

Hola noies i noi,

Espero que en Carles us faci arribar aquest darrer escrit en què vull dir-vos dues cose:

1. Demanar disculpes: us volia explicar massa coses i, per tant, no vaig deixar gaire espai a la participació
 2. Em van quedar coses al tinter que penso que us poden interessar i, per tant, us les faig arribar junt amb la bibliografia que em demanàveu. Si no us interessa, no seguiu.
-

- 1) EL TEMA DEL SEO (I JA QUE HI SOM POSATS, UNA DEL FACEBOOK QUE PENSO QUE US POT INTERESSAR)
- 2) CUES DE PANSA:
 - a) BIBLIOGRAFIA
 - b) L'EDITORIAL FRANCESA QUE NO EM SORTIA
- 3) DE LA DIAGNOSI A L'ACCIÓ
 - a) DIRECTE vs. INDIRECTE
 - b) COM TENIM LA BOTIGA I PER QUÈ
 - c) ALGUNES ACTIVITATS
- 4) RESPECTE ALS PLANS DE LECTURA

1) EL TEMA DEL SEO (I JA QUE HI SOM POSATS, UNA DEL FACEBOOK QUE PENSO QUE US POT INTERESSAR)

El SEO és un conjunt d'eines que tenen els blocs i pàgines web per tal que les pàgines siguin localitzables pels buscadors (google, bing, etc.) i, alhora, responguin a uns criteris d'estil que facin els textos/entrades/pàgines atractius als navegants.

Introdueixo aquest text al bloc:

Els nens SEO

Cada vegada és més freqüent trobar nens que sembla que estiguin tallats per un mateix patró: parlo dels *Nens SEO*. Aquells que van incorporant en el seu comportament, en els seus gustos, en els seus interessos i en diferents àmbits de la seva vida, tot ple d'*inputs* que no sabem ben bé d'on vénen però que, d'una banda, els tallen a tots per un mateix patró i que, per l'altra, els simplifiquen en totes les seves dimensions.

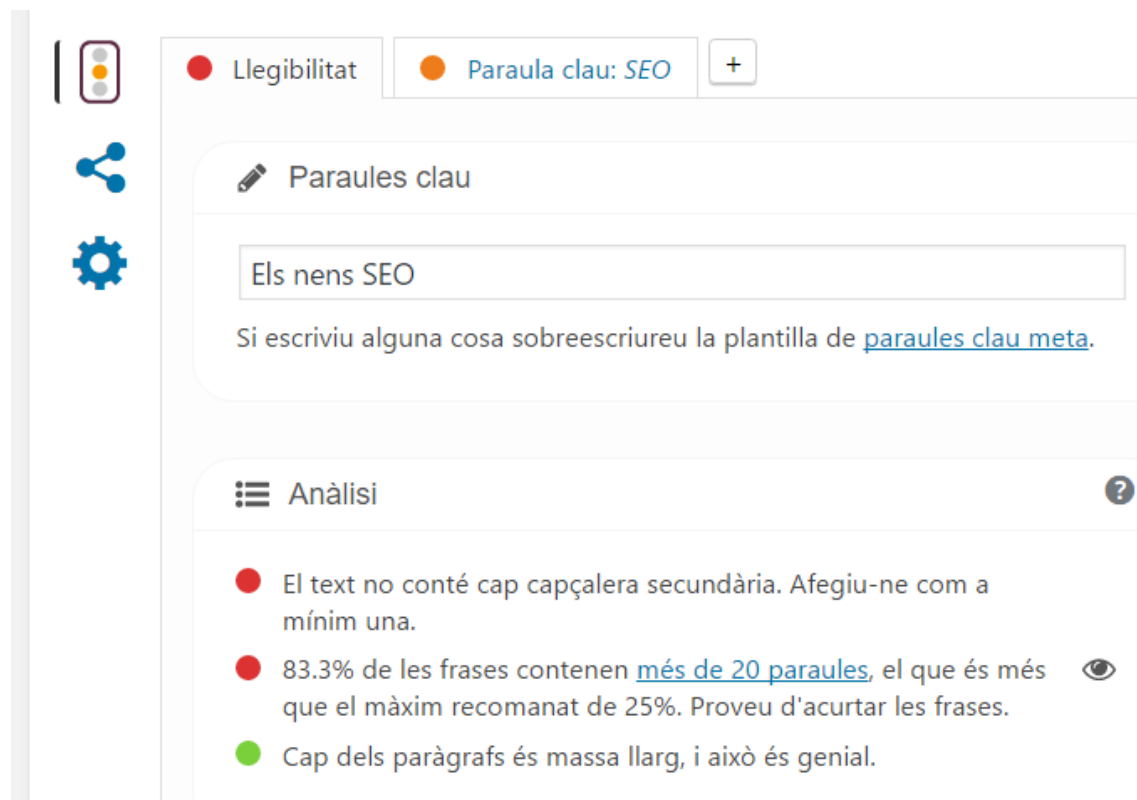
Els *nens SEO* responen als requeriments bàsics del SEO: han d'estar ben indexats i amb les mínimes categories possibles per tal de no gastar gaires recursos; han de tenir una paraula clau que serveixi per a tot i, com a màxim, en poden tenir tres o quatre més que complementin la primera; han de ser molt curosos a no malgastar recursos del sistema lèxic, sintàctic, fonètic i semàntic per tal de no generar massa matisos que poguessin esdevenir equívocs (menys és més); no poden generar locucions de més de vint paraules seguides sense aturar-se a respirar i ensalivar per tal de no fatigar els seus tendres òrgans fonadors i, per descomptat, no poden articular més de tres-centes paraules seguides sense una pausa major que lubriqui l'aparell fonador, airegi els pulmons i -sobretot- refresqui un xic les connexions sinàptiques del cervell ja massa recarregades.

