

Aspectos teóricos conceptuales dirigidos a la promoción de la lectura en niños y jóvenes

Ing. Arianne de Cárdenas Cristiá
Lic. Lídice Rodríguez Cabrera

RESUMEN

El presente trabajo aborda los aspectos teóricos y conceptuales que van dirigidos a buscar estrategias que promuevan la lectura en niños y jóvenes, mediante la utilización de los medios de comunicación masiva. Se habla sobre el carácter multidisciplinar de la lectura y su promoción, la teoría y métodos de trabajo con los lectores en dicha promoción, así como la clasificación de los mismos.

Palabras clave: aspectos teóricos conceptuales, lectura, sociedad de la información, bibliotecas, medios de comunicación masiva, radio, televisión

ABSTRACT

This paper addresses the conceptual and theoretical aspects aimed at finding strategies that may encourage children and youth to read, by using the mass media. It deals with the multidisciplinary nature of reading and its encouragement, the working theory and methods with readers in such encouragement, as well as their classification.

Keywords: conceptual theoretical aspects, reading, information society, libraries, mass media, radio, television.

Introducción

En nuestro país y en el mundo, la promoción y la práctica de la lectura se han servido intensamente de las herramientas de la comunicación y de los muchos adelantos tecnológicos que se han producido en torno a ella.

No podría hablarse de una sociedad de la información sin darle a la lectura el papel que merece, como vía para la adquisición de conocimientos, el estímulo a la reflexión y el desarrollo de la capacidad de interpretación del entorno y de la historia.

Se ha considerado con frecuencia que el futuro del libro y la lectura peligran frente al avance de algunos medios de comunicación como el cine, la radio y la televisión y otras formas de entretenimiento popular como los videojuegos. Sin embargo, esto nos llevaría a pensar que quizás sea necesario, a la vez que reconocer el papel creciente de la comunicación

social en esta época, evitar las visiones que la sobredimensionan, le atribuyen poderes infinitos y generan actitudes de pasividad frente a sus aparentemente inevitables efectos.

Al respecto, merecen particular atención los públicos infantiles, por su habitualmente larga exposición y permeabilidad frente a los medios de comunicación y a otros productos de las industrias culturales modernas. Se debe analizar cómo pueden articularse en este consumo las necesidades informacionales y revertirlas en valores educativos, éticos, afectivos, etc.

La promoción de la lectura en todos los contextos, y no solamente en el terreno bibliotecario, es una necesidad que se impone. La televisión es un medio que puede contribuir en ello e influir en las primeras edades de la vida.

Aproximación a la lectura

La lectura acompaña a los seres humanos desde tiempos inmemoriales, propiciándole la comunicación, el disfrute estético de la lengua y la escritura, así como el conocimiento de la historia, la adquisición de valores y el desarrollo social.

Su estudio, desde diversas ramas del conocimiento, ha revelado la importancia de su práctica y promoción; en algunos se ha profundizado en aspectos relacionados con el aprendizaje de la lectura desde las primeras edades. Según el autor Manguel [1], existen tres fases para el aprendizaje de la lectura: **la logográfica**, que se relaciona con el aspecto visual, donde el niño aprende de memoria símbolos e imágenes, o sea, que realmente no lee y se le denomina lectura adivinanza; luego ocurre la fase **alfabética** donde se comienza a utilizar la mediación fonológica y es necesario conocer el código alfabeto; por último la fase ortográfica, donde las palabras se analizan en unidades ortográficas.

Otro enfoque es aportado por Rico [2] mediante cuatro formas: **Skimming**, para lograr una lectura rápida; **Scanning**, para buscar información precisa en un texto; **intensive reading**, lectura detallada y **extensive reading**, lectura textual abierta. Este autor expone además, algunas estrategias de lectura que permiten afrontar este proceso de una manera coordinada mediante el empleo de pausas, repetición, auto-corrección, el subrayado, la interacción lector – texto y el uso de fuentes de información e información previa para una buena interpretación.

Todos estos aportes permiten tener una idea inicial sobre el significado del término lectura, que como puede analizarse significa extraer de los textos la información precisa para su adecuada comprensión, partiendo de los propósitos y necesidades interpretativas que tenga el lector.

Para profundizar, se hace necesario exponer entre las numerosas definiciones la realizada por Solé [3], que desde una perspectiva interactiva, sostiene que se trata del «proceso mediante el cual se comprende el lenguaje escrito. En esta comprensión intervienen tanto el texto, su forma y su contenido; como el lector, sus expectativas y sus conocimientos previos.»

Waples [4] observa, sin embargo, el fenómeno de la lectura condicionado por las relaciones sociales cuando expresa: «La lectura es un proceso social que pone al lector en relación con su entorno y condiciona tal relación».

Entonces puede afirmarse que la lectura es un proceso que conlleva descifrar y comprender, entendiendo tanto el procesamiento de los textos en toda su magnitud (descodificación de símbolos, interpretación), como las experiencias y vivencias del lector, relacionándose en este caso aspectos psicológicos, lingüísticos y sociales.

La actual sociedad de la información y el vertiginoso avance de las tecnologías que posibilitan el uso de esta, han generando lo que se conoce como una nueva alfabetización, renovando la atención y el interés por el hábito de lectura en cualquier ámbito, sobre todo si se trata de una lectura activa y dinámica, y no sólo de una simple decodificación de símbolos. Sobre este tema el autor Degani [5] plantea: «ni sólo es válida la lectura tradicional, ni es la panacea el hipertexto y la lectura por Internet o CD-ROM», es decir, que es necesario buscar un equilibrio entre estos elementos, ya que todos pueden complementarse y ser útiles en la búsqueda del conocimiento.

En la importante correlación de lectura y tecnologías de información, Coll [6] declara que es necesario «expandir nuestro concepto de alfabetismo», con la ampliación de este término a capacidades relativas a la adquisición de conocimientos y competencias necesarias para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación.

