos nunca acudirían ni por los que sentirían interés.
 - a) **El *community management* llevado a la lectura.** Muy necesario es conocer todas las redes sociales en las que los jóvenes se mueven, así como todas aquellas herramientas diseñadas especialmente para los lectores, de tal forma que aprovechemos todos los recursos que ofrece cada una para nuestro objetivo final.

Todo ello partiendo de una premisa fundamental: si disponemos de buenas historias como base todo será más sencillo.

9.

PAUTAS PARA EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA





Así pues, ¿qué parámetros deben seguir los bibliotecarios a la hora de diseñar los espacios físicos y virtuales en los que se produce esa interacción? ¿Cuáles son los componentes imprescindibles? ¿Qué tipo de mensajes deben existir para llamar su atención?

Para avanzar en esta fase, se dispone de algunas herramientas para entender mejor a los usuarios que pueden producir los siguientes resultados:

Perfiles de usuario: No deja de ser una simplificación, a través de una representación de diferentes tipos de usuarios, de la enorme complejidad que supone comprender a cada persona. Ayuda a crear descripciones fiables y manejables de los segmentos de audiencia clave.

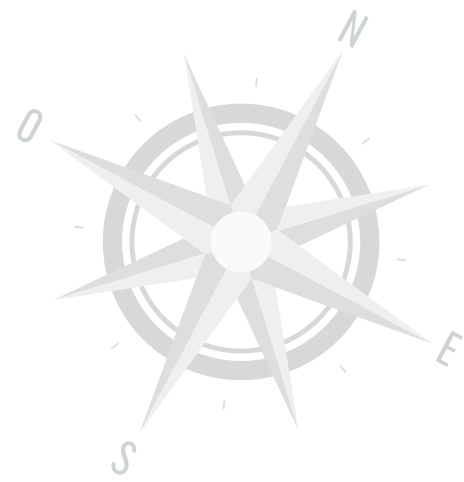
Mapas de experiencia: Los mapas de experiencia lo ayudan a diseñar la UX y determinar cualquier fricción antes de diseñar el prototipo del servicio. Es una representación visual que muestra el flujo del usuario desde que entra en contacto con un servicio hasta el resto de su camino en la interacción con nuestra oferta.

En el momento actual es evidente que el descubrimiento y consumo de contenidos ya no es una actividad meramente analógica, sino que es un proceso compartido con la tecnología. A los lectores del siglo XXI hay que ofrecerles una experiencia *online*, complementaria a su experiencia en papel, con el fin de estimular todas sus capacidades sensoriales e intelectuales.

Los mediadores deben incorporar en sus espacios físicos y servicios todo tipo de tecnologías de tercera generación que ofrecen un impresionante abanico de oportunidades para enriquecer la experiencia de visita a sus servicios.

Al mismo tiempo se debe garantizar la accesibilidad a todo tipo de contenidos en la nube. Dado el carácter de acceso público de las bibliotecas, deben ser lugares en el que este servicio, independientemente de que sea más o menos utilizado, quede a su disposición (bases de datos, informaciones específicas sobre diversos temas...).

Como complemento a la supresión de barreras arquitectónicas en los espacios físicos, la versión digital de la biblioteca debe basarse, igualmente, en una filosofía de diseño que tenga como objetivo conseguir que los entornos, productos, servicios y sistemas



puedan ser utilizados por el mayor número posible de personas; un modelo basado en la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad (desde versiones en lectura fácil hasta gadgets específicos para favorecer la navegación de personas con discapacidad).

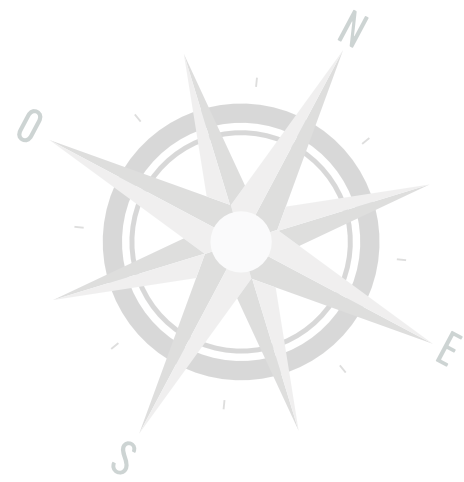
El uso de smartphones, tabletas, consolas... sigue creciendo a ritmo vertiginoso. Se trata de dispositivos que han incrementado tanto sus ventas en los últimos años (de hecho, España es el país de Europa con mayor penetración de teléfonos inteligentes), que la navegación por Internet a través de ellos es más habitual que desde los PCs.

