



Gizarte-liburudenda bat,
pobrezaren eta bazterketaren
aurkako agente komunitarioa.

Una librería social como agente
comunitario contra la pobreza y la
exclusión.



Asociación Zubietxe



Librería Libu

MEMORIA - TXOSTENA

Premios Elkarlan - Elkarlan sariak
2020



Presentación de Zubietxe, Libu y el proyecto Itzuli

La Asociación Zubietxe (zubietxe.org) tiene como misión facilitar la incorporación social de hombres y mujeres mayores de 18 años en situación o riesgo de exclusión, ofreciendo oportunidades y acompañando individualmente en el acceso a la plena ciudadanía y la mejora de la calidad de vida.

En el año 2015 pusimos en marcha la librería Libu, un proyecto con diferentes objetivos, como facilitar el acceso a la cultura y al ocio, aumentar la empleabilidad de personas en situación de exclusión social, realizar un impulso cultural mediante la motivación a la lectura, y generar alternativas medioambientales mediante la reutilización (segunda mano) y el reciclaje. La librería Libu lleva por tanto más de cinco años activa, y se ha convertido con el tiempo en un referente social de nuestra ciudad.

Posteriormente, en el año 2019 nace el proyecto Itzuli a partir de la actividad de la librería, con la intención de mejorar la vida de las personas en situación de pobreza y exclusión social en nuestro entorno local (zona Casco Viejo - La Peña, en Bilbao), mediante el desarrollo de un cambio social y cultural basado en la participación comunitaria, utilizando herramientas diferentes a la clásica intervención social.

El año 2020, el proyecto Itzuli recibe un fuerte impulso al recibir el premio Elkarlan, del Departamento de Gobernanza Pública y Autogobierno, del Gobierno Vasco. Este premio supone una confirmación del camino que la asociación está orientando en los últimos años.

Objetivo de esta Memoria

Los premios Elkarlan están especialmente dirigidos a proyectos que puedan mostrarse transferibles hacia otras entidades, de forma que las propuestas innovadoras se puedan difundir y expandir ampliamente en la comunidad.

Esta Memoria está orientada a explicitar la forma en que nuestra idea pueda resultar transferible, y mostrar los materiales y procesos que hemos creado para difundirla entre otras entidades.

Qué proponemos transferir

La idea que subyace en este proyecto responde a una necesidad concreta: la de necesidad de las entidades de intervención social de participar de forma activa en la sociedad, yendo más allá de eso que llamamos Tercer Sector (que involucra a las entidades sin ánimo de lucro), de forma que su actividad se pueda normalizar y enraizar en sociedad.

La idea principal, la propuesta básica es muy sencilla y está en la unión de dos elementos: proyecto de intervención social + comercio con acción participativa, orientado en dirección hacia un cambio social basado en la participación comunitaria.

Consideramos que la esencia de nuestro proyecto tiene un gran potencial para su uso en otras entidades de intervención social, o del tercer sector en general.

Nuestra acción concreta, dentro de esta propuesta, ha sido la de plantar un comercio en las calles de Bilbao. Un comercio que sea sostenible económicamente, y que nos sirva para relacionarnos con la sociedad de otra forma, sin dejar de perder la esencia del mensaje que queremos transmitir.

Con la puesta en marcha de la librería Libu, hemos comprobado que la unión de un comercio con un proyecto de intervención social genera unas sinergias muy interesantes, y esta es la idea que queremos proponer a otras entidades.

Esta solución puede ponerse en marcha de muchas formas diferentes, y esperamos que haya entidades que se inspiren en nuestra iniciativa para ello. Vamos a mostrar a continuación nuestra actividad para facilitar esta transferencia.

Qué objetivos tiene nuestra propuesta de transferencia

La que aquí hemos planteado es una idea sencilla, pero cuyo desarrollo en el mundo real es complejo y necesita de una seria apuesta de la entidad, y plazos largos para su ejecución. No esperamos poder observar procesos de transferencia de nuestra propuesta en un plazo corto o medio, sino que buscamos sembrar una semilla de interés por este tipo de soluciones, y mostrar un camino que ha sido trillado anteriormente con un razonable nivel de éxito.

