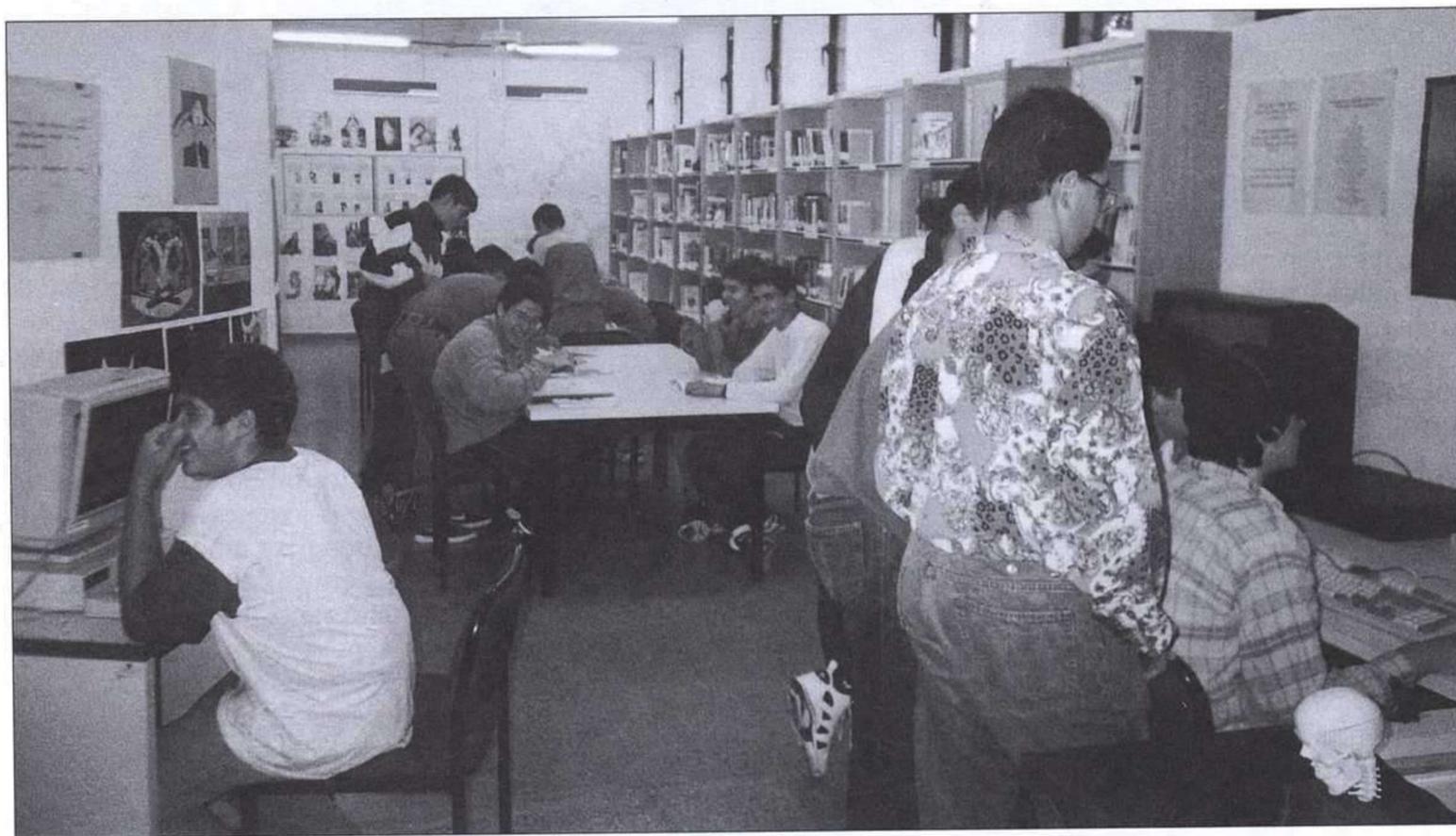


Atraer a los adultos jóvenes a la biblioteca

por **Alejandro Delgado Gómez***



Los responsables de la Biblioteca Rafael Rubio de Cartagena utilizan estrategias publicitarias y de marketing a la hora de planificar programas de extensión cultural dirigidos a adultos

jóvenes, es decir, a potenciales usuarios de 14 a 20 años, un sector olvidado por las bibliotecas públicas. Ir a los centros de secundaria a presentar la biblioteca y sus servicios a los futuros