Este es el motivo por el que la web móvil, que se refiere al acceso a la web en situación de movilidad, y el diseño web adaptable, una técnica de diseño y desarrollo a través de la cual se adapta el *site* al entorno del usuario, se han vuelto tan populares. De poco sirve proporcionar información de calidad a los lectores, si no les ofrecemos una buena experiencia de acceso a la misma.

Por otra parte, es conveniente insertar aquí una mirada al ciclo de vida de la experiencia de servicio:

Las fases del ciclo de vida de la experiencia de servicio:

1. Inconsciente: es la fase previa a que el ciudadano tenga conocimiento sobre el servicio bibliotecario o el consumidor conozca una oferta editorial.
2. Consciente: el momento en el cual el potencial usuario accede a alguna información sobre el servicio.
3. Interesado: el potencial usuario o cliente está interesado en el servicio, y está evaluando la posibilidad de aceptarlo, comprarlo o inscribirse.
4. Inscripción o compra: en este momento la persona se registra, compra o comunica a la biblioteca su voluntad de inscribirse en una actividad.
5. Incorporación: el nuevo usuario o cliente recibe el servicio por primera vez y aún no lo ha utilizado.

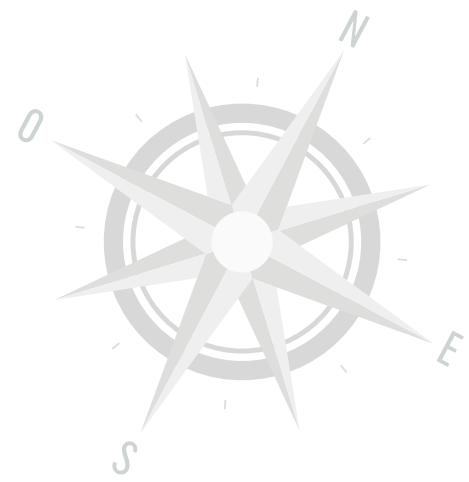


6. Uso incipiente: el usuario está configurando, está aprendiendo el 'funcionamiento' y usando el servicio por primera vez.
7. Uso experimentado: la persona es usuaria habitual y experimentada del servicio. Esto implica que su experiencia satisface completamente o, al menos, lo que necesita en relación con el servicio.
8. Adaptación: en esta fase se produce un cambio, se accede a una nueva función o se modifica o actualiza algún elemento que impacta sobre la experiencia y se debe saber cómo está afectando al usuario.
9. Incidente: en esta fase el servicio sufre fallos y es necesario conocer cómo afecta al usuario cualquier interrupción o problema y cuál es su experiencia en relación con este incidente.
10. Reconsideración: el usuario está 'replanteándose' su relación con la organización reconsidera su relación por la cual utiliza un servicio y piensa en abandonar esa relación.
11. Abandono: quien era usuario abandona el servicio.

Los bibliotecarios deben tener en cuenta las características de estos dispositivos a la hora de crear los contenidos y de hacer llegar información y servicios a sus usuarios allá donde se encuentren: pantallas pequeñas, interfaces táctiles y situación de permanente movilidad.

El mediador debe incrustar en la fase adecuada todo un conjunto de herramientas que son especialmente útiles para los usuarios jóvenes, tal y como se ha puesto de manifiesto en sesiones de co-creación que ha llevado a cabo la FGSR:

- Perfil en redes sociales (*Instagram, Snapchat, We heart it, Tumblr*)
- Apps específicas que faciliten el acceso a los servicios.
- Whatsapp para actividades grupales específicas.



- Google Hang outs para encuentros con autores y profesionales vinculados a determinadas actividades.
- Catálogos *diferentes*, vinculados a una organización también distinta a la ortográfica/CDU, por ejemplo más basada en el aspecto visual (Ej. *Comicteca Murcia*)
- Prescripción literaria vía *booktubers*, *bookstagrammers* y *goodreaders*.
- Club virtual a través de herramientas como Tumblr (existen antecedentes testados con éxito)
- Préstamo de dispositivos electrónicos

Los temores de los agentes tradicionales de la cadena de valor del libro en relación con la revolución digital están motivando el que se estén dando pasos lentos en la implementación de estas y otras muchas iniciativas que ya son habituales en otras partes del mundo.

