



**CONSEJO NACIONAL DE
EDUCACIÓN**

Experiencias de movilización social a favor de la comprensión lectora

**Sistematización de evidencias a favor de una política nacional
de promoción de la lectura comprensiva y creativa en niños y jóvenes
basada en la movilización ciudadana**

PATRICIA FERNÁNDEZ CASTILLO

**COMISIÓN SOBRE CALIDAD Y EQUIDAD EDUCATIVA
DEL CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN**

Lima, diciembre de 2003

1. INTRODUCCIÓN

En el Perú, la práctica de la lectura es una actividad limitada entre los hombres y mujeres alfabetizados. Si bien, una cifra considerable de peruanas y peruanos “sabe leer y escribir”, gran parte de ellos no utiliza funcionalmente la lectura como el medio para fortalecer sus aprendizajes y para adquirir nuevos conocimientos. Si la lectura es utilizada sólo para prácticas específicas como leer titulares de periódicos, recibos, avisos, carteles, etc. el uso de la escritura se limita a firmar y sacar cuentas. Entre otras razones, debido a la complejidad que supone el acto de escribir: tener ideas claras, ordenarlas según una lógica interna y formularlas de una manera comprensiva para otros, apelando a un código simbólico distinto del empleado en el habla oral.

A mediados del 2003, los resultados del proyecto PISA¹ sobre la capacidad lectora de jóvenes escolares peruanos; han remarcado, una vez más y desde un ámbito internacional, las serias deficiencias de las metodologías de enseñanza, preparación docente, programas curriculares, material educativo, entre otros, de la educación básica. La falta de hábitos de lectura y escritura, en nuestro país tiene que ver con una serie de factores que restringen las prácticas de estas habilidades y prácticas a lo largo de la formación escolar. Esta clara falta de motivación por la lectura no parece ser un problema que esté en la mira de la educación formal, pero sí de diferentes sectores independientes de la sociedad que han venido buscando alternativas para la superación de esta carencia.

La incapacidad del sistema educativo formal, para detectar y prevenir las deficiencias en la capacidad lectora de los niños, es estructural y produce evidentes fracasos los mismos que han llevado a declarar la educación en emergencia en el país. Desde el Consejo Nacional de Educación se ha elaborado una propuesta para afrontar esta situación de emergencia y, dentro de sus líneas de acción, está el reconocimiento y fomento de iniciativas locales que aporten al desarrollo de competencias básicas de la comunicación integral.

La competencia lectora es, con toda certeza, una de las habilidades más importantes en el proceso de aprendizaje del ser humano, pues constituye la llave de acceso al mundo escrito. Nuestro sistema educativo lo sabe y asume como una de sus misiones principales la alfabetización infantil, aunque desde metodologías bastante envejecidas que se han vuelto sentido común. La promoción de la lectura infantil es fundamental, pues “sabemos que los seres humanos nacemos con un impresionante repertorio de capacidades. Durante los tres primeros años de vida sus oportunidades se amplían notablemente si su entorno familiar y comunitario les proporciona una *adecuada educación*, salud, nutrición, higiene y saneamiento básico, y sobre todo

¹ Prueba auspiciada por la UNESCO que nos coloca en el último lugar de un grupo de 43 países, y dentro del nivel 0 de competencia en el ámbito de la lectura.

protección y afecto”². Sin embargo, los resultados que hoy está a la vista demuestran la existencia de grandes vacíos y errores en el enfoque, los planteamientos y la ejecución de los programas alfabetizadores.

Existen iniciativas de promoción de lectura que se han realizado en el Perú fuera de la educación formal, desde la sociedad civil; y que responden a enfoques diferentes, atienden públicos diversos y cuentan con agentes promotores de diverso tipo. Van desde las clásicas campañas alfabetizadoras, pasando por la difusión masiva de prácticas lectoras hasta las últimas iniciativas de animación a la lectura infantil, todas ellas con el objetivo de «letrar» la sociedad y crear hábitos lectores. No obstante, muchas de estas actividades y campañas pro lectoras han tenido un impacto limitado, debido a la falta de redes que las articulen y fortalezcan con nuevas iniciativas y metodologías creativas. Si bien es cierto estas experiencias existen a nivel nacional, son casos dispersos que no alimentan ni refuerzan iniciativas a nivel público desde el Estado. No disponemos de estudios que recojan y analicen el proceso y los resultados de estas experiencias.

Un aspecto importante a considerar, cuando se habla de competencia lectora, es no limitarla a la simple decodificación de signos ni de su pronunciación modulada, sino entenderla como capacidad de comprender e interpretar los textos escritos, de relacionarlo con la vida y con la propia visión que tenemos de las cosas. No se trata, entonces, de fomentar campañas pro lectoras y de alfabetización orientadas al aprendizaje de la decodificación mecánica de signos escritos. Las iniciativas de promoción de lectura y alfabetización, debieran de tener como eje transversal un programa conducente hacia la lectura comprensiva

Por otro lado, en un país de tan amplia diversidad cultural como el nuestro, es necesario reconocer que existen en la vida de los pueblos una serie de códigos “escritos” diferentes a la experiencia letrada propiamente dicha; los mismos que demandan un esfuerzo de análisis y comprensión tan complejo como el que requieren los procesos mentales implicados en la lectura comprensiva. Estas otras prácticas “lectoras” son parte de los primeros aprendizajes de niños y niñas provenientes de sociedades y culturas andinas o amazónicas. Habilidades que se truncan al llegar a la escuela y que se ignoran como premisa para fortalecer los procesos de adquisición de la lengua escrita.

Niños y niñas de las comunidades nativas aprenden, por ejemplo, desde muy pequeños, a identificar y comprender el peculiar sentido de los colores, las formas, los motivos, etc. presentes en las telas, las cerámicas y una serie de instrumentos que utilizan en la vida cotidiana. Esta dinámica del proceso de comprensión del signo y construcción de sentido de objetos culturales, es semejante al proceso de comprensión del signo y sentido de la escritura formal. En ese sentido resulta fundamental

² Agenda del Consejo Nacional de Educación para el 2003, en el área de Educación y atención a la primera infancia.

que la alfabetización de los niños incluya sus saberes previos y tome en cuenta las diversas iniciativas de promoción de lectura en estos grupos culturales.

De otro lado, así como es importante reconocer la diversidad cultural de nuestra sociedad, es necesario considerar las percepciones de género en los discursos producidos en las actividades de promoción de lectura. Lo que decimos y el modo cómo lo decimos, llevan una carga de sentido que transmiten nuestras posturas frente a la vida y la conducta social. En la comunicación cotidiana expresamos nuestros estereotipos respecto al deber-ser y deber-hacer de las personas; instalando palabras y frases en el inconsciente de las personas y convirtiéndolas en refuerzo de una estructura social aparentemente “natural”. Como todos sabemos, los estereotipos que nuestra sociedad maneja y reproduce en relación al género, discrimina lo femenino frente a lo masculino, atribuyendo arbitrariamente cualidades, posibilidades y roles al varón o a la mujer. De estas imágenes no se libran necesariamente ni los textos de literatura infantil ni las diferentes iniciativas de promoción de lectura. Si queremos una educación moderna, más humana y equitativa, no podemos dejar de considerar las relaciones de poder que se reflejan en ella y esforzarnos por revertir las desigualdades. No se trata solamente de identificar las iniciativas creativas y efectivas que fomenten la lectura, sino de reconocer en ellas, además, sus puntos débiles a fin de mejorarlas y potenciarlas para que puedan ser un sólido sustento de propuestas más generales a nivel del país.

En todo trabajo de promoción de lectura infantil, es fundamental así mismo plantear la situación de la literatura infantil y juvenil, desde los diferentes espacios de producción, difusión y consumo. Este tipo de literatura en el Perú está considerada, lamentablemente, como un subgénero literario o literatura menor, que no es producida y estudiada con la seriedad y rigor con que se trabajan otros textos considerados propiamente «Literatura» (novela, poesía, cuento). Esta visión ha llevado a relegar, limitar y/o negar su revisión como textos de estudio en los espacios académicos más formales como las universidades, por ejemplo, desde sus escuelas profesionales de Literatura. Es penoso reconocer que allí no existen cursos, especialistas ni investigaciones relacionados con la literatura infantil.

¿Por qué esa mirada subestimadora de la literatura infantil? Creemos que se debe a que su público *aparentemente* no tiene capacidad para discernir literariamente lo bueno y lo malo, que se conforma con historias fantásticas, personajes pueriles y un lenguaje simplista. En consecuencia, estos textos no llegan a formar parte de las denominadas “bellas letras” que gustan a los adultos. En algunos institutos y centros de formación docente sí se revisan, pero considerándolos un «material didáctico», uno entre otros que se utilizan en la educación inicial, casi con el mismo valor de un juego de naipes con palabras o un abecedario. Materiales que, por lo demás, se limitan a desarrollar una destreza específica a partir del reconocimiento y decodificación de signos más que al disfrute del descubrimiento del mundo mágico de la lectura.

Con esta especie de «estigma académico», la labor de aquellos que se dedican a la creación e investigación de literatura infantil ha sido marginada o minimizada, obligándolos a replegarse a los espacios de educación inicial y primaria o a crear asociaciones de escritores e investigadores que los respalde profesionalmente.

De igual modo, las editoriales no tenían, hasta hace unos pocos años atrás, colecciones especiales para niñas y niños peruanos, y se limitaban a reproducir masivamente cuentos clásicos (europeos) sin considerar las diferencias culturales, sociales e ideológicas que estos textos reproducían. Asimismo, no existen librerías especializadas en literatura infantil y mucho menos ferias de libro donde el público objetivo sean los niños y niñas. No hay, pues, espacios adecuados de difusión de libros infantiles como no hay una formación del gusto literario infantil. Frente a ello ¿qué estamos haciendo los adultos para revertir este problema?

La importancia de esta primera sistematización que presentamos, es procesar la información obtenida para reconocer las alternativas de solución más creativas y eficaces frente a las carencias ya señaladas. Por esto mismo, pretende ser una fuente de inspiración para el diseño y planificación de políticas efectivas, y de largo plazo, que fomenten la lectura y escritura infantil en todo el territorio nacional, generando capacidades comprensivas y creativas, pero también interés, necesidad y hábitos.

2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de sistematización, pretende sondear las características e impactos de determinadas iniciativas de promoción de lectura que se han venido realizando en Lima, así como de algunas otras a nivel internacional.

Nos interesa sobre todo recuperar experiencias generadas en espacios alternativos a la educación formal. Allí es posible encontrar una comprensión del concepto de promoción de la lectura como experiencia que involucra un conjunto de programas (cada uno con sus propios objetivos, estrategias, tiempos, etc.) diseñados para la «motivación» y no exclusiva o necesariamente para la «enseñanza» de la lectura y escritura, como rutinas metodológicas propias del espacio educativo formal.

A pesar de este enfoque, hemos incluido la experiencia de un centro educativo privado que, sin pertenecer al grupo de los colegios llamados alternativos, tiene una propuesta creativa y de gran impacto en los niños. La hemos incluido porque constituye un testimonio valioso de cómo sí es posible hacer las cosas de otra manera dentro de la educación formal.

La sistematización se realizó en un período de tiempo de dos meses (octubre y noviembre de 2003) y se basó en la recopilación de experiencias de promoción de lectura llevadas a cabo en Lima en los últimos años y que se mantienen vigentes. La primera etapa consistió en mapear a través de la web (fuente secundaria) las experiencias pro lectoras realizadas a nivel nacional. En vista de que el material obtenido era mínimo –para el caso de las experiencias peruanas, no así para las internacionales- se trató de ubicar los centros y agentes promotores de lectoescritura ubicados en Lima y concertar entrevistas o visitas para el recojo de información primaria. La segunda etapa se basó en la realización de entrevistas a todos los agentes identificados. La tercera etapa se centró en el procesamiento de la información recogida. La cuarta, en el análisis y redacción de este informe.

Si bien desde un principio se propuso un trabajo de dimensión nacional, las limitaciones relacionadas con el tiempo, los recursos disponibles y la efectividad de la comunicación con las regiones, han restringido el ámbito de estudio, centrándolo en iniciativas realizadas en diferentes puntos de Lima. Sin embargo, en la última etapa, nos fue posible incluir dos experiencias regionales.

De ningún modo las experiencias recogidas pretenden ser las más representativas de sus localidades, se las ha elegido porque respondieron a la invitación de colaborar con este trabajo. Es evidente la ausencia de algunas instituciones que están comprometidas con el desarrollo cultural de la ciudad, como por ejemplo el Instituto Nacional de Cultura y la Municipalidad de Lima, instituciones a las que se le solicitó reiterada e infructuosamente su colaboración.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Detectar y caracterizar experiencias innovadoras de promoción de lectura y escritura infantil y juvenil, realizadas en Lima fundamentalmente en los últimos diez años, con la finalidad de servir de base al diseño de políticas públicas de fomento de la lectura comprensiva y creativa, en una perspectiva de largo plazo.

3.2 Objetivos Específicos

- a) Determinar qué estrategias de animación han utilizado las experiencias realizadas a favor de la lectura infantil y juvenil.
- b) Determinar qué tipo de textos se han producido a favor de la promoción de la lectura infantil y juvenil, en el marco de programas específicos.

- c) Conocer qué actividades de formación o capacitación en promoción de la lectura infantil y juvenil se han venido llevando a cabo.
- d) Identificar y describir las campañas de difusión de promoción de lectura y las estrategias utilizadas por sus promotores.
- e) Detectar los trabajos de investigación que se han realizado sobre este tema.
- f) Recoger indicios respecto del impacto que han tenido las diferentes actividades pro lectoras y sus factores de éxito.