I mireu com l'analitza i quines indicacions em dona. Primer quan encara no he definit paraules clau i només he escrit poques paraules:

☰ Anàlisi

- No s'ha definit cap paraula clau per a aquesta pàgina. Si no definiu cap paraula clau, no es podrà calcular cap puntuació.
- El text conté 22 paraules. Això està molt per baix del mínim recomanat de 300 paraules. Afegiu més contingut rellevant sobre el tema.
- No meta description has been specified. Search engines will display copy from the page instead.
- Aquesta pàgina no conté cap imatge, considereu afegir-ne alguna si és apropiat.
- No hi ha enllaços de sortida en aquesta pàgina, considereu afegir-ne algun si és apropiat.
- El títol de la pàgina és massa curt. Utilitzeu l'espai per afegir variacions de la paraula clau o per a crear contingut atractiu.

Quan he definit la paraula clau i he afegit tot el text:



The screenshot shows a sidebar on the left with icons for a document, sharing, and settings. The main content area has a top bar with 'Llegibilitat' (red dot) and 'Paraula clau: SEO' (orange dot) with a plus icon. Below this is a section titled 'Paraules clau' with a pencil icon. It contains a text input field with 'Els nens SEO' and a message: 'Si escriviu alguna cosa sobreescriviu la plantilla de [paraules clau meta](#).' Below this is an 'Anàlisi' section with a hamburger menu icon and a question mark. It lists three items: a red dot for missing a secondary heading, a red dot for high keyword density (83.3% vs 25% recommended), and a green dot for paragraph length.

Llegibilitat Paraula clau: SEO +

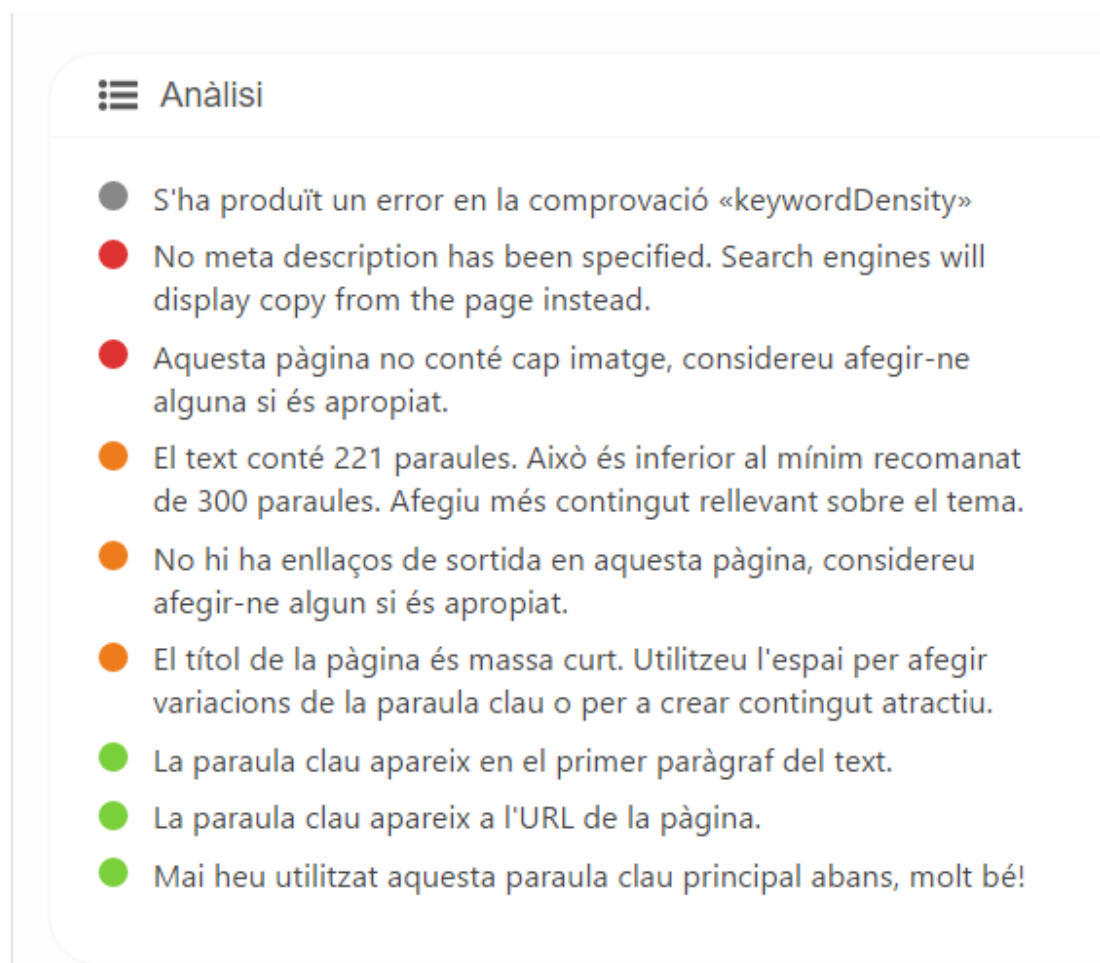
Paraules clau

Els nens SEO

Si escriviu alguna cosa sobreescriviu la plantilla de [paraules clau meta](#).

Anàlisi ?

- El text no conté cap capçalera secundària. Afegiu-ne com a mínim una.
- 83.3% de les frases contenen [més de 20 paraules](#), el que és més que el màxim recomanat de 25%. Proveu d'acurtar les frases.
- Cap dels paràgrafs és massa llarg, i això és genial.



The screenshot shows a detailed 'Anàlisi' section with a hamburger menu icon. It lists ten items with colored dots: a grey dot for a keywordDensity error, a red dot for missing meta description, a red dot for missing images, an orange dot for low word count (221 vs 300 recommended), an orange dot for missing outbound links, an orange dot for a short title, and three green dots for keyword placement and usage.