La infinidad de opciones de información con que cuentan los lectores de estos tiempos tiene entre sus inconvenientes las desigualdades en cuanto a acceso (determinadas por razones de diversa índole: económicas, sociales y políticas); los excesos cuantitativos, no siempre acompañados de calidad, lo que exige una preparación para saber buscar, procesar y utilizar el texto deseado en un acto de lectura verdaderamente productivo, lo que representa un desafío, aunque puede asegurarse que este siempre es bien recompensado por los beneficios y el placer que pueden proporcionar los textos.

Para hacer más asequible la búsqueda de los lectores, muchos autores han indagado en métodos y técnicas que satisfagan sus intereses, ya sea por entretenimiento o por necesidades informativas. Para entidades educativas y bibliotecas esto ha sido un verdadero reto, aunque es importante señalar que esta labor merece atención de otras instituciones sociales que deben actuar para ello de manera organizada y sistemática.

Así lo reafirma Manguel, con el criterio de que «la lectura constituye un objetivo tanto de la escuela

como de la familia y de la sociedad toda. Inmersa en la sociedad y en la cultura que suele denominarse posmoderna, enfrenta una serie de problemas que es necesario conocer para, con ese fundamento, concebir esas respuestas realistas que se suelen demandar.»

El acercamiento a la lectura ha de comenzar desde los primeros años, considerados los más efectivos para enseñar a decodificar, a descifrar símbolos (letras, signos, imágenes, etc.). Se cultiva una buena y fluida pronunciación; se inicia la preparación para llegar a la interpretación y el análisis crítico de lo leído. Cabo[7] considera que «se debe aprender a leer en primaria, o no se aprenderá nunca el amor por los libros se contagia en la escuela».

Los beneficios de la lectura son significativos: incorporación de conocimientos, ampliación del vocabulario, perfeccionamiento de la ortografía, avance de las capacidades verbales, desarrollo de la memoria, la comprensión, la creatividad y la imaginación, adquisición de información, crecimiento personal, desarrollo del espíritu crítico y disfrute. A propósito de estos beneficios, pero con una visión más global, autores como Vargas[8] plantean: «la lectura, recurso milenario, proceso que ha sido y será una de las piedras angulares del desarrollo humanístico, de los avances científicos técnicos, en fin, del crecimiento humano, es ingrediente de primer orden en la evolución social.»

El carácter multidisciplinar de la lectura

La complejidad de los procesos ligados a la lectura exige que su estudio sea inevitablemente multidisciplinar. Diversas ciencias como: la psicología, la sociología, la lingüística, la comunicación y la bibliotecología, participan de dichos estudios.

La psicología ha aportado información, no sólo referida a la esfera cognitiva, sino también a la afectiva, la volitiva y la social. En este sentido resulta central atender a las profundas relaciones entre pensamiento y lenguaje, tanto en los aspectos orgánicos (en lo que a funcionamiento cerebral se refiere) como en el resto de los elementos que los complementan y que van desde el primer acercamiento al texto hasta los más diversos grados de comprensión.

Goodman integra lo antepuesto exponiendo que «hablar, escribir, escuchar y leer son procesos

psicolingüísticos de índole tanto personales como sociales».

Los factores individuales, grupales y colectivos, junto al entorno, dan lugar a múltiples interpretaciones de los textos por parte de los lectores y merecen atención de estudiosos de diferentes ramas de las ciencias sociales. Una de estas es la sociología, que en Europa, específicamente en Francia, ha desarrollado en las últimas décadas una rama de pensamiento denominada sociología de la lectura, encabezada por autores* notables que han profundizado en el tema.

La lectura, para producirse, depende del aprendizaje del código alfabético, es decir, la identificación de letras y palabras, que cuanto más rápido sea, mayor será el tiempo para interpretaciones semánticas. A nivel lingüístico los estudios han sido bien relevantes, y algunas líneas de investigación abordan las formas de enseñanza de la lectura para el desarrollo de habilidades lingüísticas.

Las investigaciones en esta área han sido muy prolíferas, sobre todo para el inicio de la lectura en edades tempranas y han afirmado que el primer paso hacia la lectura es oír los libros y la lectura; esto pone en acción funciones cognitivas, lingüísticas y afectivas. Barboza [9] plantea que «la escucha de libros permite aclarar un conjunto muy diverso de relaciones entre el lenguaje escrito y el oral: el sentido de la lectura, los límites entre las palabras, la relación entre la longitud de las palabras orales y las escritas, la recursividad de las letras y de los sonidos, las correspondencias letras-sonidos, los signos de puntuación, etc.»

La lectura también ha sido objeto de estudio de la comunicación, observando esta como un acto de comunicación en la que se encuentran involucrados tanto el emisor, el canal, el receptor, el mensaje y el ruido[9]. Desde otro punto de vista ha estudiado, entre las disímiles ofertas comunicativas de las que disponen los seres, cómo privilegiar la lectura.

Reflexionado en todo lo anterior puede decirse que la promoción de la lectura constituye entonces un verdadero reto y requiere de profundos conocimientos por parte de quien la realiza. Pero es la bibliotecología un terreno particularmente fértil, donde la lectura y su fomento han encontrado grandes expectativas. Si bien este tema es estudiado y polemizado desde las más variadas instituciones culturales y educativas,

* Entre los que se encuentran Poulain, Peroni y Lahire.

son esencialmente las bibliotecas las que tienen el objetivo primordial de cultivar a los seres humanos a través del placer de leer. Los avances mayores en este sentido han sido de las bibliotecas públicas que poseen adecuadas metodología y técnicas de medición. A propósito de ello, Fowler[10] expone: «parece ser que la institución que más avanzó en cuanto a metodología de medición de hábitos de lectura fue la biblioteca pública, en lo esencial mediante una clasificación que ubica a los lectores según sus preferencias temáticas y que se repite encuesta tras encuesta».