Nuestros objetivos son, por tanto, los dos siguientes:

- motivar a las entidades de intervención social sobre la necesidad de estar presentes en la sociedad de una forma diferente a la habitual de este tipo de entidades,
- y definir con claridad las pautas más importantes que hay que tener en cuenta para el éxito de la iniciativa.

Qué contenidos ofrecemos en esta propuesta

Como ha ocurrido con tantas innovaciones a lo largo de la historia y ya hemos comentado, se trata de una idea sencilla en su origen, pero cuya implementación debe prestar atención a los pormenores, evitando decisiones incorrectas que puedan disolver la eficacia de la propuesta. Como dice un refrán anglosajón, 'el diablo está en los detalles', y es en esos detalles de nuestra presentación en los que nos enfocamos de modo especial.

Por eso, y tal como hemos mencionado en los objetivos, la parte fundamental de los contenidos de esta propuesta es la descripción de las pautas más importantes a tener en cuenta a la hora de replicar un proyecto como el de la librería Libu.

Los contenidos que aportamos son un plan de acción en el que se tenga en cuenta:

- 1)Cuál es el objetivo que se busca con la implementación de un comercio (objetivo que puede ser cambiante, tal como nos ha ocurrido con nuestra librería)
- 2) Qué pautas y condiciones deben tenerse en cuenta para la selección del tipo de comercio que se desea implantar
- 3) Elementos fundamentales para el éxito de la iniciativa
- 4) Posibles dificultades que habría que enfrentar

Todos estos contenidos no se detallan en esta Memoria, para no extenderla demasiado, pero están insertos en los elementos para la transferencia que hemos creado, y que son fácilmente accesibles.

Elementos para la transferencia

Hemos realizado dos tipos de elementos para la transferencia, que podemos describir como online y offline.

Los elementos online son:

- 1) Una página web
- 2) Un vídeo - entrevista
- 3) Una campaña por redes sociales

y el elemento offline es:

- 4) Un folleto impreso

1. Página web

Hemos elaborado una página web en la que describimos los contenidos antes descritos de una forma pedagógica y motivadora.



Esta página comienza con una introducción, que consideramos como una de las claves del contenido. En esta introducción se resume de forma breve pero directa la razón por la que consideramos que el proyecto merece ser replicado por otras entidades de intervención social.

Ahí expresamos nuestra profunda convicción acerca de la importancia de ir más allá del trabajo habitual de nuestras entidades, y realizar una tarea de implicar a la sociedad.

Este es un pantallazo de la introducción:

La exclusión social es, tal como indica su nombre, **un problema social**.

No solamente las personas excluidas tienen responsabilidad en salir de su situación; también **la sociedad debe poner de su parte** de forma activa: abrir las manos y tender puentes.

Quienes, desde la intervención social, trabajamos en este ámbito, debemos hacer un esfuerzo por **involucrar** a la sociedad, al contexto comunitario en el que nos movemos. En caso contrario, corremos el peligro de convertirnos en **entidades-ghetto**, poco integradas en el entorno, **reproduciendo a nivel macro** esa exclusión social que pretendemos aliviar.

Pero esto, **¿cómo se hace?**

Al hablar de incidencia social, lo habitual es pensar en diversas formas de comunicación, desde campañas con carteles o redes sociales hasta celebraciones de eventos. Pero hay **otras formas** de hacer incidencia social, más orgánicas y participativas.

Aquí **lanzamos una propuesta**.

Estos son los contenidos que se describen en la web:

1. La idea: entidad de intervención social + comercio
2. Selección del tipo de comercio
3. Elementos para el éxito
4. Dificultades encontradas
5. Reorientación del proyecto: entidad de intervención social + comercio + actividad sociocultural

Es importante destacar que este apartado web va a quedarse de forma permanente en nuestro espacio web, de forma que durante los próximos meses y años podrá ser consultado por cualquier entidad. De esta forma, la campaña de transferencia no se circunscribe al lapso de tiempo en que hemos desarrollado los materiales que se describen en esta Memoria, sino que se mantendrán de forma estable como parte intrínseca del proyecto Itzuli.