Anàlisi

- S'ha produït un error en la comprovació «keywordDensity»
- No meta description has been specified. Search engines will display copy from the page instead.
- Aquesta pàgina no conté cap imatge, considereu afegir-ne alguna si és apropiat.
- El text conté 221 paraules. Això és inferior al mínim recomanat de 300 paraules. Afegiu més contingut rellevant sobre el tema.
- No hi ha enllaços de sortida en aquesta pàgina, considereu afegir-ne algun si és apropiat.
- El títol de la pàgina és massa curt. Utilitzeu l'espai per afegir variacions de la paraula clau o per a crear contingut atractiu.
- La paraula clau apareix en el primer paràgraf del text.
- La paraula clau apareix a l'URL de la pàgina.
- Mai heu utilitzat aquesta paraula clau principal abans, molt bé!

Com veieu, les frases no poden superar les 20 paraules, els paràgrafs no poden sobrepassar les 300 paraules, has de posar una imatge, un hiperenllaç (per fer marxar el lector del teu text?), el títol no pot ser ni massa llarg ni massa curt, la paraula clau ha d'aparèixer al primer paràgraf.

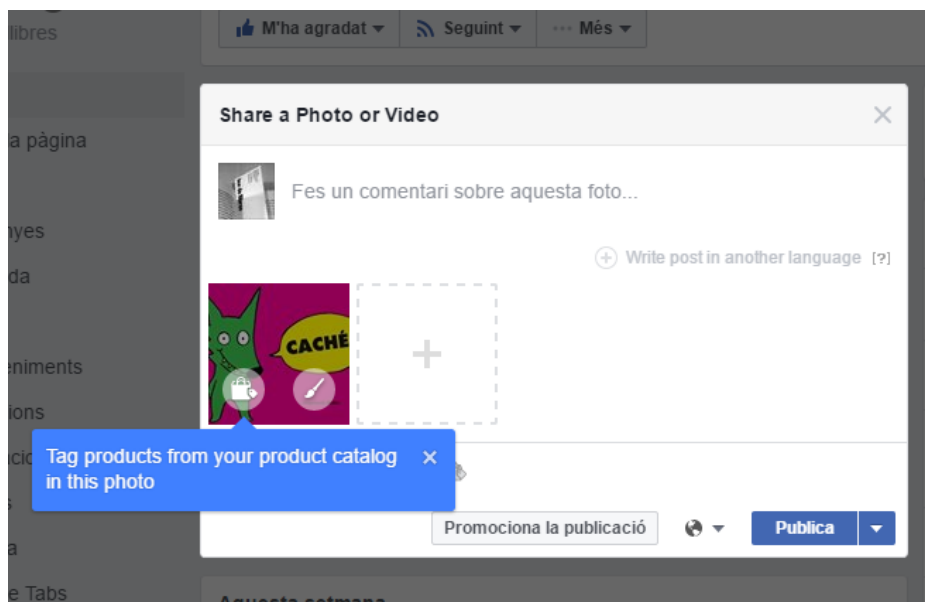
En fi... Si compleixes els requisits, ets com tots...

RESPECTE A LA NOVA FUNCIONALITAT DEL FACEBOOK QUE HEM DESCOBERT; MOLT INTERESSANT!!!

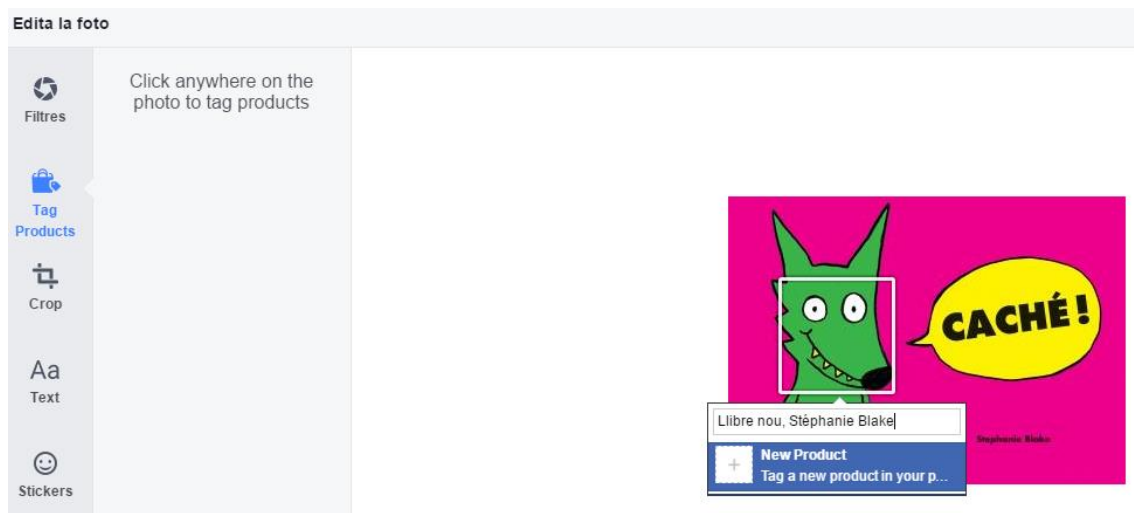
El Facebook ha incorporat una nova funcionalitat a les imatges que permet tractar-les com a un o més productes que podeu vincular a la vostra pàgina web. Nosaltres ho trobem molt interessant de cara a les imatges que pengem de llibres, que podem conduir-les a la nostra botiga virtual. Vosaltres a la biblioteca.

