



XIV Conferencia Internacional de Bibliotecología
“Información y ciudadanía: desafíos públicos y privados”

Promoción de la lectura en América Latina, estudio de casos emblemáticos: México, Argentina, Brasil y Colombia

Autor

Enrique Ramos Curd

Filiación: Consultor externo de instituciones públicas y privadas.

Palabras claves: Lectura - Promoción de la Lectura - Políticas de Estado - Innovación - Participación de la Comunidad - Planes de Lectura.

Keywords: Reading, Reading Promotion, State Politics, Innovation, Community Participation, Reading Plans and Programs, Reading Mediation.

Santiago, Chile, Noviembre de 2009.

Promoción de la lectura en América Latina, estudio de casos emblemáticos: México, Argentina, Brasil y Colombia

Índice

1. **INTRODUCCION**
2. **EL CAMINO HACIA LA PROMOCION DE LA LECTURA**
3. **EL ESTADO DE LA PROMOCION DE LA LECTURA EN AMERICA LATINA**
 - 3.1 **Luces**
 - 3.1.1 La promoción de la lectura es tu trabajo de 9 a 6, o es una opción de vida?
 - 3.1.2 Programas emblemáticos en América Latina (una dimensión democrática)
 - 3.1.2.1 Servicios de información local. “Conexión Ciudad” (Comfenalco, Medellín)
 - 3.1.2.2 La biblioteca sale al encuentro de las personas. Programa Bibliometro (Santiago, Chile)
 - 3.1.3 El papel del Estado, a pesar del mercado
 - 3.1.4 Las TIC's, una oportunidad
 - 3.1.5 Buenas prácticas y transferencia de experiencias en promoción de lectura
 - 3.1.6 Premios a la gestión
 - 3.1.7 Leyes del libro y políticas nacionales
 - 3.2 **Sombras**
 - 3.2.1 Improductividad social de la promoción de la lectura en América Latina
 - 3.2.2 Promoción de la lectura con fines de lucro?
 - 3.2.3 Funcionarios, políticos y nuevos iluminados
 - 3.2.4 Las campañas de promoción de la lectura
 - 3.2.5 Las externalidades. Presupuestos minúsculos para la lectura
 - 3.2.6 La censura, manteniendo una libertad responsable de contenidos?
4. **BUENAS PRACTICAS - LOS CASOS EMBLEMATICOS**
 - 4.1 **México**
 - 4.1.1 *Programa Nacional de Fomento para la Lectura y el Libro “México lee”*
 - 4.1.2 *Los libros del Rincón*
 - 4.2 **Brasil**
 - 4.2.1 *El Plan Nacional del Libro y la Lectura (PNLL)*
 - 4.2.2 *Movimiento “Livro Livre”*
 - 4.2.3 *Sao Paulo, un Estado de lectores*
 - 4.3 **Argentina**
 - 4.3.1 *Campaña nacional de lectura*
 - 4.3.2 *“Libros y casas”*
 - 4.3.3 *CONABIP. Bibliotecas populares en Argentina*
 - 4.4 **Colombia**
 - 4.4.1 *Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas*

4.4.2 *La acción de las Cajas de Compensación. El caso de COMFENALCO*

4.4.3 *Parques Bibliotecas de Medellín.*

5. **LOS DESAFIOS**

5.1 *Mediación de la lectura. Profesionalizar el trabajo*

5.2 *Interdisciplinariedad: el único camino posible*

5.3 *La revolución en el libro, la lectura, la escritura y las bibliotecas, es el predominio de la cultura audiovisual sobre la impresa, la televisión e Internet*

5.4 *Hacia un Observatorio Latinoamericano de Promoción de la Lectura*

Resumen:

En la sociedad del conocimiento la ausencia de competencias lectoras pueden ser un factor más de exclusión, evidenciado en casi toda América Latina por el analfabetismo funcional, informacional y tecnológico. Para hacer frente a esta realidad se debe contar con una acción decidida del Estado, de las organizaciones públicas y privadas y de la sociedad civil para llevar adelante planes, programas, campañas y acciones sistemáticas de promoción, evaluación de aprendizajes y estímulo de la lectura y la escritura. Dada la importancia de la lectura en la formación de las personas y, por lo tanto, del conjunto de la sociedad, la adquisición y consolidación de hábitos de lectura debe ser un objetivo prioritario para la acción del Estado y se hace necesario estimularlo desde el comienzo de la vida o incluso en el vientre materno y reconociendo a la lectura como un factor de identidad, de desarrollo humano sustentable, de inclusión social y de calidad de vida.

Esta ponencia examina las luces y sombras de la promoción de la lectura en América Latina, poniendo acento en las experiencias de México, Brasil, Argentina y Colombia, exponiendo proyectos y programas emblemáticos de cada país.

Finalmente plantea cuatro desafíos sobre cómo orientar el trabajo de la promoción de la lectura en la región:

- Profesionalizar el trabajo de promoción de la lectura.
- Generar estrategias de trabajo interdisciplinario.
- Cómo posicionar el rol del mediador de la lectura en un mundo donde existe un claro predominio de la cultura audiovisual sobre la impresa.
- Cómo caminar hacia un Observatorio Latinoamericano de Promoción de la Lectura.

Abstract:

In the society of the knowledge the reading competitions can be a factor of exclusion, demonstrated more in almost all Latin America by the functional, informational and technological illiteracy. In order to do against this reality one is due to count on a decided action of the State, the organizations public and deprived and the civil society to take plans ahead, programs, campaigns and systematic actions of promotion, evaluation of learning and stimulus of the writing and the reaending. Given the importance of the reading in the formation of the people and, therefore, of the set of the society, the acquisition and consolidation of reading habits must be a high-priority objective for the action of the State and it becomes necessary to even stimulate it from the beginning of life or maternal belly, recognizing the reading like a factor of identity, development, social inclusion and quality of life.

This communication examines the lights and shades of the reading promotion in Latin America, putting accent in the experiences of Mexico, Brazil, Argentina and Colombia, exposing the projects and emblematic programs of each country. Finally it raises four challenges on like orienting the work of reading promotion in the region:

- To professionalize the work of reading promotion.
- To generate strategies of interdisciplinary work.
- How to position the role of the reading mediator in a world where a clear predominance of the audio-visual culture exists on the printed one.
- How to walk towards a Latin American Observatory of Reading Promotion.

Agradecimientos

El autor agradece los maravillosos aportes, comentarios, intercambios y fecundas conversaciones con Sabina Gálvez, docente de la UTEM y directora de bibliotecas de la Municipalidad de Puente Alto, Chile, e Ivonne Azolas bibliotecóloga de Carey & Compañía.

Prólogo

La adquisición de hábitos de lectura conlleva una riqueza extraordinaria, puesto que permite la entrar en mundos mágicos y ampliar el horizonte simbólico, comprender información y asimilarla, esto es relevante cuando se promueve desde la primera infancia y se mantiene durante toda la vida.

La lectura permite a las personas desarrollar insospechadas capacidades, potenciar una actitud crítica, reflexiva y responsable frente a la información y los hechos sociales, económicos y políticos que permiten una adecuada toma de decisiones; es relevante a la hora de medir los resultados educacionales, facilita el acceso al conocimiento, permite un adecuado discernimiento frente a los diferentes modos de pensamiento y a las múltiples manifestaciones de la cultura.

La construcción de la identidad personal no es solo patrimonio de la familia ni del sistema de educación formal, sino que se convierte en elemento clave del desarrollo personal y profesional e influye a lo largo de toda la existencia.

Desde una óptica distinta, la aparición de las tecnologías de información y comunicación, hace necesario ampliar el concepto de lectura, no vincularlo exclusivamente a un soporte específico (el libro), sino a cualquiera de los nuevos medios, y hablar entonces de distintas “lecturas”.

En la sociedad del conocimiento la ausencia de competencias lectoras pueden ser un factor más de exclusión, evidenciado en casi toda América Latina con un endémico analfabetismo funcional¹, informacional y tecnológico. Para hacer frente a esta realidad se debe contar en primer lugar con una acción decidida del Estado, de las organizaciones públicas y privadas y de la sociedad civil para llevar adelante planes, programas, campañas y acciones sistemáticas de promoción, evaluación de aprendizajes y estímulo de la escritura y la lectura.

Dada la importancia de la lectura en la formación de las personas y, por lo tanto, del conjunto

¹ El analfabetismo funcional entre la población adulta de América Latina. En: SITEAL. Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina, agosto 2005.

de la sociedad, la adquisición y consolidación de hábitos de lectura se hace necesario estimularlo desde el comienzo de la vida o incluso en el vientre materno, reconociendo a la lectura como un factor de identidad, de desarrollo, de inclusión social y de calidad de vida.

1. INTRODUCCION

La historia del continente americano durante el siglo XX estuvo determinada por flujos y reflujos en la construcción y desarrollo de los movimientos sociales y por fuertes migraciones del campo a la ciudad.

La influencia decisiva de los Estados Unidos en todo el continente tuvo probablemente su primera expresión durante la guerra que Cuba sostuvo con España en 1898; Estados Unidos entró a Cuba y venció a España, produciendo un eventual control en los nuevos Estados.

El incipiente expansionismo en El Caribe reveló que los estadounidenses harían prevalecer sus intereses políticos, económicos y también culturales. Estados Unidos había acrecentado su poder y creado estrategias para el dominio latinoamericano; entre 1880 y 1914 intentó crear una alianza hemisférica de naciones, comenzando en 1889 con la Primera Conferencia Panamericana. A partir de las décadas del 20' y del 30' se comenzó a sentir una fuerte influencia política, económica y cultural de los Estados Unidos en todo el continente, lo que no solo se verificó en la fuerte dependencia económica hacia la nación del norte, sino que en la permanente intromisión de los gobiernos estadounidenses en las causas políticas de la mayor parte de los países de América Latina.

El proceso de construcción de identidad cultural en nuestros países también ha sufrido un proceso de permeabilidad de las políticas estadounidenses, sobre todo en las décadas anteriormente mencionadas. Basta mencionar por ejemplo, el masivo uso que tiene en las bibliotecas latinoamericanas el esquema de clasificación decimal ideado por Melvil Dewey en 1876.

Sin embargo los movimientos sociales de los años 50' y 60' cambiaron drásticamente el panorama. En los años sesenta se desarrolló en América Latina una corriente conocida como concientización, que pretendía desafiar a las políticas estatales y a las estructuras elitistas a objeto de propagar la causa de los sectores populares de la población. Esto se desarrolló creando instituciones no gubernamentales, y buscando una alianza con instituciones tradicionales como la Iglesia para legitimar los conocimientos incorporados en las prácticas populares.

Esto se manifestó en diversas áreas, como pedagogía (Paulo Freire), economía política (Marxismo), religión (Teología de la liberación), activismo (Comunidades cristianas de base entre las clases trabajadoras y las organizaciones estudiantiles), etnografía, periodismo, literatura y muchas otras áreas. Este fue un período fructífero para el desarrollo de nuevos modelos culturales, ya no bajo la influencia de patrones estadounidenses, sino con una amplia gama de múltiples influencias que naturalmente aceleraron los procesos de toma de conciencia de las personas, generando un acelerado desarrollo democrático que desafortunadamente terminó en violentos procesos reactivos, cuya expresión más dramática se verificó a comienzos de la década de los 70' principalmente en los países del cono sur. Cruentas dictaduras en Brasil, Uruguay, Paraguay, Argentina y Chile fueron la demostración más fehaciente de la intolerancia y el rechazo de las clases dominantes a las incipientes conquistas de las capas medias y más empobrecidas de la sociedad.

Los movimientos sociales se vieron seriamente dañados y muchos de sus dirigentes fueron detenidos o hechos desaparecer. Se inició entonces una lenta reconstitución del tejido social, generándose movimientos de resistencia que su expresión más visible se produjo en las organizaciones defensoras de los derechos humanos.

En el campo de la promoción de la lectura el surgimiento de bibliotecas de autogestión en las comunidades más dañadas y el compromiso político y social de profesionales ligados al ámbito de la gestión cultural permitió ir desarrollando un proceso, que abrió espacios para ir construyendo un tejido que pavimentó el camino para la siguiente etapa en el restablecimiento de los procesos democráticos.

El principio del fin de las dictaduras entre mediados y fines de los 80' generó un nuevo escenario político y social que permitió el surgimiento de un número importante de programas en muchos países. Realidades y perspectivas que en este nuevo siglo se verán nuevamente modificadas a consecuencia de los profundos cambios económicos, políticos, sociales, culturales, educativos, tecnológicos e informativos que estamos presenciando y que se pueden resumirse en un fenómeno complejo, la globalización.

Globalización es un término de uso reciente, inicialmente asociado a los profundos cambios que afectaron a las sociedades en su relación con la economía a escala mundial.

La globalización en síntesis describe los cambios en las sociedades y la economía que son el resultado de un incremento sustantivo del comercio cultural, pero también de la supresión de las identidades culturales por sociedades hegemónicas y transnacionales.

La comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. De este modo la producción se configura a escala planetaria, y los gobiernos pierden atribuciones, registrándose un aumento exponencial del comercio y las inversiones a nivel planetario.

2. EL CAMINO HACIA LA PROMOCION DE LA LECTURA

A partir de fines de la década del 80' el nuevo escenario político que inicia la reconstrucción del tejido democrático en casi toda América Latina permitió el surgimiento de políticas de promoción de la lectura, tanto desde la acción del Estado como de la sociedad civil y el emprendimiento privado.

La lectura es una oportunidad que permite viajar por distintas dimensiones, que se asienta en la realidad al entregar espacios y elementos para el raciocinio, que escudriña en lo onírico y despeja anhelos, construyendo o reconstruyendo utopías, que rescata modelos que pueden aplicarse en el individuo, en la sociedad, que permite el rescate de la creatividad, al llevar al ser humano a espacios donde sólo él puede dar respuestas a retos que estimulan sus potencialidades, que hace a la persona receptiva de su sociabilidad, al aportarle más herramientas para comprender al otro y asumir que sólo son uno. Podemos ver a la lectura como el complemento que fortalece el emprendimiento y puede ser vista como una palanca desde la cual pueden construirse comportamientos democráticos, por una parte, ya que entrega información, elemento indispensable para generar opinión. Esta permite el ejercicio de un diálogo enriquecedor entre pares que son capaces de presionar por canales de participación y hacer de éstos, instancias que potencien el intercambio democrático.