La página se puede consultar en la dirección:

<https://zubietxe.org/itzuli/>

2) Vídeo - entrevista

Hemos realizado un vídeo con el formato pregunta -respuesta, consistente en una entrevista a Borja Aguirre, uno de los impulsores del proyecto, donde desarrolla los mismos contenidos que en la página web, pero con mayor profundidad y de forma oral.



En el vídeo se responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es Zubietxe?
- ¿Por qué es necesario hacer este tipo de proyectos?
- ¿Cuál es el objetivo?
- ¿Por qué un comercio?
- ¿Qué factores son importantes para escoger el tipo de comercio?
- ¿Y por qué una librería?
- ¿Qué factores han ayudado al éxito del proyecto?
- ¿Qué errores habéis cometido y qué dificultades habéis encontrado?
- Háblanos del proyecto Itzuli



Este vídeo se ha incrustado en la propia página web, y por tanto ha recibido la misma difusión que el resto de los contenidos escritos. También se le ha dado una difusión propia en ámbitos más cercanos. El vídeo se puede ver también de forma directa en el canal de Youtube, en la página::

<https://www.youtube.com/watch?v=mYA73eVD3w0>

3) Campaña en redes sociales

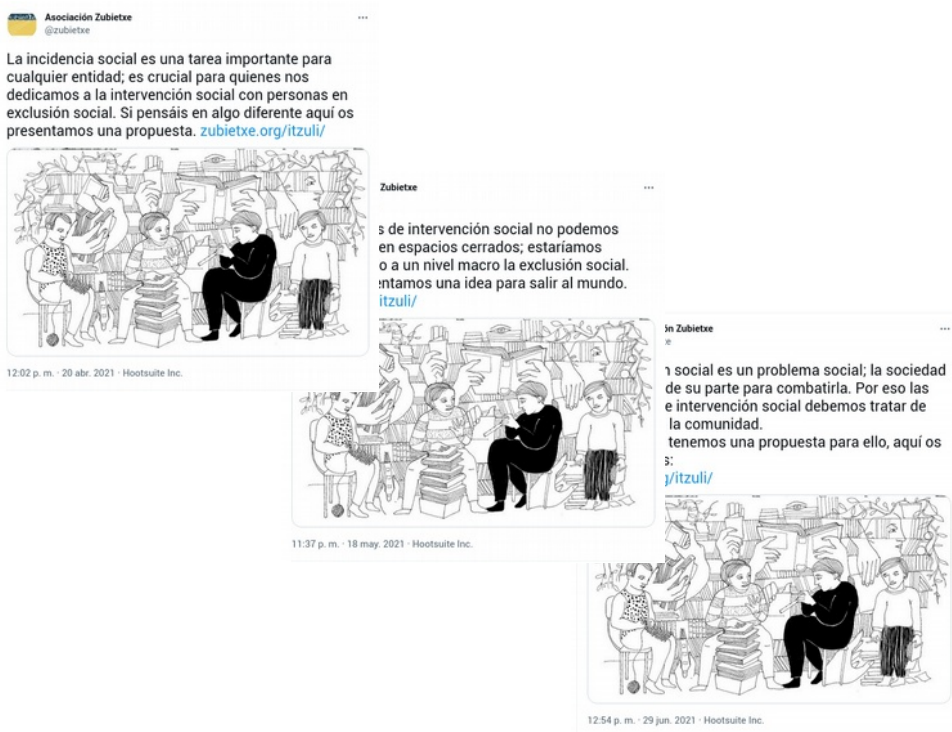
Hemos realizado una campaña en redes sociales durante tres meses. Hemos escogido Twitter como el principal canal de transmisión tras analizar los diferentes segmentos de público del que recibimos seguimiento en nuestras diferentes redes sociales.

Twitter efectivamente es la red donde en mayor número hay un seguimiento de otras entidades del tercer sector, y también es la red donde habitualmente se envían las noticias con un carácter más oficial y técnico.