4. EJE DE SISTEMATIZACIÓN

El eje de sistematización de las experiencias de promoción de la lectura y escritura en un público infantil y juvenil, tiene cinco componentes:

- a) Animación a la lectura infantil y juvenil. Se entiende por animación a la lectura a la “actividad que propone el acercamiento del niño al libro de una forma creativa, lúdica y placentera”³. Es una de las formas últimas de entender la promoción de la lectura infantil; plantea que el primer acercamiento, de los niños y niñas, a los cuentos debiera ser un primer acercamiento creativo y atractivo para asegurar el gusto por la lectura y escritura.
- b) Producción de textos infantiles / juveniles o especializados para la animación de lectura. Este componente analiza los libros producidos a favor de la actividad lectora, sean los textos de ficción para niños y jóvenes, como los textos (manuales, guías, etc.) sobre la promoción de la lectura.
- c) Capacitación para la animación a la lectura. Se trata de determinar qué tipos de promotores se forman para el fomento de la lectura infantil y juvenil.
- d) Difusión de la lectura y hábitos lectores. Conocer cómo es que se llevan a cabo las campañas de promoción de lectura, qué medios y estrategias utilizan, etc.
- e) Desarrollo de la investigación en la promoción de la lectura. Este es un componente que aborda la falta de hábitos de lectura y permite trabajar el problema desde la discusión, investigación y especialización en promoción de lectura.

³ García Velasco, Roberto. *Programa de animación a la lectura*. Texto adaptado de Indexnet Santillana.

5. METODOLOGÍA

La sistematización ha recuperado información, principalmente, de fuentes primarias, en el caso de las experiencias nacionales, y secundarias en el caso de las internacionales. Las herramientas utilizadas han sido la «ficha de recolección de datos» y la entrevista directa a los promotores principales de cada experiencia. Se han identificado y entrevistado a 27 actores en el ámbito nacional (sobre todo de Lima) y se ha analizado 13 experiencias latinoamericanas recogidas a través de la web.

El procesamiento de los datos obtenidos se ha realizado a partir de matrices de doble entrada que nos han permitido cruzar información y visualizar las soluciones alternativas para cada uno de los componentes identificados. Finalmente, se ha hecho un trabajo de interpretación y análisis de los resultados.

6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A. Casos nacionales

Es necesario comenzar por definir qué se entiende por “promoción de la lectura”, para reconocer cómo los actores promotores visualizan su labor promocional, cuál es la finalidad de sus iniciativas, en qué áreas se centran y cómo llevan a cabo sus diversos programas. La promoción de la lectura está orientada hacia la creación de hábitos lectores en el público en general; se realiza desde diferentes espacios, unos más estructurados, otros menos, que buscan reforzar las habilidades adquiridas.

A su vez, cada uno de estos agentes diseña y aplica sus estrategias y metodologías en función de las necesidades de un determinado público beneficiario. En ese sentido, la finalidad de sus programas es diversa. Los agentes promotores pueden provenir de áreas que van desde las instituciones educativas formales, sean estatales o privadas; hasta de diversos organismos de la sociedad civil o de iniciativas de carácter más bien personal e individual.

6.1 GRUPOS PROMOTORES

Para el estudio y análisis de los casos nacionales (sobre todo de Lima), se ha diseñado el siguiente cuadro, donde se identifican hasta diez grupos de agentes promotores de lectura.

Cuadro 1
Matriz de los casos nacionales
Cuadro de agentes promotores y experiencias de promoción de lectura

Agentes		Experiencia	Lugar	Dirigido a	Estrategias
Instituciones culturales privadas	1	Centro Cultural de España: Seminario de Literatura Infantil	Lima	Docentes	Animación a través de la producción, edición y diseño de libros infantiles
	2	Goethe Institut Lima: Seminario de bibliotecas infantiles	Lima	Docentes y bibliotecarios	Gestión creativa de bibliotecas infantiles y animación a la lectura
	3	A C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	Lima, Arequipa, Chiclayo y Trujillo	Niños y niñas de inicial	Colección de libros, cine, juego y narrador de cuentos. Libros como productos de primera necesidad
	4	Museo de la Fantasía	Callao	Niños desde los 3 años Docentes y estudiantes	Casa de los cuentos, animación de lectura y creación de textos. Capacitación docente
Asociaciones de lectura	5	INLEC: Danilo Sánchez Lihón	Lima con sedes en provincias	Especialistas, Docentes y estudiantes	Investigación, congresos, seminarios, conversatorios, producción de textos especializados
	6	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco			
	7	CEDILI: Lily de Cueto			
Empresas privadas	8	Editorial Norma	A nivel nacional	Niños y niñas de inicial y primaria Docentes	Presentación creativa de libros infantiles, cuenta-cuentos, capacitación docente y edición de textos de formación de promotores
	9	Editorial Santillana			
	10	Coffe Toy: Sala de lectura La Flauta Mágica	Lima	Niños desde 2 años	Ludoteca, sala de lectura, juego y cuentacuentos Capacitación a docentes, padres
	11	Grupo de rock TK. Fundación a favor de lectura y TK conversa en el colegio	A nivel nacional	Niños y jóvenes	Música, charlas y conciertos masivos
ONGs de prevención	12	Cedro: Bibliotecas Comunes	Lima y provincias	Niños y jóvenes en situación de alto riesgo	Juegos, deportes, talleres de creación de textos. Capacitación de promotores de lectura
	13	Coprodelli: Mundo Bus	Callao y conos de Lima		
Centros educativos	14	Colegio Particular Isabel Flores de Oliva: Plan Lector de Inicial y Primaria	Lima	Niños inicial y primaria	Juegos, música, creación de textos infantiles, salidas creativas, cuentacuentos, etc
Gobiernos locales: Municipalidades	15	Villa el Salvador: Casa Abierta y Sala de Lectura Municipal	Lima	Niños y niñas desde 3 años	Ludotecas y bibliotecas infantiles.
	16	Comas: Semana de Lectura			Ferias de libro, concursos
	17	Miraflores: Sala Infantil de Lectura			Juegos y cuentacuentos
	18	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	Callo	Niños, jóvenes y adultos	Recopilación de tradición oral local, talleres de lectura, libros a precios baratos.
Gobierno Regional	19	Los cusqueños vamos a leer más	Cusco	Niños, jóvenes y adultos	Campañas de difusión de hábitos de lectura
MED	20	Educación intercultural MED: Plan Lector Inicial de EB	Lima	Niños y niñas de inicial y primaria Docentes	Motivar a la lectura y escritura desde otros patrones culturales
	21	Dirección de Educación Primaria MED: Bibliotecas amigas de niñas y niños			Libros viajeros, bibliotecas itinerantes, etc.
	22	Universidad de Educación: Taller Momento de juego			Formación docente: Jugar para enseñar
Servicios bibliotecarios	23	Biblioteca Nacional: Sala infantil de lectura y Club de libro	Lima	Niños y niñas desde los 3 años	Lectura libre, hora del cuento, actividades lúdicas, talleres, etc.
	24	Biblioteca Pública de Piura: Tambogrande siembra lectura	Piura	Niños de inicial, primaria y secundaria	Recuperación de tradición oral para la alfabetización de niños y adultos. Talleres de narración. Creación de libros artesanales
Iniciativas Particulares	25	Angela Kling: Talleres de motivación artística	Lima	Niños desde 2 años Docentes	Talleres de Educación por el Arte para la preparación de niños y niñas para la lectoescritura. Capacitación docente
	26	Cecilia Granadino: talleres de formación docente			Sensibilización para la enseñanza y promoción de la lectoescritura.
	27	Jorge Eslava: talleres de creación literaria		Docentes	Aprender a escribir y contar historias infantiles

Como se ve, las iniciativas encontradas provienen principalmente de agentes promotores privados (escuelas particulares, empresas editoras, centros culturales, ONGs, etc.). Desde el Estado, las instituciones encargadas de la promoción de la lectura se concentran en tres esferas: la educativa formal (escuelas), los servicios bibliotecarios y los gobiernos locales/ regionales. Es interesante constatar, cómo, desde las instancias del Estado, el interés por la promoción de la lectura infantil y juvenil ha dejado de ser una preocupación exclusiva de la escuela formal para ser compartida con los gobiernos locales (municipios).

Entidades estatales

Es justo señalar, que las municipalidades, en los últimos años, se han convertido en uno de los principales agentes promotores de las campañas que incentivan la lectura. Los municipios como centros de poder local, tienen potestad para negociar propuestas y/o proyectos con organismos y empresas estatales y privadas, dentro o fuera de su jurisdicción e incluso, dentro y fuera del país. Esta posibilidad es importante, porque a través de ella se puede acceder al financiamiento de proyectos de desarrollo relacionados al fomento de la lectura⁴ y darles viabilidad al menos en una primera fase. Pero es necesario resaltar la necesidad de que dichos programas no se queden en su etapa experimental, reduciéndose a iniciativas circunstanciales y esporádicas (a veces motivadas por intereses electorales, por ejemplo), sino que formen parte de planes estratégicos locales, formando parte de programas que permitan su institucionalización y sostenibilidad. La creación de un **área de promoción de lectura**, como parte de la dirección de cultura de las municipalidades, podría ayudar a fortalecer iniciativas locales (del municipio, la sociedad civil o actores particulares) en pro de la lectura y promover actores capaces de crear y gestionar proyectos de desarrollo cultural y posicionarlos en sus localidades.

El caso de la Municipalidad de Villa el Salvador es representativo, a través de un concurso de proyectos de desarrollo local, organizado por la Fundación Kellogs, obtienen el financiamiento para gestionar y potenciar módulos para la promoción de lectura en el distrito. Se crea la Sala de Lectura Municipal y se potencia el centro Casa Abierta; para el desarrollo de este proyecto se invita a la ONG Desco a participar como entidad asesora de la contraparte peruana. Como se ve, es un convenio entre un gobierno local y una organización internacional para el desarrollo de una propuesta relacionada con la promoción de la lectura infantil y juvenil.

Otro caso interesante, a nivel de gobiernos locales, es el acuerdo al que llega el Municipio del Callao con una empresa privada (Grupo Studium SAC) para la publicación de libros sin representar costo alguno para la comuna. Por este convenio, la municipalidad se comprometió a distribuir masivamente los libros y ofertarlos en los

⁴ Existen fundaciones e instituciones gubernamentales y privadas, extranjeras, que financian proyectos de desarrollo cultural para países en vías de desarrollo. Desde proyectos intergubernamentales hasta concursos de proyectos presentados por la sociedad civil.

diferentes establecimientos del distrito. El tiraje por cada número es de veinte mil ejemplares y se producen 4 ejemplares por mes, lo que hace que el precio al público por unidad sea de un sol. Precio simbólico y al alcance de las grandes mayorías, lo que permite crear o aumentar las bibliotecas familiares. La propuesta de negociación es destacable, sin embargo, una campaña como esta requiere de un programa de motivación de lectura que respalde y complemente las acciones de difusión, tema que retomaremos más adelante.

En cuanto a los servicios bibliotecarios, es importante resaltar la iniciativa de la Biblioteca Pública del distrito de Tambogrande en Piura, ganadora del “Premio Internacional IBBY-Asahi de Promoción de Lectura 2000”, con un proyecto que partió de la iniciativa y necesidad locales. Igual que la experiencia de Villa el Salvador, este proyecto surge de una iniciativa local y se realiza gracias al financiamiento internacional. Por su parte, la Biblioteca Nacional tiene a su cargo la Sala Infantil, con algo más de 50 años, donde se realizan actividades de animación de lectura para niños y niñas desde los 3 años.

Por otro lado, es necesario reconocer el trabajo que se viene realizando en el Programa de Formación Docente de la Universidad Nacional de Educación, donde se ha incorporado el curso-taller de animación de lectura infantil. Área que muy pocas instituciones de formación docente consideran dentro de sus programas curriculares. Desde el Ministerio de Educación, ciertos programas piloto tanto de Educación Inicial como de Educación Intercultural Bilingüe, ponen énfasis en la sensibilización a la lectura en zonas rurales, ya sea en lengua castellana como nativa.

Entidades privadas

Las entidades privadas que fomentan la lectura tienen finalidades diversas, están los centros culturales, las asociaciones de lectura, las ONGs, iniciativas particulares y las empresas privadas -donde encontramos tres sectores significativos: los colegios particulares, las editoriales y empresas comerciales no convencionales (grupo de rock TK y ludoteca Coffee Toy).

Los centros culturales están financiados, principalmente, por embajadas extranjeras o por instituciones educativas privadas. El Centro Cultural de España y el Centro Cultural del Goethe Institut reciben ayuda de sus propias agencias de cooperación, pero también crean alianzas con fundaciones y empresas privadas para realizar eventos culturales. Algunos de estos centros, cuentan con el servicio de biblioteca y dentro de ella un área destinado a la promoción del libros infantiles. Como por ejemplo, la Biblioteca del Goethe Institut que promueve la modalidad de estantería abierta para niños y adultos.

Las asociaciones de lectura tienen ya varios años en nuestro medio. El Instituto del Libro y la Lectura (INLEC) tiene 24 años, la Asociación Peruana de Literatura Infantil y Juvenil (APLIJ) vienen trabajando alrededor de 22 años y el Centro de Documentación e Información de la Literatura Infantil (CEDILI) cuenta con más de 30 años. Además de otras asociaciones que fomentan la lectura infantil y juvenil. La mayoría de estas iniciativas, tienen filiales en provincias e integrantes que van desde escritores de literatura infantil hasta docentes y estudiantes de educación. El interés común (por la promoción de la literatura infantil) y la descentralización de sus actividades, han logrado mantenerlos integrados y conectados a través de los años. Completan este conjunto las iniciativas particulares. Gente capacitada y preparada para transferir sus conocimientos a través de talleres y seminarios y que trabajan con el público docente y, en algunos casos, con niños y niñas.