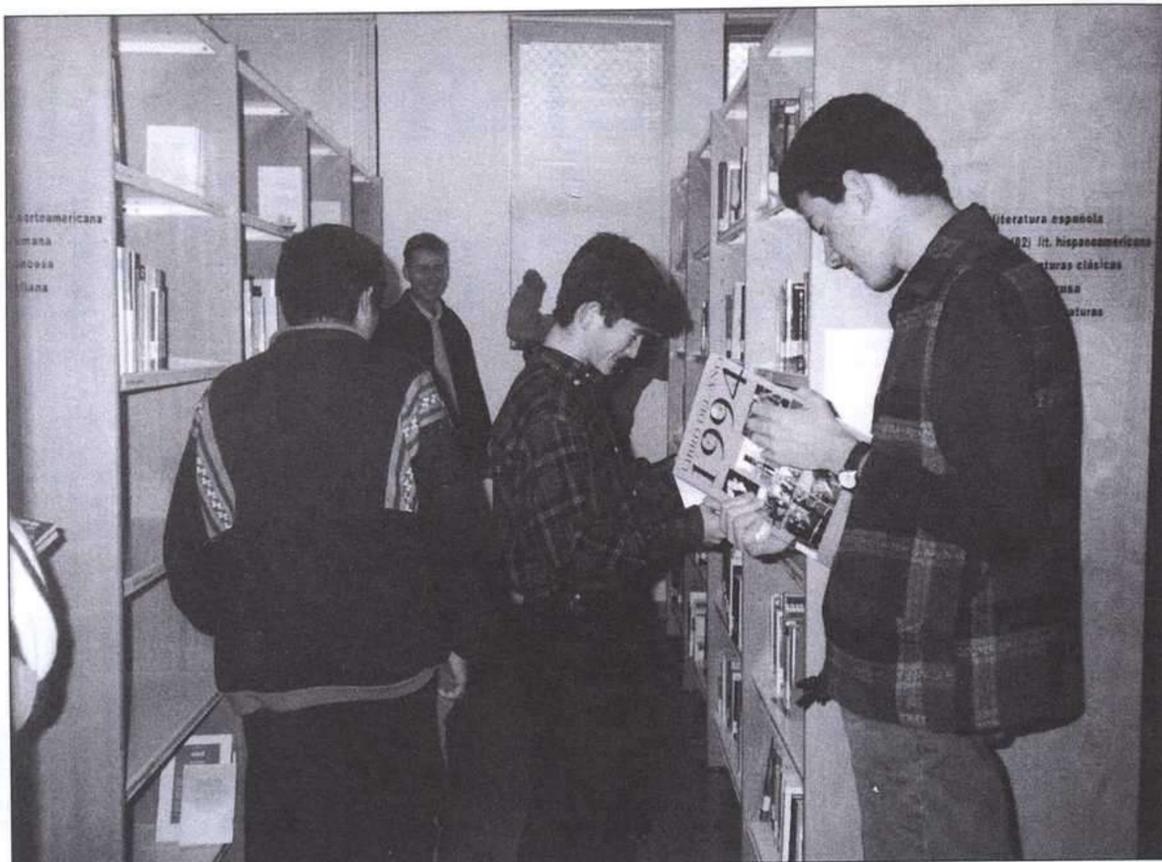
clientes, publicitar el fondo bibliográfico u organizar exposiciones multimedia son algunas de las iniciativas que han tenido buena aceptación entre los adultos jóvenes.

No deja de ser frecuente el hecho de que, desde hace unos años, la biblioteca pública considere, como parte de sus tareas técnicas, la elaboración y realización de programas de extensión cultural (entendida ésta como la tarea de incorporar el libro y la lectura a los hábitos culturales de la población, utilizando medios, por así decir, *extraliterarios*) dirigidos sobre todo a la infancia, pero también a segmentos de población tradicionalmente olvidados: amas de casa, adultos neolectores, etc. Las revistas especializadas abundan en ejemplos al respecto.