La revolución tecnológica ha contribuido a la generación de grandes cúmulos de información, por lo que se hace imprescindible la alfabetización informacional por parte de los seres humanos que precisan de esta. La habilidad de encontrar la información concreta en dependencia de las distintas necesidades y enseñar como convertir la misma en conocimiento, es una labor de primer orden del profesional de la información.

La promoción de la lectura

La práctica de promoción de lectura tiene múltiples entendimientos, pero sin duda alguna, es una actividad social que persigue transformar o modelar la percepción de las personas con relación a los textos, exaltando la función y beneficios de la lectura en el desarrollo personal y sociocultural. Para Varela[11] «la promoción de la lectura implica todas aquellas actividades que propician, ayudan, impulsan y motivan un comportamiento lector favorable, o en algunos casos, más intenso del que se acostumbraba».

Con un punto de vista abarcador, en el que se incluye a niños, adolescentes y adultos, Geneviève[12] plantea que: «la promoción de la lectura consiste en familiarizar e introducir los textos, transmitiendo curiosidad, pasión y propiciar el hallazgo de estos».

Según Núñez[13] promoción de la lectura es «...la actividad encaminada a la formación de hábitos de lectura adecuados, la cual se logra con la orientación planificada a una población de lectores (en activo y potenciales) sobre qué leer, cuánto leer y cómo leer.» Un autor imprescindible en nuestro contexto para estudiar este tema es Fowler, por su interesante sistematización de la bibliografía sobre el tema y el aporte de su propia experiencia profesional. Con una visión integradora, concibe la promoción de lectura como sistema de acciones, como proyecto pedagógico - que responde, por tanto, a un diseño previo- en

cuya dirección es central la figura del promotor. Estas acciones, según el autor, deben ser diseñadas bajo objetivos bien trazados, puntuales o desarrollados en ciclos cortos o medianos y continuamente revisados.

Entre diversas definiciones propuestas por Fowler establece la de **promoción y promotor**, entendidas como un sistema de gran influencia sobre los individuos y relacionadas entre sí.

- Promoción: se trata, en su opinión, de la búsqueda de una perfecta correspondencia entre la cadena: lector-libro-lectura y con un propósito esencialmente modelador.

- Promotor: sujeto que ejecuta la acción de promoción. Puesto que está ubicado entre el lector y el libro puede ejercer como redundancia o como ruido.

La actividad de promoción debe estar previamente planificada, tener bien estructurada metas y objetivos, así como la facilidad de actualización y reformación durante su implementación.

Fowler, define la existencia de tres aspectos fundamentales para la promoción de la lectura:

1. Como acto de comunicación «boca a boca», cuando se presenta una situación dialógica con un único usuario al cual se le recomienda un determinado libro.
2. Como trabajo con grupos, cuando se realizan acciones de promoción en lugares fijos para un conjunto de personas igualmente fijo. En este caso, el modelo clásico es el de los círculos de interés.
3. Como acto de promoción concebido a escala macro, mediante el uso de los medios de difusión masiva: programas radiales, propaganda televisiva, publicación de artículos que recomienden la lectura, etcétera.

Resulta relevante para los objetivos de esta investigación destacar el último de estos por la asociación que efectúa el autor entre promoción de la lectura y medios de difusión masiva.

El mismo autor argumenta acerca del trabajo del promotor, que debe apoyarse en los diferentes resortes de la comunicación, y afirma que comprender en esta dimensión la promoción de la lectura, permite dotar cada vez más al trabajo cotidiano de responsabilidad y científicidad.

Todo lo anterior apunta a la necesidad de analizar y desarrollar el trabajo de promoción de la lectura

inmerso en la sociedad, tomando en cuenta los patrones culturales, las características de colectividades y los contextos diversos, valiéndose de los conocimientos, técnicas y recursos derivados de múltiples ramas de las ciencias.

Tareas tan importantes como la captación de usuarios y la orientación lectora, tienen que ver con la creación de intereses, habilidades y costumbres, que sólo pueden alcanzarse mediante el diseño y la realización de acciones que se adapten a las necesidades y preferencias de los lectores.

La efectividad del trabajo de promoción exige no sólo búsqueda informativa, actualización y superación permanente de los profesionales, sino también sostenimiento a partir de actores sociales e instituciones comprometidas que precisan de creatividad y flexibilidad para encontrar las mejores alternativas en el proceso de acercamiento de los seres humanos a la lectura.

En el ámbito de las bibliotecas, la promoción de la lectura comprende una serie de actividades en las que el promotor se destaca, fundamentalmente, en su trabajo con las personas, ya sea a nivel grupal o individual, haciendo uso de variados medios informativos.

La teoría del trabajo con los lectores en la promoción de la lectura

La teoría del trabajo con los lectores, un pilar fundamental para el trabajo del promotor, examina según Rivero [14], «el empleo de los fondos de las bibliotecas y la organización de la lectura». Estas dos vertientes, a su vez, incluyen el estudio de la lectura, los lectores, los principios y métodos de propaganda del libro, la orientación, la actividad informativa de las bibliotecas y el sistema de prestación de servicios a los lectores.

Este mismo autor expone que desde el punto de vista bibliotecario existen cuatro formas en el trabajo de promoción de la lectura:

- Captación de personas que no leen habitualmente, para formar en ellos el hábito de la lectura.
- Captación de lectores habituales que no utilizan la biblioteca, para conocer cómo leen e incidir en su actividad de lectura.
- Trabajo con los lectores habituales que utilizan la biblioteca, para guiar su actividad de lectura.

- Trabajo con los asistentes a las bibliotecas, que no leen habitualmente, para convertirlos en lectores.

Y propone elementos fundamentales, métodos y formas a tener en cuenta para la organización del trabajo con los lectores en las bibliotecas:

La orientación directa

Ocurre en vivo, en contacto directo con los lectores, ya sea de manera individual o en grupos. Tiene como objetivo principal incidir en el contenido y carácter de la lectura, en la selección y comprensión de las obras leídas, así como en su valoración por parte de los lectores.