Intento explicar-vos-ho:

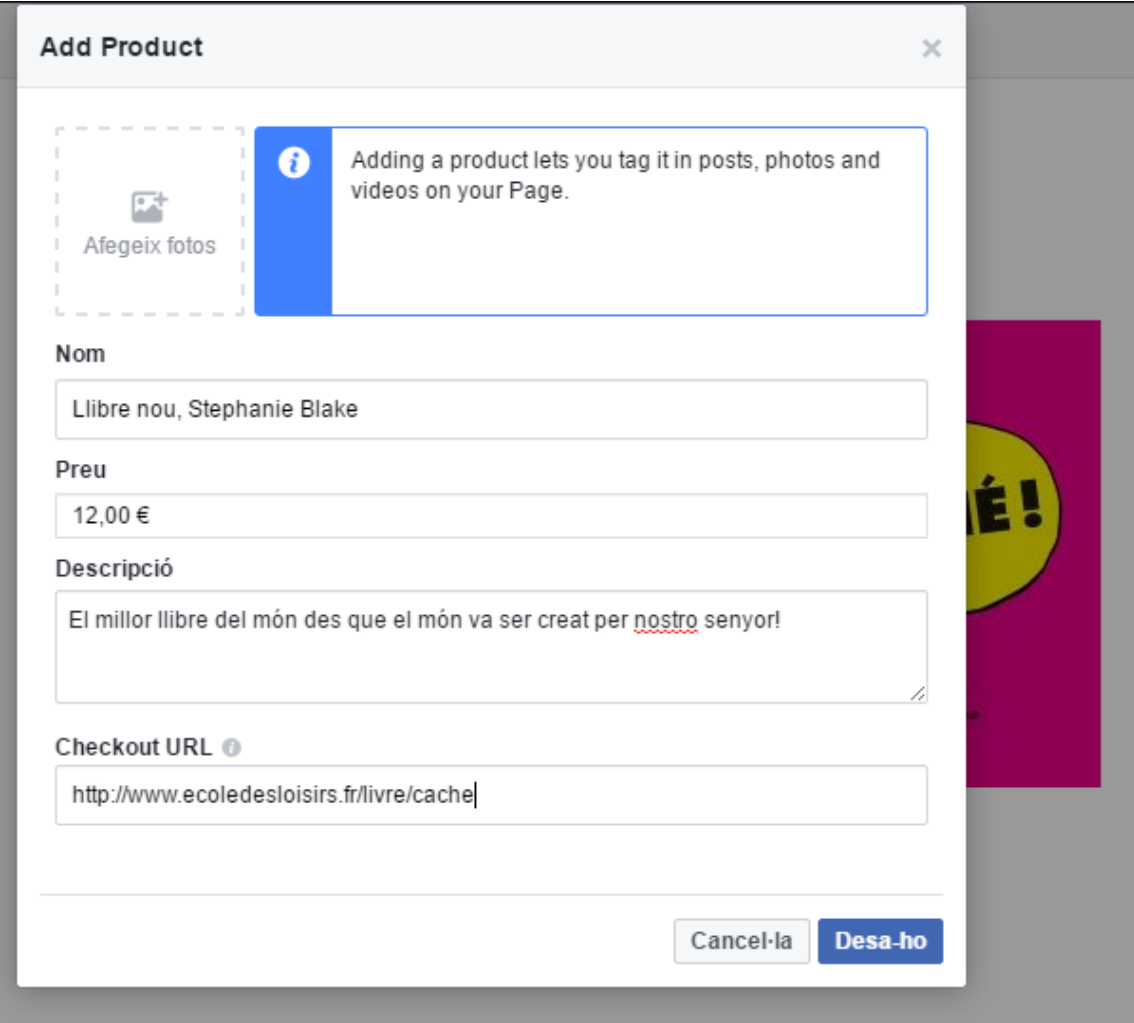
Primer entreu al Facebook i inseriu una imatge com ho feu habitualment:



Us sortirà aquest avís. Hi cliqueu.



Poseu el nom que vulgueu i cliqueu *New Product*. Se us obrirà la darrera pantalla:



Add Product ✕

Afegeix fotos

Adding a product lets you tag it in posts, photos and videos on your Page.

Nom

Llibre nou, Stephanie Blake

Preu

12,00 €

Descripció

El millor llibre del món des que el món va ser creat per nostro senyor!

Checkout URL ⓘ

http://www.ecoledesloisirs.fr/livre/cache|

Cancel·la Desa-ho

Hi podeu afegir més fotos, el nom (títol, autor, editorial), preu (en el vostre cas, “prestable”?), una descripció i, el millor de tot, l’enllaç a la pàgina on el tingueu ubicat (feu una cerca del llibre i, quan teniu la pàgina on el teniu catalogat, la pàgina del bloc, o el que sigui, copieu l’url i l’enganxeu al *Checkout URL*).

Mola? A mi molt!

2) CUES DE PANSA

a) BIBLIOGRAFIA

Nosaltres ens vam haver de pensar un model de negoci (el que teníem a Robafaves es va ensorrar i, entretant, a Mataró, havien aparegut altres llibreries amb molt bons professionals). Vam veure que no podíem reproduir el mateix model i que, la competència apareguda, ens ho posava més difícil del que podia semblar en un primer moment.

Vosaltres no sou un negoci però segur que necessiteu tenir un sentit a la vostra feina, definir uns objectius i tenir clar a qui us dirigiu, quins són els vostres aliats, etc. Per això us proposo uns llibres que van en el sentit de pensar totes aquestes coses:

Molts d'aquests llibres posen “catxondos” els ESADITOS i altres espècies. I, en alguns casos hi ha coses que no comparteixo en absolut. Potser vosaltres sí. En tot cas són llibres fets amb rigor i que aporten metodologies que ens ajuden a analitzar-nos, a veure'ns situats en el nostre entorn, a trobar metodologies de treball i d'acció.