Sin embargo, cuando se trata de hablar de extensión cultural dirigida a los adultos jóvenes (a quienes definiremos como el segmento de población comprendido entre los 14 y los 20 años, es decir, adolescentes, desde el punto de vista de la psicología; o, desde el punto de vista del sistema educativo, beneficiarios usuales de la enseñanza media o secundaria), las referencias desaparecen o devienen mucho más ambiguas. Recuérdese que pensamos sólo en la biblioteca pública, pero muchos centros educativos han replanteado su estrategia de formación en las asignaturas humanísticas y existen centros especializados que llevan a cabo programas de extensión cultural dirigidos exclusivamente a adultos jóvenes.

En la biblioteca pública, por el contrario, ha existido una tradicional incompreensión respecto al segmento que nos ocupa, que ha degenerado frecuentemente en el simple olvido del mismo. Incluso la IFLA establece, entre sus recomendaciones, la conveniencia de no dedicar demasiado tiempo a los adolescentes, habida cuenta del desinterés que muestran hacia la lectura y la biblioteca.

Esto es probablemente cierto en gran número de casos. Pero en la Biblioteca Rafael Rubio el prejuicio indiscutido carece de valor: los adultos jóvenes, quizá a causa de la proximidad de un instituto y de la existencia de otros dos centros de similares características dentro de su área de servicio, constituyen el segmento de mayor fuerza relativa y de mayor tendencia al crecimiento, lo cual obliga, evidentemente, a un tratamiento específico del adolescente por parte de la biblioteca.



La Biblioteca Rafael Rubio utiliza estrategias de marketing para atraer a los adultos jóvenes.

El presente artículo no pretende, pues, proporcionar respuestas a las necesidades de información y a los deseos de ocio de un segmento universalmente válido, sino únicamente describir las soluciones encontradas a la situación específica de un determinado grupo de población asistente a una biblioteca muy concreta. Creemos, sin embargo, que puede resultar de utilidad en casos similares.

Criterios para elaborar un programa de extensión cultural

En otro artículo¹ intentamos explicar por qué la biblioteca pública sólo ocupa un lugar secundario y no en exceso llamativo, dentro del tiempo que el adulto joven dedica al uso de recursos informativos o de ocio. Además, indicábamos algunas de las limitaciones que la biblioteca debiera asumir en su tratamiento del adolescente. Aquí haremos mención, en filigrana, a los problemas que inciden, de manera más o menos directa, en la propuesta de programas de extensión cultural orientados a adultos jóvenes. De la enunciación de tales problemas se derivaría, creemos, la selec-

ción de unos adecuados criterios para el tratamiento del segmento en cuestión.

En primer lugar, no existen, en el ámbito bibliotecario, especialistas en adultos jóvenes, en el sentido en que sí existen para niños, minusválidos, minorías étnicas, etc., cuya especialización viene sancionada además, con frecuencia, por cursos, masters, publicaciones y otros recursos de nivel teórico. En ausencia de una posibilidad de preparación semejante, resultaría de todo punto necesaria la creación de un foro en el que todos los implicados (editores, autores, docentes, bibliotecarios, libreros...) pudieran intercambiar tanto experiencias como puntos de vista teóricos, para dar lugar a una mayor profundización en el conocimiento del segmento que nos ocupa. No sería de recibo excluir de un foro como el mencionado al protagonista real de la discusión, el adulto joven, cuya opinión prácticamente nunca se pide, y que estaría en condiciones de proponer una alternativa crítica al punto de vista del adulto.