La actividad informativa

Se desarrolla mediante el trabajo indirecto con los lectores, sin intercambio personal con ellos, y se materializa en publicaciones secundarias, exposiciones y otros elementos de divulgación. Tiene como objetivo fundamental incidir en el contenido de la lectura, suministrando a los lectores noticias sobre los documentos que integran los fondos de esas instituciones o que ingresan en ellos.

En dos ejes fundamentales pueden insertarse los métodos de trabajo con los lectores: orales y no orales. Los métodos orales, concebidos para grupos de lectores con niveles de desarrollo afines y se clasifican en:

Método crítico - analítico

Objetivo general: incidir en el carácter de la lectura.

Objetivos particulares: lograr que los lectores analicen críticamente lo leído.

Formas:

1. Libro-Debate: su componente esencial es el razonamiento de los lectores, la formación de un pensamiento crítico. Debe propiciarse de manera grata y sin formalismos, con la preparación previa del especialista a cargo de la actividad y de los lectores. La selección de la obra a debatir es de vital importancia y, por supuesto, necesita de un trabajo de divulgación y préstamo de libros.
2. Libro-Película-Debate: muy similar al libro - debate, debe contar con una organización precedente por parte del especialista. Consiste en debatir películas y libros, por lo que debe proporcionarse información sobre el libro y la película seleccionados: críticas, ficha técnica, etc. La proyección del filme está incluida,

lógicamente. La actividad puede estar guiada por un crítico u otro especialista del tema. En ella puede combinarse el debate del libro y el de la adaptación cinematográfica, de darse el caso.

3. Actividades demostrativas: combinan comentarios de libros con la demostración práctica de aspectos de su contenido. No exige necesariamente un conocimiento previo del texto.

4. Actividades patrióticas y de solidaridad: se organiza para presentar figuras relevantes del país y el mundo, sus obras y su pensamiento.

Método recomendativo

Objetivo general: incidir en el contenido de la lectura.

Objetivos particulares: lograr el interés del lector por las obras recomendadas y que incorpore los contenidos de la lectura en su quehacer diario.

Formas:

1. Demostración práctica: las actividades demostrativas se basan en combinar los contenidos de los textos con ejemplos reales que muestren la aplicación práctica de lo que se lee.

2. Comentario de libros: confeccionados de manera tal que estimulen a los oyentes a leer las obras sugeridas, a partir de su importancia. Debe incluir un pequeño resumen de cada obra y puede apoyarse en la lectura de algunos fragmentos que despierten el interés del lector.

3. Revistas orales: ofrecen información sobre las nuevas adquisiciones o pueden incluir obras ya existentes en las bibliotecas que, por su contenido y calidad, sean dignas de ser promovidas. Se confeccionan similares a las impresas, con secciones fijas destinadas a temas diversos e incluyendo en cada sección comentarios de libros. La duración de una revista no debe exceder la hora (aproximadamente cuarenta y cinco minutos). Pueden incluirse medios de apoyo visual, musical, entre otros y las diferentes secciones pueden estar a cargo de varios especialistas o bibliotecarios.

4. Tertulias de lectores y conversatorios: el papel principal es de los lectores, que pueden expresar sus opiniones sobre lo leído e incitar a que otros lean las obras comentadas. Debe cuidarse la elección de los temas y libros, así como de los invitados, tomando en cuenta su capacidad para interesar a los demás, pero manteniéndola siempre como una actividad abierta a todo tipo de lectores.

Método positivo - ilustrativo

Mediante este método los lectores conocen las obras y los autores que se presentan, a partir del planteamiento de sus valores positivos. En caso de existir otros negativos, se trata de contrastarlos y debatirlos.

Objetivo general: incidir en el carácter y contenido de la lectura.

Objetivos particulares: posibilitar que el lector establezca relaciones entre el contenido de lo leído y las nuevas ideas sugeridas o que puedan aparecer, ofrecer valoraciones que influyan en la lectura de las obras que se presentan.

Formas:

1. Charlas sobre libros: pueden ser referidas a una o varias obras, así como a los autores. Deben ser bien planificadas para motivar a los lectores y estimular el préstamo de libros.

2. Lecturas comentadas, narraciones, dramatizaciones, entre otras formas: para lectores con poco desarrollo en su formación escolar y cultural. Parten del contenido total o parcial de determinada obra, para provocar el interés por ella. A través del estímulo de la expresión oral y el empleo de medios audiovisuales, pretende desarrollar la imaginación y la capacidad creadora de los lectores.

3. Encuentros con escritores: organizados con la participación de autores que comentan una o varias de sus obras, haciendo énfasis en los contenidos más interesantes, aportando sus vivencias y problemas creativos, para despertar el interés de sus oyentes.

En los métodos crítico-analítico y recomendativo se encuentran las actividades demostrativas y actividades prácticas respectivamente, ambas con propósitos y contenidos similares.

Todos estos métodos desarrollados en el ámbito bibliotecario, pueden complementarse con las enormes posibilidades de los medios informativos y de comunicación. Convenientemente utilizados, pueden contribuir a la eficacia de la promoción de la lectura.

Algunas bibliotecas suelen clasificarlos según su alcance en:

- Medios masivos: revistas periódicos, radio y televisión
- Medios directos: marcadores, impresos, catálogos, postales y plegables.
- Medios indirectos: altoparlantes, vallas, afiches, etc.

- Medios propios: específicos de la actividad de promoción, por ejemplo; libro de la semana, lecturas ilustradas, revista oral, conferencias y exposiciones.

Promoción de lectura para los públicos infantiles

Dentro del universo de personas con las que se podría trabajar la promoción de la lectura, resultan de particular interés los públicos infantiles, no sólo por sus capacidades de crecimiento intelectual y espiritual, sino también por lo que significa formarlos para el futuro en términos de cultura.

Partiendo de los resultados que han aportado numerosos estudios sobre los gustos, necesidades y preferencias de las edades tempranas, en el terreno bibliotecario se han diseñado numerosas alternativas para la promoción de la lectura. Se toman en cuenta para su conformación factores como: el sexo, la edad, el nivel de escolaridad, el lugar de residencia, las características, preferencias de lecturas y formas de entretenimiento, que se comparten por determinadas colectividades y que pueden servir como pautas para el trabajo con estos segmentos poblacionales.