Este supuesto plantea nuevos paradigmas respecto de la lectura, “abre mundos y entrega herramientas para la toma de decisiones”, “lleva la imaginación más allá de todo lo imaginable”. Teniendo presentes estos paradigmas construimos un nuevo concepto de promoción de la lectura, por un lado vemos a la lectura como una oportunidad para insertarse en el mundo y por otro como una herramienta para abrir nuevos mundos u oportunidades y movilidad social.

Desde mi perspectiva la promoción de la lectura es una apuesta contra la exclusión social y la pobreza, que son componentes de una misma realidad que disgrega y desintegra, genera tensiones en la sociedad. Son tensiones producto de la frustración, de la autoestima castigada, de la intolerancia, de la falta de oportunidades. Y, también, de una preparación insuficiente o de una segregación que, a menudo, tiene una de sus expresiones más dañinas en el sistema educacional. Sin embargo, también es el producto de nuevos modos y costumbres impuestos por un mundo que cambia de manera acelerada. La educación formal enfrenta desafíos propios del mundo en que nos encontramos. Un mundo que cuestiona las instituciones que acompañaron al ser humano en los dos últimos siglos y pone en entredicho muchos de los valores que le daban sustento, como por ejemplo la familia, el paradigma que teníamos hace 40 años está mutando y hoy en día hay muchos tipos de familia, más allá del modelo clásico.

Surge en el seno de la sociedad la necesidad de recuperar los hábitos de lectura en comunidades golpeadas por la represión y por un nuevo dios, “el consumo”. Por lo tanto se comienzan a desarrollar estrategias para posicionar el concepto de lectura en el imaginario de las personas.

En ese camino por recuperar la magia y la construcción valórica y de ideales que producía en los niños y adultos la lectura y porque no decirlo en una cruzada por aminorar los efectos de las tácticas que imponía el mercado, comenzaron a surgir nuevas estrategias para fomentar el placer de leer en las personas.

Este proceso se ha orientado esencialmente a contribuir al desarrollo integral de las personas y de su identidad como personas y como seres miembros de una comunidad, entregando elementos para acercarse al patrimonio cultural y libre acceso a la información, el conocimiento, la cultura y la recreación, en un contexto latinoamericano.

3. EL ESTADO DE LA PROMOCION DE LA LECTURA EN AMERICA LATINA

Producto de la tensión entre los diversos modos de pensamiento, las diversas posturas ideológicas, económicas y sociales, surgen entonces dos miradas latentes y contradictorias en la promoción de la lectura en América Latina, “Las Luces y las Sombras”.

3.1 Las Luces

Por una parte, la sensación de que se han realizado emprendimientos relevantes, vínculos fructíferos entre los promotores de los distintos países, esfuerzos importantes de los gobiernos por poner a disposición de las personas un conjunto de proyectos y programas para aumentar progresivamente el número de lectores. Este estado es el que denomino “Luces”.

3.1.1 La promoción de la lectura es tu trabajo de 9 a 6, o es una opción de vida?

Muchas veces me han preguntado si mi compromiso con el trabajo que desempeño es permanente o no, es decir si sólo trabajo de 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde. La respuesta siempre ha sido la misma, más allá del compromiso profesional, mi trabajo es un

compromiso de vida, es una opción por las personas que no tienen la posibilidad de acceder a los bienes culturales.

Un estudio realizado por UNICEF² ha definido como factores relevantes en los niños: el tiempo que pasan hablando cada día con sus padres; la cantidad de libros que leen o el modo en que se sienten influyentes en sus posibilidades de desarrollo. Estas dimensiones, miden la calidad de vida y el bienestar de la infancia, más allá de la pobreza o los grados de desarrollo socioeconómico. Ahí probablemente apunten nuestros fuegos iniciales, a la primera infancia.

Paulo Freire en su texto “La importancia de leer y el proceso de liberación”³ nos dice: “la lectura del mundo precede a la lectura de la palabra, de ahí que la posterior lectura de ésta no pueda prescindir de la continuidad de la lectura de aquél. Lenguaje y realidad se vinculan dinámicamente. La comprensión del texto a ser alcanzada por su lectura crítica implica la percepción de relaciones entre el texto y el contexto”.

Es probable que esta frase en otra época fuera catalogada de “revolucionaria”, y tengo la impresión de que esa palabra describe exactamente cuál es el compromiso del promotor de lectura, un compromiso revolucionario con aquellos que no tienen como acceder a los materiales de lectura. El entonces presidente chileno Salvador Allende, en un discurso en la Universidad de Guadalajara, el 2 de diciembre de 1972, acuñó la siguiente frase “... y ser joven y no ser revolucionario es una contradicción hasta biológica; pero ir avanzando en los caminos de la vida y mantenerse como revolucionario, en una sociedad burguesa, es difícil”. Esa frase puede perfectamente asimilarse al trabajo que diariamente hacemos los promotores de lectura, una revolución nueva todos los días, un acto de volición personal por ponerse en el lugar del otro, del que nos necesita, del que vuelve contento a su casa con un libro bajo el brazo, aquel que a veces nos dice, “sabe, este libro me cambió la vida”, o la persona que a través de la lectura pudo salir de su condición de miseria. En definitiva, decir que la promoción de la lectura es casi un acto subversivo, se lleva en la sangre, y probablemente nos acompañará por el resto de nuestras vidas.

Desde esa óptica podemos considerar el proceso de adquisición de conductas lectoras como “una herramienta vital de inclusión, como vía para acceder al conocimiento, como una de las posibilidades que tienen los países pobres de salir de su postración, como un instrumento de participación política; como un medio a través del cual se desarrollan capacidades como la reflexión, la crítica o el pensamiento abstracto, todas ellas, condiciones que son consideradas indispensables para participar en las dinámicas sociales. Es una manera de romper la exclusión social y cultural de muchos sectores”⁴

En países de desarrollo político y socioeconómico sustentable, la lectura ha sido desde tiempos atávicos muy valorada, en función de dos aspectos: por las conquistas obtenidas en términos sociales y económicos (mejor nivel de vida, mayores oportunidades de educación, más tiempo libre, entre otros) y, principalmente, por la importancia que se otorga a los materiales de lectura (bajo costo, acceso masivo). En estos países los materiales de lectura marcan una presencia permanente: en el hogar, la escuela y también en el trabajo. La práctica de la lectura se ha democratizado profundamente, y se torna una actividad intelectual placentera y ampliamente

² UNICEF. Un panorama del bienestar infantil en los países ricos, 2007.

³ Freire, Paulo. La importancia de leer y el proceso de liberación. México: Siglo XXI, 1984. p. 18

⁴ Vargas, María Clemencia; Muñoz, Margarita; Bernal Luis Darío. Promoción de la lectura en la biblioteca y en el aula, Buenos Aires, 1994, 1ª ed.; p. 13

difundida en todas las clases sociales⁵.

En América Latina, la democratización de los procesos de lectura ha estado condicionada a la creciente democratización de nuestras instituciones. Eso ha demandado una fuerte transformación de la estructura social y económica, significando también, una lucha política por la conquista de mejores condiciones de vida para los más desposeídos. Al adquirir hábitos de lectura estaremos en condiciones de interpretar códigos más complejos, como manifestaciones artísticas o científicas, que manejan lenguajes complejos y abren posibilidades a múltiples lecturas.

3.1.2 Programas emblemáticos en América Latina (una dimensión democrática)

Durante los últimos años se han ejecutado una serie de programas de fomento lector que han producido verdaderos cambios culturales en su entorno. Estos surgieron inicialmente como proyectos pilotos, y debido a su éxito y permanencia en el tiempo se transformaron en programas y naturalmente en presupuestos estables en las administraciones de las que dependen.

Pero tal vez el elemento más inesperado de éstos, fue que la experiencia desarrollada en países de América Latina se transfiriera a países desarrollados, este es el caso del programa de Servicios de información local, denominado Conexión Ciudad, que lleva adelante Comfenalco en Medellín, Colombia y el programa Bibliometro que ejecuta la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM, en Santiago de Chile.

3.1.2.1 Servicios de información local⁶. “Conexión Ciudad” (Comfenalco, Medellín)

El Servicio de información local de COMFENALCO nació en 1991 y ha desarrollado productos y servicios de valor agregado a la gestión de contenidos sobre Medellín. La idea fuerza es que en este confluyan la historia, los personajes, la ciudadanía, el turismo y la cultura, para ofrecer a los ciudadanos información relevante sobre el lugar donde viven o que desean conocer.

El objetivo primordial del programa es “activar procesos de construcción social de información para fortalecer y promover las identidades locales, estimular el uso crítico de información desde una perspectiva de participación, y por tanto de ciudadanía, en la que los sujetos vinculados se reconozcan dentro de un proceso de construcción de proyectos colectivos y escenarios de vida, de ciudad, de nación y de mundo”⁷.

Es importante indicar que el SIL de Comfenalco es un servicio que ha marcado pautas y tendencias en el resto de América Latina. Es así como en el año 2001 COMFENALCO organizó el “I Coloquio Latinoamericano y del Caribe de Servicios de Información a la Comunidad”, buscando impulsar la creación de Servicios de Información Local en las Bibliotecas Públicas, a objeto de que los productos y los servicios de las bibliotecas públicas permitan a las personas acceder a la información que produce su propia comunidad y el resto del mundo.

⁵ Gálvez, Sabina. Lectura como factor de felicidad y calidad de vida. En: Jornadas de formación de mediadores. PNFL, 2007.

⁶ S.I.L.

⁷ Betancur, Adriana. Las bibliotecas públicas en la construcción social del territorio: una propuesta para América Latina. En: I Congreso de Bibliotecas Públicas de Chile, 2006.

3.1.2.2 La biblioteca sale al encuentro de las personas. Programa Bibliometro (Santiago, Chile)

Esta iniciativa se vincula a las políticas de promoción que la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) en Chile ha desarrollado desde mediados de los años 90' para la implementación de nuevas formas de promover la lectura y los proceso de extensión del servicio de bibliotecas públicas. Para desarrollar este proyecto la DIBAM estableció una alianza con el tren metropolitano de Santiago (Metro S.A.), quien facilita los espacios físicos al interior de más de una docena de sus estaciones, para instalar puntos de préstamo domiciliario de literatura recreativa, acceso a internet, entre otros. La necesidad de acercarse a las personas a través de estrategias innovadoras, generando espacios para el encuentro entre el público y los libros, motivó a la DIBAM a implementar este proyecto montado en un sistema moderno, ágil, y entretenido para incentivar a la lectura y educar a la población en el rescate del medio escrito y su inserción en el actual mercado de imágenes.

La implementación de los Bibliometros, encontró argumentos en la medida que, producto de que cada vez existe menos interés por parte de la población para dedicar tiempo a la lectura, y a la comodidad de la gente que aún teniendo la motivación de leer un determinado libro, no concurre a una biblioteca para solicitarlo. Por otra parte los Bibliometros surgen producto del poco tiempo disponible que tiene la gente para concurrir a una Biblioteca, debido a las largas jornadas laborales y eso provoca que cada vez exista menos interés de la población para dedicarle tiempo a la lectura. Además la lectura, como forma de utilizar el tiempo disponible, se encuentra hoy día en competencia con una serie de actividades o elementos alternativos, como la televisión, el cine, Internet.

En Chile, por ejemplo, la utilización de los centros comerciales como “panorama familiar” de fin de semana, paulatinamente ha desplazado a la lectura como actividad de entretención y formación, a un lugar secundario y reducido a un determinado grupo de personas, creando en personas de menor educación una apatía hacia el medio escrito. Se estableció entonces el Metro de Santiago como un lugar estratégico para la implementación de los Bibliometros, debido a la gran cantidad de personas que utiliza este medio de transporte, ya que se produce un tiempo disponible de las personas, entre la estación de abordaje y de arribo.

Esta iniciativa comenzó a operar en junio de 1996 con la inauguración de tres bibliotecas subterráneas ubicadas y hoy cuenta con más de 12; el próximo año cuando el país cumpla 200 años de vida independiente se inaugurarán más de 6 bibliometros nuevos, llegando a cubrir todas las líneas del tren subterráneo.

La novedosa y arriesgada oferta inicial de Bibliometro (era la primera vez que se ofrecía literatura en préstamo domiciliario, prácticamente en la calle, a un mercado potencial cercano a 1 millón de personas) cautivó rápidamente al viajero de Metro, por lo que al corto andar la cifra de inscritos sobrepasaba las 10.000 personas, y lo más excepcional de toda la experiencia fue que las pérdidas eran marginales. Bibliometro se situó como un referente cultural no solo entre los pasajeros de Metro, sino en la conciencia colectiva del ciudadano de Santiago. Trece años después sigue siendo una iniciativa exitosa que se ha ido complementando con la instalación de más Bibliometros y de dos vagones de tren especialmente acondicionados (uno en los jardines de la Biblioteca Nacional de Chile y otro dependiente del Centro Bibliotecario de la comuna de Puente Alto, la segunda comuna más grande del país con más de 600.000 habitantes).

En muchos aspectos el Programa Bibliometro fue pionero en la oferta de servicios bibliotecarios en el ámbito público. Es probablemente uno de los primeros servicios bibliotecarios en ofrecer Internet gratuitamente en Chile (en el año 1996), además fue el primer sistema de servicios bibliotecarios públicos en facilitar el préstamo automatizado en red.

Bibliometro es además un proyecto que ha trascendido las fronteras del país, y hoy en día los metros de Sao Paulo en Brasil, Madrid en España, Ciudad de México, Seúl en Corea y Medellín en Colombia, tienen “estaciones de lectura” basadas en la pionera experiencia chilena.

3.1.3 El papel del Estado, a pesar del mercado

Como dije, a partir de la década de los 90' el Estado comenzó a tener un rol fundamental en la promoción de la lectura en América Latina.