LLIBRES PER A ANALITZAR L'ORGANITZACIÓ I ESTABLIR UN PLA D'ACCIÓ

	<i>Generación de modelos de negocio</i>, Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, Deusto ISBN 978-84-234-2799-4
Aquest llibre explica el model CANVAS i és molt útil per prendre consciència de totes les dimensions d'una organització. Està enfocat a l'empresa però us pot ser molt útil ometent aquells aspectes que no us convinguin.	

	<i>La estrategia del océano azul</i>, W. Chan Kim & Renée Mauborne, Verticales de Bolsillo, ISBN: 978-84-92421-28-2
El seu subtítol defineix exactament de què va el llibre: “cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante”. Si bé no és un llibre que convidi a la cooperació, tampoc no és un llibre que plantegi com trinxar la competència, sinó a trobar la teva alternativa. És molt enfocat a l'empresa. Però és veritat que es pot aplicar a altres àmbits.	

LLIBRES ENFOCATS A LA COMPRA I A LA CONDUCTA

Jo he sentit a dir que bibliotecaris i llibreters som el mateix, la diferència de les nostres activitats rau en què quan un client ha triat un llibre, en el vostre cas treu el carnet i, en el nostre, la cartera. Però entenc que tenim el mateix interès per a què el client “compri”. Des d’aquest punt de vista us recomano aquests llibres. També us adverteixo que hi trobareu coses molt desfasades.

	<i>Por qué compramos</i>, Paco Underhill, Gestión 2000 ISBN: 978-84-8088-796-0
Llibre imprescindible. Basat en l’observaci. D’una persona que, sense tenir una formació relativa a comportament, marketing, etc. acaba essent una de les persones amb una capacitat d’anàlisi d’allò que fan, volen i senten els clients. Aplicable a molts àmbits.	

 	Buiology, Martin Lindstrom, Booket Así se manipula al consumidor, Martin Lindstrom, Gestión 2000
Dos llibres atroços. Martin Lindstrom és una persona que ha estat treballant per a moltes empreses multinacionals en campanyes de marketing. Fastiguejat de com aquestes empreses actuen, escriu aquests dos llibres sistematitzant tot el que ha pogut observar. Hi trobareu coses que són aberrants (per sort, no a l’abast de cap de nosaltres –a no ser que tingueu una capacitat econòmica desbordant), però també algunes estratègies que ajuden a comunicar en un sentit o altre.	

 	Las trampas del deseo, Dan Ariely, Ariel Las ventajas del deseo, Dan Ariely, Ariel Té com a mínim un altre llibre que no recordo el títol. També apassionant
Dan Ariely és un investigador del MIT especialitzat en analitzar la conducta de la gent. Escriu llibres molt divertits i que ajuden a veure com moltes de les decisions que prenem no les prenem de manera conscient sinó inconscient. Si les prenguéssim racionalment, les coses anirien d’una altra manera. Els seus llibres són molt bons per poder preveure com actuaran els client/usuaris, davant de situacions concretes. Són llibres molt recomanables perquè tracten aspectes molt diversos de la condutca humana.	

b) L'EDITORIAL FRANCESA QUE NO EM SORTIA

L'école des loisirs

<http://www.ecoledesloisirs.fr/>

Mireu el seu fons perquè és una de les que té un fons més interessant en infantil (i podreu preveure moltes novetats). Els editors catalans i espanyols beuen molt dels seus fons a cada nova fira de Bolonya.

3) DE LA DIAGNOSI A L'ACCIÓ

Com us he comentat, des que va tancar Robafaves fins que no vam obrir Buc de Llibres, les coses havien canviat molt en el sector del llibre a Mataró: d'una banda hi havia una crisi galopant, de l'altra, molts lectors havien deixat de llegir, altres, havien canviat els hàbits de compra i compraven a BCN. Finalment, havien aparegut altres ofertes que complien molt bé algunes de les expectatives dels clients: ABACUS s'havia situat en ple centre de la ciutat i al carrer més comercial; havia aparegut Dòria, una llibreria amb llibreters molt bons però enfocada a literatura i assaig (en un primer moment) i més generalista quan van canviar d'espai. Alhora, hi havia altres llibreries històriques que s'havien fet un lloc: El Tramvia – llibreria generalista-, servia tota la zona Sud de la ciutat; La Maresme havia crescut tot i que la seva oferta no era només de llibres (joguines, premsa, papereria, etc.), la Márquez seguia igual, una mica de papereria i unes miques de llibres i enfocada a una clientela de molta proximitat.

Nosaltres que anàvem a omplir el buit que havia deixat Robafaves, no trobàvem espai on situar-nos!!! Estava tot ple!!!

Haviem de buscar un forat en què ens sentíssim còmodes i poguéssim satisfer com ningú les demandes dels clients. I vam creure que encara hi havia un buit que era un dels nostres punts més forts i que alhora, coincidia en una de les coses que ens havíem proposat: **l'infantil i juvenil des del punt de vista de crear nous lectors**. Per tant, no vendríem llibres, **vendríem llibres que generessin i fidelitzessin nous lectors**. Aquest és un punt fonamental ja que Abacus té una amplíssima oferta en llibre infantil i juvenil –molt més gran que la nostra- i les altres llibreries també tenen una secció correcta.

I, alhora, vam decidir no renunciar a res: també seríem una llibreria generalista.

a) DIRECTE vs. INDIRECTE

No teníem ni cinc i no podíem invertir absolutament res en marketing. Per tant ho teníem pelut. Però teníem temps, "energia" i algunes capacitats a explotar. Aquest seria el nostre cavall de troia. Ens dirigiríem als nens, als joves i, sobretot, als adults que controlen tot aquest personal. Era fonamental fer veure a tothom que veníem llibres que generen nous lectors! I alhora havíem de generar una imatge simpàtica a la població.