Específicamente el factor edad, ha sido intensamente estudiado para afrontar eficazmente la promoción de la lectura. Algunas investigaciones plantean que existen fases de la lectura que se relacionan con los cambios de la misma y se ha determinado que para estimular el hábito y evitar el rechazo de los niños hacia los textos, es importante agruparlos por grupos de edades y la capacidad intelectual según estas.

La experiencia de profesionales cubanos conocedores del trabajo de promoción de la lectura, así como estudios consultados [15], apuntan a la idea de que el uso de la biblioteca parece más ligado a las necesidades de estudio, que a las recreativas (no necesariamente ajenas a la obtención de conocimientos), que parecen satisfacerse más, mediante la adquisición por vías comerciales. Esto provoca que las bibliotecas hayan iniciado programas de transformación y publicidad que resaltan su imagen como centro de recreación cultural.

Estudios sobre preferencias de niños y jóvenes, pueden ser útiles y deben ser considerados por bibliotecas y servicios, los cuales deben adecuarse cada vez más a sus requerimientos. Algunas han tenido logros significativos con la creación de espacios atractivos, siguiendo un criterio de selección amplio de libros, fondos con contenidos universales, estantería

abierta, medios de comunicación, música, soportes filmicos, préstamos, narración oral y juegos, han contribuido a una relación más fluida y placentera con este espacio cultural.

Algunas de las actividades realizadas por las bibliotecas también pueden llevarse a cabo, y de hecho han tenido buenos resultados en escuelas, hospitales, círculos infantiles, y centros de educación especial.

Las actividades para la promoción de la lectura requieren de una planificación previa y, a la vez, de cierta flexibilidad para realizar los ajustes necesarios durante su implementación. Promover la lectura exige coherencia y sistematicidad para garantizar los resultados esperados.

La promoción de lectura en los medios de comunicación masiva

La comunicación atraviesa la vida de los seres humanos y ha sido objeto de estudio de diversas disciplinas científicas. Una arista relativamente reciente de dichos estudios y de importancia capital, son los llamados medios masivos de comunicación, que han tenido un vertiginoso desarrollo en las últimas décadas y han demostrado sus enormes potencialidades de influencia en los públicos. Debido a ello se han creado proyectos sociales en lo que respecta a la promoción del libro y la lectura. Sin embargo, otros autores y contextos observan las posibilidades de los medios de comunicación no solo en términos sociológicos, sino también económicos, ya que en torno a ellos, y en particular a la televisión, giran cifras capitales, como lo afirma Dimas[16]: «el dominio de la comunicación se expresa hoy, sobre todo, como dominio de la televisión. El 80% de los capitales que se mueven en el sector de la cultura, la información y la comunicación tributan directa o indirectamente a este medio.»

A partir de este panorama, algunos Estados y múltiples instituciones de todo el mundo se han interesado en fomentar y promocionar la lectura desde los medios de comunicación masiva, con la creación de proyectos y documentos que abordan aspectos imprescindibles para lograr buenos resultados en este esfuerzo. Aunque las experiencias y contextos no son similares, hay coincidencias de contenido y un eje que los atraviesa a todos: el propósito de fomentar la lectura y/o propiciar contenidos de calidad a los públicos infantiles.

Es necesario destacar que aunque estos documentos no son iguales, tales como tres metodologías y un

programa, fueron seleccionados, analizados y evaluados por los aspectos que tratan y que pueden ser relevantes para los objetivos de esta investigación.

1. Metodología para promoción de lectura a través de la radio y de la televisión: este documento realizado en la República de Colombia tiene el propósito de ofrecer, a partir de elementos teóricos, conceptuales y antecedentes, algunos aspectos esenciales para el desarrollo de acciones permanentes orientadas al fomento de la lectura desde la radio y la televisión. Para la concreción de acciones plantea los aspectos: objetivos, definición de destinatarios, estudios preliminares, alcance geográfico, concertación de instituciones, políticas nacionales, contenidos y temáticas, recursos necesarios y disponibles, diseño de evaluación y definición de acciones.

2. Metodología. Televisión y animación a la lectura: Realizado en Argentina, constituye un primer intento para establecer el panorama actual de los medios, la lectura y los públicos infantiles. Tiene el propósito de servir metodológicamente a profesores, investigadores y profesionales del medio televisivo que se dirigen a niños y adolescentes, a partir de un estudio realizado en un aula de Educación General Básica (EGB). En este documento aparecen reflejados los siguientes aspectos: objetivos, investigación/estudios preliminares, acciones, sugerencias de contenidos, actividades y etapas para la aplicación de acciones.

3. Metodología para la Programación Infantil de televisión. Orientaciones y Contenidos prioritarios: este trabajo fue realizado por el Instituto Oficial de Radio y Televisión Española (IORTV), tiene el propósito de ser un manual de referencia para televisoras y padres a favor de los contenidos, formatos y valores sociales más idóneos y que deben incluirse en los programas de TV infantil. Mediante la revisión de dichos contenidos se encontró el fomento de la lectura y la literatura. Los aspectos reflejados en esta metodología son: investigaciones/información previa, instituciones/políticas nacionales, mecanismos de control, evaluaciones, recursos, acciones, sugerencia de contenidos y formatos.

4. Programa Nacional por la Lectura: realizado en Cuba, tiene un carácter global, ya que se basa en un conjunto de acciones de carácter estratégico orientados a fomentar la lectura en la sociedad cubana. Para la implementación de acciones se basa en objetivos parciales, dos de estos dirigidos a los públicos infantiles y a los medios de comunicación, que incluyen determinados aspectos: instituciones

que deben estar implicadas, investigaciones y estudios preliminares de Cuba y el resto del mundo, destinatarios, recursos necesarios, acciones y contenidos prioritarios.