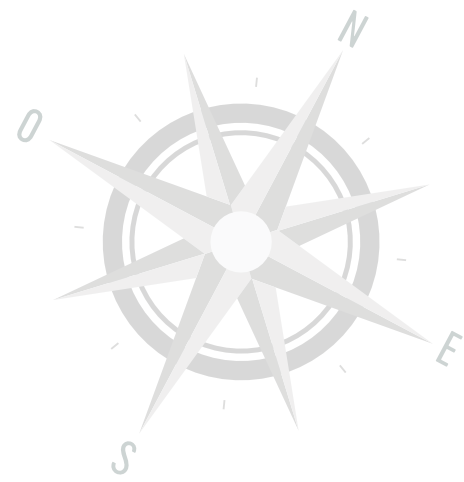
También está provocado que sean otros (los fabricantes de dispositivos, los agentes globales) los que ganen terreno en el desarrollo de esta oferta.



10.

PROPUESTA CONCRETA DE NUEVAS DINÁMICAS





Como hemos visto, el denominado joven *lector transmedia*⁷ está acostumbrado a practicar un proceso en el que las partes de una narración se difuminan en diferentes canales, provocando un entretenimiento que se basa en el uso de varios medios.

Para ello, y ante la habitual falta de ingresos que caracteriza esta etapa de nuestras vidas, los jóvenes necesitan imperiosamente la disponibilidad de una red *wifi* adecuada que permita la navegación libre.

Internet provoca una brecha entre dos conceptos muy diferentes de lectura:

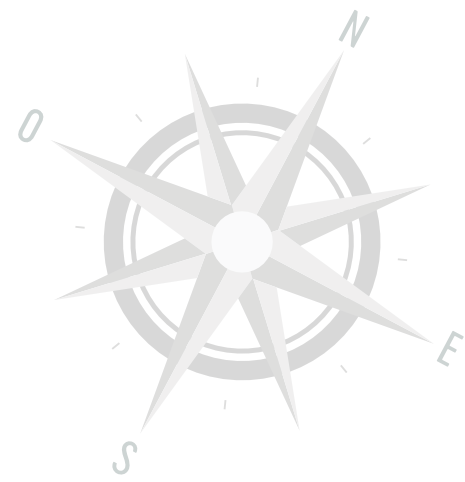
- La lectura digital, que no se detiene en el discurso escrito e invita a comentar, compartir, extraer frases para distribuir por otras redes sociales, etc...
- La lectura en papel, que aparte de todos los beneficios que conocemos incita a prestar, regalar, comentar con los amigos, subrayar con lápiz, anotar en *post it*...

Internet condiciona sus vidas y por tanto sus lecturas y la forma de acercarse a ellas. Durante los últimos años ha crecido exponencialmente el número de adolescentes que diseñan, crean y mantienen espacios en la red.

Se propone el diseño de un espacio virtual, en colaboración con los propios implicados (los adolescentes), que tenga un doble objetivo: informar de todas las actividades que se realizan en la biblioteca, dando un nuevo sesgo a las propuestas y revolucionando el concepto, y convertirse en un canal de recomendación de tú a tú, en el que los profesionales también tengan cabida asesorando a los participantes.

En este sentido existen numerosos antecedentes exitosos en todo el mundo, algunas de sus conclusiones y líneas de trabajo pueden extrapolarse a este proyecto:

- Laboratorios de capacitación. Una experiencia llevada a cabo en lugares como la Biblioteca de Santiago de Chile
- *ShowTeens* y *Essential Living: Holistic Teens*, en la biblioteca de Singapur (actividades basadas en el estilo de vida de los jóvenes)
- *Read and Reap*. Iniciativa creada en 2008 en la que se recomiendan lecturas y se llama a la imaginación y al pensamiento. En la web se suben partes de obras



literarias, las cuales van acompañadas de una reseña, y una pregunta que se lanza a partir del tema que se ha tratado en dicho libro. Todos aquellos que quieran, pueden opinar o dar una respuesta a la pregunta que se lanza a través de la misma página Web, o incluso en paneles que hay en las bibliotecas públicas y escuelas. Las reseñas las realizan los bibliotecarios de la NLB además de usuarios a los que se les invita a subir aquellos pasajes de los libros que más les han gustado.

- *Booktrailers* en las Bibliotecas de Barcelona.