Per tant, directament, vam generar les campanyes dels adhesius que us vaig comentar. Cada nen que entrava en tenia. Això ens feia simpàtics a ulls dels nens i, és clar, a ulls dels adults que els acompanyaven. I alhora, activava un boca-orella. També era l'ocasió d'anunciar que, setmanalment, fèiem una hora del conte.

Per una altra banda vam posar-nos en contacte amb totes les escoles de Mataró i els vam oferir de venir a la llibreria a fer una visita i gaudir d'una sessió de contes. La resposta va ser massiva. En dos anys, portem més de 50 visites a la llibreria i per aquest any ja en tenim concertades unes 24 fins a final de curs.

Tenim molt mesurat com hem de treballar la sessió de contes perquè els nens surtin exultants de la llibreria. Evidentment, cada vegada que ve un grup nou, fem els "greatest hits de Buc de Llibres" i, quan un repeteix, els hem de tornar a fer perquè els demanen. Així, els mestres anuncien als pares que la sessió ha estat fantàstica. I els nens, tal com us vaig dir, van de la llibreria a l'escola cridant "CACA DE VACA!" com petits energúmens pel carrer. I ho expliquen als pares amb un somriure d'orella a orella.

Aquest és el nostre cavall de troia. Quan el pare, mare, avi, àvia, etc. volen regalar un llibre a un nen, on aniran? A Buc de Llibres, la llibreria on els nens surten contents i amb llibres que els encanten!

I, un cop són a Buc de Llibres, què troben? Llibres que generen petits lectors, però també llibres per a ells: directe ⇔ indirecte. Però, de moment, funciona.

b) COM TENIM LA BOTIGA I PER QUÈ



Aparador:

Hi ha un focus led molt potent que el banya des de dalt per tal de poder il·luminar el carrer quan el dia s'escurça. El nostre carrer està molt mal il·luminat. La llum atrau i, en el nostre cas, també s'agraeix.

Hi tenim el senyor dels llibres: un ninot de cartró pedra que ens va fer un ninotaire amic i que és la delícia de tots els nens petits. Evidentment, el tenim a la zona que els nens el puguin tocar.

Sempre hi ha una secció de llibre infantil i juvenil.

Cal dir: "entra, aquí hi ha coses per a tu"

Quan els nens s'esperen que els adults paguin, es poden avorrir. No els interessa. És el moment de treure els cromos. Però també és el moment de deixar-los coses a l'abast: el senyor dels llibres i els llibres dels mobles de davant del taulell. Un cartell d'en Sendak hi pot ajudar... (no sé si s'aprecia però és el d'en Max i els monstres *d'Allà on viuen els monstres*)



Els nens ho veuen tot. Nosaltres veiem una taula de novetats de llibre d'adults. Ells veuen que a sota hi ha les maletes d'on surten els contes que expliquem cada setmana.



I si miren amunt, veuran tot allò que s'usa per explicar contes: l'acordió, els titelles, personatges, etc. I altres coses que no estan a la venda però que pertanyen al seu món.





Una cosa que em sorprèn de les biblioteques: prestatgeries no plenes del tot! Quina fantàstica ocasió per posar llibres de cara! El llibre de cara crida. El de llom no.

Expliquen que a Anglaterra, el primer editor que va treballar la portada amb imatge, va donar l'ordre a les llibreries que agrupessin tots els seus llibres, i en tapessin els lloms amb un llibre posat de cara. Els llibreters van pensar que això era absurd, que no es veurien els lloms amb els títols i que, per tant no es vendria. Sabeu què va passar, oi? Aquest editor va vendre com mai. Si això es va descobrir fa dos segles, podríem posar-ho en pràctica... En general no ho he vist mai en biblioteques si no és en els espais destinats a exposar llibres de cara.



c) ALGUNES ACTIVITATS

Deixeu-me que us expliqui algunes activitats que fem que em sembla que no us vaig comentar i que penso que potser us poden ser útils:

-AUTORS/EDITORS A LA LLIBRERIA: Quan t'adreces a nens/joves és un risc molt alt. Nosaltres el prenem tan sovint com podem. Així, hem portat en Copons i la Fortuny (Agus i els monstres), les autores de LA MIA ES FA GRAN, la Carme Solé, en Pedro Rodríguez (il·lustrador de Patatu, entre altres), un STILTON que cedeix l'editorial, la Tina Vallès, en Pauet Riba, etc.

Coses fantàstiques, si els autors se saben vendre i saben quin públic els espera és fantàstic. Encara més quan els autors no són literaris sinó de temes que preocupen els nens! Quan els autors no són conscients de què es trobaran o no són gaire empàtics, desastre absolut!

Deixeu rastres del que feu i notifiqueu allò que feu.



Rastres del Taller de monstres d'en Copons i la Fortuny i carta que ens envia l'Hervé Tullet quan li fem arribar les fotografies d'una activitat amb el seu llibre UN LLIBRE.

-ESCOLES A LA LLIBRERIA

Com us he comentat més amunt, busquem qualsevol pretext per tal de convidar escoles a la llibreria: les visites guiades amb contes ja us les he mig comentat. Hi ha altres possibilitats que també hem experimentat amb bons resultats:

Descoberta de bibliografia: cal coordinació amb els mestres. Quan un grup han de treballar un projecte a mig/llarg termini, els pot ser interessant descobrir llibres que parlin del tema que han de treballar. Una visita a la llibreria o a la biblioteca és fonamental.