Es importante reiterar que los aspectos de estos documentos varían en dependencia de los contextos, ya que la estructura y funcionamiento de los medios son muy diversos y deben considerarse de acuerdo a las condiciones y características de cada localidad. Los puntos coincidentes en cada uno de estos son:

- destinatarios
- estudios preliminares (preferencias de los públicos)
- recursos (necesarios y disponibles)
- organismos/ Instituciones
- contenidos
- acciones
- evaluación

Destinatarios

La definición de destinatarios, con una buena caracterización de los diferentes grupos etáreos es considerado esencial para poder diseñar y llevar a cabo los objetivos de cualquier empeño para promocionar la lectura.

Estudios preliminares

Orientados a conocer las preferencias de los públicos: televisivas y de relación con los libros. Plantean la importancia de examinar, en cada caso, las razones de las preferencias, tener bien definidos los destinatarios y garantizar también, por esta vía, la necesaria retroalimentación.

Recursos

Es útil hacer un sondeo previo de los recursos, tanto materiales como humanos, que sean necesarios para determinar si están a disposición o deben gestionarse.

Organismos / Instituciones

La concertación e implicación de organismos, políticas estatales e instituciones es considerado primordial, por lo que debe cuidarse la selección apropiada con suficiente anticipación.

Contenidos

Las sugerencias de contenidos que se desean priorizar y sustentados en investigaciones previas, proporcionan una guía y facilita el trabajo de los distintos profesionales.

Acciones

Supone la creación de un plan de trabajo concreto, que debe incluir líneas temáticas, etapas, plazos de cumplimiento, ubicación espacial y temporal de las acciones (frecuencia, días, horarios, etc.), responsables, participantes.

Diseño de evaluación

Es importante reconocer o definir quiénes se van a encargar de la evaluación, hacer su diseño conceptual, determinar los plazos y efectuarla de manera tal que permita la realización de ajustes, reelaboración de objetivos y toma de decisiones.

Los documentos analizados plantean sus aspectos en mayor o menor grado de profundización, por lo cual se encontraron algunos diferentes o que estaban contenidos en otros, como es el caso de: mecanismos de control implícito en las evaluaciones y políticas estatales incluido en Organismos e Instituciones. En el caso de contenidos prioritarios se describió, debido a la importancia que le conceden, tres de los anteriores documentos a este aspecto.

Estos documentos y esfuerzos demuestran las alianzas con los medios de comunicación en propósitos encaminados a promover la lectura, aunque esta asociación no ha excluido la generación de diferencias y polémicas.

Polémicas sobre promoción de la lectura, televisión y públicos infantiles

El desconocimiento y los prejuicios en torno a los medios audiovisuales y en particular a la televisión, considerada por mucho arte menor, han propiciado que a menudo no se aprovechen suficientemente sus potencialidades a favor del proceso de la lectura y su promoción. Así lo reafirma Castrillón [17] «uno de los problemas para poder entender las posibilidades y efectos de la televisión es que sabemos muy poco de ella por ser un medio tan moderno y cambiante, al que permanentemente tenemos que adaptarnos.»

Algunos de los enfoques que alertan sobre la acción nociva de la televisión frente a la lectura, están dirigidos hacia las ambiciosas industrias que muestran en la pantalla el materialismo como estilo de vida y la excesiva violencia, con palpables efectos en el comportamiento social. Este fenómeno ha provocado que padres y otros factores sociales tomen posiciones extremas con

relación al consumo televisivo de sus hijos, llegando a eliminar, en algunas ocasiones, hasta propuestas sanas y educativas, lo cual lleva a reflexionar que sería ideal pensar el binomio TV-lectura en términos de complementariedad y enriquecimiento mutuo.

La lectura parece estar amenazada no sólo por las nuevas tecnologías o los modernos medios de comunicación, sino también y sobre todo por factores de índole más alarmante, tales como: el escaso horizonte cultural en el ambiente familiar, la falta de persistencia por parte de los educandos, y el deterioro socio-cultural de forma universal, entre otros. Respecto a ello Ehlers[18] expone: «no parece haber ninguna rivalidad real entre televisión y lectura: en caso de no poder utilizar el televisor, por el motivo que sea, el niño no le dedica más tiempo al libro y a la lectura.»

En cuanto a lectura, existen muchas razones para demostrar que la TV puede ser usada para su promoción. Renaud [19] considera este medio de comunicación como «el más universal y más concreto» y reconocen que «ejerce una verdadera fascinación sobre el público.»

Otra postura es la que entiende el acto de ver TV como un proceso de lectura y no solamente como vehículo de promoción. Según Pérez [20] «la escritura es lineal, mientras que la imagen es simultánea; la palabra es arbitraria, mientras que la imagen es analógica», pero completa su idea con la aclaración de que la televisión no es sólo imagen, sino también palabra y texto. De igual forma Staiger [21] plantea, que tanto el texto escrito como el audiovisual, constituyen mensajes codificados que el receptor debe interpretar mediante complejos procesos y factores.

A modo de conclusión

La lectura es un proceso activo y dinámico que conlleva descifrar símbolos e interpretar los textos en toda su magnitud. La complejidad de los procesos ligados a la lectura exige que su estudio sea inevitablemente multidisciplinar. Diversas ciencias, como la psicología, la sociología, la lingüística, la comunicación y la bibliotecología, participan de dichos estudios y han demostrado cómo los seres humanos ponen de manifiesto disímiles aspectos de estas ciencias para relacionarse con los textos y llevar a cabo los procesos de lectura. En la actualidad, debido al progreso de las nuevas tecnologías, el término de lectura trasciende los textos tradicionales y llega hasta imágenes, carteles, multimedia, entre otros.