La generación de planes y programas por parte de los Estados son esfuerzos que buscan responder a las necesidades de lectura e información en nuestros países. En la presente década las tecnologías de la información y comunicaciones han tenido un desarrollo vertiginoso, así como los numerosos proyectos de relevancia, sobre todo en las áreas de bibliotecas públicas y escolares.

Sin embargo, y paradójicamente, la oferta editorial no ha experimentado un crecimiento relevante. Por otro lado, la mayor parte de las personas opta por lecturas de consumo rápido, e incluso aún existen muchos municipios que no cuentan con bibliotecas públicas. Es por esto que la acción del Estado aún es insuficiente y la generación de planes y programas permanentes encuentran muchísimas razones para su implementación en nuestros países.

Una de las estrategias más relevantes para salir de la miseria y la ignorancia es pensar en un continente de lectores, para que la palabra impresa sea un derecho más de los derechos ciudadanos y de la plena democracia.

Tenemos que asumir –nos guste o no nos guste- que vivimos en un mundo donde el mercado ha impuesto sus términos. El capitalismo –a veces descontrolado- y el reciente fenómeno de la globalización, son parte de nuestro lenguaje y realidad cotidianos. La globalización es un fenómeno que se produce a partir de la interrelación de diversos procesos sociales, políticos, económicos y culturales, como la sociedad de la información, las transnacionales y su influencia creciente en la economía mundial.

El escritor mexicano Carlos Monsiváis en el texto “Elogio (innecesario) de los libros”⁸ advierte sobre los posibles efectos de la globalización en los procesos de lectura “Se perfeccionan o, si se quiere, se vuelven casi inapelables procesos ya advertibles desde hace décadas; el primero, el avasallamiento de las industrias culturales de Norteamérica, que en materia de lectura imponen (proponer sería un verbo de enorme modestia) dos grandes zonas del consumo: los bestsellers (a tal punto identificados con los viajes, que si uno está en casa de cualquier modo se abrocha el cinturón de seguridad) y la literatura de autoayuda o superación personal”.

A esto agreguemos el desinterés crónico de la empresa privada por financiar programas de

⁸ Monsiváis, Carlos. “Elogio (innecesario) de los libros. Revista Número, (41). 2004. <http://www.revistanumero.com/41/41lect.htm> (Consultado en agosto 2009). Monsiváis, escritor mexicano, colaborador habitual de diarios y revistas de su país. Ha fijado su mirada en la promoción de los derechos de las minorías sociales, la educación pública y los procesos de lectura y escritura.

promoción de la lectura. En América Latina son muy escasos los programas financiados con capitales privados, ya que generalmente la empresa privada busca el financiamiento de proyectos y programas que tengan rentabilidad económica y que los posicione en los medios de comunicación, y nosotros – probablemente mejor que nadie - sabemos que la lectura no es atractiva para los medios de comunicación, porque claramente no vende, salvo la literatura de consumo masivo como los bestsellers y porque – y este es un fenómeno curioso - algunos medios ven a la lectura como un “competidor” de los medios de comunicación.

Los promotores de lectura estamos llamados a persuadir al Estado de que la inversión en fomento lector es una inversión de alta rentabilidad social, podemos demostrar que la lectura es un factor de inclusión social, ya que es un aporte fundamental al desarrollo de una ciudadanía responsable y democrática, y debe ser vista como un factor de identidad, porque en nuestras escrituras y lecturas está la preservación de nuestro lenguaje, memoria e imaginario, fundamento y sostén del desarrollo de todas las culturas. La lectura es un factor de desarrollo humano y nos permite adquirir las competencias necesarias para comprender, tener acceso y participar en el mundo de la información y el conocimiento, lo que es un factor de calidad de vida, aporta a un vivir placentero, al desarrollo de la imaginación y de nuestro mundo afectivo y ético.

Por lo tanto, sólo creando una sociedad de lectores vamos a fundar una sociedad más informada, inclusiva socialmente, democrática, desarrollada y consciente de su identidad.

3.1.4 Las TIC's⁹, una oportunidad

Las trabas para acceder y utilizar las TIC's son fundamentales para definir quienes “están dentro” y quienes “están fuera” de los procesos sociales, de este modo surge la “brecha digital”. Esta se relaciona con las desigualdades sociales antes que con las barreras de acceso tecnológico, por lo tanto es una forma de exclusión social; es decir es la segregación que existe entre las personas, comunidades, estados, que utilizan las TIC's como parte fundamental de su vida cotidiana y quienes no tienen acceso a ellas, o aunque las tengan, no saben cómo o para qué utilizarlas.

La utilización de las TIC's como parte de sus estrategias cotidianas de trabajo es un desafío para los promotores de lectura, y para hacer frente en forma exitosa a esto es imprescindible comprender que ellas son sólo herramientas, no un fin en sí mismas, ya que no debemos olvidar que el objetivo fundamental de nuestro accionar son las personas, es decir favorecer el proceso de mejoramiento de su calidad de vida. Por lo tanto el desafío consiste en apropiarse de este sistema comunicacional e interactuar con las personas, a objeto que éste enriquezca con su conocimiento nuestras estrategias, programas y servicios, internalizar los canales y formas de comunicación y aplicarlos a nuestros servicios, crear nuevos espacios para los lectores, para que formen redes entre ellos y con los integrantes de los equipos de promotores, para que puedan juzgar, apreciar, hacer preguntas y eventualmente entregar respuestas.

Las TIC's han provocado una mutación en la sociedad y su impacto en el fomento de la lectura es irreversible. En la sociedad de la información transitamos hacia nuevos modos y formas de adquirir y transmitir el conocimiento, y la multiplicación de soportes de lectura nos entrega una serie de herramientas, pero a la vez una cantidad importante de desafíos.

⁹ TIC's. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Entonces, el desafío es utilizar las herramientas que ofrece Internet para fomentar la lectura. Hay que pensar que a las nuevas generaciones les fascina leer y escribir en blogs, crear videos caseros y subirlos a la web, descargar música para escucharla en su MP3, intercambiar fotografías en redes como Flickr o escribir sobre sus experiencias personales en redes sociales como Myspace o Facebook. Hace tiempo que estas herramientas electrónicas dejaron de ser tan sólo un pasatiempo al convertirse en los principales canales de comunicación e información de las nuevas generaciones. ¿Por qué los bibliotecarios escolares no ayudan a los jóvenes a crear un video con los personajes de un libro con los que se puedan identificar y de esta manera atraer su atención? ¿Por qué los editores no graban el primer capítulo de sus libros en un archivo MP3 para que puedan descargarlo en la red y compartirlo con sus colegas? ¿Por qué los librerías no fomentan las conversaciones sobre libros en blogs y redes sociales? A través de estas tecnologías podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse, lo que motivará en el futuro su placer por leer todo tipo de textos en todo tipo de soportes.

Ese el enorme desafío que enfrentamos y que debemos asumir en el corto plazo, de otro modo vamos a quedar afuera.

3.1.5 Buenas prácticas y transferencia de experiencias en promoción de lectura

Las buenas prácticas constituyen acciones cuyo proceso de implementación ha sido exitoso, alcanzando un nivel de desarrollo que permita su reconocimiento por un universo que excede su propio territorio. Del mismo modo, su desarrollo y permanencia se extiende durante un período de tiempo suficiente que permita evaluar resultados y observar cambios importantes, por lo tanto es reconocida por actores de diversos ámbitos, y es factible de ser comunicada y transferida a otras realidades.

La idea es generar un catastro de proyectos, programas, investigaciones y estudios que permitan la transferencia de buenas prácticas a actores interesados en implementar proyectos, programas y acciones de fomento y promoción de la lectura en otros países.

Para esto necesariamente se debe conformar una red que permita a promotores de diversas regiones relevar y sistematizar las buenas prácticas de fomento de la lectura en sus países, y en el resto de América Latina.

Un claro ejemplo de buenas prácticas lo constituye el sensacional programa de centros culturales de Medellín, los “Parques Biblioteca” que se han transformado en un eje de desarrollo social y encuentro ciudadano, ya que a través de un sinnúmero de actividades educativas y lúdicas permite la construcción de ciudadanía, el acercamiento a la cultura digital, el fortalecimiento de organizaciones barriales y de un nuevo sentido de pertenencia.

3.1.6 Premios a la gestión

Es cierto que en pocos países de América Latina a excepción de México, Brasil o Argentina los premios a la gestión tienen un desarrollo importante, a diferencia de lo que ocurre por ejemplo en España, país en el que anualmente se otorga el “Premio Nacional al Fomento de la Lectura”, que tiene por objeto reconocer el rol relevante que personas y entidades, pueden desempeñar en el fomento del hábito lector y en la transmisión de una imagen de la lectura como una actividad cultural positiva, útil y placentera.

En el caso de México, se entrega el premio “México lee” que premia el esfuerzo al fomento lector en las siguientes categorías:

A. Fomento de la lectura desde la sociedad civil: Organismos no gubernamentales, asociaciones civiles, colectivos ciudadanos, fundaciones e instituciones del sector privado, promotores de lectura independientes que no hagan parte ni reciban sistemáticamente material o financiamiento económico de la Secretaría de Educación Pública, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes o de alguna otra dependencia de gobierno federal y estatal y que tengan un trabajo organizado de fomento de la lectura en espacios sociales.

B. Fomento de la lectura en espacios de la comunidad: Coordinadores Nacionales de Salas de Lectura de Conaculta de todo el país.

C. Fomento de la lectura y la escritura en escuelas públicas de educación básica: Maestros bibliotecarios y comités de la biblioteca escolar del Programa Nacional de Lectura de la SEP.

D. Fomento de la lectura y la escritura en otros espacios educativos: Profesores y bibliotecarios de colegios privados e instituciones educativas de cualquier nivel escolar.

E. Fomento de la lectura en las Bibliotecas Públicas: Bibliotecarios de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (estatales, regionales, municipales y delegacionales).

Y finalmente el caso de Brasil con el premio “Viva leitura” que en el marco del Plan nacional de fomento del libro y la lectura (PNLL) entrega un estímulo en las categorías “Bibliotecas públicas, privadas y comunitarias”, “Escuelas públicas y privadas” e “ONGs, personas naturales, universidades e instituciones sociales”, a quienes desarrollan un trabajo destacado en el área de la lectura. Una comisión evalúa la originalidad del trabajo, su impacto en la construcción de ciudadanía, recursos utilizados, pertenencia a las comunidades sobre las cuales actúa, duración y resultados alcanzados entre otros criterios. Entregando una distinción especial a proyectos de empresas que tienen el foco en la formación de mediadores de lectura.

Esto debería ser una práctica regular en todos los países que desarrollan programas sustentables en promoción de la lectura, y por lo tanto también es misión de los promotores de lectura demandar con fuerza a las autoridades el reconocimiento a su labor a través del otorgamiento de estímulos de esta índole.

3.1.7 Leyes del libro y políticas nacionales

Una oportunidad inestimable para la promoción de la lectura es la abundante legislación sobre el libro y la lectura que hay en América Latina. Tanto las políticas, como las leyes sobre el libro y la lectura han sido fruto de un largo debate, en el que generalmente han participado todos los actores presentes en la cadena del libro, tanto de los sectores público como privado y de la sociedad civil.

Una ley o una política que legisla sobre el libro y la lectura permite encontrar caminos sustentables para la promoción de la lectura, ya que busca elevar los hábitos lectores, desarrollar la industria editorial, a objeto de facilitar el acceso a los materiales de lectura, fomentando la edición, producción y comercialización del libro; estimulando la creación literaria; preservando el patrimonio bibliográfico y protegiendo los derechos de autor.

En general las políticas y leyes del libro en América Latina se han centrado en los siguientes objetivos:

- Formación de lectores
- Acceso social a la lectura y al libro
- Promoción de lectura
- Valoración social de la lectura y comunicaciones
- Mejoramiento de la enseñanza de la lectura y la escritura
- Dotación de bibliotecas escolares y de material de lectura a los estudiantes
- Apertura de bibliotecas públicas
- Consolidación de sistemas nacionales de bibliotecas
- Ampliación de la oferta editorial
- Fortalecimiento de canales de comercialización y librerías
- Distribución de libros gratuitos y espacios no tradicionales

3.2 Las Sombras

En contraposición aparecen signos de que las cosas no marchan. Se habla entonces de la improductividad social de la promoción de la lectura, y me pregunto si es o no legítimo el fomento lector con fines de lucro. Entonces aparecen signos inequívocos de que el mercado también ha ingresado en el mundo de la lectura, y se expresa en lo siguiente:

- a) Desde la óptica de las administraciones de gobierno, vemos con frecuencia la aparición en cargos de responsabilidad técnica a funcionarios de “confianza” de la autoridad política, quienes no siempre tienen las competencias para abordar con éxito una tarea tan compleja como desarrollar programas de promoción de lectura.
- b) Constatar como en nuestro continente se ha instituido una suerte de compulsión por hacer campañas, en el que permanentemente se desarrollan proyectos y campañas de fomento lector que al corto andar quedan solo en eso, es decir en las buenas intenciones, que se transforman normalmente en frustraciones para los verdaderos promotores de la lectura.

3.2.1 Improductividad social de la promoción de la lectura en América Latina

La promoción de la lectura conlleva un posicionamiento estratégico, es decir tiene una importancia política relevante en la sociedad y más claramente dentro de las industrias culturales.

Teniendo claro su importancia estratégica definida, también conlleva el rescate de las manifestaciones patrimoniales de una comunidad, los valores inherentes a la sociedad y el rescate de la identidad, es decir la promoción de la lectura sirve también como manifestación de la ética y dirección social de un grupo humano, por eso su relevancia política y estratégica no es menor.

Sin embargo existe el consenso tanto en los promotores como en las autoridades políticas y económicas que a pesar de todos los esfuerzos realizados existe una improductividad social extendida que debe erradicarse, existe una dispersión de recursos económicos y una carencia de cooperación entre los actores.