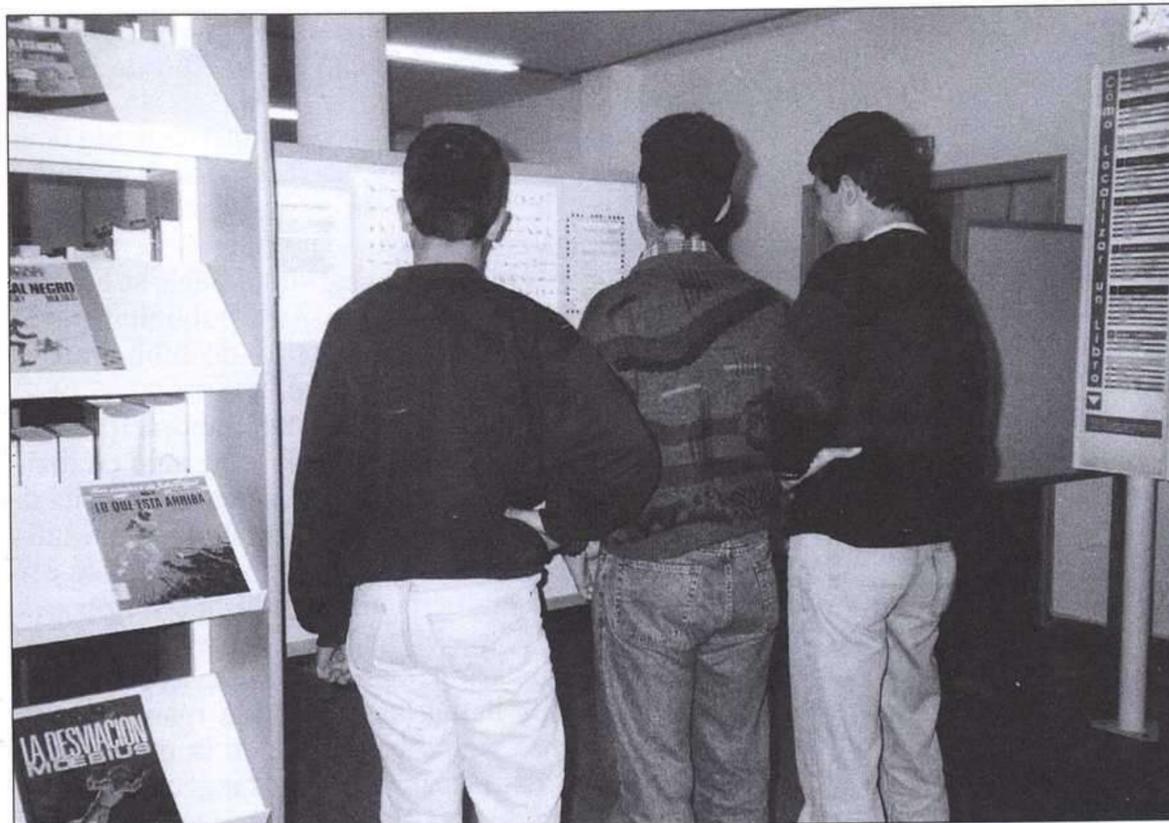
En segundo lugar, rara vez se trabaja con una definición de adulto joven rigurosa y adecuada a la realidad. Es quizá momento de decir que el adolescente no

es, ciertamente, un adulto, pero tampoco un niño. Esto es, ha dejado de poder tomarse la vida con infantil inconsciencia, y, sin embargo, su gama de intereses, problemas o necesidades aún no ha recibido el estado de madurez que la revestiría de adulta dignidad.