En concreto, se han realizado 3 envíos, en los días

- 20 de abril
- 18 de mayo
- 29 de junio

Cada uno de estos días se envió un mensaje diferente, con la intención de encontrar la clave con la que llamar la atención de las diferentes personas que pudiesen atender al texto. Sin embargo, se ha mantenido la imagen en los tres mensajes, con el objetivo de mantener una coherencia e identidad propia de la campaña, y con la intención de que la repetición de la imagen produzca una llamada de atención sobre la importancia que otorgamos a la campaña.



Estos envíos han tenido en conjunto más de 500 impresiones, buena parte de ellas por parte de cuentas profesionales de personas y entidades del sector, y han recibido felicitaciones y menciones por parte de entidades cercanas.

4) Folleto

Hemos realizado específicamente como parte de este proyecto un folleto de 12 páginas, en el que se describe la historia de la librería como si se tratase de un cuento fantástico, añadiendo a pie de página explicaciones más profundas y objetivas de los hechos que se van describiendo. En su interior se mencionan los premios Elkarlan como colofón del largo itinerario de Libu.

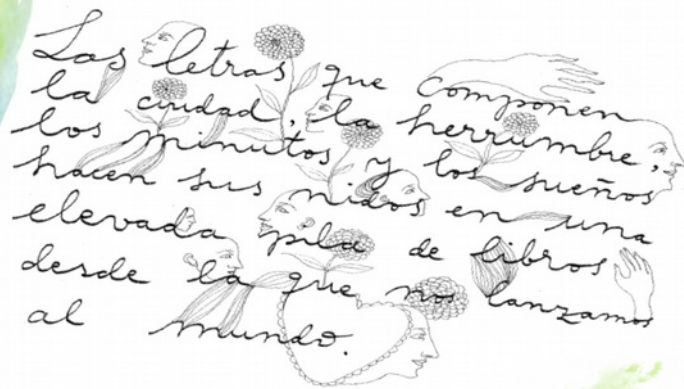
De esta forma, con un carácter de storytelling, damos a conocer las intuiciones de fondo que han dado paso a la creación de la librería, y los diferentes procesos que hemos ido encontrando.



Tanto los contenidos del folleto como los dibujos del interior se han realizado para esta ocasión (con una excepción), y se ha hecho un tratamiento profesional de la edición.

Este folleto se va a difundir durante el próximo curso a todas las entidades de nuestro sector, a personas y profesionales de referencia, a otros comercios del entorno, y también al público de la librería en general, reservándolo para los clientes más recurrentes o más interesados por el proyecto.

La elaboración de este folleto, además de un ejercicio muy agradable por la creatividad invertida en ello, nos ha resultado muy útil como forma de reflexión y elaboración en formato breve de una historia de los hitos fundamentales que nos han conducido hasta el proyecto actual.



Las letras que componen
la ciudad, la herrumbre,
los minutos y los sueños
hacen sus nidos en una
elevada pila de libros
desde la que nos lanzamos
al mundo.

acumulando calendarios. Su grito en
ser escuchado: una muchedumbre
como los adoquines de un largo camino,
todas las personas de la ciudad son
tas de su propia historia, una novela en
quedar sin su capítulo correspondiente.
las importan.
más las melodías que van latiendo con

zioten, gizartean
aldeko ekimena
intuzioa sendotu
merkataritzaren eta
topaketa, eta beste
ri izateko aukera eman

En el año 2020, a Libu se le concede el premio Elkarlan.
por su proyecto de devolver a la sociedad la iniciativa
de la acción a favor de las personas en exclusión social.
Se ha consolidado la intuición que puso en marcha
nuestra librería: el encuentro entre intervención social,
comercio y actividad socio-cultural, y se empuja la
posibilidad de servir de inspiración a otras entidades.

Puede encontrarse este folleto en formato PDF en la siguiente dirección:

<https://zubietxe.org/wp-content/uploads/2021/07/LIBU-Libreria-de-segunda-mano-V6.pdf>