La promoción de la lectura ha sido estudiada por cuantiosas ramas del conocimiento, pero la bibliotecología ha sido un terreno bastante fértil que ha alcanzado logros significativos sobre el tema, además, la misma puede definirse como una actividad social que a través de acciones, correctamente diseñadas, persigue transformar la percepción de las personas con relación a los textos, exaltando la función y beneficios de la lectura en el desarrollo personal y sociocultural. Los medios de comunicación, concretamente la televisión, pueden contribuir al fomento de la lectura de los públicos, por ser este un soporte novedoso para el trabajo que realizan los especialistas de educación y bibliotecas, en la propagación del gusto por la lectura.

Referencias

- 1) Manguel A. Una Historia de la Lectura. Madrid. [en línea] 1998 [consultado septiembre de 2006]; Disponible en: <http://www.cica.es/aliens/revfuentes/num1/manguel.htm>.
- 2) Rico M. Formas y estrategias de lectura. [en línea]. [2004] [consultado 20 de abril de 2006]; Disponible en: URL:<http://www.santiagoapostol.net/revista03/lectura.html>.
- 3) Solé I. Estrategias de lectura. [en línea]. [2004] [consultado 26 de septiembre de 2006]; Disponible en: URL:<http://ticat.ua.es/curie/materials/estrategias-lectura.htm>.
- 4) Waples D. What reading do to people? Chicago. 1940..
- 5) Degani Z. La lectura inteligente en las tecnologías de la información. [en línea]. [2005] [consultado 6 de julio de 2006]; Disponible en: URL: http://www.el-libro.com.ar/32feria/educativas/html/archivo/conferencias/degani_zeev.html.
- 6) Coll C. La lectura en la sociedad de la información: instituto para la equidad y la calidad educativa. [en línea] 2004 [consultado 21 de septiembre de 2006]; Disponible en: URL: http://www.ub.es/grintie/GRINTIE/Library/public/CC_LecturaSI_05.pdf.
- 7) Cabo Martínez, R. La educación del deseo. Puertas a la lectura. 2000; 9 (10): pp 22-23.
- 8) Vargas R, Larreinaga V. Lectura creadora: deslindes y contribuciones. Para leer el XXI: por una cultura de paz. [CD-ROM]. Editorial de Brasil: Global y Record; 2003.
- 9) Barboza L, Sanz C. Estrategias de lectura. [en línea] 2003 [consultado 21 de abril de 2006]; Disponible en: URL: <http://contexto-educativo.com.ar/2002/2/nota-06.htm>.
- 10) Fowler V. La lectura ese poliedro. [en línea]. [2004?] [consultado 6 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.fundalectura.org.es>.
- 11) Varela M. La promoción de la lectura desde la biblioteca. Los Andes. 1999.
- 12) Geneviève P. Los medios de comunicación determinantes para acercar la lectura a la infancia. [en línea]. 2005 [consultado 31 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.conaculta.gob.mx/salade prensa/2002/28ago/lectura.htm>.
- 13) Núñez P. Enfoque teórico-metodológico para la determinación dinámica de las necesidades que deben atender los sistemas de información en las organizaciones o comunidades. [tesis de doctorado]. Ciudad de La Habana: Facultad de Comunicación). 2002.
- 14) Rivero A. Una aproximación a la comunicación, la propaganda y la promoción de la lectura. La Habana: Félix Varela; 2002. (pp.227-228).
- 15) Campaña de Promoción de la lectura: La edad influye y mucho. [en línea]. [2005] [consultado 8 de noviembre de 2006]; Disponible en: URL: http://www.portugalete.org/Cultura/Promocion_lectura_0405edad.htm.
- 16) Dimas, Tomas. La lectura y los medios masivos de información. IBBY. Para leer el XXI: por una cultura de paz. [CD-ROM]. La Habana. Editorial de Brasil: Global y Record; 1999.
- 17) Castrillón S. Metodología para promoción de lectura a través de la radio y de la televisión. Colombia. 2005.
- 18) Ehlers F. El universo audiovisual del niño latinoamericano: Los niños y la televisión. 1997.

- 19) Renaud, Bruno. «Televisión, aprendizaje y lectura citado por March J. Televisión y animación a la lectura. [en línea] 2004 [consultado 2 de septiembre de 2006]; Disponible en: http://www.aba-argentina.com/premios/2004/premiolectura/Josephine_March_3_Premio_Mencion_Especial.pd
- 20) Pérez J. El desafío educativo de la televisión para comprender y usar el medio. Barcelona: Paidós; 1994.
- 21) Staiger R. Caminos que llevan a la lectura. [en línea] 2004 [consultado 24 de febrero]; Disponible en: URL:<http://www.cn.fac.org.ar/cnci/publi3.htm>.
- Cabo Martínez, R. La educación del deseo. Puertas a la lectura. 2000; 3 Suppl 3: pp 22-23.
- Campaña de Promoción de la lectura: La edad influye y mucho. [en línea]. [2005] [consultado 8 de noviembre de 2006]; Disponible en: URL: http://www.portugalete.org/Cultura/Promocion_lectura_0405edad.htm.
- Carranza E. Lectura y prácticas escolares. [en línea] 2005 [consultado 2 de febrero de 2006]; Disponible en: URL:
- Castells M. La revolución de la tecnología de la información. [en línea] 2000 [consultado 20 de octubre de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellsprol.html>.