Esto se manifiesta con ejemplos que son evidentes, como los bajísimos índices de lectura en la región¹⁰. Ninguno de nuestros países tiene los indicadores de los países desarrollados, donde en general los lectores frecuentes superan el 45%¹¹.

¹⁰ El estudio “Chile y los libros” publicado en 2008 concluye que sólo un 50,8% de las personas se declara lectora.

¹¹ Federación de Gremios de Editores de España. Hábitos de lectura y compra de libros 2007.

Por otro lado también es importante decir que a pesar de todas las estrategias, proyectos y programas el porcentaje de la población que acude a las bibliotecas es mínimo¹².

Las cifras no son alentadoras. En América Latina las personas no somos lectores frecuentes, no asistimos a las bibliotecas, no tenemos libros en nuestras casas y no compramos libros a menos que sea estrictamente necesario.

Es evidente que la improductividad social de la promoción de la lectura no es sólo un sueño, sino que es una realidad que debemos asumir y redoblar los esfuerzos realizados a objeto de posicionar los programas y proyectos en el imaginario de las personas.

Y tenemos las herramientas para hacerlo, no podemos seguir escondidos entre los matorrales, haciendo las cosas en silencio, tenemos que salir a la calle y mostrar los resultados de nuestro trabajo, en una palabra debemos promover con mayúscula.

3.2.2 ¿Promoción de la lectura con fines de lucro?

Este enunciado podría parecer una broma cruel. En el mismísimo Manifiesto de la UNESCO para las bibliotecas públicas dice “La biblioteca pública será en principio gratuita”.

Para los promotores de lectura es evidente que el acceso a los materiales de lectura debe ser gratuito y accesible a todas las personas no importando su condición social o económica.

Pero esto no siempre es así. En nuestros países algunas veces se margina a las personas porque no pueden pagar una cuota de incorporación a un servicio de lectura, o se ejerce censura respecto de ciertos materiales, o simplemente se discrimina.

En algunas bibliotecas públicas se cobra por asociarse o peor que eso se cobra por “prestar” los libros, o para acceder a Internet. Eso es parte de la corriente económica actual que dice que todo debe tener un precio, los servicios se deben cobrar, y esto atenta claramente contra los principios más preciados del fomento de la lectura.

Por otra parte se han comenzado a dictar leyes en algunos países sobre derechos de autor y propiedad intelectual, se está cambiando el concepto de “préstamo” por el de arrendamiento, es decir pagar un canon o compensación económica por el uso de materiales de lectura.

El préstamo público de libros es un servicio que debe garantizar el acceso a la lectura y a la información, es decir a la cultura. En algunos lugares se ha llegado a pensar que las bibliotecas perjudican a los escritores, porque no resguardan sus derechos.

Sin embargo tengo la impresión opuesta, el préstamo en las bibliotecas más que perjudicar a los autores, alienta a los potenciales lectores a buscar más información y literatura de ese autor. Es probable que muy pocas estrategias hayan hecho más a favor de la promoción de la lectura que el préstamo gratuito de los materiales de lectura.

3.2.3 Funcionarios, políticos y nuevos iluminados

El campo de la promoción de la lectura ha sido históricamente un caldo de cultivo para distintos experimentos. Recordemos por ejemplo que durante muchos años en las escuelas, los

¹² Op. cit. “Chile y los libros”. El 7% de los encuestados declara ser socio de una biblioteca.

profesores que salían mal calificados, o aquellos que por enfermedad o por edad avanzada, eran enviados a la biblioteca, “un lugar más tranquilo y menos quitado de bulla”. Es decir, no era necesario tener “competencias” ni tampoco formación profesional para hacer fomento de la lectura en la escuela, bastaba simplemente estar “castigado” para dedicarse a esta noble tarea.

Más tarde – y con el advenimiento de la democracia – en nuestros países comenzaron a aparecer los “nuevos iluminados”, es decir funcionarios de confianza política de la autoridad de turno, que mágicamente se hacían “expertos” en el complejo campo de la lectura y ejecutaron programas y estrategias basadas en la intuición y no en la experiencia o en el conocimiento. Y peor aún, en algunos lugares desarrollaron programas sin siquiera contar con la asesoría de especialistas en promoción de la lectura. Podríamos decir entonces que para ciertas autoridades políticas el problema de la lectura es de fácil solución, basta con tener funcionarios de confianza en cargos claves, que hagan “pasar” los programas formulados por estos nuevos iluminados.

Pero tengo la convicción de que en este caso “el remedio es más caro que la enfermedad”. Es decir, el costo de no tener especialistas a cargo de los programas, el costo de comenzar a navegar por el mar de la intuición, son muchísimo más altos que contar con un equipo de especialistas – aunque no sean del “color político” de la autoridad de turno – que tenga claro que hay que hacer y cómo hacerlo. Eso nos evitará muchos dolores de cabeza, comenzando por uno que la autoridad política muchas veces no ve, ahorrar una enorme cantidad de recursos económicos desperdiciados en iniciativas de corto alcance, sin impacto real en las personas.

3.2.4 Las campañas de promoción de la lectura

Nadie podría decir que las campañas comunicacionales no son positivas, ya que acercan a las personas al objetivo deseado. No es menos cierto que el objetivo deseado se desvanece rápidamente y al corto andar ya nadie recuerda para que se realizó tal o cual campaña.

A diferencia de lo que se realiza en casi todos nuestros países, una campaña de fomento lector debería obedecer a una política pública estructurada en un contexto estratégico, ya que se busca cambiar las conductas individuales, y esto debe ser de carácter sistémico y de largo plazo, involucrando muchas organizaciones y personas a lo largo de los años.

Al contrario, la mayoría de las campañas tienden a reforzar más que cambiar creencias culturales arraigadas, ya sea a través de la entrega de materiales efímeros de lectura donados en espectáculos masivos o a través de spot publicitarios consensuados entre “creativos” publicitarios y generalmente no asesorados por expertos en promoción de la lectura.

Esta reflexión me lleva a pensar en los costos de dichas campañas, muchas veces una campaña de corto alcance excede fácilmente uno o más millones de dólares. ¿Y que queda de esto?, además de tener la sensación que botamos la plata a la basura, probablemente la sensación de decir “salimos en la TV, o en la radio”. Un par de días después, nadie se acuerda de la campaña. Imaginemos por un momento cuantas acciones reales podemos ejecutar con esos presupuestos. ¿Es válido gastar sumas millonarias en campañas de difusión cuyo impacto muchas veces ni siquiera puede ser medido?

En esa dirección cobran sentido las reflexiones de Viviana Fernández Marcial en su trabajo “Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación

promocional”¹³, “La influencia de la publicidad y de la comunicación promocional en el cambio del comportamiento de consumidor no es indefectible, no es directa. Lo que realmente mueve al consumidor a compra no es la promoción que se realice de un producto, servicio o idea. El cambio de actitud y hábitos se produce cuando conectan las necesidades del consumidor y el mensaje que se transmite. El objetivo de las campañas de fomento de la lectura pero, en general, en su diseño denota la ausencia de técnicas y elementos clave que afectan la planificación de la promoción... En las campañas de fomento de la lectura se han de considerar dos aspectos. Uno de tipo sociocultural que incide en la formación de hábitos de lectura como un concepto que requiere tiempo para consolidarse en el individuo, en el que la familia y el medio tienen gran influencia. Por otra parte, en la sociedad actual existe una actitud no especialmente positiva hacia la lectura, de forma que no se concibe como valor social. La lectura, lamentablemente no está de moda”.

Algo totalmente distinto es hacer campañas permanentes. Por ejemplo campañas que premien acciones o proyectos concretos, o campañas que estimulen la transferencia de buenas prácticas de lectura y escritura.

3.2.5 Las externalidades. Presupuestos minúsculos para la lectura

¿Es suficiente un presupuesto de uno o dos millones de dólares para fomentar la lectura en un país?. Yo diría, depende. Depende de cómo se use. Esta no es una afirmación antojadiza. Durante mucho tiempo la clase política ha cuestionado la eficiencia en el gasto de los presupuestos en cultura. Hay acciones concretas que no han sido la culminación de un programa amplio de fomento lector, que incluya un abanico de acciones paralelas que decante en un programa permanente. Sino por el contrario, acciones vinculadas a programas pensados en forma apresurada y que luego hay que justificar frente a los legisladores.

En general los presupuestos son exiguos. No se adaptan a las necesidades y muchas veces están cruzados por las eventualidades políticas del momento. Una campaña presidencial que necesita conseguir el voto de los ciudadanos, un alcalde mal evaluado que necesita ser reelegido. En fin, hay muchos ejemplos que sería innecesario detallarlos.

La clave está en contar con presupuestos suficientes, incorporando activamente a la población en las tareas para consolidar hábitos de lectura en las personas. De otro modo aunque tengamos los presupuestos más abultados, todas las acciones resultarán en vano.

3.2.6 La censura, manteniendo una “libertad responsable” de contenidos?

Generalmente pensamos que la censura es propia de las dictaduras. Los latinoamericanos tenemos muchísimos ejemplos de censura, por ejemplo las quemaduras de libros que hicieron las dictaduras en los 70' y principios de los 80'.

Es ampliamente conocido en Chile – luego del golpe de estado de 1973 - el caso de un militar que hizo quemar un libro sobre Cubismo, porque pensó que trataba sobre Cuba.

Algo similar pasa en pleno siglo XXI en varios países de América Latina, donde la censura se viste con ropas “progresistas”. En Venezuela por ejemplo en 2007 se clausuró a RCTV, la

¹³ Fernández Marcial, Viviana. Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación promocional. Cuadernos BAD, 2005.

mayor red privada de televisión, con el argumento de que no se le renovó la concesión de la señal de transmisión.

En la otra cara de la medalla, actualmente el gobierno de facto de Honduras mantiene a la población en un ambiente de intimidación, que inhibe el libre ejercicio de la libertad de expresión. Han suspendido o cerrado canales de televisión y estaciones de radio, amenazado, detenido y agredido a miembros de los medios de comunicación, y atacado las instalaciones de los medios opositores.

Es probablemente en la literatura infantil donde las dictaduras ejercieron las prohibiciones más fuertes, destinadas a vigilar la formación de la infancia desde los supuestos valores nacionales y cristianos sostenidos por los militares y los gobiernos de facto.

Debemos facilitar el acceso a las lecturas, evitar los prejuicios frente a un autor poco leído o la censura previa sobre una elección específica. Dejemos que los lectores escojan, observemos sus preferencias lectoras y así advertiremos sus gustos. Ya que el gusto no puede imponerse, sólo debemos compartir textos y autores. La multiplicación de ocasiones de acceso a la lectura y la disponibilidad de los textos favorecen el fomento de la lectura, (ferias del libro, encuentros con autores y sus obras, actividades de lectura en voz alta o de narración oral, debates, talleres, visitas a bibliotecas y librerías y concursos de escritura).

Los promotores de lectura hacemos obviamente todo lo contrario a la censura. Tenemos que ayudar a abrir mentes y perspectivas, difundir el amor por la libertad y el mutuo respeto, adquirir compromisos con nuestra comunidad y con su diversidad cultural. Esta es nuestra lucha siempre: “trabajar para recuperar lo máspreciado que tenemos, restituir lo que las dictaduras nos quitaron, los fragmentos de nuestras culturas y volver a crear aún más”.

4. BUENAS PRACTICAS - LOS CASOS EMBLEMATICOS

He querido tomar algunos ejemplos emblemáticos, de países que han tenido un recorrido importante en la promoción de la lectura en las últimas décadas. Son casos contrastantes que nos indican las diversas realidades que presenta la región.

4.1 México

4.1.1 Programa Nacional de Fomento para la Lectura y el Libro “México lee”

“México lee” es un programa que en un periodo no mayor a 3 años de manera inicial, pretende lograr que la población alfabetizada desarrolle habilidades de lectura y escritura y se familiarice con diversos textos en todas sus formas, impresas o electrónicas, a objeto de que acudan a la lectura buscando respuestas a sus inquietudes, su interés y su curiosidad, que puedan conocer y ejercer sus derechos y obligaciones; sean capaces de encontrar información y contenidos de calidad para comprender mejor algún aspecto del mundo que habitamos, que puedan dialogar con argumentos para defender sus ideas, que puedan usar el lenguaje para crear nuevos sentidos; que puedan producir sus propios textos para dar a conocer lo que piensan, necesitan o quieren; que puedan desarrollar un pensamiento crítico, analítico y conceptual.

“México lee” tiene cinco ejes centrales:

Eje 1. Acceso a la lectura y el libro.

Son una serie de estrategias encaminadas a la disminución de la inequidad y el acceso a la cultura lectora, fortalecimiento de la circulación del libro; el uso de las nuevas tecnologías, Internet y el trabajo con la sociedad civil dentro y fuera de la escuela; así como el mejoramiento de la calidad de la infraestructura, equipo y acervos de los espacios para la lectura en el país.

Eje 2. Educación continua y formación de mediadores.

Crear estrategias para fortalecer las capacidades locales de aquellos que trabajan para el fomento a la lectura y el libro dentro y fuera de espacios escolares y culturales, es uno de los puntos más importantes del programa. La inversión en la ciudadanía implica además de crear entornos para la formación de usuarios plenos de la lectura escrita, invertir en aquellos que median entre el libro y el lector, como forma de vida.

Eje 3. Difusión e información sobre lectura y el libro.

Tomando en cuenta el poder de la cultura digital en la actualidad y los diversos lenguajes de la comunicación e información de nuestras sociedades, este plan contempla una fuerte inversión y vinculación en la generación de espacios y contenidos para la difusión de la cultura escrita a través de internet, las nuevas tecnologías de la información, los medios electrónicos e impresos nacionales, con especial énfasis en las generaciones de niños y jóvenes mexicanos que conforman más del 60% de la población.

Eje 4. Lectura y vida comunitaria.

Uno de los planteamientos base de este programa es el vínculo indisoluble entre lectura y mejores índices de vida y desarrollo humano. La diversidad cultural mexicana y de creación artística, plantea el reto de generar estrategias para el desarrollo de comunidades lectoras que se conviertan en transformadoras culturales, con énfasis en aquellas zonas alejadas de las grandes ciudades y en entornos de desigualdad social y marginación. En este eje, la participación social y la corresponsabilidad juegan un rol indispensable.

