

## **LIBRO Y BIBLIOTECAS (2ª fase de consultas)**

En la primera fase de consultas se subrayaba que la mesa sectorial estaba conformada sobre todo por agentes del sector de las bibliotecas, aunque los temas tratados no fueron solo de este ámbito.

En esta segunda fase de la consulta se identifican 62 agentes, se contacta a 56 de ellos y son 30 los que responden telemáticamente a la consulta que les enviamos por email. El porcentaje de respuesta es del 54%. Se ha tratado de compensar la falta de diversidad de la primera fase. En esta segunda fase contamos con asociaciones gremiales de librerías, ferias, editores, editoriales, librerías de distintas provincias, proyectos educativos, consultores, booktubers y escritores.

### **¿Qué conoces de tus públicos, reales y potenciales? ¿De qué herramientas dispones para ello? ¿Te resultan útiles y eficaces?**

Varios de los agentes consultados manifiestan que en el sector del libro se accede fácilmente a datos sobre los lectores en papel, y más difícilmente a datos sobre los lectores en pantallas. Resulta ineludible darle respuesta a esta problemática. Al consultar estadísticas como las reflejadas por la última Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018 – 2019 del Ministerio de Cultura y Deporte todavía más.

Los datos arrojados por el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros, los aportados por el CIS y por GFK, y los compartidos por algunos servicios de lectura digitales como 24Symbols, Nubico, Storytel, el Retrato Robot del Lector Digital en España -elaborado con Dosdoce-, son algunos de los estudios e informes mencionados por los agentes. Aunque se incide en la necesidad de incluir algunos datos de consumo de contenidos en internet a estos también.

Como en todos los sectores se señala que se conocen mucho más los públicos reales que los potenciales. Las herramientas más mencionadas para conocer a los públicos son las redes sociales y el contacto directo con los lectores a través de eventos. Se remarca la percepción de que hay mucho trabajo de públicos por hacer.

Los agentes contactados mencionan varias herramientas, tanto cuantitativas como cualitativas, que usan en combinación para llegar a sus públicos. Son las siguientes: colaboración con otros profesionales y agentes culturales, acudir a las ferias, informes de las librerías que distribuyen sus publicaciones, encuestas, conteos en actividades realizadas, Google Analytics, información obtenida de los mediadores, Google Search Console y Adobe, clubes de lectura, ventas, plataforma “Zonalibros”, reseñas en diversas plataformas como blogs, opiniones en Goodreads, Amazon, etc. Canal Lector, focus groups, Facebook Audience Insights, Google Trends, estadísticas de estrategias de emailmarketing, Dilve, ISBN, retailers, CRMs... Específicamente en las ferias las herramientas utilizadas son Sentisis, Luca, Kantar Media y encuestas a pie de recinto.

Son herramientas que se perciben como útiles. Los agentes más pequeños señalan que creen que hay un mundo en torno al Big Data, que no está a su alcance por costes y desconocimiento pero que sería útil explorar. Y se traslada en la mayoría de las respuestas la importancia de los diálogos en torno a la lectura, que cumplen una función cultural y social imprescindible para el establecimiento de los vínculos fuertes que forjan la comunidad y ayudan a construir la conciencia crítica.

También se argumenta la importancia del rol de mediación de instituciones públicas o privadas para que algunas publicaciones más independientes entren en contacto con el público.

La información a la que se llega con estas herramientas es variada e importante, pero no suficiente según los agentes: procedencia, género, edad, intereses, rendimiento de cada libro en distintas zonas o librerías, comportamiento en las webs, feedback del producto...

Se puntualiza que las redes sociales son una herramienta útil para recoger el interés del público hacia un tipo de publicación u otra pero que eso no siempre deriva en compra o participación.

Según los escritores, estos datos arrojados por las redes les resultan útiles para entender desde dónde lee la gente, con qué prejuicio o con qué interés, por lo que opinan que a un nivel psicológico y sociológico es algo muy eficaz. También se dice que son datos que tratan de analizar desde la ayuda y no desde la presión a la hora de escribir.