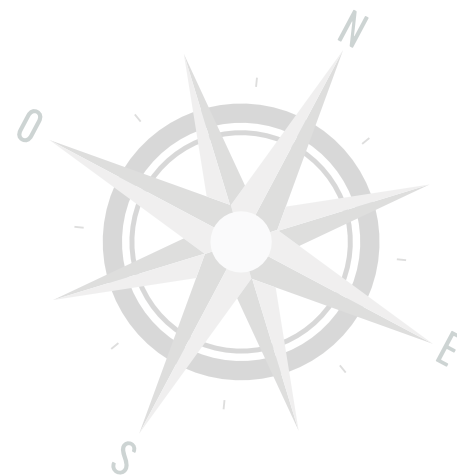
Tupperbook para inquietos. Ideas para revolucionar el concepto de lectura compartida

La innovación, a la hora de ofertar buenas historias para posibles lectores, es fundamental si queremos conseguir el éxito de asistencia y la fidelización de un público que cuenta, más que nunca, con miles de posibilidades de ocio fuera de la biblioteca, la librería y los espacios culturales.

El canal de ideas colectivo tiene como objetivo atraer todo el interés y cimentar con ciertas garantías un programa continuado de actividades y acciones dirigidas a los jóvenes, a la vez que se emiten propuestas literarias que puedan llamar su atención.

Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Captación de colaboradores. Con especial atención a usuarios habituales de clubes de lectura, usuarios “carismáticos” que hayan colaborado con anterioridad o que provoquen el “efecto llamada”, chicos y chicas activos en redes como Youtube, Instagram, Wattpad o Goodreads, aficionados al diseño, creadores de contenido (blogueros, usuarios de Tumblr, We heart it o Wordpress)
2. Taller de edición de vídeo online (para aprender a personalizar las grabaciones y obtener el mayor rendimiento a las propuestas)
3. Taller de comunicación no verbal.
4. *Casting* de youtubers aficionados. Visualización de canales consolidados de *booktubers*.



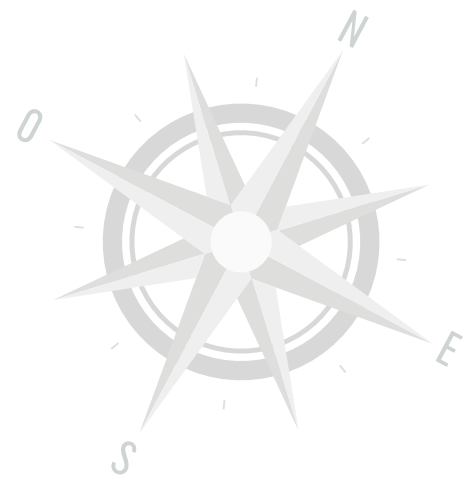
5. Primeras grabaciones. Presentación de las últimas historias, en cualquier formato, que más les han gustado a través de pequeños clips de formato *booktuber*.
6. Pautas para hacer recomendaciones literarias en colaboración con los bibliotecarios (Ejemplo: *Qué libros pueden gustar a mis amigos, en qué fuentes puedo informarme sobre novedades, qué materiales fundamentales necesito para grabar mi recomendación, cómo plantear la presentación, algunos trucos y modus operandi habitual de booktubers consagrados, “este libro llegó a mis manos... [cómo] y lo leí porque...”; “de todos los libros que he leído, selecciono este porque...”; “Es un libro que trata de...”; “El momento clave del relato se da cuando...”; “De la lectura de este libro, me quedo sobre todo con... [¿un personaje, una situación, un hecho... significativos para mí?]*
7. Pautas para *viralizar* las recomendaciones. Contacto con agentes aliados en la comunidad para reforzar la comunicación.

Una vez establecido el canal, desde el mismo se iniciarían una serie de dinámicas, siempre protagonizadas por los propios jóvenes, destinadas a popularizar determinadas actividades que estimen interesantes para otros adolescentes o redimensionando propuestas existentes y que hasta ahora no tenían calado entre los chicos y chicas de ese sector de edad.