En cuanto a las ONGs, hemos contactado aquellas que trabajan con niños y jóvenes en situación de alto riesgo y que desarrollan, como parte de sus estrategias de prevención, el fomento de la lectura. En el Perú, existe un número importante de instituciones no gubernamentales que trabajan el tema de educación desde diferentes enfoques teóricos y metodológicos. Instituciones que promueven la investigación, la intervención con proyectos específicos y otros relacionados más directamente con las asociaciones educativas y culturales. En esta oportunidad, nos hemos centrado en dos organizaciones de prevención, para poder contar con experiencias que trabajen con población de alto riesgo a fin de diversificar los públicos que las políticas de lectura debieran incluir.

Por último, hay un grupo novedoso que ha incursionado en la promoción de la lectura a partir de propuestas alternativas que combinan la difusión y desarrollo de habilidades lectoras (a través del entretenimiento y el juego) con la venta de productos y servicios culturales.

6.2 LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA A NIVEL NACIONAL

Se ha señalado que la Promoción de la Lectura (PL), según los casos obtenidos, comprende cinco componentes:

- Animación
- Producción de textos
- Capacitación
- Difusión
- Investigación

El cuadro que sigue pretende dar un panorama de los 27 casos encontrados con relación a los componentes mencionados.

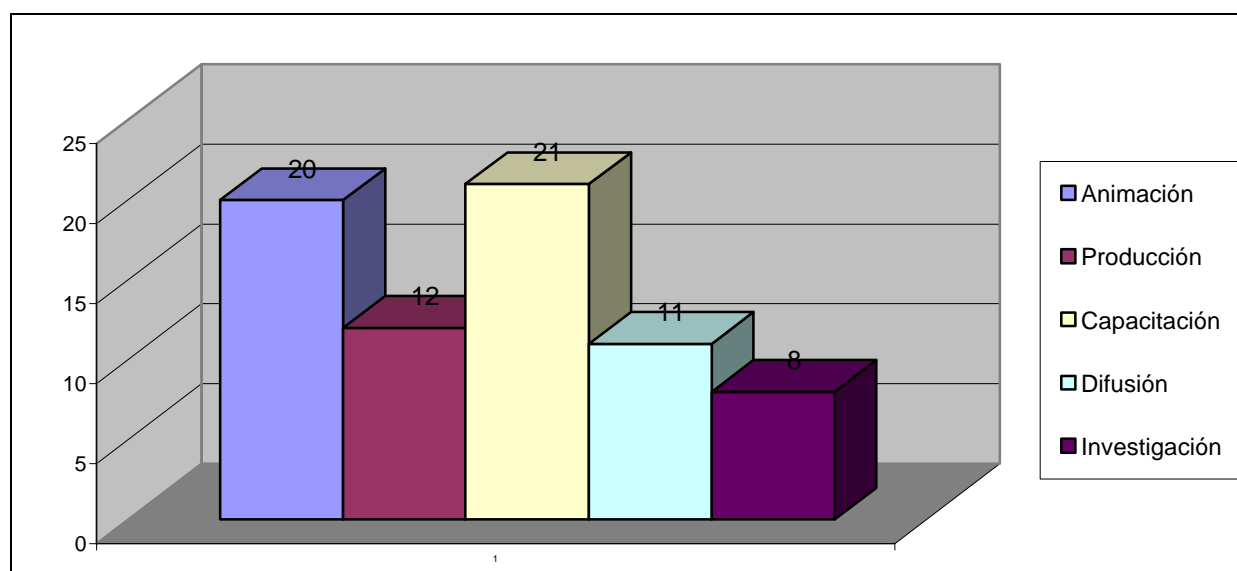
Cuadro 2:
Casos según componentes
¿CÓMO SE ENTIENDE LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA?

N°	CASOS	COMPONENTES PARA DEFINIR LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA				
		Categoría 1: Se ocupa de la Animación a la Lectura, cualquiera sea la forma o la metodología empleada para llevar a cabo este proceso educativo	Categoría 2: Se ocupa de la Producción de textos, por parte de cualquier tipo de agente educativo. (Libros de ficción o especializados para la animación a la lectura)	Categoría 3: Se ocupa de la formación, capacitación de agentes promotores (docentes, bibliotecarios, padres, madres, otros)	Categoría 4: Se ocupa de la difusión en la promoción de la lectura, ya sea por MMCC masivos, por nuevas vías, espacios o estrategias no convencionales	Categoría 5: Se ocupa de la investigación relacionada con la promoción de la lectura
1	Centro Cultural de España: Seminario de Literatura Infantil	X		X	X	
2	Goethe Institut Lima: Seminario de bibliotecas infantiles			X		X
3	A C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	X	X		X	
4	INLEC: Danilo Sánchez Lihón		X	X	X	X
5	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco	X	X	X	X	X
6	CEDIL: Lily de Cueto			X		X
7	Editorial Norma	X	X	X	X	
8	Editorial Santillana	X	X	X	X	
9	Coffe Toy: Sala de lectura La Flauta Mágica	X		X		
10	Museo de la Fantasía	X		X		
11	Grupo de rock TK. Fundación a favor de lectura y TK conversa en el colegio				X	
12	Cedro: Bibliotecas Comunales	X	X	X		
13	Coprodeli: Mundo Bus	X		X	X	
14	Colegio Particular Isabel Flores de Oliva: Plan Lector de Inicial y Primaria	X				
15	Villa el Salvador: Casa Abierta y Sala de Lectura	X		X		
16	Comas: Semana de Lectura	X			X	
17	Miraflores: Sala Infantil de Lectura	X				
18	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	X	X	X	X	
19	Los cusqueños vamos a leer más				X	
20	Educación intercultural MED: Plan Lector Inicial de EB		X	X		X
21	Dirección de Educación Primaria MED: Bibliotecas amigas de niñas y niños	X	X	X		
22	Universidad de Educación: Taller Momento de juego	X		X		X
23	Biblioteca Nacional: Sala infantil de lectura y Club de libro	X	X	X		
24	Biblioteca Pública de Piura: Tambo grande siembra lectura	X	X	X		
25	Angela Kling: Educación por el Arte para la formación de niños y especialistas	X		X		X
26	Cecilia Granadino: talleres de formación	X		X		
27	Jorge Eslava: talleres de creación literaria		X	X		X
TOTAL		20	12	21	11	8

Como se puede observar en el cuadro anterior, las iniciativas de promoción de la lectura están orientadas, sobre todo, hacia la capacitación y animación. La primera, dirigida a actores sociales que van a trabajar con el público infantil. Mientras que la animación está referida al trabajo con niños y jóvenes. La producción de textos y la difusión de la PL, son actividades limitadas y concentradas en espacios determinados como editoriales, gobiernos locales y asociaciones culturales privadas (incluyendo al grupo TK). Por último, en un nivel mucho más limitado está la investigación especializada en temas que conciernen a la PL; y se concentran en las asociaciones de lectura y en los investigadores particulares.

Graficando el cuadro anterior tenemos:

**Gráfico 1:
Proporción según componentes**



6.2.1 Primer componente: ANIMACIÓN A LA LECTURA INFANTIL Y JUVENIL

La lectura es una actividad que se ejecuta con mayor interés y compromiso cuando tenemos la oportunidad de elegirla y realizarla de manera libre, divertida y espontánea. Es por esta razón que resulta fundamental que nuestro primer contacto con los libros se dé en un marco lúdico, sin presiones externas. La animación a la lectura es una actividad que puede realizarse de manera previa a la lectura de un texto, es decir, invitando a la lectura, o después de leerlo, profundizando en él de manera amena. En ambos casos la finalidad es lograr que niños y niñas se sensibilicen con las historias y los personaje del relato y así, lograr insertarlos de manera entretenida al fascinante mundo de la lectura.

Las prácticas de animación a la lectura, también pueden emplearse en públicos no infantiles (adolescentes, jóvenes, adultos). En nuestro medio, y con una población

con un escaso o inexistente hábito de lectura, es necesario emplear técnicas de lectura que involucren actividades lúdicas, divertidas y cercanas a la cotidianidad de los beneficiarios; a fin de cautivarlos y conectarlos con la lectura. En la animación a la lectura que suele realizarse con este público, se utilizan estrategias amenas y de conversación; están por ejemplo los círculos o clubes de lectura donde se recurre a los juegos de palabras, la lectura y los cuentos colectivos, los cuenta-cuentos, la dramatización, etc.

En el análisis de los casos seleccionados, encontramos que las iniciativas de animación a la lectura se dan en tres niveles, según los períodos generacionales: a) las que se orientan hacia el trabajo de animación antes de que el niño o niña pequeños accedan a la lectura como aprendizaje de la habilidad; b) las que se centran en un público adolescente y joven alfabetizado, pero sin hábitos de lectura; y c) un grupo menor que trabaja con adultos que requieren estrategias para desarrollar o fortalecer su propia experiencia lectora.

El primer grupo requiere de mayores recursos para la animación, pues su finalidad es crear el interés por la lectura a partir juegos previos, de la visualización de elementos lúdicos, de imágenes que acompañan a los libros y, sobre todo, hacer que los niños pequeños jueguen con las “voces” que habitan los libros. De esta manera se les seduce con historias que pueden ser narradas y reinventadas por ellos mismos. Se motiva antes de que los beneficiados accedan a la escritura por dos razones: porque son muy pequeños para leer o porque no acceden a los libros pese a haber aprendido a leer.

El segundo grupo requiere de más tiempo y estrategias más cotidianas e impactantes para animar la lectura, pues se trata de un público que siente rechazo hacia la lectura por motivos que van desde una pésima estimulación (por lo general, adquirido en la escuela) hasta la dificultad de entender lo que se lee (deficiencia reforzada en la escuela).

En el tercer grupo, la animación a la lectura es más un trabajo de facilitación para la comprensión de la lectura y la estimulación para la escritura de textos. Las estrategias más solicitadas, para captar el interés y formar los hábitos de lectura, son los talleres de creación literaria y los círculos de lectura

Veamos los casos ubicados en este componente:

Cuadro 3
CUADRO DEL PRIMER COMPONENTE: ANIMACIÓN A LA LECTURA

N°	CASOS	ANIMACIÓN A LA LECTURA				
		Finalidad-objetivos	Público objetivo	Estrategias	Resultados	Continuidad
1	Centro Cultural de España: Seminario de Literatura Infantil	Participar del proceso de elaboración de libros infantiles	Niños y niñas de primaria	-Creación de libros infantiles -Presentación creativa	Mayor interés por los libros al participar del proceso de elaboración.	Una semana al año
2	A. C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	Promover la identidad y los valores a través de los cuentos	Niños y niñas de inicial	-Cine Tamo: cine y cuentacuentos en vivo -Colección de libros inf.	Atracción por historias que pueden ser contadas de muchas formas	Tres meses
3	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco	Valorar la tradición oral y los cuentos infantiles y transmitirla atractivamente	Niños, niñas y adolescentes	-Narración oral tradicional y títeres	Valorar las tradiciones locales y disfrutar de las historias infantiles	Desde hace 22 años
4	Editorial Norma	Presentación creativa de cuentos infantiles	Niñas y niños desde los 3 años	-Presentaciones en espacios públicos, rurales y urbanos.	Más interés por los libros debido a los personajes de las hist.	Desde hace 3 años
5	Editorial Santillana	Presentación animada de libros infantiles y cuentacuentos	Niñas y niños desde los 3 años	-Cuentacuentos, música y juegos infantiles -Libros infantiles	Más colecciones para niños e interés por los cuentacuentos	Varios años
6	Coffe Toy: Sala de lectura La Flauta Mágica	Motivar la lectura en niños y niñas para mejorar la vida	Niños y niñas desde los 2 años	-Ludoteca y narración oral -Biblioteca infantil con estantería abierta	Los niños y niñas desarrollan su capacidad de elegir sus libros y leer del modo que quieren	2 meses
7	Museo de la Fantasía	Crear historias y jugar con la palabra	Niños y niñas de inicial y primaria	-Casa de los cuentos: crear y jugar con las palabras	Aprenden que hay muchas formas de hacer literatura	8 años
8	Cedro: Bibliotecas Comunes	Acercar a niños y jóvenes a los libros, el deporte. Alejarlos de las drogas y el pandillaje	Niños y jóvenes desde los 4 años	-Crear historias colectivas y juegos -Leer en grupo	Motivan a niños y jóvenes a pertenecer a los grupos promotores de actividades culturales	Desde 1988
9	Coprodeli: Mundo Bus	Acercar a niños y jóvenes a los libros par alejarlos de las drogas y la violencia	Niños y jóvenes desde los 4 años	-Bibliobuses -Títeres, videos -Cuentacuentos	Tienen la necesidad de visitar los bibliobuses y leer los libros	Tres años
10	Colegio Particular Isabel Flores de Oliva: Plan Lector en la biblioteca	Provocar las ganas de crear y jugar con las historias	Niños y niñas de inicial y primaria	-Biblioteca infantil modelo -Entrevista con autores	Alumnos más creadores y críticos.	3 años