Solo uno de los agentes informa que tiene desarrolladas estrategias de fidelización en comunicación con su público.

Los agentes enfocados al público infantil señalan que es difícil llegar a él y sus opiniones si no es a partir de figuras mediadoras como padres, profesores, educadores, etc.

## ¿Qué dos medidas o propuestas concretas para la creación, formación y desarrollo de públicos dentro en tu sector incluirías en el futuro Libro Blanco?

Muchas de las medidas sugeridas fueron mencionadas previamente en la primera fase del Libro Blanco.

- Apostar por la **creación** usando como soporte las **redes sociales** y no como mero escaparate para publicitar o compartir un trabajo externo.
- Fomentar la creación desde el **riesgo, desde lo que interroga o reta a una sociedad**, frente a la homogenización de los estilos literarios. No trabajar desde las instituciones públicas solo con el horizonte de las industrias culturales.
- Educación:
  - **Fomentar el aprendizaje de la escritura desde lo que los alumnos/as sienten**, a fin de estimular que se sientan partícipes de la creación literaria y de la lectura. Y que se lean los unos a las otras para así darle a sus emociones y vivencias importancia dentro de las aulas.
  - Desarrollo de un **plan nacional de Bibliotecas Escolares**.
  - Crear una **asignatura de cultura** para educación primaria enfocada a experimentar cómo la cultura ayuda en la expresión de uno mismo y en su identidad.
  - Incluir **lecturas más actuales** en los centros educativos.
  - **Formación literaria y artística** de calidad.

- Implantación de programas de **formación de mediadores entre la lectura y el lector infantil** y juvenil dirigidos a familias.
- Desarrollar **espacios de encuentro** entre editoriales, comisarios especializados, bibliotecas e instituciones. También entre creadores y público.
- Creación de **espacios virtuales** de comunicación, intercambio e información para los agentes del sector.
- Crear una **plataforma digital para mapear la actual producción** de publicaciones independientes y fomentar su difusión a nivel nacional.
- Bibliotecas:
  - Establecer mecanismos de **participación** en los procesos de gestión y toma de decisiones en las **Bibliotecas Públicas**.
  - **Modernización de las infraestructuras de las bibliotecas públicas** de cara a facilitar su flexibilidad e impulsar los nuevos usos: espacios de colaboración, encuentro, participación y creación.
  - Elaboración de un **estudio de satisfacción de usuarios de bibliotecas a nivel nacional**.
  - **Ampliación de los horarios de todas las bibliotecas** municipales del país.
  - **Apoyo económico** a las **bibliotecas públicas escolares y universitarias**.
- Campañas diversas de **sensibilización y promoción de la lectura** con el objetivo de “poner de moda” leer.
  - Creación de **narrativas positivas sobre las bibliotecas** y las librerías para que sean percibidas por la ciudadanía como espacios importantes, necesarios y seductores: producción de una **serie de televisión para plataformas digitales sobre el mundo del libro**.
- Establecer acuerdos con las principales **plataformas digitales** para tener acceso a los datos y entender mejor el perfil de los lectores en pantallas.
- Proponer, reforzar y plantear **iniciativas que complementen a la (necesaria y) más convencional Feria del Libro**, para dar voz a agentes culturales distintos que pongan en contacto públicos latentes con agentes culturales sin los medios necesarios para la adecuada difusión de sus publicaciones.
- Defender o fundar **medios de comunicación con vocación local** que, con medios públicos, ayuden a dinamizar actos y productos culturales.
- Innovar en **estrategias de engagement digital** que puedan ser medidas y afinadas para cada tipo de lector.
- Promover servicios de formación de **ciudadanía digital crítica** (formación en transparencia, participación, competencia digital y alfabetizaciones vinculadas a la vida diaria como la financiera, salud y sostenibilidad).