Descobrim llibres que ens interessin: activitat enfocada a què els nens comprin llibres que els semblin interessants per a la biblioteca d'aula. Us en faríeu creus de veure quins interessos tenen! De vegades creiem que els hem d'enfocar al llibre infantil/juvenil però ells tenen els seus propis interessos i, per tant, els pot interessar més la secció de cuina o d'animals que una altra secció de llibres –en teoria- més adequats a la seva edat. Com que el pressupost és limitat, cal una negociació entre ells. Molt interessant! Segur que vosaltres podeu buscar com adequar-ho a la biblioteca (préstecs de llarg termini limitats per un sistema de “punts” o “diner llibresc”). Activitat molt bona per detectar interessos dels nens/joves i veure com interactuen i negocien!

-Per motius diversos hem convidat escoles a la llibreria: perquè muntaven una cooperativa d'aula i nosaltres som una cooperativa. Podem compartir experiències? Sí. Els podem ajudar en alguna cosa? Ens poden ajudar en alguna cosa? Exemple concret: l'escola Camí del Mig de Vilassar, van muntar una cooperativa d'aula per pagar el viatge de final de curs. Van estar buscant diferents mitjans per a generar diners (artesanía, serveis, etc.) i se'ls va acudir que podien muntar una parada de llibres de St. Jordi a l'escola. Resultat, vam partir marges: ells un 15% i nosaltres l'altre. Ens van vendre més de 1200€ i, per tant, ells van guanyar 180€ i nosaltres també. No és molt però tots dos vam estar molt contents.

Una altra experiència en aquest sentit ha estat convidar els alumnes de l'escola Freta de Mataró que fan un mòdul d'escola bresso a descobrir llibres adequats per a aquesta edat i algunes idees de com explicar-los. Fantàstica la rebuda que ha tingut!

-LLIBRERIA A LES ESCOLES I A LES BIBLIOTEQUES

El pla de lectura (ja en vam parlar i al final de tot us faig unes consideracions finals)

Contes a les escoles/biblioteques: servei que prestem cobrant. En cas d'escoles i biblioteques que ens fan compres molt grosses ho utilitzem com a incentiu de compra. Les compres, però, han de ser molt grosses perquè ja sabeu que les llibreries acostumem a fer un descompte de compra a les institucions culturals.

Descobrim llibres: és una activitat pensada per a edats concretes i per animar a la lectura. Ens presentem amb una maleta plena de llibres per a l'edat que tenen els nens i els expliquem de què van els llibres. Ens centrem molt en dos aspectes: la novetat i la comparació. És una manera de què els nens descobreixin coses noves que els poden interessar i alhora, tinguin un referent d'allò que es poden trobar. Per exemple, si un nen li agrada Diari de Greg, segurament també li agradarà Fèlix ets un desastre quan sigui una mica més gran. A una nena que li ha agradat les Kinra, Secret Kingdom, la Penjada o altres, potser li agradaran els de la Xènia o els de Blue Jeans. Per nosaltres no és important com considerem els llibres sinó que cada lector trobi el seu. Ens agrada, però, introduir sempre els llibres pels que apostem i, per tant, proposar nous camins en el camí lector.

Maletes: segurament també ho feu. Cedim durant uns dies una maleta/cofre amb llibres d'un tema determinat per tal que els alumnes els puguin avaluar junt amb els mestres.

Assessorament i seleccions: fem bibliografies, expliquem, recomanem llibres a –sobretot a– mestres i –també a alguns– bibliotecaris de llibres adequats a etapes lectores concretes, de temàtiques concretes, novetats, etc.

Estem col·laborant amb dos blocs escolars (escola Montserrat Solà i Institut Laia l'Arquera). Són escoles que han muntat un grup de lectura a l'hora del pati i ens demanen propostes. Un cop al més els enviem noves propostes amb una petita ressenya.

Tallers per a mestres, bibliotecaris, escoles. Això vé d'una casualitat preciosa: una escola ens demana com poden dinamitzar la lectura a les edats més petites. Tenen una AMPA molt potent i juguen a la proposta que els fem: feu els llibres de cap de setmana; cada setmana, els nens han d'anar a casa amb un llibre per tal que els pares/mares/avis els l'expliquin. D'aquí en surt:

Taller LECTURA EN FAMÍLIA – activitat altament gratificant i vinculant entre membres de la família. Però fa por. Donem quatre eines per tal de vèncer la por. Els pares solen tenir molta por de llegir en veu alta. Quan veuen que no cal, se'ls obren els ulls!

Taller ACOMPANYAMENT LECTOR- Per sort, hi ha moltes famílies preocupades per què els seus fills llegeixin. Hem sistematitzat una proposta d'etapes lectores, llibres adequats a cada edat i estratègies per incentivar la lectura. L'adequem a l'interès dels pares (escola bressol, parvulari, primària, secundària). I, com us podeu imaginar, portem llibres per tal que es puguin veure, tocar, olorar i mastegar.

-ACCIONS A LA LLIBRERIA

Cada setmana fem una hora del conte amb nom propi: BUC DE CONTES. És una manera de distingir-nos d'altres propostes. De tant en tant, també fem el BUC BOOKS, us imagineu per on va, oi?

Mirem de fer activitats atractives a la llibreria que ens puguin dur gent: BATEIG DE MÀGIA, activitat que vam poder dur a terme dos cops (taller de 4 dissabtes matí) i que per un problema personal de la persona que ens el feia, no hem pogut fer més. Mentre va ser possible va ser genial; fèiem el taller amb un espectacle final en què convidàvem les famílies.

Taller de cal·ligrames, tallers de manualitats, de màscares... Ens costen molt d'organitzar i de vegades no funcionen. Quan funcionen, és collonut!

Intercanvis amb l'entorn: us vaig explicar el tema de Xarxa. Fem coses similars amb Circ al Casal, Titelles al Casal i Circ de Nadal (tres associacions amb qui establim diferents vincles que mirem que ens convinguin a tots dos: els venem entrades, els prestem algun llibre, col·laborem en activitats que fan, etc.)