Eje 5. Investigación y evaluación para el desarrollo lector.

Toda estrategia debe estar basada en diagnósticos certeros y requiere de investigación y evaluación constante para la mejoría. Este Programa plantea un sistema de seguimiento y evaluación continua que permitirá conocer cómo se encuentran y cambian los hábitos lectores de la población, así como los niveles de efectividad de las acciones implementadas. La evaluación e información, son indispensables para el establecimiento de índices pertinentes para la medición de la realidad lectora y además, condición necesaria para la rendición de cuentas y transparencia pública.

El plan inicial se da a través del Programa Nacional de Lectura para la Educación Básica. Este pretende lograr un cambio sustancial en las competencias de los estudiantes de educación básica a través de una política que asegure materiales de lectura que apoyen el desarrollo de hábitos lectores y escritores de alumnos y docentes.

Sus líneas estratégicas son:

- Fortalecimiento curricular y mejoramiento de las prácticas de enseñanza.
- Fortalecimiento de bibliotecas y acervos bibliográficos en las escuelas de educación básica y normal y en centros de maestros.
- Formación y actualización de recursos humanos.
- Generación y difusión de información.

Sus objetivos son:

- Garantizar las condiciones de uso y producción cotidiana de materiales escritos en el marco de los proyectos de enseñanza y aprendizaje para hacer posible la formación de lectores y escritores autónomos.
- Conocer y valorar la diversidad étnica, lingüística y cultural de México mediante todos los componentes del Programa Nacional de Lectura.
- Desarrollar los mecanismos que permitan la identificación, producción y circulación de los acervos bibliográficos necesarios para satisfacer las necesidades culturales e individuales de todos los miembros de las comunidades educativas.
- Consolidar espacios para apoyar la formación y la interacción de los diversos mediadores del libro y la lectura (maestros, padres, bibliotecarios, promotores culturales), tanto a nivel estatal, como nacional e internacional.
- Recuperar, producir, sistematizar y circular información sobre la lectura, las prácticas de la enseñanza de la lengua escrita, y sobre las acciones para la formación de lectores en el país y en otros lugares del mundo, con el fin de favorecer la toma de decisiones, el diseño de políticas, así como la gestión de las mismas, y la rendición de cuentas.

Uno de los hitos más relevantes de este Programa es la formación de mediadores. Formar lectores y escritores desde pequeños es un desafío que debe ser apoyado por docentes que tengan incorporados hábitos de lectura y escritura en su vida. Debido a que – como en el resto de América Latina también - en México el bibliotecario escolar es un profesional escaso, es indispensable incorporarlo desde el inicio al proyecto escolar, y haciéndolo interactuar con los docentes a objeto de formar un equipo pedagógico, que permita insertar a la escuela en la cultura escrita.

4.1.2 Los libros del Rincón

La colección Libros del Rincón, es un programa emblemático de promoción de la lectura en México. Desde mediados de los años ochenta, ha contribuido de manera significativa a la formación de lectores en la escuela. Su objetivo es que todos los alumnos de las escuelas públicas de educación preescolar, primaria y secundaria básica reciban libros de este acervo según las competencias lectoras que se espera desarrollen durante la educación obligatoria.

Los objetivos de la colección Libros del Rincón son:

- Contribuir a la formación de lectores y escritores mediante la disponibilidad de opciones de lecturas individuales y colectivas, no sólo complementarias sino distintas de las que se encuentran en los libros de texto.
- Instalar las condiciones materiales necesarias a fin de favorecer el desarrollo de un modelo pedagógico que requiere la presencia de una diversidad de títulos, géneros, formatos, temas y autores que posibiliten múltiples lecturas dentro y fuera del aula y de la escuela.
- Ofrecer la posibilidad de atender las múltiples necesidades de los alumnos de educación básica en los distintos momentos de su desarrollo como lectores y escritores.

La colección Libros del Rincón cuenta con:

- Libros monolingües en español y en inglés. Son materiales bibliográficos diversos que fortalecen el acceso a una amplia gama de expresiones culturales –científicas, literarias, plásticas– y propician una valoración más profunda y enriquecedora de las diferencias étnicas, lingüísticas y culturales del país y del mundo.

- Libros bilingües. Son textos en alguna de las lenguas indígenas que se hablan en México y en español. Conforman una propuesta que acerca a los estudiantes a otra posibilidad de conocer y valorar la riqueza cultural y lingüística de México, permitiéndoles reforzar su identidad como habitantes de una nación multicultural.
- Libros estatales. Son materiales que destacan las particularidades de cada región y contribuyen a reconocer la importancia de lo local, para que de esta manera se reconozca al país como un mosaico de manifestaciones culturales.

4.2 Brasil

4.2.1 El Plan Nacional del Libro y la Lectura (PNLL)

Este plan es un conjunto de políticas, programas, proyectos, acciones y eventos desarrollados por el Estado brasileño (en los ámbitos federal, estadual y municipal) y por la sociedad (sector privado y tercer sector) para promover el libro, la lectura, la literatura y las bibliotecas en el Brasil.

Su finalidad es asegurar la democratización del acceso al libro, el fomento y la valorización de la lectura y el fortalecimiento de la cadena productiva del libro como factor relevante para el incremento de la producción intelectual y el desarrollo de la economía del país.

Está compuesto por cuatro hitos:

- Democratización del acceso
 - Implementación de nuevas bibliotecas
 - Fortalecimiento de la red actual de bibliotecas
 - Conquista de nuevos espacios de lectura
 - Distribución de libros gratuitos
 - Mejoramiento de acceso al libro y a otras formas de expresión de la cultura letrada
 - Incorporación y uso de tecnologías de información y comunicación
- Fomento de la lectura y Formación de mediadores
 - Formación de mediadores de lectura
 - Proyectos sociales de lectura
 - Estudios y fomento a la investigación en el área del libro y la lectura
 - Sistemas de información en las áreas de bibliotecas, bibliografía y mercado editorial
 - Premios y reconocimiento a las acciones de incentivo y fomento a prácticas sociales de lectura
- Valoración de la lectura y comunicación
 - Acciones para crear conciencia sobre el valor social del libro y la lectura
 - Acciones para convertir el fomento de las prácticas sociales de lectura en una política de Estado
 - Publicaciones impresas y otras medidas dedicadas a valorizar el libro y la lectura
- Desarrollo de la economía del libro
 - Fomento a la cadena productiva del libro

- Fomento a la distribución, circulación y consumo de libros y materiales de lectura
- Fomento a la cadena creativa del libro
- Mayor presencia de libros y materiales de lectura brasileños en el exterior

4.2.2 Movimiento Livro Livre

El movimiento “Livro Livre” está asentado en la ciudad de Río de Janeiro y se inspira en otras acciones similares de ciudades de América Latina y del mundo, como los libroslibres.com y bookcrossing.com, y promueve una campaña para que las personas dejen libros en locales públicos. El movimiento divulga fechas de liberación en masa de libros y promueve el intercambio de ideas sobre la lectura a través de internet.

Esta iniciativa es un proyecto que se destaca por parecer una idea simple, creativa y movilizadora, que promueve la lectura, el intercambio y la participación ciudadana.

La ejecución del proyecto está favorecida por la simplicidad de la idea y por su potencial de movilización. Río de Janeiro es una ciudad que tiene una vida exterior muy grande, por lo tanto, el “Livro Livre” tiene todas las condiciones para ser adoptado por la ciudad. Por lo tanto sus creadores esperan que a mediano y largo plazo, la presencia de libros en las calles cambie los hábitos de lectura de los habitantes.

En el corto plazo promoverá la circulación de libros en la ciudad y también el intercambio de ideas sobre la lectura, que de por sí ya es promoción de lectura. La diferencia que marca este proyecto respecto de otros similares es su potencial movilizador y su simpleza. Para que el proyecto sea exitoso es necesario que se transforme en un desafío personal para cada ciudadano. Es un movimiento colectivo, formado por acciones individuales. Además posibilita que las personas liberen libros que consideren buenos y no como una forma de vaciar las estanterías de sus casas. Este proyecto que ya está siendo implementado en otras ciudades de América Latina y el mundo, siendo pionera Río de Janeiro, ya que actualmente lleva más de dos años con mucho éxito entre sus habitantes.

A largo plazo el proyecto pretende que se amplíe también al mercado editorial y no es visto como un movimiento opositor a la venta de libros.

El objetivo general del proyecto es movilizar a la población de la ciudad de Río de Janeiro para que libere libros en espacios públicos, promoviendo una cultura de la lectura en la ciudad.

Entre sus objetivos específicos están:

- Promover la lectura y el intercambio de informaciones sobre la lectura.
- Incluir la presencia de libros en el paisaje urbano, de forma que eso contribuya a incrementar los hábitos de lectura de la población.
- Promover la circulación de libros en la ciudad.
- Promover el hábito de compartir la lectura
- Multiplicar el número de lectores de un mismo libro.
- Propiciar el intercambio de vivencias entre varios lectores o fanáticos de un mismo libro formando una red informal.
- Fomentar a los lectores que no tienen hábitos permanentes de lectura o no tienen las condiciones socio-económicas para la adquisición de libros.

Sus estrategias de acción se pueden resumir en cuatro categorías:

- Acciones públicas. Son una forma de llamar la atención. La primera de ellas fue realizada en un puesto instalado en la playa de Ipanema, con libros para que las personas los pudieran tomar libremente. Las personas se interesaron en el puesto instalado, pero también en los libros. Luego se repitió la misma acción en diferentes puntos de la ciudad.
- Divulgación y sensibilización. Un trabajo de divulgación en la prensa de la ciudad, que también se mostró interesada y sensibilizada ante este movimiento. Además se crearon movimientos autónomos de grupos movilizadas como gremios, asociaciones de ciudadanos, etc.
- Intercambio de informaciones sobre lectura. Se dispone una ficha en cada libro, donde el lector puede registrar un comentario, o enviarlo vía e-mail. Posteriormente se creó un sitio web, que fue el lugar propicio para el intercambio de informaciones sobre las lecturas realizadas, los libros liberados encontrados, las recomendaciones, etc., creando finalmente una comunidad virtual de lectores.
- Sensibilización. Promoción de sensibilización de conductores de autobús, taxistas, garzones y personas que trabajan en el comercio, de manera que colaboren con el movimiento, ayudando a poner los libros en lugares visibles a las personas.

4.2.3 Sao Paulo, un Estado de lectores

Este programa es una política estatal de incentivo de la lectura, que incluye una fuerte acción junto a los municipios que carecen de biblioteca. Es una acción conjunta con los municipios asociados y los padrinos (personas físicas, ONG's y empresas públicas y privadas).

El programa busca poner libros a disposición de las personas e incentivar el hábito de la lectura por placer. Utilizar las capacidades de leer y escribir para alcanzar objetivos personales y continuar aprendiendo en forma autónoma a lo largo de toda la vida, como una herramienta fundamental para el desenvolvimiento humano y la participación en la sociedad. Esta política implica una educación permanente con acceso de las personas al conocimiento, para desarrollar una vida más completa.

A partir de una investigación hecha por el Instituto Montenegro, que afirma que el Brasil es uno de los países con más bajos índices de lectores entre más de 70 países, el gobierno del Estado de São Paulo creó el programa São Paulo: um Estado de Leitores, coordinado por la Secretaría de Estado de Cultura. El libro fue escogido como el instrumento más práctico y eficiente para que las personas se superen. En este programa están involucrados organismos estatales, empresas privadas, asociaciones civiles y Ong's quienes favorecen la ejecución del programa. La población y las comunidades de los municipios y las entidades favorecidas con bibliotecas y salas de lectura no garantizan solamente el acceso al libro en forma gratuita, sino que también el desarrollo de una mayor interacción social, la posibilidad de participar en concursos, premiaciones, grupos de estudio, incentivando la creatividad de cada persona, el diálogo entre los lectores y la obra literaria propicia la edificación del conocimiento, aumenta las capacidades de desarrollo del individuo, tomando conciencia de sus objetivos y de sus funciones como ciudadano que actúa en una sociedad. Todos los sectores de una comunidad se benefician con ese proceso evolutivo.

El objetivo general del programa es desarrollar una política estatal para el incentivo de la lectura, que incluye una fuerte acción junto a los municipios sin biblioteca.

Entre los objetivos específicos están los siguientes:

- Incentivar esencialmente el hábito de la lectura por placer.
- Estimular el desarrollo de estudios, promover el conocimiento, estimulando la creatividad.
- Intensificar los ambientes de convivencia, relaciones interpersonales, enriquecer la comunicación, incentivar la búsqueda de información, sensibilizar la receptividad de nuevas emociones, fortaleciendo las identidades culturales del grupo.
- Fomentar la interacción comunitaria implica una propuesta mayor: mantener la biblioteca viva y activa, como patrimonio individual y de la comunidad, de modo que los involucrados se transformen en agentes de su propia historia y de la historia de la ciudad.

4.3 Argentina

4.3.1 Campaña nacional de lectura

La Campaña Nacional de Lectura buscó garantizar el derecho a la lectura como una responsabilidad del Estado. Desde el año 2003, se inició la distribución de cuentos y poemas, como una invitación a seguir leyendo, en canchas de fútbol, en hospitales, comedores escolares, terminales de micros y trenes, en lugares de veraneo, en festivales populares y distintas fechas patrias. También las provincias se sumaron a esta pasión por leer, y comenzaron la implementación de campañas, conjuntamente con el Ministerio de Educación, para dar a conocer a sus autores, y así recorrer de punta a punta la Argentina por un camino de letras diferentes que van escribiendo su identidad cultural.

La idea fue buscar distintas estrategias para promocionar la lectura, para tratar de encontrar un hilo de ese pasado lector que tuvo Argentina, a objeto de volver a tejer una historia de lectores. Se pensó en primer lugar que el elemento libro, el material de lectura, tenía que ser el protagonista.