- Creación de una **convocatoria nacional de jóvenes escritores**, que permita elaborar una base de datos efectiva de todas las personas de entre 15 y 20 años que escriben y tienen vocación como escritores en potencia y como lectores en el presente, para que encuentren en la industria y las instituciones del libro apoyo y motivación.
- Promover el **Bono Cultural**.
- **Planes de Lectura transversales, desarrollados y apoyados** por todos los sectores del mundo del libro que impliquen a las organizaciones e instituciones públicas. Uno específico para niños y otro para jóvenes, este segundo más enfocado a la tecnología.
- Elaboración de un **estudio de no públicos del libro a nivel nacional**.
- Creación de una **institución del libro para el niño**. Institución similar al Children's Books Ireland (<https://childrensbooksireland.ie/>), centrada en el desarrollo de públicos para el sector del libro infantil y el apoyo a los escritores e ilustradores; que extienda su actividad a centros escolares y eventos de todo tipo donde haya público infantil. (Se sugiere estudiar si tendría cabida en la actual institución Amigos del Libro Infantil y Juvenil, ampliando sus objetivos y su alcance.)
- Fomentar los **Clubs de lectura** con la presencia de los autores.
- Creación de **canales de comunicación** más directos y eficaces con el público joven y, especialmente, con el público adolescente.
- **Ayudas en formación y viajes a los autores** para encuentros, talleres o cursos sobre su obra en los lugares que lo soliciten.
  - Ayudas específicas para los autores de libro infantil.
- Mayor fomento de plataformas de suscripción de carácter público como **EBiblio**.

#### **Listado de participantes que quieren aparecer mencionados\*:**

Manuel Garrido Sevillano\_ Piratas de Alejandría  
Roy Galán\_ Escritor  
Silvia Bianchi\_ Comisaria independiente. Co-fundadora de Libros Mutantes, Libros Amigos y Bookids.  
Juanjo Arranz Martín\_ Bibliotecas de Barcelona  
Juan García Calvo\_ Ayuntamiento de Logroño  
Pepe Verdes\_ Librotea EL PAÍS  
Marta Sanz Pastor\_ escritora autónoma  
Javier Celaya\_ Dosdoce.com  
Alfonso Zuriaga del Castillo\_ Altamarea Ediciones  
David Sánchez\_ Quantified Reading  
José-Antonio Gómez-Hernández\_ Universidad de Murcia  
Jorge Carrión Gálvez\_ BSM-UPF  
Pablo Bonet Ayllón\_ Gremio de Librerías de Madrid  
Manuel Gil Espín\_ Feria del Libro de Madrid  
Irene Blanco\_ ireneblan.com  
Isabel Blanco Pardo\_ Rede de Bibliotecas Municipais da Coruña  
Begoña Oro Pradera\_ Escritora  
Manuel Guedán Vidal\_ Lengua de Trapo

Lorenzo Soto Helguera\_ Fundación Germán Sánchez Ruipérez - Canal Lector  
Nando López\_Autor  
Vicente Velasco Montoya\_ Librería La Montaña Mágica  
Gemma Lluch Crespo\_ Universitat de València  
Daniel Benchimol\_ Proyecto451  
Elisa Yuste Tuero\_ Consultoría en Cultura y Lectura  
Antonio Ma. Avila\_ Federación de Gremios de Editores de España  
Patricia Escuredo Ruiz-Tagle\_ PocketBook  
Raquel Martínez Uña\_ Wonder Ponder  
Imma Turbau Fuertes\_ Container Contenidos, SL  
Javier Ruescas Sánchez\_ Booktuber y escritor  
María Manuela Lara Lara\_ Santillana Global

*\* Se dio a los participantes en la consulta la oportunidad de decidir si querían que su nombre figurara en el listado de consultados que saldría publicado. No todos respondieron afirmativamente.*