EXPERIENCIAS DE MOVILIZACIÓN SOCIAL A FAVOR DE LA COMPRENSIÓN LECTORA

	infantil			-canciones, cuentos, etc	Efectiva Biblioteca infantil	
11	Villa el Salvador: Casa Abierta y Sala de Lectura	Estimular a los niños y niñas a crear historias y juegos	Niños y niñas desde los 3 años	-Ludoteca y videoteca -Bibliotecas infantiles -Títeres, teatro, narración	Mayor asistencia e interés por los juegos y los libros	2 años
12	Comas: Semana de Lectura	Fomentar el hábito de lectura en escolares	Niños y niñas desde los 6 años	-Conversatorios en los colegios -Feria de libros	Participación activa de los niños y jóvenes	Una semana la año
13	Miraflores: Sala Infantil de Lectura	Estimular el gusto por la lectura de los niños y niñas	Niños y niñas desde los 3 años	-Club del libro y biblioteca con estantería abierta -Títeres -Lectura creativa	Asistencia asidua de algunos niños y niñas	Desde hace 2 meses
14	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	Fomentar la lectura y la adquisición de libros	Niños, jóvenes y adultos	-Círculo de lectores -Creación y recopilación -Libros baratos	Creación de círculos de lectores en AAHH y adquisición de libros	6 años
15	Dirección de Educación Primaria MED: Bibliotecas amigas de niñas y niños	Crear hábitos de lectura en niños y niñas de inicial	Niños y niñas desde los 3 años	-Bibliotecas itinerantes -Libro viajero -Bibliotecas de aula	Gusto por la lectura y la tradición oral local. Participación de los padres en la lectura	2 años
16	Universidad de Educación: Taller Momento de juego	Amar la lectura a través del juego y la creatividad	Docentes y especialistas	-Expresión corporal -El libro como juguete -Recreación de historias	Otra forma de leer y escribir, se mira al libro desde el juego	7 meses
17	Biblioteca Nacional: Sala infantil de lectura y talleres creativos	Formar niños y niñas lectores y creadores de historias	Niños y niñas desde los 3 años	-Cuentacuentos -Títeres, canciones -Estantería abierta	Creación de público objetivo y necesidad de leer en niños/as	46 años
18	Biblioteca Pública de Piura: Tambogrande siembra lectura	Recoger tradición oral para enseñar a leer	Niños y jóvenes desde los 4 años	-Tradición oral local -Elaborar libros para alfabetizar	Aprenden a crear libros artesanales y se enseña a leer	Desde el 2000
19	Angela Kling: Educación por el Arte para la formación de niños y especialistas	Prepararlos para una sólida y creativa etapa lectora	Niños y niñas desde los 2 años	-Movimiento corporal -Artes plásticas -Juegos para aprender	Acceden a la lectura y escritura sin presiones ni situaciones traumáticas	8 años
20	Cecilia Granadino: talleres de formación lectora	Fortalecer la creatividad narrativa a través de juegos y motivación afectiva	Niños y niñas desde los 2 años	-Comunicación afectiva -Canciones lúdicas -Jugar con el cuerpo	Sensibilidad por la lectura y motivación por la escritura	25 años

De los veinte casos recogidos, doce tienen como finalidad motivar a los niños y niñas en la práctica de la lectura y escritura creativas; sean niños o niñas que no acceden aún a la decodificación de la escritura o sean niños y niñas que no tienen el hábito de la lectura. Estas iniciativas recurren a las dinámicas lúdicas y orales para “engancharlos” y trabajar la animación según un público determinado. Aquí es necesario señalar que no todas las dinámicas pueden funcionar con todos los niños, siendo importante conocer cuál es el público al que va dirigido, el entorno sociocultural, la edad, etc.

Experiencias como las del Cine Tamo, el Coffee Toy con su sala de lectura, la Flauta Mágica, los planes lectores de las editoriales o el Plan Lector de la Biblioteca Infantil del colegio CIFO, están orientadas a niños y niñas que tienen un entorno favorable en el hábito de la lectura (casa o escuela) y las dinámicas que realizan más bien refuerzan esa motivación y capacidad creadora. Cada una de estas experiencias despliegan actividades que van desde viajes y entrevistas a autores de cuentos, hasta el uso de la tecnología digital para recrear y animar a la lectura.

Todos estos elementos motivadores tienen un costo, que no siempre es accesible para toda la población infantil. La marcada diferenciación (debido al costo) en el acceso a estos espacios y elementos motivadores, creativos e innovadores, generan una brecha en la calidad (mas no en la capacidad) del consumo de estos productos y servicios culturales. De esta manera, lo que se percibe es que los niños y niñas de sectores socioculturales privilegiados acceden a una “mejor educación” y por ende, a una “mejor competencia académica”. Las últimas pruebas desarrolladas por la OCDE, han demostrado que esta percepción no es tan cierta.

Si bien es cierto se cuenta con mayor material motivador, no es un indicador de la calidad y capacidad en la adquisición de competencias lectoras. Los casos antes mencionados, presentan indicios que demostrarían que materiales, servicios educativos y estrategias creativas tienen un impacto positivo en la formación del gusto por la lectura. Es importante, entonces, que **el mejoramiento de los materiales motivadores vaya unido a un programa adecuado y con estrategias creativas** para estimular el primer tramo de la adquisición de habilidades en el apasionante camino de futuros lectores

El Museo de la Fantasía es una experiencia significativa. Es un espacio motivador por excelencia, pues todos los objetos colocados allí incentivan la creatividad; el recorrido creativo por una casa singularmente ambientada, unido a la preparación y competencia de los guías, estimulan la creatividad de los asistentes. Pero no se

trata solo de un centro de animación a la lectura, es en gran medida un espacio de “laboratorio” de animación e investigación de las habilidades motoras y creativas de las niños y niñas. Este punto lo ampliaremos en el quinto componente. Representa, también, una iniciativa modelo respecto por la forma cómo es gestionada. La casa museo no recibe financiamiento de entidades estatales o privadas, se mantiene con recursos propios que provienen del pago simbólico de las delegaciones escolares y, en los últimos años, debido al reconocimiento por la apreciable labor que realiza y la necesidad que se ha creado en la localidad, recibe ayuda de asociaciones internacionales relacionadas con la lectura y la promoción del libro. Creemos que este tipo de experiencias, que se han ganado un espacio importante en el medio educativo, **debieran ser reconocidas, fortalecidas y estudiadas por las autoridades educativas.**

Las iniciativas de Casa Abierta, la Sala Infantil de la Biblioteca Nacional, las Bibliotecas amigas de niños y niñas del MED, la Biblioteca Pública de Tambogrande en Piura y la sala infantil de la Biblioteca Municipal de Miraflores representan espacios que van a suplir carencias de libros y motivación en el hogar o en la propia escuela. Una que otra mejor implementada, en cuanto a materiales, o con mejor capacitación de promotores y ofertas en animación a la lectura.

Casa Abierta y la Sala de Lectura Municipal de Villa el Salvador, después del término del financiamiento que le fue asignado, tuvo que autogestionarse para proseguir con el trabajo iniciado. Proceso de tránsito que ha tomado su tiempo, pero que hoy en día gracias al trabajo comunal de los promotores, formados durante el proyecto, han podido continuar. Es una experiencia que ha creado, en su comunidad, la necesidad de su funcionamiento. Tienen una propuesta interesante sobre el trabajo de las ludotecas y bibliotecas infantiles, con el sistema de estantería abierta, característica que incentiva la asistencia de niños, niñas y padres de familia. Sin embargo, debido al grado de violencia familiar existente en la localidad, se requiere implementar estrategias –quizás dentro del programa mismo de animación a la lectura- que permitan detectar y corregir estas prácticas, que reducen o desalientan los estímulos y capacidades lectoras en niños y niñas.

La Sala Infantil “Amalia Aubry de Eidson” de la Biblioteca Nacional, es otra experiencia enriquecedora y que está disponible para todo el público infantil asistente. Cuenta con dos niveles dentro de su sala: el nivel prelector, para niños de 3 a 6 años; y el nivel lector, para niños de 7 a 11 años. Dentro de las actividades que realiza esta sala para la animación a la lectura están: la hora del cuento, los talleres recreativos, juegos creativos en la computadora, música infantil, cuenta-

cuentos y una serie de dinámicas que, también, son replicadas en bibliotecas públicas ubicadas en la periferia de la ciudad.

La Sala Infantil de la Biblioteca Municipal de Miraflores, es también una sala que motiva la lectura infantil aunque las estrategias que utiliza son más bien limitadas debido a la casi inexistente ayuda económica.

La Biblioteca Pública de Tambogrande, gracias al interés y creatividad de sus organizadores, ha realizado un trabajo importante al integrar a los escolares en el acopio de material oral local y la producción de libros artesanales para la alfabetización de la población local (infantil, juvenil y adulta).

El programa de Bibliotecas amigas de niñas y niños llevado a cabo por la Dirección de Educación Inicial del MED, es otra clara muestra que con creatividad y disposición de las docentes para asimilar ideas novedosas, se puede integrar a la familia –sus costumbres y los aprendizajes locales- al proceso del aprendizaje lector de niños y niñas de espacios urbano marginales y rurales.

Por otro lado, casos como los de «MundoBús» de COPRODELI y las Bibliotecas Comunales de CEDRO tienen como objetivo primordial alejar a los niños y jóvenes en situación de alto riesgo, del consumo de drogas y de las prácticas de violencia. Una de las estrategias utilizadas para lograr este objetivo es la animación a la lectura, con dinámicas especialmente orientadas a esta población. Ambas instituciones han creado una serie de actividades creativas de promoción de lectura. COPRODELI promueve bibliotecas rodantes (bibliobuses) y canastas viajeras, talleres de creación literaria, narración de cuentos, rescate de la tradición oral, teatro, títeres, etc. Además de la creación de bibliotecas fijas en diferentes zonas de la ciudad. Por su parte, CEDRO promueve los talleres de creación literaria para niños y jóvenes, las bolsas de lectura familiar, concursos de cuentos; donde se animan las veladas con cuenta-cuentos, títeres, juegos de palabras, creación colectiva, etc. Además, han creado los Centros de Acogida en zonas cocaleras de la selva, que son espacios donde se promueve el deporte y las actividades culturales.

De otro lado, las campañas del Callao y de Comas, proponen programas de sensibilización masiva de hábitos de lectura, a través de campañas de venta de libros a precios muy bajos, creación de círculos de lectura, ferias de libros usados, charlas en los colegios, etc. La Municipalidad del Callao y su programa Librería de a sol intenta llenar el vacío editorial del puerto a fin de fomentar la lectura. Sin embargo, en esta campaña no se ha considerado **el proceso de formación de los hábitos lectores**, considerando que son libros que van dirigidos a diferentes pú-

blicos según la edad, la preparación académica, el nivel de comprensión de lectura, etc. No se trata de armar una lista de libros según el criterio personal de un grupo de promotores o de la autoridad municipal, que creen de buena fe saber qué deben consumir los lectores. Una campaña importante como esta, debiera tener un estudio que analice y proponga títulos de acuerdo con los intereses, gustos y necesidades de la población a beneficiar.

La formación de los hábitos lectores pasa por un proceso de atracción hacia lo escrito (y/o a sus imágenes) para que, gradualmente, se vaya creando el interés, después el gusto y finalmente el hábito. Pero este proceso debiera ir acompañado de un programa de animación (infantil, juvenil y adulto) que conecte al público con el libro, por ejemplo textos de “entretenimiento”, como primera fase del proceso de formación de hábitos lectores. Los círculos de lectores, las ferias de libros y las charlas masivas, no son las estrategias de animación más creativas e impactantes para esta primera fase; incluso, podría ser una experiencia tediosa si no se manejan criterios de formación del gusto lector.

Una experiencia novedosa en la animación fue la iniciativa del Centro Cultural de España, donde se realizó un seminario taller sobre literatura infantil y edición de libros infantiles. Se trabajó desde la idea de ver a los libros como objetos lúdicos que se pueden crear y recrear. Es decir, en el proceso de confección de un libro (desde la creación del cuento hasta la fabricación del libro, pasando por la ilustración) el público participa creativamente, recrea la historia, juega con los personajes y las situaciones, hace del libro “su libro”. Este proceso de **creación y edición de libros infantiles** potencia el interés por los libros y la lectura. Un libro deja de ser una obra “terminada” para dar pie a una obra que sugiere otras historias.

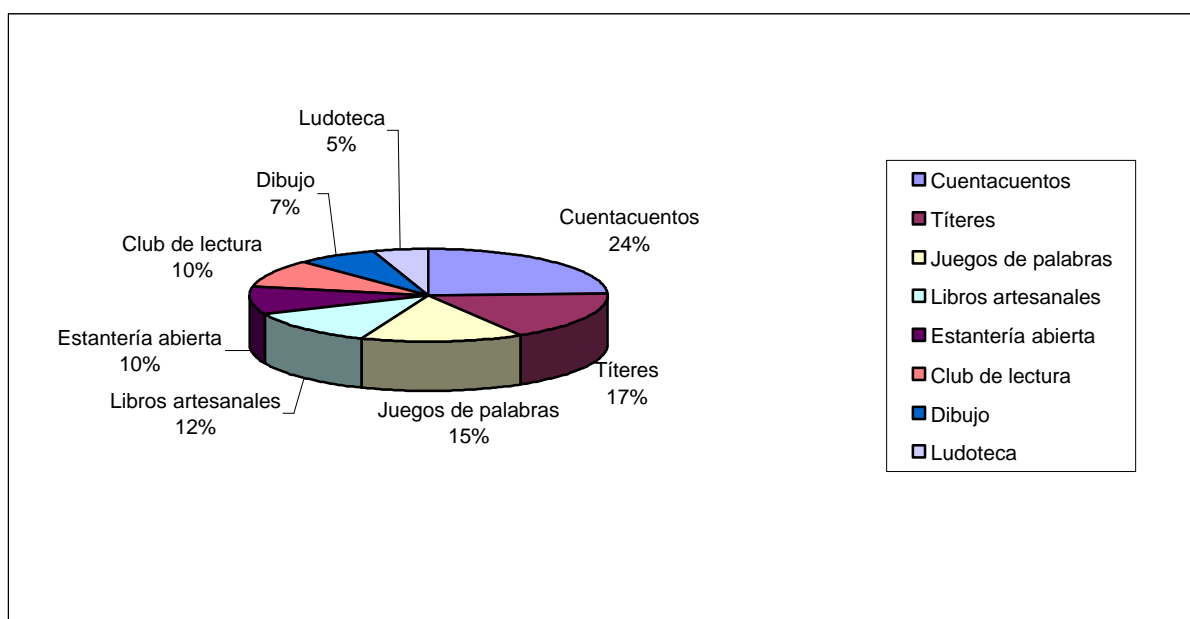
Por otra parte, la formación docente en la animación a la lectura a partir del juego y la creatividad, es una experiencia aislada y poco frecuente que marca un precedente en el acercamiento de metodologías alternativas dentro de las instituciones estatales. La experiencia de la Escuela de Postgrado de la Universidad de Educación, fomenta la lectura desde una perspectiva lúdica, se trata de ver al libro y el acto de leer (en la etapa prelectora, principalmente) como una experiencia lúdica irrepetible; es decir, no hay dos formas iguales de leer el libro, siempre se van creando nuevas dinámicas e imágenes con las historias.