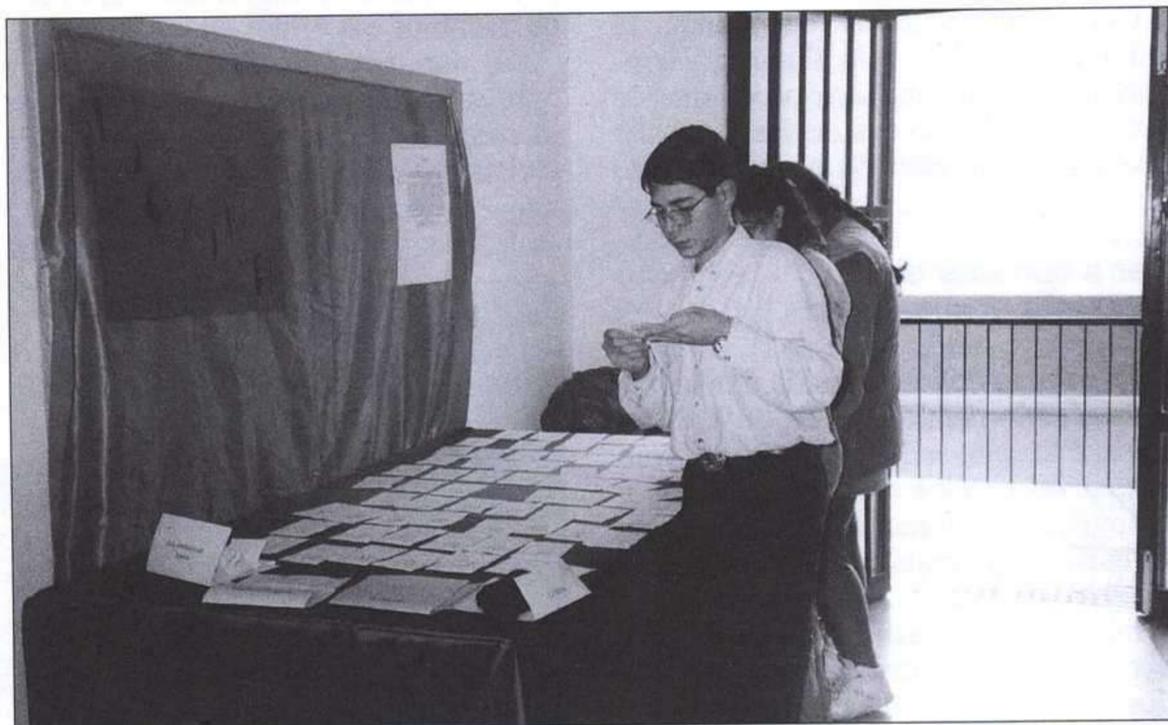
Ante todo, el adulto joven se ve presionado, en el marco formativo, por duros planes de estudio y un futuro profesional poco prometedor. Ningún programa de fomento de la lectura debiera contribuir a incrementar esta presión. Antes al contrario, no estaría de más recuperar el concepto de lectura como placer del texto y, sobre todo, como acto libre y voluntario. Las actividades de fomento que impliquen obligaciones de tipo extra-escolar (talleres de lectura, encuentros de autor...) debieran someterse a un proceso de revisión para decidir acerca de su pertinencia. Pero no sólo esto. El adulto joven ha crecido y se ha desarrollado intelectualmente entre una avalancha de signos y de soportes informativos que, contra creencias pedagógicas demasiado fundamentalistas, no son malos por definición. De esta manera, cualquier programa de extensión cultural que pretenda obtener un feliz resultado, debe renunciar a considerar al no-lector como un minusválido y, lejos de menospreciar por principio los soportes distintos al libro, inscribir a éste de manera armónica en el conjunto de soportes y signos de distinto tipo que forman ya, irreversiblemente, parte de la cultura de nuestro fin de siglo. ¿Cómo proponer, por ejemplo, la lectura de *El señor de los anillos* y obviar que existe una película del mismo nombre, o un juego de rol basado en la obra de Tolkien, o incluso una enciclopedia en CD-ROM? ¿Tan alejada se encuentra la Tierra Media de la música de Clannad o Capercaillie?

En función de los a veces desconcertantes problemas que plantea el segmento de adultos jóvenes, la biblioteca pública habría de planificar sus programas de extensión cultural atendiendo a los siguientes criterios:

—Evitar el exceso de celo pedagógico, acentuando el aspecto lúdico de la biblioteca. Después de todo, bastante ha de padecer el adulto joven la pedagogía durante sus horarios de clase.



Exposiciones multimedia y otras propuestas lúdicas forman parte del programa de extensión cultural.



La participación activa y voluntaria de los adultos jóvenes en las actividades es fundamental.

—Evitar la coincidencia de horarios entre los programas propuestos y las clases. Muy pocos profesores estarán dispuestos a retrasar de manera más o menos constante sus planes de estudio por causa de la biblioteca.

—Presentar programas, no sólo de interesante contenido, sino lo suficiente-

mente llamativos, en sus aspectos formales, como para posicionarse con un mínimo de efectividad frente a otras ofertas, publicitarias o de ocio, de más fácil asimilación. Para ello nos parece fundamental, ya lo dijimos, la utilización de todo tipo de soportes informativos, e incluso de estrategias procedentes del

mundo del marketing, más que de la simple animación socio-cultural.