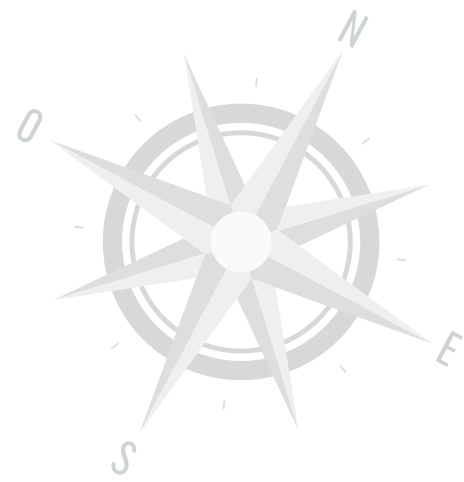
Al mismo tiempo, este medio debe servir para revitalizar la imagen que se tiene de la biblioteca, mostrando su dinamismo y su especial apuesta por convertirse, ante todo, en un espacio de encuentro y comunicación.

En este sentido, se indican algunas iniciativas que pueden desarrollarse:

- Creación conjunta de una conversación en *whatsapp* (entre personajes y en clave humorística) que resuma los contenidos de un libro/una saga/una colección que nos marcó en nuestra infancia o adolescencia, o que se esté leyendo en el marco de un club de lectura. Propuestas para *mapear* los libros que sirven como hilo conductor de esa actividad.
- Elaboración de una pequeña guía literaria sobre un tema, interactiva y en formato virtual, a partir de los contenidos que elijan, ofreciendo la posibilidad de compartir sus contenidos por la red que deseen.



-
- Expansión de una historia a diferentes formatos. Se ofrecen diversas redes y opciones para que una historia no se quede en el texto. Desde *Instagram* o *Twitter* hasta un cuaderno de viaje a través de *Issuu*, pasando por plataformas como *Goodreads*.
 - Crear expectación y repercusión sobre los proyectos. Igualmente, sobre las lecturas que se quieran proponer. Del *booktrailer* al blog sin *spoilers*.
 - Perfil en *Instagram* y dinamización de una actividad o lectura específica a través de un *hashtag* identificativo. Tutoriales en *Youtube* con los siguientes contenidos:
 - » Nuevas formas de acercar la literatura a partir de ideas que aprovechan los recursos de *Instagram* para conocer buenas historias editadas para jóvenes.
 - » Descubrimiento de los perfiles de *bookstagrammers* más interesantes y de las comunidades en torno a la lectura más activas y atractivas.
 - » La fotografía como estímulo para descubrir el poder de la ilustración. Las mejores propuestas editadas en formato cómic y álbum ilustrado.
 - » Certámenes que aúnan la afición por la lectura con el interés por la fotografía.
 - Perfil en *Wattpad* como complemento a la gestión de un club de lectura, el desarrollo de un concurso de escritura o un taller de creación literaria. Tutoriales en *Youtube* con los siguientes contenidos:
 - » Introducción al uso de esta popular app entre adolescentes lectores y trucos para manejar sus contenidos disfrutando al máximo.
 - » Aprender a votar positivamente las mejores historias, descubrir las propuestas más atractivas y adaptadas a nuestros gustos, optar a los premios “Watty”, buscar los mejores textos fandom de sus personajes literarios preferidos (desde *Harry Potter* hasta la actualidad).
 - » Instalar correctamente la aplicación en el móvil o tableta...
 - Perfil en *Goodreads* para la creación de un grupo de discusión sobre un tema literario/personaje/género...
 - » Trucos y secretos para sacar todo el partido a un perfil en el “club de lectura más grande del mundo”



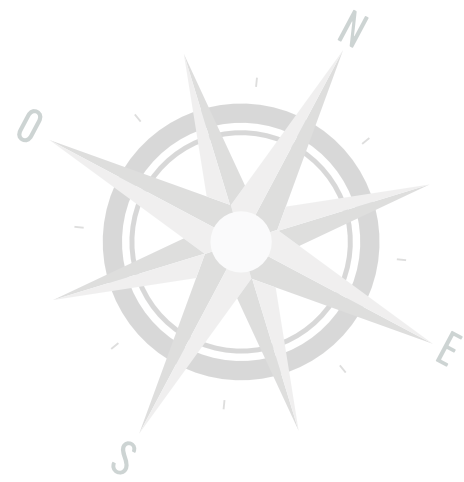
- » Creación de grupos de discusión y publicación de reseñas. Cómo dar los primeros pasos.
- » Optimización de todos los recursos que ofrece esta herramienta, una de las más utilizadas por *booktubers* y lectores adolescentes con cierto bagaje.

En todos los casos puede tratarse de perfiles privados y de carácter restringido a los miembros de la comunidad que se identifiquen o que tengan el carnet de la biblioteca.