Finalmente, están las prácticas creativas y novedosas de promotores particulares. Angela Kling combina creativamente la expresión artística (pintura, dibujo, narración oral, música, etc.) con la expresión corporal como medios para animar y estimular el aprendizaje de habilidades cognitivas y sociales: lectura, escritura, desa-

rollo verbal, control del espacio, etc. Ella sostiene que los niños y niñas, a través del juego, adquieren la seguridad y capacidad de explorar nuevas etapas; el resultado es el ingreso a la etapa lectora sin presión externa, como parte de un nuevo juego. Por su lado, Cecilia Granadino se centra en el trabajo afectivo y las dinámicas sensoriales (jugar con objetos, dar vida a personajes de cuentos, musicalizar los sentimientos que produce un relato, etc.) para generar el momento de apertura del cuerpo y de las emociones para lograr los aprendizajes elementales.

En el campo de las estrategias, estas iniciativas han desplegado una serie de dinámicas y prácticas que favorecen el desarrollo de los hábitos lectores en niños, niñas, jóvenes e incluso adultos. Las de mayor demanda son aquellas que involucran a narradores/as de cuentos y, entre estos, los que manejan más técnicas y materiales para la animación.

Gráfico 2
Principales estrategias de la animación a la lectura



Cine Tamo es una experiencia particular y muy novedosa, se trata de recrear las historias de los cuentos (editados por Retama-Nestlé-PUCP) en un espectáculo que integra el cine, la narración oral, los títeres, la música y la animación en vivo. Está dirigido a niños desde los 3 años de edad. Las editoriales también cuentan con un staff de narradores orales especializados en narración infantil, los que dan servicio a centros de educación inicial y primeros años de primaria a fin de provo-

car el gusto e interés por las historias; las cuales, como hemos dicho, es el primer paso para fomentar la lectura.

La narración oral o cuenta-cuentos, es una práctica muy creativa que requiere una habilidad especial del narrador y no puede ser una actividad improvisada y no participativa; es siempre dialógica entre el narrador, los niños y los personajes o situaciones que se van tratando a lo largo de la historia. Las lecturas acompañadas por un adulto son muy estimuladoras, principalmente, por los niños y niñas que están ingresando al mundo letrado. Para un niño, leer con un adulto le da seguridad y estima frente a un texto, su relación con el libro se torna más cercana, más cotidiana; y como está en una etapa donde imitan las acciones de los adultos, los libros y el acto de “leer” se convierten en un juego donde desarrolla su creatividad frente al libro: juegan a ser lectores e imitan la lectura adulta. Iniciativas como las del Mueso de la fantasía, el Coffee Toy, Casa Abierta y las salas infantiles de las bibliotecas visitadas estimulan esta práctica y se preocupan que sean replicadas (lo más creativamente posible) en las escuelas y hogares.

Otros textos de mayor demanda responden a los intereses de niños y niñas, a sus gustos y decisiones. Los juegos, las canciones, las historias breves y los poemas estimulan la capacidad creadora y logran el interés inmediato. Son prácticas de “enganche” que introducen a los niños y niñas hacia las historias narradas oralmente (primer paso hacia una satisfactoria inserción).

Una forma de animar a la lectura es implementar bibliotecas infantiles con estantería abierta, pues otorga a los niños y niñas más autonomía sobre los libros disponibles, incentiva la capacidad de elección del libro a leer o ver (revisar las figuras), su relación con el espacio de la biblioteca es menos tensa, motiva a sacar más de un libro, se familiariza con el manejo y la dinámica de la biblioteca, etc. De igual modo, el ingreso de la tecnología como parte de los servicios de la biblioteca incentiva la participación y concurrencia de los niños y niñas. El vídeo, la música digital, las computadoras y otra serie de artefactos que incentivan los sentidos, unido a programas apropiados para el público que se quiere animar, son importantes para la motivación y atracción por una lectura más creativa.

Entre los libros infantiles más solicitados están los cuentos. Y si interactúan con otros medios como el cine, vídeo o TV; los resultados son más exitosos, pues se crea un público interesado y deseoso de la lectura. Como lo pudo registrar Munday, los buses son más visitados cuando tienen los últimos libros de *Harry Potter* o el *Señor de los anillos* y estas historias, a su vez, pueden ser vistas en los ci-

nes comerciales. Esta actitud tiene que ver mucho con el trabajo de la difusión que se haga de los libros.

La creación de libros artesanales por los propios niños y niñas, es otra estrategia que cautiva y fortalece la creatividad. Bibliotecas amigas de niñas y niños, reserva un espacio especial en la biblioteca de aula para el Libro viajero, cuaderno donde los familiares del niño o niña plasman sus mejores historias. Lo atractivo de esta estrategia es que los niños vuelven muchas veces a este libro para leer y ver los dibujos que sus padres, hermanitos mayores o abuelos han hecho allí. Además, se convierte en un trabajo compartido con los adultos de la familia.

En cuanto a las cualidades de un animador o animadora de lectura, lo más importante a resaltar es que se trate de un buen lector y que pueda transmitir mensajes y sensaciones, de manera divertida y creativa, al público infantil. Que tenga la capacidad de hacer que los niños relacionen lo oral con lo escrito y que desarrolle su capacidad analítica y creativa. Del mismo modo, que pueda crear nuevas formas de comunicación no estereotipadas.

Al respecto, es importante para el buen desarrollo socio-cultural de niños y niñas, que están entrando a la etapa lectora, que no se refuercen los trillados modelos de género. Las actividades arriba mencionadas, trabajan directamente con niños y niñas que están formando no sólo sus hábitos de lectura, sino también sus modelos de conducta. Una propuesta de animación que no cuide el discurso que transmite, puede ser contraproducente con sus propios objetivos. **No basta una propuesta creativa**, debemos orientar el trabajo de animación hacia la equidad y el respeto a las diferencias de género.

Experiencias creativas, como el Museo de la Fantasía, la ludoteca de Casa Abierta o las dinámicas del Cine Tamo, se tornan poco efectivas respecto de una propuesta equitativa, cuando se registran en ellas el uso frecuente de estereotipos femeninos y masculinos que confrontan ambos géneros, se dejan llevar por los discursos lanzados desde los medios de comunicación masivos (que no toman en cuenta esta perspectiva), recurren a canciones y cuentos infantiles que remarcan el valor de los roles de niños y niñas, etc. Pero no sólo en el caso de la población infantil, también se deben atender las iniciativas que trabajan con adultos, pues se deben evitar reforzar las imágenes simbólicas de discriminación femenina o masculina.

6.2.2 Segundo componente: PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE TEXTOS

Se analiza la producción y edición de textos orientados hacia la promoción de la lectura; distinguiendo si son textos para la animación de la lectura y dirigido al público infantil (cuentos, poemas infantiles, juegos verbales, cancioneros, etc.) y a los animadores (narradores, etc.), para la capacitación docente (guías, manuales, plan lector) y para la investigación (bibliotecarios, pedagogos, etc.)

Es importante aclarar que se trata de libros producidos en el país y pensando en el público local. Existe un número importante de colecciones de libros infantiles traídos desde el extranjero que cubren estos tres campos de la edición, y que son distribuidos por librerías y editoriales importantes (peruanas y extranjeras con sede en el país), cubriendo así, una carencia de material bibliográfico necesario para estos fines. La importación de libros infantiles y textos sobre cómo trabajar la animación no es motivo de esta investigación, pero creemos que da pie a mejorar la calidad narrativa y material de los libros que se producen en el Perú.

En el mercado editorial infantil, la calidad de los insumos y el material gráfico son muy importantes. Un libro con muchas imágenes y de variados colores, es un libro atractivo y motivador para los niños más pequeños y para aquellos a quienes se les quiere atraer a la lectura. Sin embargo, este tipo de libros tienen un costo muy elevado, sobre todo, cuando el tiraje es relativamente pequeño. Mucha veces a las pequeñas editoriales o escritores independientes, se les hace muy difícil competir con estos libros y optan por: producir textos con material modesto y con una distribución limitada o no producirlos dejando un vacío bibliográfico importante. Los libros para la capacitación son aún más limitados por la falta de hábitos de sistematización y redacción de experiencias de animación, así se produzcan destacados talleres de formación. Los libros que resultan de investigaciones son aislados y provienen, sobre todo, de las asociaciones de lectura y literatura infantil.

El siguiente cuadro nos muestra este y otros elementos a considerar en la presente sección.

Cuadro 4:
CUADRO DEL SEGUNDO COMPONENTE: PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE TEXTOS

N°	CASOS	PRODUCCIÓN Y EDICIÓN TEXTOS LITERARIOS Y MATERIALES ESPECIALIZADOS			
		Tipo de texto	Público objetivo	Modo de financiamiento	Particularidades
1	A C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	Colección de cuentos para niños desde los 3 años	Niños y niñas de inicial	Alianza estratégica entre la empresa privada y centros culturales	Se venden los libros junto a los alimentos de primera necesidad
2	INLEC: Danilo Sánchez Lihón	Libros y folletos sobre promoción de lectura e investigación en LIJ	Docentes y especialistas	Recursos propios	Suele recibir apoyo de asociaciones extranjeras de lectura
3	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco	Libros y folletos especializados Libros para niños	Especialistas Niños y jóvenes	Recursos propios	Hacen alianzas económicas con la empresa privada
4	Editorial Norma	Libros para niños Plan Lector y manuales	Niños y niñas Docentes	Fondo editorial propio	Producen libros en Lima y en Colombia
5	Editorial Santillana	Colecciones para niños Plan Lector y manuales	Niños y niñas Docentes, bibliotecarias	Fondo editorial propio	Producen libros en Lima y en España
6	Cedro: Bibliotecas Comunes	Manuales de promoción de lectura con jóvenes de alto riesgo	Promotores de lectura locales	Alianza con empresas privadas y cooperación extranjera	
7	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	Colección de libros de ficción, ensayo y poesía	Niños, jóvenes y adultos	Convenio entre el municipio y la empresa privada	Libros a muy bajo costo: un sol
8	Educación intercultural MED: Plan Lector Inicial de EB	Plan Lector intercultural Manuales EBI	Docentes bilingües	MED y cooperación técnica	Libros en idiomas nativos
9	Dirección de Educación Primaria MED: Bibliotecas amigas de niñas y niños	Manuales de lectura y de animación Capacitación docente	Docentes, padres de familia	MED, cooperación técnica, convenio con CEDILI	Cada aula produce sus propios libros de literaturas orales
10	Biblioteca Nacional: Sala infantil de lectura y Club de libro	Manuales de lectura Guías de trabajo en bibliotecas	Docentes y promotores culturales locales	Recursos propios	
11	Biblioteca Pública de Piura: Tambogrande siembra lectura	Manuales y folletos para alfabetización de niños y adultos	Docentes, jóvenes promotores y escolares	Premio Internacional IBBY-Asahi	Elaboran libros artesanales
12	Jorge Eslava: talleres de creación literaria	Libros de Literatura Infantil y Juvenil	Niños y niñas, docentes, bibliotecarias, padres y madres	Recursos propios	libros Editorial Colmillo Blanco

Textos de literatura infantil y para animación. Los libros de literatura infantil escritos por peruanos, tienen diversos públicos. Si bien todos se dirigen a niños, la diferencia en calidad de los insumos y el texto, es notoria. Los que son para difusión masiva, como la colección de la «Librería de a sol» del Callao, están hechos con material simple y modesto a fin de abaratar costos. Los de la colección Cine Tamo, en cambio, pese a ser de distribución masiva, tienen una presentación atractiva. Una forma de acceder al libro, en zonas y escuelas pobres, es crear sus propios libros infantiles, artesanalmente y con material desechable (revistas, periódicos, etc) o material que allí abunde (hojas, lanas, etc.). Esto hace CEDILI en diversas localidades rurales y urbano marginales, desde programas como las Bibliotecas Amigas de niñas y niños, los bibliobuses de MundoBus y las bibliotecas comunales de Cedro.

Los libros, casi artesanales y modestos, que sacan las asociaciones de lectura tienen una difusión limitada y por lo general, incrementan el corpus de la literatura infantil con cuentos de tradición clásica occidental y de tradición oral indígena. Talleres de creación literaria, como el de Jorge Eslava, tiene como finalidad editar libros de cuentos infantiles de sus propios participantes, a un precio moderado y de buena calidad. Las editoriales son las que producen textos de literatura infantil y juvenil, sean colecciones infantiles, juveniles o de adultos. Norma y Santillana poseen colecciones dedicadas a las dos etapas lectoras primarias: la prelectora y la lectora inicial. Cuentan con un programa que acompaña el desarrollo lector, donde se van integrando nuevas colecciones según la edad del público y su competencia lectora.

Textos para capacitación. Producen textos destinados a la capacitación: a) las editoriales, b) las asociaciones de lectura (INLEC, APLIJ), c) el MED con los programas Plan Lector Bilingüe Intercultural y Bibliotecas amigas de niñas y niños; d) las bibliotecas públicas, que elaboran sus materiales formativos como complemento de los talleres de capacitación. Se dirigen, sobre todo, a los docentes de inicial y primaria, algunos promotores y animadores de lectura, padres y madres de familia. CEDRO en su programa de Bibliotecas Comunales, da capacitación para la formación de promotores locales en gestión de bibliotecas. Y, gracias a convenios externos, tiene una colección de manuales de promoción de lectura y bibliotecas, especial para promotores que trabajan con público en alto riesgo.