Entonces la pregunta fue Cómo distribuir un material gratuitamente a la población cuando un país está endeudado y hundido en la pobreza? Comenzaron a trabajar en un formato: un pequeño libro, de apenas 8 páginas, con un texto de aproximadamente 10 a 15 minutos de lectura. El tiempo justo para una espera. El formato: 14 x 21, el papel más barato, diario reciclado, pero lo suficientemente resistente. Una tapa buena, de papel ilustración, a todo color. El costo: U\$S 0,03.

Para ello se escogieron buenos textos, autores de primera línea. Hermosas pinturas en las tapas, que dieran ganas de guardarlo y llevarlo a casa. Tanto escritores como artistas cedieron gratuitamente sus obras para este desafío. Pero para que tuviera éxito, se imprimieron millones de textos, y se desarrolló una logística de distribución. En cada lugar se fue buscando entre los socios o los beneficiarios, equipos de distribución, responsables y coordinadores. Se efectuaron pequeñas capacitaciones con el material, para que quienes lo entregaran tuvieran idea de la importancia de su tarea y supieran transmitirla.

Se armó una estrategia de marketing. Cada campaña tuvo un slogan, con un juego de palabras, que se recordara fácilmente. Los equipos de distribución tuvieron camisetas estampadas con el slogan y los logos de los sponsors en la espalda.

Buscaron figuras relevantes que acompañaran cada lanzamiento. Actores, cantantes populares, escritores, deportistas. La estrategia era convocar a la mayor cantidad de medios posibles, para causar un impacto inicial. El desafío fue elegir lugares poco convencionales, inimaginables para el panorama lector, estratégicos por ser sitios donde se producen tiempos de espera. Y entonces se partió en los estadios de fútbol.

Siguieron por las salas de espera de hospitales y consultorios de pediatría. Entregaron a los médicos un recetario de recomendación de lectura para los pacientes. Luego a los terminales de buses, a los de taxis, a los edificios de propiedad horizontal de la mano del sindicato de porteros. Luego con los lugares de veraneo, a lo largo de la costa y por las zonas serranas. Festivales populares, encuentros masivos, procesiones.

Luego se incorporaron peluquerías, que resultó todo un desafío. Se demostró que el 85% de la población acude a las peluquerías. En Argentina hay 32.000 peluquerías y más de 300.000 empleados en este rubro. Una empresa de tinturas cargó con los costos y lanzó la campaña en un encuentro de 5.000 peluqueros, convertidos en mediadores de la lectura.

Para cada campaña se buscaron los títulos adecuados. Para las canchas, los mejores cuentos de fútbol, contados por hombres y mujeres desde la buena literatura pero con el corazón del hincha de fútbol. Para los pediatras los mejores cuentos para niños con hermosas ilustraciones a color. Para las peluquerías, pusieron a cinco hombres hablando de mujeres y cinco mujeres hablando de los hombres, todo con dibujos de Maitena.

Buscaron además llegar en las fechas especiales: el aniversario de Cortázar, el de Borges, aliándose con las cadenas de cines, o con los amigos de la calle Florida, la calle peatonal más famosa de Buenos Aires. Los negocios ponen afiches, en sus mesas los individuales tienen poemas, las estatuas regalan cuentos. Para las fechas patrias armaron la controversia sobre las distintas versiones de la revolución de mayo, con seis autores opinando diferente. Trabajaron con cada pueblo o ciudad que les pidió ayuda, y cada lugar busca sus propias estrategias. En Pergamino, por temas de inseguridad, la gente había dejado de transitar las calles. Recuperaron el espacio poniendo libros por todos lados, con espectáculos callejeros, y movidas culturales en cada esquina. En San Pedro armaron la semana de la lectura y le pidieron a la cámara de comercio que durante esa semana todas las vidrieras expusieran libros. De cocina, de aventuras, de filosofía, de lo que fuere, pero todos los comercios se llenaron de libros. En Chascomús dos veces por año la municipalidad invita por los radios a la gente al picnic de lectura por todas las plazas y parques: “tráiganse el mate, una manta, los bizcochitos, y nosotros pasaremos a regalarles cuentos”.

Una de las principales dificultades de la campaña es realizar mediciones y estadísticas para llegar a evaluaciones consistentes.

A partir del año 2008, El Plan Nacional de Lectura y la Campaña de Lectura se unificaron en el Plan Lectura, Programa para el Mejoramiento de la Enseñanza de la Lectura a fin de avanzar en el desarrollo de una pedagogía de la lectura en las escuelas argentinas.

4.3.2 “Libros y casas”

La Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, a través de “Libros y Casas”, entrega una biblioteca de 18 títulos a las viviendas sociales construidas a través de los planes federales y promueve la lectura a través de la formación de una red de mediadores y de talleres con los beneficiarios directos.

Sus objetivos generales son: Democratizar el acceso a los libros y promover la lectura.

Sus objetivos específicos son:

- Incrementar la cantidad de lectores y de libros leídos
- Contribuir a generar una relación significativa entre las personas y los libros
- Articular una red nacional de mediadores de lectura
- Generar “oportunidades de lectura”

La entrega de libros por parte de la Secretaría de Cultura de la Nación y la provisión de un mueble (biblioteca) a cada vivienda se realizan conforme a un convenio firmado en marzo de 2007 entre ambos organismos. Los 18 libros fueron especialmente editados y seleccionados para formar una biblioteca básica familiar. Comprende manuales, diccionarios, libros de corte histórico e institucional, literatura para adultos y literatura para niños.

Junto con la entrega de los materiales de lectura se desarrolla un programa de lectura. La idea de este programa es generar estrategias de capacitación de mediadores de lectura locales, realizar un seguimiento en el armado de proyectos de lectura comunitarios, editar material de guía para mediadores, producir una articulación a nivel provincial y municipal de las áreas de Cultura, Educación, Desarrollo Social y Vivienda en el eje de lectura, promover el desarrollo de talleres de lectura para los beneficiarios directos y realizar encuentros nacionales de mediadores.

Desde su lanzamiento, en el año 2007, se han entregado 900.000 libros (50.000 bibliotecas) a lo largo de todo el país y este programa ha sido replicado en Cuba, Chile y México. Durante 2009 se entregarán 50.000 bibliotecas más.

Fortalezas: El equipo del programa de lectura que trabaja en el territorio participó de su diseño inicial. Además se creó una red interinstitucional con personal de distintas áreas (Desarrollo Social, Educación) de estados provinciales y municipios que se sumaron voluntariamente y resultaron sus principales aliados.

Debilidades: Los directores de cultura provincial y municipal poseen una concepción de la cultura que no siempre involucra la dimensión de “inclusión social”. Además suelen considerar la lectura como un eje que debe trabajar la escuela con niños y adolescentes solamente. Existe la necesidad de realizar un profundo trabajo territorial previo para convocar a familias de bajos recursos para actividades de lectura. Y finalmente, las grandes distancias a lo largo del país y la baja densidad poblacional -14 hab./km²- hacen este trabajo complejo.

4.3.3 CONABIP. Bibliotecas populares en Argentina

Las bibliotecas populares argentinas son posiblemente el movimiento ciudadano más antiguo de América Latina, que ha desarrollado un trabajo sistemático en promoción de la lectura. La Ley 419 del 23 de septiembre de 1870, propiciada por Domingo Faustino Sarmiento, dio origen a la Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares (CONABIP), con el propósito de fomentar la creación y el desarrollo de estas Instituciones. La inclusión de CONABIP en el Presupuesto Nacional a partir del año 2006 implicó por primera vez en su historia, una mayor distribución de los recursos y su impacto en las bibliotecas populares.

“Las bibliotecas populares son asociaciones civiles autónomas, con personalidad jurídica – es decir, organizaciones no gubernamentales (ONG’s) - creadas por la iniciativa y el esfuerzo de los vecinos de sus localidades o barrios, administradas y conducidas por comisiones directivas elegidas en asambleas de socios. Poseen colecciones bibliográficas y multimedia, de carácter general y están abiertas a todo público, aunque en la mayoría de ellas predomine el estudiantil. Son instituciones comunitarias genuinas, de espíritu democrático y pluralista, que brindan servicios de información, educación, recreación, animación socio-cultural y promoción de la lectura. Si bien en la mayoría de los casos el Estado -a través de los gobiernos nacional, provincial y/o municipal- las protege y ayuda, no dependen del mismo como sus similares las bibliotecas públicas propiamente dichas, más comunes en los demás países iberoamericanos y en el resto del mundo”¹⁴.

Actualmente existen más de 2.050 bibliotecas populares en la Argentina. Están definidas como:

- Organizaciones de la sociedad civil autónomas.
- Formadas y sostenidas por la iniciativa y esfuerzo de la comunidad.
- Promueven el acceso al libro y la lectura, el conocimiento de los derechos y la participación cultural de cada una de las comunidades.
- Posibilitan la construcción de lazo social, sentando las bases de la cultura de la solidaridad.
- Ubicadas en cada rincón de la Argentina, en los pequeños pueblos y en las grandes ciudades y también subidas sobre ruedas y lanchas (a través de los Bibliomóviles).
A partir del 2004 la CONABIP pone en marcha el Plan Nacional de Lectura en bibliotecas populares, cuyo objetivo inicial es “Promover de un modo estable y gradual el interés por la lectura, apoyando a las Bibliotecas Populares para extender el deseo y la disposición de leer de la población en general”. Sus objetivos son:
- Democratizar la lectura ofreciendo vías de acceso y participación desde las bibliotecas populares a los sectores desprovistos de oportunidades.
- Promover la lectura a través de material bibliográfico orientado a las realidades y diversidades locales, generacionales, y otras.
- Apoyar el diseño y el desarrollo de proyectos por parte de las Bibliotecas Populares, que se enmarquen en los objetivos del Plan.
- Sistematizar servicios circulantes existentes (bibliomóviles, bibliobuses, bibliolanchas, mochilas) y fomentar estos servicios en los lugares donde no existen y contribuyan al fin del plan.
- Incorporar a los medios de comunicación masiva -gráficos, radio y televisión provincial y nacional, estatal y privados y también a los diferentes actores de la comunidad en la difusión de las campañas del libro y de la lectura.
- Continuar con las políticas orientadas a aumentar la visibilidad pública de las Bibliotecas Populares, a nivel nacional, provincial y local.
- Profundizar la articulación con actores del sector público y privado, y de la sociedad civil en función de ampliar y sostener una política pública integral y federal para el desarrollo del libro, la lectura y las bibliotecas.
- Desarrollar mecanismos que permitan fortalecer las acciones implementadas por las BP con el fin de perfeccionar las actividades de promoción de la lectura sistemáticas y evaluables.
- Sistematizar la elaboración de diagnósticos y relevamientos sobre la actividad societaria, de los usuarios y sobre las tareas de las bibliotecas, reorientando los recursos a los resultados de la evaluación.

¹⁴ Dobra, Ana. Las bibliotecas populares argentinas. En: Métodos de información, v.6, N. 32-33, 1999.

Entre las líneas de acción del Plan de lectura de la CONABIP se pueden destacar:

- Campaña del libro y la lectura “Argentina crece leyendo”. Con el fin de contribuir al logro de los resultados, CONABIP incorpora a los medios de comunicación masiva (gráfica, radial y televisiva) provincial y nacional, estatal y privada, y también a los diferentes actores de la comunidad, en la difusión de las Campañas del Libro y de la Lectura.
- Concurso Graciela Cabal al mejor programa de incentivo a la lectura en Bibliotecas populares. Su objetivo es destacar el mérito de las bibliotecas populares y sus actores en la realización de programas de excelencia, a través de una exhaustiva evaluación llevada a cabo por un jurado de especialistas.
- Información ciudadana en bibliotecas populares. La idea es promover que las jurisdicciones del Estado provean a los ciudadanos mecanismos apropiados para el ejercicio del derecho a la información y la ampliación de ciudadanía, a través de las bibliotecas populares. Sus objetivos son: * Fortalecer y desarrollar el rol de las bibliotecas populares como centros de provisión de información ciudadana. * Promover entre los usuarios que asisten a las bibliotecas populares el interés por el conocimiento de sus derechos y poner a su alcance los servicios y mecanismos disponibles de reclamo y toda información concerniente a la responsabilidad ciudadana. * Promover la participación cívica activa a partir de la difusión de información veraz.

Algunas fortalezas del Plan de Lectura de CONABIP:

- Ventajas operativas dadas por la creación del Plan de Lectura en BP, la cual permitió a partir del año 2004, la sistematización, unificación fomento y crecimiento de las distintas actividades que la CONABIP y las BP venían desarrollando.
- Alto grado de diversidad en el desarrollo de actividades y propuestas, posibilitadas por las características variadas de las BP.
- Consolidación de un servicio de asistencia técnica e intercambio de experiencias para las BP que facilita y las orienta en los procesos de formulación de proyectos y planificación y evaluación de actividades.
- Incremento del total de proyectos de animación a la lectura presentados por las BP a CONABIP, así como de solicitudes de financiamiento para los mismos.
- Mayor participación de las BP a la hora de relatar sus experiencias enriqueciendo el banco creado por CONABIP.
- Alto nivel de satisfacción de las BP cuyos integrantes han participado de los cursos de animación a la lectura en sus modalidades presencial y virtual.
- Mayor nivel de participación de las BP a lo largo de la implementación del plan en la respuesta de encuestas vinculadas a la lectura y a la selección de libros para la compra y distribución.
- Articulación estable y eficaz de las BP con gobiernos municipales y provinciales, con otras organizaciones de las comunidades de inserción (clubes de fútbol, escuelas, hospitales, cárceles) y con otras bibliotecas populares, a partir de las actividades promovidas por el plan.

Dificultades de implementación del Plan de Lectura:

- Inadecuada sistematización de las actividades realizadas por parte de las BP con las consiguientes dificultades para su intercambio y monitoreo.
- Dificultades para concretar articulaciones institucionales en vistas a la mejora en la implementación de los proyectos.
- Falta de concientización generalizada sobre las ventajas aportadas por las guías disponibles en el servicio de asistencia técnica, sobre todo las referidas a formulación y evaluación de proyectos.
- Escasa difusión de las actividades en vistas a su mayor visibilidad pública y a la mayor participación ciudadana.