- Propuestas grupales de continuidad de una historia. *La narrativa enriquecida constituye un paso muy atractivo en la producción de contenidos digitales que sirvan como prolongación a los textos en papel. Pueden ser blogs sobre determinados personajes, selecciones musicales inspiradas en la historia (por ejemplo, a través de Spotify) o mencionadas en un texto, acceso a documentales sobre hechos referenciados (por ejemplo, a través de Rtve.es)*
- Encuentros presenciales, a nivel nacional o internacional de los *booktubers* que participen en el canal de la biblioteca con otros.
- Retos, juegos y *book tags* entre *booktubers*, en directo.
- Retransmisiones en *streaming* de determinadas actividades o actos que se celebren en la biblioteca (siempre narrados desde el punto de vista de los protagonistas y gestores: los adolescentes)
- Encuentros con escritores e ilustradores en formato virtual o entrevistas con autores que residan en la ciudad (grabaciones que luego se editan y emiten)

El canal, sus protagonistas y todas las herramientas complementarias que se proponen serían presentados en la biblioteca en el marco de un acto que estaría jalonado por otras propuestas. Un festival literario, retransmitido en *streaming*, que serviría como puesta de largo de esta herramienta, y en la que estarían invitados, además de los protagonistas, escritores y otros artistas de especial interés para ellos.

De esta forma se aprovecharía la asistencia masiva que provocaría la presencia de esos autores de gran interés para dar a conocer la nueva línea de trabajo y la renovación de objetivos acometida en la biblioteca.



Se sugiere contar en este acto con:

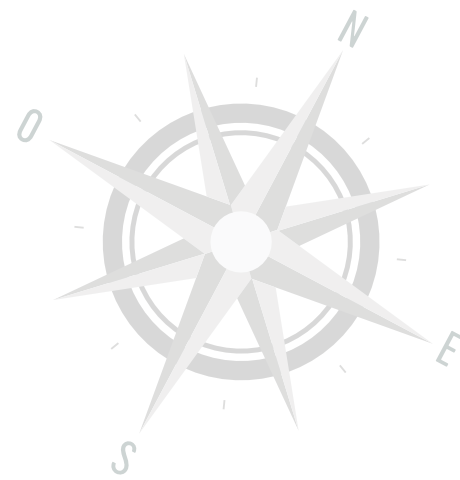
- Escritoras de gran popularidad entre el público juvenil que aúnen el fenómeno fan con la calidad literaria.
- *Booktubers* con gran número de seguidores, que podrían ejercer como “padrinos” de la propuesta e incluso realizar algún cameo en el canal.
- Jugadores de eSports que gocen de gran popularidad gracias a su actividad en Twitch.
- Solistas o grupos musicales, que tengan alguna relación con la literatura, por ejemplo, los autores de cualquiera de las propuestas que componen las exitosas colecciones de “nueva poesía” que triunfaron entre la población juvenil en 2018.
- Comunidades de bookstagrammers que puedan ayudar a difundir el proyecto y que, a su vez, ayuden a nutrir las creaciones publicadas a través del mismo.

El canal se revisaría cada año para implementar mejoras o eliminar vías de trabajo con pocos resultados o escaso impacto, siempre con la ayuda de los jóvenes implicados y teniendo en cuenta sus observaciones y sugerencias.



NOTAS





1. Encuesta realizada en el marco del programa *Institutos Lectores*, de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez entre casi 5.000 alumnos de diversos centros educativos de Madrid y Castilla y León.
2. CIS: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-_Archivos/Marginales/3040_3059/3047/es3047mar.pdf
3. El Festival Celsius se celebra en Avilés (Asturias) cada verano y se ha convertido en uno de los principales puntos de reunión de jóvenes lectores, especialmente aquellos aficionados a la fantasía y la ciencia-ficción. Todos los años acuden importantes autores de ámbito nacional e internacional a presentar sus últimas novedades literarias.
4. IFLA. *Pautas para bibliotecas públicas*. Madrid: Dirección General del Libro y Bibliotecas, 1988 (1ª edición 1986)
5. *Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas*. Madrid: Secretaría General Técnica, Subdirección General de Información y Publicaciones, 2002
6. IFLA. *Pautas de servicios bibliotecarios para jóvenes*. La Haya: Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas, 2008
7. Término acuñado por el escritor Fernando Marías tras la publicación de la obra "El silencio se mueve" (SM)