Los textos que se producen en este rubro son manuales, guías, cuadernillos informativos, plan lector, etc. cuya finalidad es orientar en nuevas metodologías y técnicas a docentes que quieren dinamizar sus clases, bibliotecarias y bibliotecarios que buscan motivar la lectura con prácticas creativas y padres y madres involucrados en el proceso de lectoescritura de sus hijos.

Textos de investigación. Los libros para este fin están orientados a especialistas que trabajan y generan otros estudios en el campo de la promoción de lectura. En el mercado se conoce muy poco de este tema. Casi no se investiga, y lo que se hace no se publica o tiene una circulación limitada. Como por ejemplo, los libros que publica el Instituto Nacional del Libro y la Lectura (INLEC), con Danilo Sánchez Lihón a la cabeza, que con sus recursos propios elabora libros y folletos —en modestas ediciones— de animación a la lectura infantil dirigidos a docentes. La experiencia base que da pie a estos libros, es el Museo de la Fantasía, centro motivador y de observatorio de nuevas prácticas sociales y lúdicas de los niños y niñas.

La poca investigación sobre este y otros temas de educación, está relacionada a la falta de hábitos de escritura de los mismos docentes y su dificultad para reflexionar sobre los temas que trabajan cotidianamente. Las universidades y centros de formación de maestros en educación inicial y primaria **no tienen programas curriculares que presten atención a los temas de animación y promoción de lectura ni se motiva la práctica de la investigación**, demostrando, una vez más, sus limitaciones en este campo. Es preocupante que las universidades no consideren los textos infantiles como objeto de análisis sobre discursos y estereotipos, sobre el impacto que tienen en los niños, etc.

6.2.3 Tercer componente: CAPACITACIÓN

La capacitación es una actividad fundamental en la formación profesional de docentes, bibliotecólogos, pedagogos, etc. pues a través de ella se difunden las últimas teorías, metodologías y prácticas educativas. Es importante que estas actividades cuenten con profesionales competentes, que puedan propiciar y motivar los nuevos aprendizajes y las nuevas prácticas. Un taller innovador y creativo estimula el cambio de hábitos lectores de los propios participantes. En el taller realizado por el Centro Cultural de España, se pudo observar en docentes y bibliotecarios un cambio importante en su imagen de los libros cuando ellos mismos participaron del proceso de elaboración y edición de sus propios textos. La participación, como capacitadores, de un escritor de literatura infantil y una editora de libros infantiles contribuyó a ese cambio de perspectiva; pues, ambos demostraron el vasto conocimiento y destreza de sus actividades y la pasión con que realizan sus trabajos.

La finalidad de las capacitaciones es adquirir habilidades que refuercen o garanticen el óptimo desarrollo de agentes promotores de lectura infantil. Se capacita en dinámicas de animación, estrategias de lectura infantil, manejo de bibliotecas de aula, elaboración de materiales educativos, etc. El siguiente cuadro agrupa los casos hallados según este componente.

**Cuadro 5:
CUADRO DEL TERCER COMPONENTE: CAPACITACIÓN**

N°	CASOS	CAPACITACIÓN		
		Objetivo	Público objetivo	Estrategias
1	Centro Cultural de España: Seminario de Literatura Infantil	Formar en crítica y creación de literatura infantil	Docentes y bibliotecarias de inicial y primaria	-Taller de edición y diseño de un libro -Teoría de literatura infantil - Taller de creación literaria
2	Goethe Institut Lima: Seminario de bibliotecas infantiles	Formar en el buen uso y aprovechamiento de biblioteca infantil	Bibliotecarias, docentes y especialistas	-Teoría de la bibliotecología infantil -Taller de cómo implementar una B.I. -Estrategias de motivación y PL
3	A C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	Orientación en las prácticas lectoras en el hogar y la escuela	Padres y docentes de inicial	-Uso de medios audiovisuales para motivar la lectura, además del libro como una obra abierta que no tiene historia única
4	INLEC: Danilo Sánchez Lihón	Formar en técnicas de PL y estrategias de animación	Docentes, estudiantes de educación y especialistas	-Seminarios y conversatorios con especialistas peruanos y extranjeros -Aplicación de plan lector infantil
5	CEDILI: Lili de Cueto	Capacitar en la elaboración de libros artesanales y materiales educativos	Maestras de zonas rurales y urbano marginales, de inicial y	-Creación de materiales pedagógicos para la promoción de la lectura -Elaboración de libros con materiales propios de la zona
6	Editorial Norma	Dar orientación en el manejo de prácticas de animación de lectura	Docentes de inicial y primaria	-Plan lector -Animación con personajes de los cuentos
7	Editorial Santillana	Orientar y formar en el área de animación y manejo de textos	Docentes de inicial y primaria	-Uso de manuales de animación -Plan lector
8	Coffe Toy: Sala de lectura La Flauta Mágica	Orientar y mejorar las prácticas para el buen manejo de lecturas infantiles	Docentes, madres y padres de familia	-Animación de lectura -Asesorar libros para cada edad -Comentarios de padres sobre libros infant
9	Museo de la Fantasía	Guiar en el trabajo de fomento a la lectura y creación literaria	Docentes y estudiantes de educación	-Recorrido por el museo -Uso de recursos de creación lit. colectiva
10	Cedro: Bibliotecas Comunales	Formar promotores locales para promover la lectura	Jóvenes y adultos de zonas periféricas	-Elección de espacios agradables -Animación y creación de materiales
11	Coprodeli: Mundo Bus	Manejo de bibliotecas itinerantes y orientación y animación de lectura	Jóvenes y adultos de la zona	-Red de bibliobuses y animación -Prevención de drogas y sensibilización -Prácticas deportivas

EXPERIENCIAS DE MOVILIZACIÓN SOCIAL A FAVOR DE LA COMPRENSIÓN LECTORA

12	Villa el Salvador: Casa Abierta y Sala de Lectura	Formar a promotores y animadoras voluntarias de lectura	Jóvenes de la localidad	-Manejo de ludotecas -Gestión de bibliotecas -Actividades de promoción y animación
13	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	Formar promotores juveniles locales para el desarrollo de clubes de lectura	Jóvenes y adultos de la zona	-Lectura de obras literarias y comentarios -Organizar lectura en espacios públicos
14	Educación intercultural MED: Plan Lector Inicial de EB	Reconocer las diferencias culturales y lingüísticas de los niños y docentes bilingües y monolingües	Docentes bilingües y de comunidades nativas	-Uso de guías y plan lector para el trabajo con niños bilingües -Valorar otras formas de leer un texto
15	Dirección de Educación Primaria MED: Bibliotecas amigas de niñas y niños	Fortalecer el trabajo en la escuela rural y orientar bibliotecas de aula	Docentes de escuelas de inicial	-Creación de materiales propios -Trabajo con los padres y madres -Recolección de tradición oral
16	Universidad de Educación: Taller Momento de juego	Capacitar en técnicas de juego y destrezas verbales	Docentes de inicial y primaria	-Juegos infantiles -Lectura creativa
17	Biblioteca Nacional: Sala infantil de lectura y Club de libro	Orientar en el manejo de bibliotecas de aula y bibliotecas comunales	Docentes y padres, madres de familia	-Taller de cuentacuentos -Visitar sala de lectura infantil y orientación
18	Biblioteca Pública de Piura: Tambogrande siembra lectura	Orientar en el trabajo de recolección de material oral y elaborar libros artesanales	Jóvenes, docentes y vecinos	-Recolección de tradición oral desde la propia casa y creación de libros
19	Angela Kling: Educación por el Arte para la formación de niños y especialistas	Fortalecer los afectos y capacidades a través de los juegos	Docentes, especialistas, padres y madres	-Educación por el arte -Espacios abiertos y con mucha luz para la motivación y creación
20	Cecilia Granadino: talleres de formación	Brindar orientación en promoción de lectura	Docentes y estudiantes de educación	-Juego y exploración de los afectos para el aprendizaje
21	Jorge Eslava: talleres de creación literaria	Desarrollar técnicas narrativas	Docentes y público en general	-Técnica de creación de cuentos y lectura comprensiva y creativa

Según este cuadro, podemos agrupar la capacitación según el público al que va dirigido: docentes de inicial y primaria, padres y madres de familia, especialistas (bibliotecarias, pedagogos, etc) y promotores culturales locales.

Capacitación a docentes. Es el grupo con mayor número de casos presentados, 16 iniciativas de capacitación estuvieron orientadas, entre otros públicos, a las y los docentes. Las editoriales Norma y Santillana brindan este servicio de manera complementaria a la producción de sus materiales de formación docente. En las capacitaciones analizadas se desarrollaron estrategias relacionadas con la crítica literaria, las técnicas de animación a la lectura, elaboración de materiales educativos y asesoría sobre el trabajo educativo infantil. Es necesario resaltar, que muchas de las capacitaciones se empeñan en dotar de técnicas y mecanismos para decodificar signos gráficos y dejan de lado el objetivo mayor que es crear, en el público infantil, el interés y la pasión por la lectura. Es una práctica errada creer que el desciframiento de signos es equivalente a la lectura.

Una coherente y creativa didáctica de la lectura, implica alcanzar una lectura crítica, comprensiva, a la vez que libre y motivadora. De este modo, se conseguirá que el proceso sea perdurable y progresivo no sólo en el tiempo sino, sobre todo, en el interés y la emoción espontánea en los niños y niñas. Como lo plantea el español Kepa Osorio, experto en literatura infantil, cuando reflexiona sobre la lectura como un “proceso lector que va mucho más allá [del desciframiento de signos], que profundiza desde lo intelectual a lo afectivo, lo emocional, lo íntimo, lo onírico e incluso lo irreal “⁵.

Capacitación a padres y madres. En los últimos años, la escuela y los especialistas en lectura han demandado la presencia de padres y madres en el proceso del aprendizaje lector de sus hijos. Sin embargo, esta participación es limitada debido a factores externos que impiden la presencia de los padres y debido a que éstos han dejado que esta función la realice exclusivamente la escuela. Sin considerar las limitaciones y vacíos que encierra el sistema escolar. Para cubrir estos vacíos didácticos, las bibliotecas locales (Biblioteca Nacional, Biblioteca de Piura, Bibliotecas amigas de niñas y niños) y la ludoteca Coffee Toy, además de los talleres particulares, han desarrollado una línea de trabajo con padres y madres interesados en participar del proceso lector de sus hijos. Los talleres que promueven están orientados a dotar de herramientas básicas para la animación de lectura: cómo contar un cuento, con qué tono de voz, la elección de cuentos según la edad de los niños, dinámicas apropiadas, frecuencia, creación del clima favorable, etc.

⁵ Kepa Osorio Iturbe es maestro y experto en Bibliotecas Escolares y Literatura Infantil y Juvenil . Su texto citado es “Lectura: reflexiones para una utopía”. En <http://www.geocities.com/cuatrogatos4/osoro.html>

Capacitación a especialistas. Está orientado, sobre todo, a animadores de lectura, bibliotecarios, pedagogos, literatos, ilustradores, etc. que trabajan el tema de la promoción de la lectura infantil y juvenil. Los puntos a desarrollar están en función del público promotor al que va dirigido. Por ejemplo, para los bibliotecarios se enfatiza el trabajo de bibliotecas para niños en países en vías de desarrollo (iniciativa del seminario-taller del Goethe), el sistema de estantería abierta, rol de los bibliotecarios, animación a la lectura para bibliotecarios, etc. Para ilustradores, el trabajo se centra en las técnicas y metodologías de trabajo con público infantil, importancia de la imagen en los primeros años, etc. Los pedagogos y escritores de literatura infantil ponen relevancia al discurso literario (símbolos e ideologías) y cómo influye en la experiencia lectora y social de los niños. El Centro Cultural de España, el programa de Educación Intercultural Bilingüe del MED son experiencias orientadas al trabajo con especialistas. No obstante, quizás debieran involucrar a estudiantes universitarios, a fin de ganarlos a la preocupación por la animación y fomento de la lectura desde las corrientes teóricas más novedosas.

Capacitación a promotores locales. El objetivo de estas actividades es dotar de herramientas elementales en la promoción de la lectura a agentes sociales interesados. Desde la experiencia de CEDRO y COPRODELI, no se trata el tema desde un interés *per sé*, sino como estrategia para alejar a niños y jóvenes de prácticas destructivas, como el consumo de drogas y la violencia. Casa Abierta en Villa el Salvador y los Círculos de Lectura del municipio del Callao, tienen un área de formación de promotores de lectura, que viven en la zona de intervención y conocen las necesidades de los niños y jóvenes del lugar. En este caso sí se trata de formar agentes cuyo objetivo es fomentar la lectura. Se hace desde técnicas elementales de animación hasta procedimientos para llevarlos hacia la lectura comprensiva. El nivel de la capacitación en este caso se basa en un programa creativo y adecuado para el público beneficiario, que no pierda de vista que la adquisición del hábito lector es un proceso que parte del hecho de lograr niños y jóvenes apasionados por la lectura y con oportunidades para desarrollarla libremente.

6.2.4 Cuarto componente: DIFUSIÓN

En esta categoría de análisis, es importante resaltar el medio a través del cual se transmiten los mensajes, las estrategias utilizadas y, sobre todo, a qué público van dirigidos esos discursos. Vamos a segmentar el grupo de iniciativas encontradas, según el público objetivo.