La Biblioteca Rafael Rubio plantea, por tanto, unos programas de extensión cultural apoyados en el puro consumo y en una publicidad agresiva. No obstante, creemos que ello no dice nada en contra del estímulo intelectual que tales programas puedan despertar, puesto que, después de todo, lo que realmente importa a la hora de decidir acerca de este punto, no es el soporte ni la presentación, sino los contenidos, aspecto éste que la Biblioteca cuida con el máximo rigor y para cuya evaluación utiliza criterios altamente exigentes. Por decirlo con mayor claridad: nunca se ofrece cualquier cosa bien envuelta, sino productos intelectuales buenos presentados de manera atractiva. Todo lo cual permite, por una parte, proponer actividades de tipo lúdico, voluntarias, de horario flexible y oportunas, tanto formal como temáticamente; y, por otra, superar las propias limitaciones internas de la Biblioteca.

Con estos criterios en mente, la Biblioteca ha elaborado, durante la temporada 1995-96, una serie de programas de extensión cultural, destinados a adultos jóvenes, que reseñamos a continuación.

Dar a conocer el producto al cliente

En el caso de los niños, la Biblioteca propone la visita al centro de grupos-clase, a los que se les muestran los fondos, se les explica el funcionamiento y se les plantea un juego para asimilar lo aprendido. Tratándose de adultos jóvenes, ésto no resulta posible, no sólo por la falta de atractivo de la propuesta, sino por simple incompatibilidad de horarios. Pero si los clientes no pueden acudir a la Biblioteca para conocer su filosofía y su funcionamiento, la Biblioteca sí puede desplazarse a los centros de estudio para presentarse ante sus potenciales clientes. Así, entre octubre de 1995 y febrero de 1996 se llevaron a cabo aproximadamente cincuenta charlas en las aulas de los institutos. En tales presentaciones, caracterizadas voluntariamente por su brevedad, se explicaba cómo eran las bibliotecas hasta hace

algunos años, por qué queríamos cambiar esta imagen y qué medios utilizábamos para ello. Se insistía en el concepto de biblioteca como «supermercado de la información», se recomendaban títulos de interés o se promovían discusiones acerca del uso de las nuevas tecnologías.

De manera casi simultánea, se comenzó una campaña para publicitar, no la Biblioteca, sino el fondo bibliográfico que la misma posee.

La publicidad de elaboración más económica y sencilla consistió en dedicar un tablón de anuncios a la reseña de títulos de interés. En un principio tales reseñas resultaban suficientemente eficaces, pero en los últimos tiempos la fórmula comenzó a decaer, de manera que se añadieron dos nuevas secciones, por llamarlas de alguna manera: *¿Por qué me ha gustado?*, en la que, en una sola frase más o menos ingeniosa se pretende dar una buena razón para leer determinado libro; y *Casa de citas*, que, como su nombre indica, recoge relatos, poemas, párrafos sugerentes, extraídos de los libros existentes en la Biblioteca.

En una segunda fase, comenzó a publicarse, bajo el título general de «Letrajoven», un artículo mensual en la revista que edita la Concejalía de Juven-

tud del Ayuntamiento de Cartagena. Estos artículos están dedicados, bien a señalados autores (Jordi Sierra, Hugo Pratt), a géneros determinados (novelas de amor, de terror...), a un tema (el mar) o incluso a un solo título de especial interés (*Este mundo: diez relatos y un poema*).

Por último, se planteó la necesidad, habida cuenta de las dimensiones que iba adquiriendo el segmento de adultos jóvenes, de editar un boletín periódico, para distribuir en todas las bibliotecas municipales. *Quédate conmigo*, de aparición irregular, fue la respuesta a esta necesidad. En él se reseñan títulos existentes en la Biblioteca y se proporciona información acerca de autores o colecciones, todo ello en un tono conscientemente desenfadado y alejado de cualquier intencionalidad pedagógica.