4.4 Colombia

4.4.1 Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas

El Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas (PNLB) es un programa del Estado, que hace parte de los principales planes del Ministerio de Cultura y es coordinado y desarrollado por la Biblioteca Nacional de Colombia, como entidad coordinadora de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, con la participación de los representantes de las principales redes de bibliotecas existentes en el país: Banco de la República, Cajas de compensación familiar, Red Capital de Bibliotecas Públicas de Bogotá – Biblored.

Trabaja sobre tres ejes:

- Fortalecimiento Bibliotecas. Mejorar infraestructura, equipos y colecciones; impulsar el fortalecimiento de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas; y desarrollar nuevos servicios y programas.
- Banco de experiencias exitosas. Identificar y difundir iniciativas novedosas de promoción de la lectura y desarrollo de las bibliotecas públicas, que provengan de las entidades territoriales, y se conviertan en modelo para otros actores del Plan.
- Comunicación y medios. Sensibilizar a autoridades, comunidades, bibliotecarios y otros agentes culturales sobre la importancia de las bibliotecas públicas y la lectura.

Etapas

Etapa I. 2003 – 2006

Desarrollo en todo el territorio nacional especialmente en municipios sin biblioteca o con bibliotecas en condiciones precarias.

Resultados

- 853 bibliotecas públicas municipales dotadas por el PNLB.
- Ministerio de Cultura ha firmado 809 convenios con igual número de alcaldías y sus respectivas gobernaciones.
- 101 municipios han comprado o asignado un lote específicamente para la construcción de la biblioteca pública, obra que se ha hecho con aporte del gobierno japonés.
- 708 municipios han adecuado sitios ya existentes para el funcionamiento de la biblioteca pública dotada por el Ministerio.
- Cobertura del 98% de los municipios colombianos.

Etapa II. 2007 – 2010

Principales problemas

- Inestabilidad y alta rotación de los bibliotecarios, perfiles inadecuados, pérdida de la capacitación, bajos niveles de formación, desconocimiento de los procesos de seguimiento.
- Irregularidad en la inversión local asignada a las bibliotecas, cierre de bibliotecas en

algunos casos, uso inadecuado de los espacios y las dotaciones.

- Bajos niveles de conectividad. Tan solo el 37% de las bibliotecas públicas colombianas cuenta con Internet (550 bibliotecas, de las cuales 353 iniciaron proceso de conectividad en el 2008).
- Bajos niveles de recuperación del patrimonio bibliográfico y documental local y regional.

Proyectos

- “Súmese a la Expedición”. Proyecto de generación de contenidos locales en las bibliotecas públicas.
- Talleres para el diseño de programas de promoción de lectura con participación comunitaria y uso de las colecciones de las bibliotecas públicas.
- Asesoría y asistencia técnica en el diseño, formulación e implementación de planes regionales y locales de lectura.
- Diseño de materiales sobre promoción de lectura.
- Boletín trimestral: Bibliotecas Vivas.
- Guía para el diseño de programas de promoción de lectura y programación cultural en las Bibliotecas Públicas.

Principales desafíos

- Dotar 240 bibliotecas públicas.
- Crear bibliotecas públicas rurales e indígenas.
- Poner en marcha programas de formación técnica y a distancia para bibliotecarios.
- Informatizar y conectar la Red Nacional de bibliotecas públicas.
- Formular una Política nacional de lectura y bibliotecas.
- Implementar un Plan de seguimiento y fortalecimiento a bibliotecas públicas dotadas en la primera etapa del PNLB.
- Incrementar el apoyo de la Biblioteca Nacional a las bibliotecas públicas, a través de la puesta en marcha de un portafolio de servicios que integre la participación de los diferentes grupos de trabajo.

4.4.2 La acción de las Cajas de Compensación. El caso de COMFENALCO

Desde la década de los 50' las Cajas de Compensación Familiar han desarrollado una labor institucional que se articulada en los principales procesos y retos sociales de Colombia durante la segunda mitad del siglo XX.

Estas abordan una labor social relevante en sus servicios y los aportes al fortalecimiento de la familia, a partir de la creación de alternativas para el desarrollo humano, la promoción y el mejoramiento en la calidad de vida de los trabajadores beneficiarios del subsidio familiar. En ese sentido se destaca nacional e internacional el accionar de COMFENALCO y su departamento de bibliotecas.

El Departamento de Bibliotecas brinda procesos de formación en fomento de la lectura para docentes, bibliotecarios y padres de familia, tiene más de 300 cajas viajeras, distribuidas en empresas e instituciones educativas; realiza eventos culturales y académicos, y publicaciones especializadas; cuenta con bibliotecas electrónicas con acceso a Internet y consulta de material

audiovisual, y con servicios especiales para personas en situación de discapacidad visual y auditiva.

De igual forma, su Servicio de Información Local es una fuente de formación de opinión pública y consulta permanente en diferentes modalidades, personal, a través de la Burbuja Informativa, telefónica y en Internet gracias a su portal www.conexionciudad.com, en el que se desarrollan tres componentes: Agenda, Participación Ciudadana y Turismo.

El trabajo realizado ha merecido el reconocimiento público de instituciones destacadas en el mundo. En 1995, la Fundación para el Fomento de la Lectura en Colombia, Fundalectura, le otorgó a COMFENALCO el premio a la mejor labor de promoción de lectura en el país y en 2001, la IFLA le otorgó el Guust van Wesemael Literacy Prize. Adicionalmente, su experiencia en selección de materiales de lectura e implementación de bibliotecas ha sido replicada en otros municipios.

El Servicio de Información a la Comunidad de COMFENALCO ha ejercido una acción política de base con efectos enormes, ya que ha promovido la acción político-social y cultural de las bibliotecas, ayudando a liberarlas de su tradicional introspección institucional. También desafían a la bibliotecología a que reconsidere su objeto de estudio y sus métodos de trabajo, en función de integrar otras dimensiones del problema de las relaciones entre información y sociedad, ya que plantea a los S.I.L. como una posibilidad de acción social de las bibliotecas públicas, y refleja la escasa tendencia a ver las bibliotecas como instituciones que trascienden el préstamo de libros o la realización de espectáculos artísticos.

4.4.3 Parques Bibliotecas de Medellín

Los Parques Biblioteca son Centros Culturales para el desarrollo social que fomentan el encuentro ciudadano, las actividades educativas y lúdicas, la construcción de colectivos, el acercamiento a los nuevos retos en cultura digital; además son espacios que entregan servicios culturales que permiten la creación y el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias existentes.

Este programa impulsa el mejoramiento barrial, comunal y de ciudad. Transforma mentalidades y se convierte en un motor de cambio para las comunidades. Por su calidad, belleza y aporte al desarrollo social y urbano los Parques Biblioteca se han convertido en referentes urbanos y arquitectónicos.

Los Parques Biblioteca tienen salones múltiples para talleres, así como salas mediáticas y de lectura, teatro para realizar actividades artísticas, musicales, culturales, entre otras. Además en el caso del Parque Biblioteca Belén dispone de una Escuela de Música. Algunos de sus servicios son: navegación en Internet, préstamo de libros y de salas para reuniones, exposiciones, ferias.

Objetivo General:

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo social de las comunidades beneficiadas, por medio de la construcción de espacios dignos que generen mayores oportunidades para la educación, la cultura, la convivencia ciudadana y la recreación.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer las redes sociales y organizaciones de base existentes.

- Crear y mejorar el espacio público para el desarrollo social y el disfrute del de los ciudadanos.
- Mejorar la cobertura en servicios bibliotecarios, culturales y deportivos en las zonas beneficiadas.
- Promover las actividades educativas, culturales y artísticas de las zonas intervenidas.

Actualmente existen 5 Parques Biblioteca y se espera construir 5 más, para servir a un total de 3 millones de habitantes.

5. LOS DESAFIOS

5.1 Mediación de la lectura. Profesionalizar el trabajo

Uno de los principales ejes de trabajo de los Mediadores es la formación de lectores y lectoras. En el Fomento de la Lectura, como en la animación a la lectura, es muy importante la figura del mediador, papel que pueden cumplir personas en diferentes ámbitos (padres, profesores, bibliotecarios, editores, libreros, entre otros). El mediador es el puente o enlace entre los libros y materiales bibliográficos y no bibliográficos y los potenciales lectores, es decir la persona que propicia y facilita el diálogo entre ambos.

El objetivo básico de los Mediadores es trabajar en el desarrollo de hábitos lectores y generar estrategias de animación a la lectura, entre otras. Ser mediador significa acompañar a las personas en el descubrimiento y el desafío de leer en forma autónoma, en forma crítica e informada; contribuir a que adquieran confianza en los sentidos que van construyendo sin que la impaciencia lleve a clausurarlos con su propia interpretación. El trabajo del mediador consiste en una habilitación para que el otro viva la experiencia; se trata de apoyarlo y guiarlo para que ensaye, pruebe y desande los recorridos tantas veces como sea necesario, es decir, permitirle y estimularlo a que lea, ya que es un nexo directo entre los materiales de lectura y un potencial lector.

En ese sentido el Mediador debe contar con las herramientas para producir el encuentro entre los potenciales lectores y los materiales de lectura, a objeto de reflexionar sobre lo realizado para que haya transformaciones -y no solo entretenimiento- en los nuevos (y no tan nuevos) lectores pero también en los mediadores, que se asombran y descubren nuevas miradas. El mediador no debe obligar al lector a seguir determinadas lecturas, sino que orientar necesidades, proponer otras formas de abordar el texto y fomentar la lectura por placer y goce, esperando los tiempos de apropiación de cada lector. Cada lector tiene tiempos de recorrido diferentes en cada caso y la habilidad del mediador se concentra en descubrir y plantear estrategias para que todos accedan a la lectura.

Debe facilitar el acceso a los libros y evitar los prejuicios frente a un autor poco leído o a la censura previa sobre una elección específica. Dejará que los demás escojan, observará sus preferencias lectoras y advertirá sus gustos. Ya que el gusto no puede imponerse, sólo se comparten textos y autores. La multiplicación de ocasiones de acceso a la lectura y la disponibilidad de los textos favorecen el fomento de la lectura. (Ferias del libro, encuentros con autores y sus obras, actividades de lectura en voz alta o de narración oral, debates, talleres, visitas a bibliotecas y librerías y concursos de escritura).

Lamentablemente durante mucho tiempo el trabajo de los mediadores de lectura ha estado ligado a dos conceptos que no han permitido desarrollar la mediación de modo adecuado. Por

una parte la sensación de que los mediadores han generado estrategias en base a la improvisación y por otra parte existe la sensación de que la mediación es esencialmente una tarea de voluntariado. Un punto clave para cambiar radicalmente esto es el trabajo en red.

La masificación de las TIC's ha permitido visibilizar el conjunto indisoluble que representan tecnología, comunicación y sociedad y que permite de manera innovadora el trabajo digital colaborativo a través de las comunidades virtuales. Según Howard Rheingold (1996) las comunidades virtuales son "agregaciones sociales que emergen de la Red cuando un número suficiente de personas entabla discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio".

Al trabajar en red estamos vinculando, articulando, visibilizando y fortaleciendo a las personas con motivación y competencias en fomento lector, para que movilicen con eficacia el potencial de la lectura. Una red permite a estas personas vincularse, articularse, tener visibilidad y fortalecerse, con el fin de movilizar eficazmente el gran potencial de la lectura para el desarrollo de un país.

Desde esa perspectiva la formación de una red de mediadores de la lectura se puede desarrollar en dos sentidos, por una parte una red de trabajo presencial y por otro una red de trabajo virtual. Esta debería incorporar en principio a mediadores de la lectura con trabajo efectivo vinculado principalmente a las bibliotecas públicas, bibliotecas escolares y acciones de fomento y animación a la lectura. Posteriormente se pueden incorporar a todas las personas interesadas en la materia, y que estén activas en este ámbito en el país.

El objetivo de la red es favorecer la participación creativa, la interacción y la colaboración entre los actores del fomento de la lectura facilitando las siguientes tareas:

- Presencia e identidad: Dar visibilidad directa a todos los potenciales miembros, como esfuerzo conjunto de una gran cantidad y diversidad de actores.
- Información y difusión: Facilitar la difusión de actividades y noticias, y la actualización de todos los interesados sobre las actividades de la red.
- Comunicación: Facilitar la comunicación abierta y múltiple entre los participantes sobre todos temas de fomento de la lectura que ellos quieran plantear.
- Documentación: Generar una biblioteca virtual y una base de mensajes, haciéndolas fácilmente accesibles.
- Seguimiento de proyectos: Facilitar el seguimiento de los principales proyectos en marcha, al establecer comunidades específicas para cada uno.
- Gestión del conocimiento: Ir creando una base de conocimiento sobre fomento lector, al estructurar temáticamente los mensajes y documentos publicados, y dar seguimiento a las contribuciones de cada participante.

5.2 Interdisciplinariedad: el único camino posible

La interdisciplinariedad puede definirse como la naturaleza de determinadas disciplinas que establecen para su desarrollo, un conjunto de relaciones con otros campos. Naturalmente la promoción de la lectura se debe relacionar con otras disciplinas en el campo de las ciencias sociales, pero no exclusivamente, ya que con la irrupción de las TIC's se abre un campo de colaboración tremendamente relevante con las ciencias básicas y aplicadas.

El propósito de tomar este camino es contribuir a la formación de una sociedad lectora, lo que se debe materializar promoviendo procesos de adquisición de conductas lectoras intencionadas

en los que a través de nuevas y múltiples formas de aprendizaje y enseñanza, sustentadas en la construcción de conocimiento y de competencias lectoras, permitan a las personas desenvolverse en una sociedad democrática. En este sentido, grupos interdisciplinarios de promoción de la lectura debe fomentar y apoyar procesos de articulación social, de participación e influencia en la toma de decisiones, de tolerancia y no discriminación y de formación de una ciudadanía informada.

