

GLOSO BOOK

LA NUEVA FORMA DE LEER Y ESCRIBIR
AL ALCANCE DE TODOS.

POR JUAN IGNACIO QUINTANA CAVANILLAS

Glosobook (*Global Social Book*) es un conjunto de relatos en cuya redacción puede participar cualquiera. Parten de un capítulo común y van creciendo de forma exponencial. Un proyecto basado en la participación social, que ha nacido sin fin lucrativo y con el objetivo de aproximar la literatura a las personas, mediante el uso de herramientas sociales y tecnológicas.

Esta novedosa plataforma cultural www.glosobook.com de acceso gratuito aúna las inquietudes de todas aquellas personas interesadas en la lectura y la escritura, sean o no escritores o lectores habituales. Cada **Glosobook** está formado por muchos relatos que comienzan de una única manera, pero terminan de muchas formas distintas.

En un **Glosobook** se puede participar como escritor y como lector. Como escritor, después de publicado el primer capítulo, cualquiera puede enviar un segundo que lo continúe, que es publicado en www.glosobook.com. Entre todos los capítulos candidatos, los lectores van votando los que más les gustan. Los dos más votados se consolidan como nuevos capítulos y dan lugar a los dos primeros relatos. En el momento de escribir este artículo se ha puesto en marcha la convocatoria para capítulos 5. Desde comienzos de 2014, cuando se puso en marcha el proyecto, se han presentado 27 capítulos diferentes, que han dado lugar a seis relatos consolidados. No son 8, tal como se podría esperar de este modelo de crecimiento, ya que en dos relatos solo se ha presentado un capítulo.

En cualquier caso, un escenario de crecimiento continuado, permite que el **Glosobook** progrese exponencialmente y, por ejemplo, con 10 capítulos podría llegar a tener 512 relatos diferentes. En la práctica, un crecimiento exponencial ilimitado imposibilitaría el control del proyecto y la lectura de los diferentes relatos. Por ello, el acotar dicho crecimiento depende de la dirección del proyecto, en cada cambio de capítulo o en el arranque del mismo.

Como lector, un **Glosobook** puede ser leído de muchas formas diferentes, siguiendo las diferentes líneas de relatos. Al final de cada capítulo se opta por una u otra línea.

El número de capítulos de cada **Glosobook** no está limitado. En cada caso

dependerá de los lectores, que podrán dar por finalizado un relato si todos los capítulos candidatos dejan de recibir votos. También la propia dinámica de un relato y la publicación de un capítulo que cierre los hilos argumentales del mismo, puede darlo por concluido. Por supuesto, la propia dirección de cada proyecto puede decidir acotar el número de capítulos y forzar a los escritores a buscar un desenlace.

Cada Glosobook está formado por muchos relatos que comienzan iguales, pero terminan de formas distintas.

Glosobook es más que un proyecto literario. Es un modelo de creación de todo tipo de books, no solo novelas. Una **forma de construir, concatenada, participativa y creciente**. **Glosobook** facilita que las experiencias, la imaginación y las ideas puedan difundirse y contribuir a incrementar nuestro patrimonio cultural y humano, desde el mismo centro de nuestra sociedad.

El proyecto surge por la convicción de que toda persona tiene algo que contar y la mayoría tiene la necesidad, en un momento u otro, de poder transmitirlo. El problema es que no es fácil enfrentarse a un papel en blanco y, en este primer **Glosobook**, al reto de escribir un libro completo. Con respecto a la lectura convencional, ésta no es un hábito generalizado, pero se puede promover cuando el modelo de lectura es interactivo, opcional y gradual.

El factor tecnológico es esencial. En esta primera fase se ha desarrollado el proyecto utilizando el sistema **WordPress**, lo que ha permitido un desarrollo tecnológico rápido y con pocos costes, gestionado directamente por los promotores del proyecto, y con una alta calidad de diseño. La limitación que tiene **WordPress** para este tipo de proyectos es la escasa automatización a la hora de gestionar votaciones, sistemas de seguimiento visuales o la propia gestión de las publicaciones por parte de

los escritores e incluso de potenciales promotores de nuevos glosobooks. La segunda fase de esta iniciativa pasa necesariamente por el desarrollo de una plataforma con tecnología ajustada a las prestaciones necesarias para conseguir un proyecto de alta viralidad.

Glosobook no requiere de grandes recursos humanos para su gestión, siempre que la tecnología permita mejorar sus automatismos. Son necesarios tres perfiles diferenciados. Por un lado, **un perfil creativo** desde una perspectiva empresarial y de contenidos que se responsabilice de la puesta en marcha de cada uno de los proyectos, de la dirección técnica y de su gestión económica. Por otro lado, **un perfil tecnológico**, siendo éste el más susceptible de ser incorporado mediante una asistencia técnica externa. El tercer protagonista es el de **community manager**, verdadero responsable de dar viralidad al proyecto, crear comunidades de lectores y escritores, y explotar de la manera más eficiente las diferentes redes sociales, como Facebook, Twitter, Google+, YouTube, etc.



La aplicación del plan estratégico de este proyecto comenzó con el lanzamiento de esta primera fase a principios de año, incluyendo una campaña de comunicación en medios. En el momento actual se encuentra en una segunda fase de definición y venta de un plan de viabilidad económica, para lo que **Glosobook** se ha presentado y ha sido seleccionado en el startup **ZincShower**. En una tercera etapa y, en función de los logros que se consigan en la segunda, se proyecta cambiar la tecnología y lanzar nuevos glosobooks no literarios, para lo que la búsqueda de financiación es un objetivo prioritario.

En definitiva, **Glosobook** es un proyecto que actualmente se encuentra abierto en redes sociales, pero cuyo salto

EL AUTOR

J. IGNACIO
QUINTANA
CAVANILLAS



Doctor Ingeniero Agrónomo y Máster en Política Europea por la Universidad Politécnica de Madrid.

Trabajó más de 20 años como director de organizaciones sin ánimo de lucro públicas y privadas, cargos de dirección en multinacionales o responsabilidades de administrador único y dirección en pymes. Especialización en el sector alimentario, sanitario y biotecnológico.

Se desempeñó en medios de comunicación, como director de Onda Agraria en OndaCero y La Trilla en ABC Punto Radio y Gestiona Radio. Fue columnista de opinión agroalimentaria en el Grupo Vocento. Trabajó durante 2 años en el Parlamento Europeo dentro de la Dirección General de Estudios. Es autor y coautor de 4 libros agroalimentación, planificación y desarrollo. Dio más de 50 conferencias en universidades, congresos, empresas y otras organizaciones. Fue Profesor de Formulación y Evaluación de Proyectos Empresariales en el Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense de Madrid.

Premio Jose Cascón del Colegio de Ingenieros de Centro y Canarias a la mejor Tesis Doctoral. 1995. Premio Nacional de Investigación Agraria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 1997. Medalla CESFAC. Categoría Medios de Comunicación. 2011.

Desde el punto de vista de comunicación 2.0, además de www.glosobook.com, desarrolla el portal www.latrilladebates.com.

cuantitativo y cualitativo se producirá cuando se consiga un nivel de penetración en redes sociales alto. Para lo que es necesario acelerar el proyecto en relación a la creación y difusión de contenidos, que es el verdadero catalizador de los proyectos sociales de cualquier índole. ●