Exposiciones multimedia

Repetidamente se ha mencionado las limitaciones que plantea el segmento de adultos jóvenes y la posición secundaria que la Biblioteca ocupa en la oferta informativa y de ocio al mismo. Teniendo en cuenta factores tales como la



La estrategia de captación de adultos jóvenes durante 1995-96 ha sido positiva.

diversidad de horario o la imposibilidad de pedir a nuestros clientes que abandonen regularmente sus clases, se ha renunciado a cualquier actividad que, de manera semejante a lo que sucede con las actividades destinadas al segmento de niños, requiera horario fijo, regularidad de asistencia o trabajo externo. Así, la única actividad posible de promoción parece ser la realización de exposiciones bibliográficas. Sin embargo, y puesto que la mera exhibición de libros resulta muy poco estimulante, se llegó a la conclusión de que la Biblioteca había de plantearse la elaboración de exposiciones, hasta donde fuera posible, multimedia. Además, y con el fin de contrarrestar la pasividad implícita en la simple recepción de los materiales expuestos, debiera sugerirse algún tipo de participación activa, siempre, claro está, de carácter lúdico y voluntario. Por último, la actividad tenía que venderse haciendo uso de una publicidad agresiva o, cuando menos, una publicidad capaz de despertar la curiosidad y el comentario. Con estas pautas en mente, durante la temporada 1995-96 se llevaron a cabo dos exposiciones:

—*Ficciones*. Con el pretexto de conmemorar el décimo aniversario de la muerte de Borges, la Biblioteca propuso una macro-exposición dedicada al género fantástico, y en la que se mezclaban diversos soportes informativos. La publicidad, planteada como un folleto informativo elaborado por una institución del futuro que ofrecía una imagen cientifista y completamente distorsionada de la vida a finales del siglo XX, ya resultaba, a nuestro juicio, lo suficientemente inquietante como para mover a visitar la exposición. Esta se hallaba además estructurada en diversos sectores —homenajes a Borges y H.G. Wells; novelistas menores en la historia de la literatura; ciencia-ficción y terror—, de manera que podía satisfacer diferentes intereses. Además, se propusieron tres muestras de obra gráfica, una dedicada a geografías fantásticas, otra a carteles de películas del género en cuestión y una tercera de arte contemporáneo alejado de la figuración ingenua. La música, de autores como Brian Eno, Philip Glass, Vangelis o Carlos D'Alessio, también estuvo presente durante toda la exposi-



ción; así como el cine, mediante la proyección en la Biblioteca de una serie de videos del género fantástico.

Por último, se plantearon dos juegos, que los visitantes podían realizar individual y voluntariamente: *Oráculo*, adaptación del conocido juego de rol de Joaquim Micó, en el que los participantes debían alcanzar el final de su ruta respondiendo de manera adecuada a ciertos enigmas; y *Un mensaje del pasado*, en el que había que descifrar un mensaje redactado en escritura jeroglífica.

—La segunda exposición, titulada *Están locos, esos romanos!!!*, dedicada a conmemorar el centenario del nacimiento del cómic, tuvo lugar durante las actividades de celebración del Día del Libro. Su extensión fue más reducida que la de *Ficciones*, puesto que coincidía con un período de fuertes exámenes, pero el planteamiento resultaba similar: publicidad atractiva, estructuración en diversas secciones, combinación de material bibliográfico con materiales gráficos, sonoros y videográficos; y propuesta de un juego paralelo, *Me pareció ver un lindo gatito*, de participación, una vez más, individual y voluntaria.

Estadísticamente, la estrategia de captación de adultos jóvenes, durante la temporada 1995-96, ha obtenido unos resultados más que notables. Además, se observa, de manera intuitiva, una mayor confianza y más voluntad de acercamiento del adulto joven a la Biblioteca. Por estos dos motivos, los programas de extensión cultural para la temporada 1996-97, dedicados a la consolidación del segmento, insistirán en similares criterios, aunque, de tener éxito y conseguir un segmento sólido de adultos jóvenes, en posteriores temporadas habrá de plantearse un cambio de rumbo, con el doble objeto de evitar la saturación y de intentar una participación más activa del cliente. ■

* **Alejandro Delgado Gómez** es bibliotecario de la Biblioteca Rafael Rubio del Ayuntamiento de Cartagena (Murcia).

Notas

1. Delgado Gómez, Alejandro: «El segmento de adultos jóvenes en la biblioteca pública. La experiencia de la Biblioteca Rafael Rubio», en *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 42 (marzo 1996, año 12, pp. 41-60).