Cuadro 6:
CUADRO DEL CUARTO COMPONENTE: DIFUSIÓN

N°	CASOS	DIFUSIÓN			
		Objetivo-finalidad	Público objetivo	Medio	Estrategias
1	Centro Cultural de España: Seminario de Literatura Infantil	Dar a conocer el trabajo de creación y edición literaria	Niños, jóvenes y adultos que asisten al CCE	-Exposiciones en CCE -Prensa, radio, vídeo	Presentación de ilustraciones de libros
2	A C. Retama-PUCP-Nestlé: Cine Tamo	Que se consuma libros como productos de primera necesidad	Niños, niñas, docentes, padres, madres de familia	-Prensa, web, libros, módulos en mercados	Espectáculo multimedia, colección de libros
3	INLEC: Danilo Sánchez Lihón	Reconocer que la Lit. Infantil y Juvenil es una necesidad	Docentes, especialistas, escritores, etc.	-Congresos -Folletos	A nivel nacional e intern, Alianzas con ONGs, etc.
4	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco	Difundir los trabajos de los productores de textos infantiles y de especialistas	Docentes, especialistas, escritores, etc	-Congresos nacionales -Web -Talleres	Publicación de libros y realización de talleres
5	Editorial Norma	Promocionar libros publicados por la editorial y motivar lectura en espacios no convencionales	Niños, niñas, jóvenes, docentes y padres de familia	Prensa, folletos, ferias de libros, impulsadoras en colegios	Presentación creativa de libros y juegos creativos
6	Editorial Santillana	Promocionar libros publicados por la editorial y motivar lectura con presentaciones	Niños, niñas, jóvenes, docentes y padres de familia	Prensa, folletos, ferias de libros, impulsadoras en colegios	Presentación creativa de libros y juegos creativos
7	Grupo de rock TK. Fundación a favor de lectura y TK conversa en el colegio	Hacer música con mensaje positivo que promueva la lectura y la recolección de libros	Niños y jóvenes en edad escolar. Las empresas e instituciones educativas	Prensa, TV, radio, web, presentaciones en colegios	Recojo de libros en los conciertos y charlas en los colegios
8	Coprodeli: Mundo Bus	Motivar a la lectura para que se alejen de las drogas	Población en alto riesgo	Radio, buses, módulos fijo, folletos, centros de entretenimiento	Buses con bibliotecas, juegos y revistas juveniles
9	Comas: Semana de Lectura	Campaña para sensibilizar en la necesidad de leer	Escolares, docentes y vecinos del lugar	Radio, afiches, prensa	Presentaciones públicas, perifoneo en mercados
10	Callao: Círculo de lectores y Librería de a Sol	Presentar los libros publicados por el municipio	Escolares y público en general	Radio, prensa, Tv, plaquetas etc.	Presentaciones públicas, Distribución en colegios
11	Gobierno Regional del Cusco: Los cusqueños vamos a leer más	Sensibilizar a la población sobre la necesidad de la lectura	La población de la ciudad del Cusco	Radio, prensa, afiches, stickers, banderolas	Tomar la ciudad con avisos donde se invitaba a leer a la gente.

De este corpus, hemos agrupado en dos bloques según el tipo de público al que va dirigido y sobre la base del grupo generacional.

Niños y jóvenes. La mayoría de los casos de promoción de lectura se concentran en estos beneficiarios. Las iniciativas pretenden abarcar al mayor número de niños y jóvenes, por lo cual recurren a los medios de difusión masivos y campañas atractivas y resonantes. El ingreso de los medios de comunicación masivos como intermediarios en la difusión de mensajes que fomentan la lectura infantil y juvenil, es una práctica importante en la tarea de sensibilización masiva. Por ejemplo, cuando entra en cartelera películas orientadas hacia un público infantil-juvenil (pero no exclusivamente a ellos), y que se basan en novelas o cuentos fantásticos, se movilizan una serie de servicios y objetos relacionados al tema o los personajes. E incluso surge una ligera atracción por el libro, hasta en aquellos que no tienen el hábito lector. Si estas campañas, estuvieran sustentadas en un programa coordinado con instituciones o espacios promotores de lectura, los resultados serían más contundentes y evidentes.

La campaña de difusión de mayor cobertura ha sido la del grupo de rock TK, quienes han diseñado una serie de actividades musicales en pro de la lectura. Además de fortalecer dos líneas de acción con los que muchos niños y jóvenes ya los reconocen: “Tk conversa en el colegio” y “Un concierto un libro”, ambas líneas como parte de su Fundación a favor de la Lectura. Es necesario aclarar, que la iniciativa se centra en la difusión masiva de un discurso pro lector, mas no en una actividad que reflexione sobre el acto de leer o que participen (públicamente) de la motivación por la lectura. A través de un discurso no se fomenta, necesariamente, el hábito lector; aunque sí **se interiorizan las demandas según el espacio desde donde son pronunciadas.**

Otra campaña de difusión que ha tenido relativo éxito en nuestro medio, es la Colección de Cine Tamo, cuya finalidad es ofrecer una serie de cuentos infantiles (a precios módicos) desde los centros comerciales donde se expenden alimentos de primera necesidad. Completa la actividad, las presentaciones del espectáculo de cine y cuenta-cuentos creadas especialmente para esta colección.

Las editoriales Norma y Santillana, para captar a un mayor número de lectores infantiles, recurren a estrategias de impacto visual y vivencial de niños y jóvenes. Una de ellas es la presentación de libros, donde se incluye la participación animada de los personajes, el conversatorio con el autor/autora, juegos relacionados con los personajes, cuanta-cuentos con las obras e incluso se contextualiza la historia. El Grupo Norma, ha desarrollado una serie de actividades descentralizadas (a nivel nacional) donde los personajes de los cuentos infantiles recorren las zonas donde se supone se lleva a cabo la historia. Se convoca, a través de los medios locales, a la población

infantil para que participe del recorrido del personaje y se involucre en su historia ⁶. En Lima, concentran su atención en los espacios de tránsito masivos y el empleo de juegos para atraer a los niños y seducirlos con las historias, y lograr que se lleven el libro a casa.

La Semana de la Lectura en Comas, se centró en la difusión de discursos sensibilizadores sobre la lectura. Si bien el público objetivo fueron los escolares de primaria y secundaria con limitados hábitos lectores, no se diseñaron estrategias creativas que lograran su motivación por la lectura. Más bien, se promocionó esta actividad como un mandato social que se debe cumplir para acceder al desarrollo personal o éxito profesional ⁷. Esta es una práctica tradicional muy recurrente en la educación formal, que refleja y refuerza la relación de poder entre aquellos que creen dominar el mundo letrado (maestros) y los que necesitan ser guiados (escolares) para alcanzar el progreso personal. Y no reparan que esta actitud, lejos de motivar la superación a través de la lectura, **crea el desapego de ese interés**, debido a un vacío de agentes motivadores coherentes a la realidad inmediata.

Docentes y adultos. Las iniciativas relacionadas con la difusión de material y actividades para este grupo objetivo, son escasas y poco conocidas en el país. Las asociaciones de lectura (que involucran a docentes, especialistas y público adulto en general) como el Instituto Nacional del Libro y la Lectura (INLEC) y la Asociación Peruana de Literatura Infantil y Juvenil (APLIJ) difunden sus trabajos de investigación y creación a través de congresos, conversatorios, folletos, seminarios, etc. Es decir, espacios formales y académicos donde los medios masivos de comunicación tienen una participación limitada. No se ha creado, en el país, la “necesidad” de difundir las actividades académicas en torno de la educación. Son muy pocos los especialistas y agentes de prensa que consideran que **la difusión es fundamental para sensibilizar a la población sobre temas culturales.**

La campaña que se realizó en el Cuzco, y que estuvo a cargo del Gobierno Regional, denominada “Los cuzqueños vamos a leer más” se basó en la difusión de discursos que buscaban sensibilizar a los pobladores de la ciudad, sobre la importancia de leer. Esta campaña surgió como respuesta, por parte de las autoridades del gobierno regional, a los resultados de las pruebas PISA difundidas en agosto último. Si bien la idea de sensibilizar es positiva, es solo el primer paso de un largo proceso de construcción del hábito lector. Como ya se ha dicho antes, estas campañas deben ir acompañadas por programas adecuados y coherentes con la realidad de la localidad.

⁶ Como el caso reciente del libro de cuentos de Hernán Garrido Lecca, *John John el dragón del Lago Titicaca*, donde la editorial movilizó a actores, autor y promotores de lectura hasta el Lago Titicaca en Puno.

⁷ El alcalde y una serie de personalidades de la localidad, asistieron como conferencistas y, de alguna manera, mostraron el éxito alcanzado por su práctica lectora.

Un aspecto interesante a destacar, es la respuesta de los medios de comunicación locales, que se apropiaron de los lemas alusivos al fomento de la lectura y los difundieron constantemente. Esta campaña tuvo un fuerte impacto en la población, movilizó a escuelas, instituciones públicas y privadas, personalidades, etc. que tomaron las calles con marchas, afiches y pancartas tanto en castellano como en quechua donde se enfatizó la necesidad de leer. Fue una campaña que invitaba a leer, pero no a acompañar esa lectura con programas organizados y orientadores para el proceso de la formación del hábito lector.

Como se ha señalado ya, el municipio del Callao está llevando a cabo una campaña llamada “Librería de a sol”, campaña que se viene difundiendo a través de los medios de comunicación masivos y distribuyendo desde el gobierno provincial. La demanda es que los vecinos del Callao, y otros distritos del país, adquieran estos libros e incrementen sus bibliotecas particulares. Creemos que esta iniciativa es estimable por el interés mostrado por las autoridades provinciales, por el esfuerzo que demanda la distribución masiva y la acogida en los medios. Pero creemos, también, que esta difusión no debe ser aislada y necesita de programas de animación a la lectura que motiven la necesidad de leer y, no está demás repetirlo, de libros adecuados y motivadores. Si no se cubre esta última demanda, los programas de animación no tendrán el efecto deseado sobre la población. Estas dos últimas campañas de difusión masiva, necesitan fortalecer sus programas de animación y acompañamiento de la lectura para la buena relación entre el futuro lector y los libros.

6.2.5 Quinto componente: INVESTIGACIÓN

Es el componente que presenta menos casos detectados. Los motivos de esta realidad pueden obedecer a factores relacionados con las mismas limitaciones que se quiere subvertir: la falta de hábitos de escritura y la poca disposición para la investigación. No es una exageración sostener que los propios docentes y promotores, carecen de hábitos de lectura y escritura. Limitación que no les permite investigar desde sus propias experiencias de docente.

Por otro lado, es necesario resaltar que existe una percepción sobre la literatura infantil y la promoción de lectura, que no estimula su “investigación científica”. Hay una tendencia a creer que la literatura infantil (y sus temas periféricos) no pertenece al corpus de la gran “Literatura” y se la menoscaba por estar dirigida al público infantil. En nuestro medio, la literatura infantil es vista como parte de una literatura menor vinculada a la formación de los maestros y maestras de niveles inicial y primario de la educación básica. Una prueba de esa mirada, podría ser la ausencia de materias sobre Literatura Infantil y Promoción de Lectura dentro de los programas de formación docente y, qué decir, de los programas de Literatura de las universidades del medio. En el siguiente cuadro, veremos los casos recogidos según la producción de la investigación, ya sea desde programas del MED hasta iniciativas privadas.

**Cuadro 7:
CUADRO DEL QUINTO COMPONENTE: INVESTIGACIÓN**

N. o	CASOS	INVESTIGACIÓN				
		Objetivo-finalidad	Público objetivo	Área de investigación	Innovación	Producto
1	Goethe Institut Lima: Seminario de bibliotecas infantiles	Gestión creativa de bibliotecas infantiles	Docentes y bibliotecarios	Bibliotecología	Nuevos avances en gestión de bibliotecas infantiles y escolares	Bibliotecas infantiles mejor implementadas. Ludotecas
2	INLEC: Danilo Sánchez Lihón	Diseñar nuevas metodologías para el plan lector de primaria	Docentes, estudiantes de educación, especialistas	Crítica literaria infantil y pedagogía	Usa el Museo de la Fantasía como un observatorio de aprendizajes infantiles	Programas de Plan Lector. Ensayos sobre Promoción de lectura
3	APLIJ: Eduardo de la Cruz Yataco	Estudiar las tradiciones literarias peruanas y las producciones orales	Especialistas, docentes, estudiantes de educación	Tradiciones orales y literatura infantil del Perú	Análisis comparativo entre tradiciones orales peruanas y de otras culturas	Congresos, seminarios, libros
4	CEDILI: Lili de Cueto	Documentación sobre el uso y gestión de bibliotecas en el Perú	Docentes de inicial, bibliotecólogos especialistas, etc	Materiales educativos	Creación de materiales educativos propios y con recursos del lugar	Libros artesanales
5	Educación intercultural MED: Plan Lector Inicial de EB	Estudiar otras formas de leer los textos, según aprendizajes primarios	Docentes bilingües, especialistas en EBI	Educación intercultural	Incorporar lenguas y culturas nativas en la educación formal	Plan Lector de Educación Inicial Bilingüe Intercultural
6	Ludoteca Coffe Toy: Sala de Lectura "La flauta mágica"	Estudiar las conductas de los niños a través del juego y la lectura	Especialistas en psicología y pedagogía	Materiales educativos y psicopedagogía	Uso de ludotecas y sala infantil de lectura	Ensayos sobre la importancia de ludotecas
7	Angela Kling: Educación por el Arte para la formación de niños y especialistas	Estudio de habilidades motoras y sensoriales antes y después del ingreso a la etapa lectora	Docentes, especialistas, padres y madres de familia	Educación por el arte y antroposofía	Exploración de prácticas artísticas. Juegos creativos y libres	Nuevas metodologías en la enseñanza de la lectoescritura infantil
8	Jorge Eslava: talleres de creación literaria	Analizar el sentido de los libros infantiles	Docentes, bibliotecarias, escritores de textos infantiles	Creación y crítica literaria infantil	Analizar los libros desde el mundo socio-cultural de niños y jóvenes	Libros de cuento y ensayos sobre la literatura infantil y juvenil

Del cuadro anterior, podemos organizar los agentes promotores de investigación en cuatro grupos:

Asociaciones de lectura. Hemos contactado con tres asociaciones de lectura que fomentan las investigaciones en torno de la promoción de lectura y literatura infantil: INLEC, APLIJ y CEDILI. Cada uno de ellas centra su trabajo en áreas diferentes y complementarias unas con otras: crítica literaria y pedagogía, literatura infantil y tradición oral, y elaboración de materiales educativos, respectivamente. Las tres realizan actividades que fomentan la investigación desde sus áreas de trabajo y las pre-

sentan en los congresos y conversatorios que organizan anualmente. Los trabajos del INLEC son el resultado de experiencias directas con los niños (recordemos el “observatorio” que constituye el Museo de la Fantasía) y el diálogo que sostienen con instituciones internacionales que fomentan la lectura. APLIJ es más un centro que trabaja con material oral local y textos de literatura infantil, y tienen un diálogo más interregional por las sedes que mantienen a lo largo del país. CEDILI se ocupa, sobre todo, de investigar y fomentar los materiales educativos adecuados para niños y niñas, y la manera cómo elaborarlos con insumos locales, además del interés particular por implementar bibliotecas rurales y comunales.

