



Generalitat de Catalunya
**Departament de Cultura
i Mitjans de Comunicació**

La promoció de la lectura a les biblioteques públiques de Catalunya: un terreny pròsper que cal endreçar

**Mònica Baró / Professora de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació.
Observatori de Biblioteques, llibres i lectura, Universitat de Barcelona**

baro@ub.es

**Juana Casas Poves / Responsable de promoció de la lectura, Direcció General
de Cooperació Cultural. Subdirecció General de Biblioteques**

jcasasp@gencat.cat

**Teresa Mañà / Professora de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació.
Observatori de Biblioteques, llibres i lectura, Universitat de Barcelona**

mana@ub.edu

**Lourdes Reyes Camps / Cap del Sistema de Lectura Pública de Catalunya,
Direcció General de Cooperació Cultural. Subdirecció General de Biblioteques**

lreyes@gencat.cat

1. Escenari de partida

Activitats realitzades: nombre de sessions, tipus i nombre de participants.

| Tipus d'activitat | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Visites escolars | *7.028 | 7.728 | 7.384 |
| Altres visites organitzades | 2.015 | 1.570 | 1.430 |
| Hores del conte | *5.128 | 5.177 | 5.078 |
| Exposicions | 3.715 | 3.396 | 3.415 |
| Cursos i tallers | 5.576 | 5.001 | 4.328 |
| Clubs de lectura | 4.213 | 3.677 | 3.093 |
| Audicions, concerts, projeccions i representacions | 886 | 868 | 711 |
| Conferències i presentacions | 2.312 | 2.056 | 1.993 |
| Altres activitats | 3.293 | 3.050 | 2.949 |
| Total | 34.164 | 32.523 | 30.831 |

12 JORNADES CATALANES D'INFORMACIÓ I DOCUMENTACIÓ / 2010.

Direcció General de Cooperació Cultural.

Subdirecció General de Biblioteques

2. Anàlisi de les activitats de promoció de la lectura a les biblioteques públiques catalanes

2.1. Metodologia de l'anàlisi

- Anàlisi de materials
- Entrevista a directores de biblioteca
- Entrevistes a programadors
- Observació de les activitats desenvolupades en aquests centres

2. Anàlisi de les activitats de promoció de la lectura a les biblioteques públiques catalanes

2.2. Conclusions: el concepte

- Tota aquella activitat que porta gent
- Lectura, promoció cultural, màrqueting
- Lectura literària

2. Anàlisi de les activitats de promoció de la lectura a les biblioteques públiques catalanes

2.2. Conclusions de l'anàlisi: les formes de gestió:

- Contractació externa
- Dificultats
- La difusió
- La periodització i agrupació
- El conductor i l'espai