Hi ha un intercanvi que ens agrada molt: anem a explicar contes a la Granja Caralt un cop a l'any. A canvi, ells ens fan xocolata desfeta i melindros per a una sessió de contes nostra. La gràcia, intentar relacionar-ho amb alguna festivitat especial. Nosaltres sempre anem a la granja Caralt prop del dia de Sant Simó (a Mataró, aquest dia és tradicional menjar una mena de sabres fets de brioix) així ells regalen uns sabres petitons als nens però en venen molts més.

I nosaltres, el dia que fem una cosa especial, tenim la xocolata amb melindros. I els clients, contents. Quan estan a casa nostra, pensen: “com s’enrotllen aquests de la granja Caralt!” i, quan estan a la granja: “com s’enrotllen aquests de Buc de Llibres!”. Algú podria pensar: “com s’enrotllen els de la biblioteca!”.

4) RESPECTE ALS PLANS DE LECTURA

Això que deia: respecte!

Ho dic perquè els informàtics diuen que si una cosa funciona, no la toquis. La podries empitjorar!

Ho dic també amb una certa ironia.

Evidentment, que és millor fer una cosa que no pas no fer-la. Però recordeu que a Mataró som una mica cap grossos? Nosaltres no hem presentat cap projecte a Mataró perquè creiem que les condicions no són les adequades. Sabem que calen canvis en l’entorn (no entraré en aquest aspecte ara) perquè es donin les condicions mínimes per fer una cosa de qualitat. Creiem que és millor treballar per tal que es donin les condicions que no pas per activar una cosa de la qual potser en podríem treure un rendiment però que seria un bunyol. La feina mal feta no té futur i, si parlem del difícil equilibri de la lectura, o anem en sèrio o preferim no generar elements que hi puguin anar en contra.

Recordeu però que, tal com es va veure a la sessió, hi ha diferents models possibles, correctes i eficaços.

Coses que cal tenir en compte:

- Han de ser motivadors de la lectura

- Això implica que els han de dur a terme professionals de la lectura, no aficionats ni empreses d’esbarjo. I han de ser gent amb una capacitat alta de motivació als nens. Cal estar segur que s’hauran llegit tots els llibres per tal de treure’n el màxim suc.

- No cal que la periodicitat sigui mensual com el que fem nosaltres. Altres periodificacions també poden ser correctes. Cal donar temps als nens perquè llegeixin i no donar-los-en massa per tal que no oblidin.

- Cal trobar com s’avaluarà que els nens han llegit i cal generar l’espai de temps necessari per tal que puguin expressar què els han suggerit les lectures.

- Cal coordinar diferents àmbits (escola, biblioteca, administració/mecenes, dinamitzador) i, per tant, són projectes a mig-llarg termini. Penseu que les escoles tenen el seu calendari, les administracions els seus pressupostos i els dinamitzadors, la seva agenda.

Altres coses:

-Recordeu que us vaig dir que portàvem 5 títols i 3 exemplars de cada a les sessions? Si feu números veureu que és una quantitat no gaire alta per les ratios que solen tenir les escoles. Pensar en més exemplars seria òptim però, evidentment, encareix.

-Una cosa que a mi em faria molta il·lusió (els meus desitjos sempre solen ser cars...) seria poder deixar després de cada sessió un exemplar de cada títol del lot per tal d'anar incrementant la biblioteca d'aula i que els nens que no han pogut llegir-lo, tinguin oportunitat de fer-ho. Penseu que hi ha llibres que tenen molt d'èxit i que els nens tenen el seu ritme de lectura. Per tant, si és gaire gruixut, potser només el llegeixen 6 nens. I n'hi ha que es queden amb les ganes.

-És important tenir mètodes d'avaluació eficaços sense trampes i amb resultats positius tant dels dinamitzadors (poden rebentar-ho tot si no són engrescadors), com de les escoles, com de la mateixa biblioteca. Però també de pares i mares i, si podeu, societat en general. Si aconseguíu aquest darrer punt, aconseguireu dues coses: d'una banda haureu aconseguit fer-ne ressò i de l'altra, us donarà una força davant l'administració/mecenes important que potser pot evitar retallades.

-Si pensem en els nens actuals, hauríem de propiciar que puguin utilitzar els canals que els són habituals. I com més grans són, més. Per aquest motiu, caldria pensar en algun suport informàtic amb el qual puguin interactuar. Això us pot donar moltes eines. Com que és una cosa que estem treballant, no la tenim del tot elaborada, però sí que tenim clar que ha de complir alguns objectius: engrescar, treure resultats avaluable, compartir, interactuar i comunicar.

-Finalment, hi ha alguns aspectes que podrien arrodonir molt un pla de lectura: si saps que un llibre determinat l'han llegit tots els nens d'una població, no seria fantàstic dur l'autor o l'il·lustrador a la biblioteca per tal que el puguin conèixer? Qualsevol interacció amb la societat us reforçarà i reforçarà el pla lector: que si l'escola de música posa música a aquell llibre de poemes que s'ha llegit, que si els mecànics locals donen peces de rebuig per fer una escultura que simbolitzi un llibre, que si el comerç local col·labora en... fornir aquell llibre extra de la biblioteca d'aula o en fer un berenar de final de pla o a pagar els suports de l'exposició final del pla de lectura o.... Tot això visibilitzarà el pla de lectura i us visibilitzarà a vosaltres. Alhora que crearà vincles molt potents.

Gràcies per aguantar el meu segon rotllo. Prometo callar a partir d'ara.

De totes maneres, com que no en sé gaire, si algú vol continuar la comunicació, aquí teniu les meves dades:

Esteve Guardiola – esteve@bucdellibres.cat

Buc de Llibres

Muralla del tigre, 31

08302-Mataró

93 799 61 86

info@bucdellibres.cat

www.bucdellibres.cat