Entonces la apuesta por una promoción de la lectura interdisciplinaria es una forma de organizar el proceso de adquisición de conductas lectoras que promueva el protagonismo de las personas, es decir, la participación activa de los ciudadanos en un proceso de aprendizaje que durará toda la vida, favoreciendo la motivación de las personas por la lectura, aumentando su preparación para enfrentar los nuevos desafíos que presenta este mundo globalizado. Este proceso responde a la vinculación que existe entre las disciplinas. La interdisciplinariedad significa, un cambio de actitud frente a los desafíos actuales, una sustitución del trabajo fragmentado y parcial por una unitaria de colaboración y aprendizaje. La interdisciplinariedad no es el resultado de la actividad espontánea y ocasional, sino base de una concepción formadora centrada en las personas, meditada y ejecutada por el colectivo.

5.3 La revolución en el libro, la lectura, la escritura y las bibliotecas, es el predominio de la cultura audiovisual sobre la impresa, la televisión e Internet

Eso claramente significa un desafío para quienes trabajamos en promoción de la lectura. La multiplicidad de medios existentes y la posibilidad de conectarse más allá de las fronteras reales nos abre un mundo nuevo.

El autor español Javier Celaya¹⁵ plantea que la innovación es el principal desafío para quienes fomentan la lectura y quienes trabajan en la industria del libro, debido a que deben definir nuevas estrategias de fomento de lectura para atraer a más lectores. Para esto plantea algunas propuestas:

1. Plan “Renove” de los sitios web de las editoriales y librerías. A través de diversos estudios se ha detectado que la mayoría de los sitios web de este sector no están diseñados adecuadamente para una óptima visibilidad de sus contenidos en Internet. El autor plantea que es necesario diseñar sitios web que no sólo fomenten la lectura de sus contenidos, sino que deban ser “amigables” para los motores de búsqueda.
2. Mejorar la visibilidad del contenido cultural en Internet. Más del 90% de los internautas en España -y probablemente en América Latina también- utilizan sólo Google para acceder a la información publicada en la web, y además sólo consultan los 10 primeros resultados. Los actores de la cadena del libro han comenzado a percibir que la visibilidad de sus productos en el mercado digital depende de cómo este buscador ordene y muestre sus contenidos. Si se mantienen estos “limitados” hábitos de búsqueda por parte de los usuarios, y todo indica que será así, entonces se generará una lucha feroz entre las entidades culturales por aparecer entre los 10 primeros resultados. Conocer cómo funcionan los buscadores y cómo lograr una mayor visibilidad en los mismos debería ser una de las prioridades de estos actores.

¹⁵Celaya, Javier. Innovación en fomento de la lectura. En: http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion_lectura.htm (Consultado en agosto, 2009)

3. Formación, formación, formación. Las innovaciones siempre conllevan un cambio de mentalidad. Las razones de un cierto “recelo” inicial por parte de algunos profesionales del libro hacia las nuevas tecnologías se deben a una combinación de motivos personales y profesionales. Por un lado, un alto número no tiene la formación necesaria para entender correctamente el funcionamiento y las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías. Entre los factores que se consideran como limitaciones para el uso de las mismas destaca la supuesta dificultad para gestionar estas herramientas o cómo encontrar la fórmula para integrar las nuevas tecnologías en el día a día. Pero, principalmente, muchos profesionales no se animan a probar estas herramientas porque no saben por dónde empezar, cómo evaluar la eficacia de estas herramientas o cómo medir los resultados obtenidos. Con el fin de ayudar a estos profesionales a entender mejor las implicaciones de las nuevas tecnologías, todas las entidades deberían invertir en formación para reciclar a sus equipos con el propósito de ayudarles a ponerse al día.
4. Digitalización de sus colecciones. Durante la segunda etapa del Plan de Fomento de la Lectura en España se han llevado a cabo varias iniciativas de digitalización, como la creación de la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica y la puesta en marcha del Directorio y Recolector de recursos digitales, pero desgraciadamente muy pocas editoriales y bibliotecas¹⁶ han digitalizado por su cuenta sus catálogos para permitir a los lectores visualizar los libros y fomentar su lectura, así como comercializarlos en la Red. Aquellas entidades que lleven a cabo una política de digitalización activa en la Red (libros, fondos de revistas, publicación online, etc.) obtendrán una mayor visibilidad en la misma.
5. Inversión en medios digitales para fomentar la lectura. Celaya plantea la poca efectividad de las campañas de fomento de la lectura en los medios de comunicación tradicionales. De hecho todo el mundo reconoce que los adolescentes no leen la prensa escrita y cada día ven menos televisión debido a Internet. Según el último estudio de IAB y Pricewaterhouse, la inversión publicitaria en Internet en España -el medio que más crece respecto a otros convencionales- ha supuesto 482,42 millones de euros en 2007, frente a los 310,45 millones del año anterior, lo que implica un crecimiento del 55,39 por ciento.
6. Utilización de las herramientas Web 2.0 para fomentar la lectura. A las nuevas generaciones les encanta leer y escribir en blogs, crear videos caseros y colgarlos en la web, descargar música para escucharla en su MP3, intercambiar fotografías en redes sociales como Flickr o escribir sobre sus experiencias personales en redes sociales como Myspace, Culturízame, Tuenti o Facebook. Hace ya mucho tiempo que estas herramientas electrónicas dejaron de ser tan sólo un pasatiempo al convertirse en los principales canales de comunicación e información de las nuevas generaciones. ¿Por qué los bibliotecarios escolares no ayudan a los jóvenes a crear un video con los personajes de un libro con los que se puedan identificar y de esta manera atraer su atención? ¿Por qué los editores no graban el primer capítulo de sus libros en un archivo MP3 para que puedan descargarlo en la Red y compartirlo con sus colegas? ¿Por qué los librerías no fomentan las conversaciones sobre libros en blogs y redes sociales? A través de estas tecnologías

¹⁶ El autor de este texto diverge respecto del análisis de Javier Celaya en este punto. Hay que dividir el tema en dos partes, por una parte la digitalización de los catálogos, tema en el que España ha avanzado mucho en los últimos años, sobre todo en el catálogo unificado de las bibliotecas públicas (Rebeca) y por otra parte en la efectiva digitalización de los contenidos, donde a partir de la “socialización de las TIC’s” se ha adelantado un trabajo importante, no así respecto del tema del uso de los derechos de reproducción de textos en formato digital, que muchas veces se cruza con los derechos de autor, algo aún no zanjado y en pleno debate.

podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse, lo que motivará en el futuro su placer por leer todo tipo de textos en todo tipo de soportes.

7. Definir posibles futuros modelos de negocio. Ninguna entidad del sector del libro tiene ya una hoja de ruta con un esquema claro sobre cuál será su futuro modelo de negocio. Esta incógnita inquieta a muchos gestores culturales, pero no deben olvidar que parte de sus responsabilidades es evaluar los riesgos y las oportunidades que ofrece el mercado. Pese al grado de incertidumbre existente, las entidades del sector deben empezar a reflexionar sobre los posibles futuros modelos de negocio: impresión bajo demanda, venta de libros en formato digital, alquiler anual de libros de texto en formato digital, venta de libros por capítulos, ingresos de la publicidad online derivados del tráfico que generan sus sitios web y sus redes sociales, venta de contenido en diferentes soportes electrónicos, etc. A nivel internacional, algunas entidades culturales han definido varios canales de ventas que complementan los ingresos derivados del negocio tradicional. Por ejemplo, en el sector discográfico el 15% de los ingresos obtenidos en 2007 procedieron de descargas legales (sí, legales) de música a través de Internet. No van a desaparecer los libros ni las editoriales, pero Internet, que puede describirse como un “tsunami creativo”, transformará radicalmente el sector del libro al igual que lo ha hecho en el modelo de negocio de otros sectores culturales como el cine, la música y el arte.

5.4 Hacia un Observatorio Latinoamericano de Promoción de la Lectura

El Observatorio tiene la particularidad de aproximarse a los temas desde la mirada de la promoción de la lectura y sus diversas realidades locales, regionales y nacionales. Debe ser una plataforma académica para la generación de conocimiento y discusión en los principales temas que interesan a los promotores de lectura, aportando a la gestión y su desarrollo en América Latina.

El objetivo inicial de este observatorio sería:

- Promover el encuentro, debate e intercambio entre especialistas y expertos en fomento y promoción de la lectura.
- Desarrollar herramientas de análisis que permitan consolidar una red de especialistas en fomento y promoción de la lectura, a objeto de favorecer el intercambio de competencias y experiencias relevantes para el desarrollo de conductas lectoras en la sociedad.
- Hacer un seguimiento a los procesos de desarrollo de políticas, planes y programas de fomento y promoción de la lectura.
- Construir una base de datos que permita consolidar un conjunto de buenas prácticas en fomento de la lectura a objeto de hacerlas transferibles a otras realidades de la región.
Elementos fundacionales para la constitución del Observatorio:
- Generar herramientas de análisis para revisar la adquisición de hábitos de lectura en la población de nuestros países.
- Transformarse en una instancia de acopio de planes, programas y experiencias de las instituciones y personas que trabajan en Promoción y Fomento de la Lectura, a objeto de difundir estas iniciativas, facilitando el acceso a las personas y especialistas.

- El Observatorio Latinoamericano de Promoción y Fomento de la Lectura será un espacio que permita evaluar y sistematizar un conjunto de acciones y estrategias que se han desarrollado en los últimos años en América Latina. Será un espacio de conexión de los esfuerzos y capacidades que busca articularlos, fortalecerlos y proyectarlos a toda la región.
- Establecerá una “Comunidad virtual de mediadores de la lectura”. Esta Red tendrá como objetivo vincular, articular, visibilizar y fortalecer a los mediadores, a objeto de desarrollar estrategias de promoción y fomento de la lectura. La Red les permitirá vincularse, articularse, tener visibilidad y fortalecerse, a objeto de intercambiar experiencias y relevar las buenas prácticas en fomento de la lectura.
- El Observatorio desarrollará un sitio web que pondrá a disposición de los usuarios información sobre el diseño y la implementación de los proyectos en curso en la región, y ofrecerá una serie de recursos de Fomento y Promoción de la Lectura, enlaces a sitios relevantes, a la Comunidad virtual de mediadores y la posibilidad de incorporar proyectos a una base de datos de buenas prácticas.

CONCLUSIONES

1. El objetivo fundamental de la Promoción de la Lectura es incrementar el número de lectores –y de lectores que lo sean para siempre- por una parte y lograr que dichos lectores tengan una mejor comprensión de lo que leen, para transformarnos en una sociedad lectora.
2. El público prioritario en cualquier acción de promoción de la lectura será en primer lugar la Primera Infancia. Es fundamental iniciar las actividades a partir del nacimiento de un hijo, e incluso antes; hay estudios que indican que a partir del quinto mes de embarazo el bebé en el vientre materno puede ser estimulado a través de las lecturas en voz alta de su madre. En segundo lugar los grupos deficitarios de la sociedad: las personas discriminadas económicamente, socialmente, racialmente o por edad o sexo.
3. Cualquier acción de promoción de la lectura debe contar con el respaldo de políticas públicas. Para que las acciones sean permanentes en el tiempo deben contar con el respaldo del Estado, la empresa privada y la sociedad civil.
4. La continuidad de las acciones son un punto crítico de cualquier proceso, ya que a menudo iniciativas exitosas desaparecen con los cambios políticos que traen consigo nuevas políticas y programas y muy probablemente borran con el codo lo que otros escribieron con la mano.
5. El fomento de conductas lectoras en forma permanente debe ser un eje central de los programas transversales de cualquier estrategia. El propósito es lograr personas que se transformen en asiduos lectores, por convicción y no por imposición.
6. Los materiales de lectura son “bienes de experiencia” o “bienes vivenciales”, lo que quiere decir que no se consumen mientras no se ha “vivido la experiencia”. Quién ha tenido contacto con la lectura a temprana edad y ha podido extraer los beneficios y satisfacciones de dicha experiencia, es un potencial demandante de lectura independientemente de su ingreso económico.

7. Los materiales de lectura son bienes públicos, ya que no solo beneficia a quién lo consume, sino también a quienes participan de los resultados de esta experiencia (información, abrir nuevas conversaciones, compartir nuevos conocimientos, etc).
8. La calidad de “bien público” del libro implica que el Estado puede intervenir para velar por su regulación. Dado que una sociedad más culta es un “bien social” donde el conjunto de sus habitantes se benefician, una política de fomento al libro y la lectura debe ser una política de Estado.

BIBLIOGRAFIA

1. Betancur, Adriana. Las bibliotecas públicas en la construcción social del territorio: una propuesta para América Latina. En: I Congreso de Bibliotecas Públicas de Chile, 2006.
2. Celaya, Javier. Innovación en fomento de la lectura. En: http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion_lectura.htm (consultado en agosto, 2009)
3. Dobra, Ana. Las bibliotecas populares argentinas. En: Métodos de información, v.6, N. 32-33, 1999
4. Fernández Marcial, Viviana. Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación promocional. Cuadernos BAD, 2005
5. Freire, Paulo. La importancia de leer y el proceso de liberación. México: Siglo XXI, 1984
6. Gálvez, Sabina. Lectura como factor de felicidad y calidad de vida. En: Jornadas de formación de mediadores. PNFL, 2007.
7. Margaix Arnal, Dídac. Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales, En: El Profesional de la información, v.16, Nº 2, 2007. pp. 95-106.
8. Mekis, Constanza. “La Lectura y los Centros de Recursos para el Aprendizaje. En: Encuentros regionales del Plan Nacional de Lectura, 2007.
9. Monsiváis, Carlos. “Elogio (innecesario) de los libros. Revista Número, (41). 2004.
10. SITEAL. El analfabetismo funcional entre la población adulta de América Latina, agosto 2005.
11. UNICEF. Un panorama del bienestar infantil en los países ricos, 2007.
12. Vargas, María Clemencia; Muñoz, Margarita; Bernal Luis Darío. Promoción de la lectura en la biblioteca y en el aula, Buenos Aires, 1994.