Bibliografía

- Acanda JL. ¿Qué significa ser progresista en materia de pensamiento? [en línea]. 2005 [consultado 10 de octubre de 2005]; Disponible en: URL: <http://www.filosofia.cu/contemp/acanda008.htm>.
- Acosta E. Bibliotecas del tercer milenio. Revista del Libro Cubano 1998; 2(2): 5.
- Alanís A. ¿Cómo influye el contexto social del niño en el aprendizaje y afianzamiento de la lectura? Pedagogía 1995 Dic; 5(9).
- Alfaguara infantil y juvenil. [en línea]. [2004?] [consultado 25 de marzo de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.alfaguarainfantil.com.ar/guiabibli/8.htm>.
- Álvarez A. El libro electrónico vs el libro tradicional. Correo del libro; 5(12): 8.
- Artículo 17 de La Convención de los Derechos del Niño. Gaceta Oficial de Cuba 1991 Dic 28; p. 380.
- Asociación mexicana para el fomento del libro infantil y juvenil. Ayudas para la promoción de la lectura y las letras españolas. [en línea]. [2004?] [consultado 21 de abril de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.mcu.es/NEST/AYUDAS/2004/libro/c1-conv.tif>
- Bamberger R. La promoción de la lectura. Barcelona: Editorial de promoción cultural UNESCO; 1978.
- Bibliografía sobre lectura, formación de lectores y promoción de la lectura. [en línea]. 2002 [consultado 11 de mayo de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.geocites.com/Athens/Forum/2867/37.htm>.
- Castrillón S. Un Nuevo Mundo para un Mundo Nuevo. 27º Congreso Mundial de IBBY. [en línea] 2006 [consultado 5 de septiembre de 2006]; Disponible en: URL:<http://www.imaginaría.com.ar/03/7/ibby.htm>.
- Castro F. Lo único que quedará será el libro. Revista del Libro Cubano 1998; 2(2):2.
- Centros para el libro en América Latina y el Caribe. [en línea]. [2003] [consultado 7 de mayo de 2006]; Disponible en: URL:http://www.cerlac.com/pro_aco/2_3_1.htm.
- Cerrillo P, Utanda MC. La Lectura: ¿Un valor en crisis? Puertas a la Lectura 2000; (9-10): pp 28-32.
- Colegio de bibliotecarios de Chile. [en línea] [2005?]. [consultado 24 de junio de 2006]; Disponible en: URL: http://www.bibliotecarios.cl/noticias_comunidad/2003/quito.html.
- Coll C. La lectura en la sociedad de la información: instituto para la equidad y la calidad educativa. [en línea] 2004 [consultado 21 de septiembre de 2006]; Disponible en: URL: http://www.ub.es/grintie/GRINTIE/Library/public/CC_LecturaSI_05.pdf.
- Degani Z. La lectura inteligente en las tecnologías de la información. [en línea]. [2005?] [consultado 6 de julio de 2006]; Disponible en: URL: http://www.el-libro.com.ar/32feria/educativas/html/archivo/conferencias/degani_zeev.html
- Duarte M. Entrevista a Menchy Núñez, bibliotecaria y promotora cultural con una experiencia de más de 40 años en el trabajo con niños y adolescentes. [en línea]. [2005] [consultado 6 de septiembre de 2006].

- MA. El misterio de la lectura. El Mundo. [serie en línea] 2004 [consultado 14 de marzo de 2006]; 24(3) Disponible en: URL: <http://www.apoyolingua.com/LA%20IMPORTANCIA%20DE%20LA%20LECTURA.htm>
- Fowler V. La lectura ese poliedro. [en línea]. [2004?] [consultado 6 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.fundalectura.org.es>.
- Galera F. La lectura: del dialogo con el autor al encuentro con los oyentes. Puertas a la lectura 2000; (9-10): pp 33-38.
- Geneviève P. Los medios de comunicación determinantes para acercar la lectura a la infancia. [en línea]. 2005 [consultado 31 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.conaculta.gob.mx/saladeprensa/2002/28ago/lectura.htm>.
- Hart A. Radio y TV: vía para promover el arte y la cultura. La Habana: Ministerio de Cultura; 1989.
- Huerta MC. Otra mirada a la comprensión de textos escritos. [en línea] 2005 [consultado 4 enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.monografias.com/trabajos14/textos-escrit/textos-escrit.shtml>.
- Ley de fomento para la lectura y el libro texto vigente: nueva ley 08/06/2000. [en línea]. 2003 [consultado 12 de junio de 2006]; Disponible en: URL: http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/emex/emex_ley_de_fomento_para_lectura_y_el_libro.
- Maggi B. El pequeño drama de la lectura. La Habana: Editorial Letras Cubanas; 1988.
- Manguel A. Una Historia de la Lectura. Madrid. [en línea] 1998 [consultado 12 de septiembre de 2006]; Disponible en: <http://www.cica.es/aliens/revfuentes/num1/manguel.htm>.
- Martínez V. Tecnologías educativas. [en línea] 2004 [consultado 11 de mayo de 2006]; Disponible en: URL: www.ateiamerica.com.
- Millán JA. La lectura y la sociedad del conocimiento. [en línea] 2004 [consultado 23 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/150568329690623326040014/p0000001.htm>.
- Normas Vancouver. [en línea]. 2005 [consultado 25 de enero de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.library.uq.edu.au/training/citation/vancouv.pdf>.
- Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas. [en línea]. [2003] [consultado 6 de mayo de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.cerlalc.org/picbip/secciones/programas12.htm>.
- Porro J. Lectura, objeto de conocimiento y práctica social en la educación de nivel medio y universitario. [en línea]. [2004] [consultado 11 marzo de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.lectura-curza.com.ar/articulos1.htm>.
- Rico M. Formas y estrategias de lectura. [en línea]. [2004] [consultado 20 abril de 2006]; Disponible en: URL: <http://www.santiagoapostol.net/revista03/lectura.html>.
- Setién E. Investigaciones sobre la lectura en Cuba. IFLA 60th General Conference; 2004 Ago 21-27; La Habana, Cuba.
- Vargas R, Larreinaga V. Lectura creadora: deslindes y contribuciones. Para leer el XXI: por una cultura de paz. [CD-ROM]. Editorial de Brasil: Global y Record; 2003.

Recibido: 14 de diciembre de 2007.

Aprobado en su forma definitiva: 20 de enero de 2008.

Msc. Arianne de Cárdenas Cristiá

Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, Calle G entre 23 y 21, Vedado, No. 506, La Habana, Cuba Código Postal 10400

Correo electrónico:

<nancy.cristia@infomed.sld.cu>

Lic. Lídice Rodríguez Cabrera

Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)

Calle 23 no.258 entre L y M, Vedado, La Habana, Cuba

Correo electrónico:

<cdicrt@icrt.cu>