2. Anàlisi de les activitats de promoció de la lectura a les biblioteques públiques catalanes

2.2. Conclusions de l'anàlisi: **els públics**

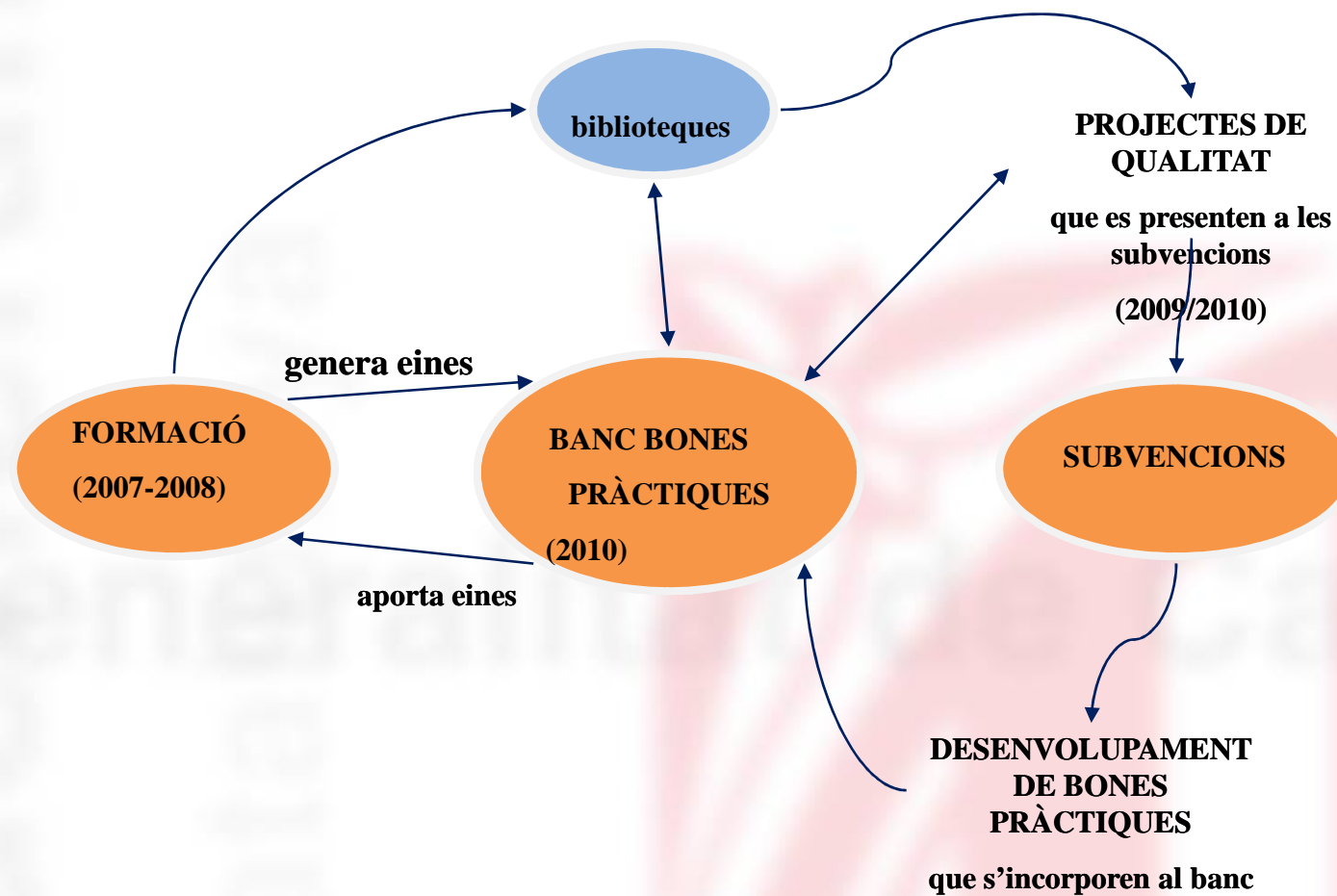
- Manca de planificació** de les activitats de foment de la lectura en funció d'uns **objectius estratègics**
- Poques dades contrastades de les necessitats del públic** a qui serveix.
- Importància de buscar **complicitat** amb l'entorn
- Incidència dels **plans de lectura** de ciutat i dels **municipis lectors**
- Les activitats es distribueixen **equitativament** entre el públic **infantil i l'adult** en funció de la població.
- Es constata que els **joves** són el col·lectiu més **desatès**.
- Les activitats per a **infants** registren **molta més participació** que les destinades al públic adult.

2. Anàlisi de les activitats de promoció de la lectura a les biblioteques públiques catalanes

2.2. Conclusions de l'anàlisi: l'avaluació

- ❑ **Avaluació poc treballada.**
 - Èxit= nombre d'assistents.
 - Enquestes de satisfacció quasi inexistent.
 - El contacte directe amb els assistents és el mecanisme més utilitzat i més ben valorat.
- ❑ Manca d'instruments estandaritzats de valoració de nivells de satisfacció
- ❑ Més proximitat amb l'usuari = dades rellevants

3. Actuacions de la SGB (2007-2010) (I)



3. Actuacions de la SGB (2007-2010) (i II)

Contractació externa

☞ **Exposicions+guies de lectura+activitats**

Dificultats

☞ **Banc de bones pràctiques**

La difusió:

☞ **Treball de plantilles que ara hem generat**

La periodització i agrupació:

☞ **Calendari d'exposicions**

El conductor i l'espai:

☞ **Formació i Sales polivalents a les biblioteques noves**

4. Reflexions finals

▪La formació: primer factor clau

- ☞ Per evitar inèrcies
- ☞ Per innovar
- ☞ Per conèixer el públic
- ☞ Per reflexionar
- ☞ Per poder discernir què és i que no és foment de la lectura
- ☞ Per conèixer noves tècniques d'avaluació i màrqueting

▪La comunicació i la cooperació

- ☞ Recursos en l'entorn municipal
- ☞ El banc de bones pràctiques: una bona oportunitat

▪+ Recursos

- ☞ Econòmics
- ☞ De gestió
- ☞ De formació



Generalitat de Catalunya
**Departament de Cultura
i Mitjans de Comunicació**



Gràcies per la vostra atenció

<http://biblioteques.gencat.cat>

biblioteques@gencat.cat