Centro cultural y Ludoteca. Los seminarios y talleres de los centros culturales y especializados en prácticas recreativas infantiles, motivan a los investigadores a desarrollar nuevas técnicas y proponer teorías novedosas sobre determinadas prácticas que fomentan la lectura. El Seminario del Goethe contó con la presencia de una experta extranjera en bibliotecas infantiles que incentivó la discusión y la reflexión sobre el rol de los bibliotecarios y docentes frente a las nuevas tendencias de promoción de lectura. Por su parte, el Coffe Toy es también un centro laboratorio donde se pueden observar las actitudes y conductas de los niños cuando son motivados con materiales novedosos que provocan su creatividad. No se trata, pues, de un centro de entretenimiento infantil solamente; sino de un espacio que da pie a la investigación.

Talleres particulares. Las iniciativas particulares provienen de profesionales e investigadores de diferentes disciplinas, que han orientado sus estudios hacia pedagogías innovadoras y el análisis de los textos literarios infantiles. Cada uno, desde sus espacios de trabajo, contribuyen a la formación de nuevas líneas de aprendizaje, de modo que las alternativas educativas se amplían según las exigencias y demandas de la sociedad, hoy en constante transformación. En el taller de Ángela Kling se estudia las habilidades motoras y sensoriales de los niños en su proceso a la etapa lectora, reconociendo que cada niño tienen su propio ritmo de aprendizaje y cómo las destrezas adquiridas en el juego y la expresión artística marcan su desarrollo motor y social. El taller de Jorge Eslava es más un taller de crítica y reflexión sobre el desarrollo creativo de estrategias de creación literaria y motivación por la lectura.

Interculturalidad. Es un enfoque que viene ganando mayor legitimidad dentro de la educación formal, trata de dialogar con otras formas culturales e incorporar los conocimientos y aprendizajes primarios en las prácticas metodológicas que se utilizan para el aprendizaje de la lectura, escritura y comprensión de los signos escritos. Desde el MED, se viene desarrollando un programa que incorpora las lenguas indígenas en la escuela formal. Para este caso específico, se han diseñado planes lectores bilingües que promueven el ingreso a la etapa lectora desde una perspectiva intercultural, donde se reconoce que los aprendizajes locales son un medio adecuado para adquirir la lectoescritura.

Como puede verse, las universidades son las grandes ausentes en el área de investigación. Es fundamental que las políticas de promoción de lectura centren su atención en la formación de profesionales competentes (docentes, escritores, bibliotecólogos, etc), que motiven las prácticas lectoras desde sus diferentes áreas de trabajo. De igual modo, que las universidades reconozcan su función como centros de investigación y se genere la práctica de la reflexión en torno de la educación básica formal, desde las especialidades de educación y ciencias humanas.

B. Experiencias internacionales

Son 13 las experiencias internacionales recogidas a través de la web, agrupadas en 8 instituciones relacionadas con la cultura y la educación. Tres de ellas son fundaciones u organizaciones privadas directamente relacionadas con el fomento a la lectura: Fundación Leer de Argentina, Organización Manos Voladoras de México y Fundalectura de Colombia; y cinco instituciones que fomentan la lectura provienen del Estado, más precisamente de los ministerios de Educación y Cultura y un caso viene de la universidad estatal. Los países que se han consultado son seis, cinco latinoamericanos: Argentina, con cinco casos; México, con dos casos; Ecuador, con un caso; Colombia, con tres casos y Cuba con un caso. Y una propuesta Española, pero que reúne una serie de programas realizadas en todo el país.

Argentina, México, Colombia y España son los países con un gran número de experiencias que fomentan la lectura, para este trabajo sólo se ha recogido algunas. Estos países tienen ya institucionalizados los programas pro-lectores, a nivel del Estado, y cuentan con igual participación de instituciones privadas sin fines de lucro que se dedican a diseñar proyectos que incentivan la lectura en todo el país, sobre todo en las zonas más deprimidas. Uno de los casos más importantes es el de México. Desde el Estado se vienen promoviendo programas y proyectos que se han institucionalizado y desde donde parten las propuestas y políticas de promoción de lectura infantil. Entidades como el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) llevan a cabo proyectos de fomento a la lectura. Todas tienen principalmente como público a la población infantil. Sus iniciativas de fomento a la lectoescritura infantil se han venido trabajando desde hace varios años atrás de manera consecutiva e integrando metodologías y estrategias novedosas según las transformaciones y demandas de la sociedad.

Las empresas privadas participan activamente de las propuestas de estas instituciones, sobre todo en Europa (en Latinoamérica en México y Argentina) donde la responsabilidad social de las empresas se orienta hacia la promoción de la cultura y la educación, la protección del medio ambiente, la salud, etc. En el cuadro 9 podemos ver los casos internacionales recogidos, y en el cuadro 10, estos casos según los componentes de la promoción de lectura.

Cuadro 8: Experiencias internacionales

	ORGANIZACIÓN	EXPERIENCIA	PAÍS	TIPO DE PROMOCIÓN	ESTRATEGIAS	PÚBLICO OBJETIVO	DIRECCIÓN	
1	Fundación Leer	Voluntariado corporativo	Argentina	Animación a la lectura Capacitación a promotores / empleados	Empresas colaboran en campañas de fomento a la lectura Los empleados de las empresas acompañan a niños en sus lecturas	Niños de inicial y primaria	www.leer.org.ar	
2		Leer es fundamental Argentina		Difusión de libros Capacitación docente	Jornadas Festivas de Lectura: organizadas por las escuelas. Los chicos reciben libros en propiedad Leen al menos 3 libros al año	Niños de primaria		
3		La importancia de Leer		Capacitación de personal al cuidado de niños Animación a la lectura	Desarrollo de lenguaje y alfabetización Contacto temprano de niños con los libros	Niños de 18 meses a 4 años		
4		Cuento de cuentos (promovido por Fundación Telefónica)		Producción de textos Difusión de cuentos a través de la web Capacitación docente	Generación de una comunidad virtual de aprendizaje Contacto con autores de literatura infantil y juvenil Escritura colectiva de cuento y su publicación en la web Uso de internet Formación de Rincones de Lectura	Niños de primaria		www.educared.org.ar/cdc
5	Universidad de Córdoba y CEDILIJ-Argentina	Programa Académico de promoción y animación a la lectura y la escritura		Investigación y formación profesional Capacitación en animación a la lectura	Formación académica universitaria Gestión de bibliotecas	Literatos Docentes Bibliotecólogos		www.cedilijargentina.com.ar
6	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)	XX Feria internacional del libro infantil y juvenil	México	Difusión	Talleres de lectura para niños Premios Nacionales de fomento a la lectura para empresas Diplomas al arte editorial	Niños, niñas y Jóvenes Docentes Padres, mdres	http://artenautas.conaculta.gob.mx	
7	Organización Letras voladoras	Libro libre		Difusión	Liberar libros en espacios públicos Leer los libros y liberarlos	Niños, jóvenes y adultos	www.librolibre.mx.gs	
8	Casa de la cultura ecuatoriana	Campaña Nacional de Lectura	Ecuador	Difusión Capacitación Publicación cuentos	Fomento de clubes de lectura Bibliobuses y ferias de libros Producción de vídeos sobre autores	Niños, jóvenes y adultos	http://lee.cce.org.ec/	
9	Ministerio de Educación y Cultura	Leer te da más	España	Difusión en medios Animación Capacitación e investigación	Propuesta nacional Bibliotecas escolares y públicas Conferencias especializadas Charlas con autores	Niños, jóvenes y adultos	http://www.planlectura.es	
10		Leer en familia	Colombia	Difusión y capacitación	Leer a niños recién nacidos Leer en el hogar	Niños desde los 0 años	www.fundalectrua.org	
11	Fundalectura	Colombia crece leyendo		Difusión y creación de bibliotecas	Fortalecimiento de bibliotecas municipales y políticas de lectura	Niños de inicial		
12		Paraderos, Paralibros, Paraparques PPP		Difusión Capacitación de promotores	Fortalecer la lectura en niños y jóvenes Lecturas breves en el viaje de bus	Niños y jóvenes		
13	Ministerio de Cultura	Club Minerva	Cuba	Difusión	Préstamo de libros a domicilio Módulos itinerantes	Niños y jóvenes	www.min.cult.cu	

Cuadro 9: Casos internacionales según componentes

	Casos	Componentes de promoción de lectura para casos internacionales				
		Animación	Producción de textos	Capacitación	Difusión	Investigación
1	Voluntariado corporativo	x		x		
2	Leer es fundamental Argentina			x	x	
3	La importancia de Leer	x		x		
4	Cuento de cuentos (promovido por Fundación Telefónica)		x	x	x	
5	Programa de promoción y animación a la lectura y la escritura			x		x
6	XX Feria internacional del libro infantil y juvenil				x	
7	Libro libre				x	
8	Campaña Nacional de Lectura		x	x	x	
9	Leer te da más	x		x	x	x
10	Leer en familia			x	x	
11	Colombia crece leyendo				x	
12	Paraderos, Paralibros, Paraparques PPP			x	x	
13	Club Minerva				x	
	Total	3	2	9	10	2

6.3 PROMOCIÓN DE LA LECTURA EN EL EXTRANJERO

6.3.1 Animación a la lectura

La animación a la lectura es uno de los pilares de la promoción cultural y la desarrollan casi todas las iniciativas pro-lectoras en diversos países, sobre todo las dirigidas al público preescolar. Para este trabajo hemos querido revisar experiencias latinoamericanas de promoción de lectura orientados, principalmente, a niños y niñas, aunque se incluye también un caso de animación para el público general. En el siguiente cuadro tenemos tres iniciativas interesantes, dos argentinas y una española:

Cuadro 10: Componente Animación a la lectura

	Casos	Animación a la lectura			
		Finalidad-objetivos	Público objetivo	Estrategias	Observaciones
1	Argentina: Voluntariado corporativo	Motivar a leer a los niños y niñas	Niños de inicial y primaria	Acompañamiento de la lectura	Más de 300 empresas privadas participan
2	Argentina: La importancia de Leer	Desarrollar lenguaje y la alfabetización temprana	Niños de 18 meses a 4 años	Estimulación temprana para etapa lectora	Se trabaja en guarderías
3	España: Leer te da más	Lograr que los niños y jóvenes se conecten con la lectura	Niños, jóvenes y adultos	Programa de TV. Premios literarios Dinámica lúdica Creación literaria	Plan Nacional Español y agrupa a varias instituciones y empresas

Los dos casos argentinos son programas de la Fundación Leer y están orientados a **la motivación y estimulación de la lectura en la infancia**. Hay un interés especial en estos niños, pues se sabe que la estimulación temprana marca los aprendizajes posteriores, sobre todo cuando se trata del aprendizaje lector. La importancia de leer está dirigida a niños muy pequeños y se trata de estimularlos con juegos, sonidos y objetos que incentiven sus sentidos. En esta etapa se desarrolla el pensamiento infantil a través de los cuentos, los relatos maravillosos con personajes fantásticos o muy de la vida cotidiana son los preferidos. Es un programa que se realiza en guarderías y la dinámica de animación está en manos de los encargados del cuidado de los niños y niñas, e incluso de los padres y madres, cuando éstos participan de las actividades de estimulación de sus hijos.

Voluntariado corporativo, es un programa complementario al de la alfabetización escolar y va dirigido a niños de inicial y primaria que necesitan el acompañamiento de un adulto, en su proceso de adquisición de competencias lectoras y en la formación de sus hábitos lectores. Las estrategias utilizadas se basan en lecturas guiadas por un adulto y comentada por los niños y niñas; la lectura puede ser dramatizada, cantada, recreada en un juego, etc. de modo que los chicos comparten sus experiencias lectoras, y sus tareas de la escuela, con un adulto que los va motivando creativamente y con quien puede conversar libremente. Este programa es muy importante

en la Argentina, porque a través de la Fundación Leer se ha podido crear alianzas con más de 300 empresas privadas, a nivel nacional, para que los empleados de éstas, participen de la capacitación y ejecución del programa.

La experiencia española es mucho más completa y compleja. Se trata de un Plan Nacional de Fomento a la Lectura que se viene desarrollando desde el Estado, y cuenta con la participación de una vasta lista de entidades estatales y privadas que participan activamente. Una de las líneas de trabajo es la animación a la lectura.

A diferencia de los casos peruanos, en España se busca que los niños, jóvenes y adultos se involucren más con las obras de los escritores. Es decir, no se trata solo de motivar a leer sus obras a través de dinámicas de animación, sino de **conocer más el trabajo intelectual de los escritores y realizar proyectos de investigación y difusión de sus obras**. Si bien la finalidad de la experiencia es animar a la lectura y la creación literaria (semejante a nuestro caso), la dinámica utilizada es más compleja, pues involucra recursos mediáticos como internet, conversaciones *on line* con escritores, bibliotecas virtuales, programas de televisión, etc. La Fundación Germán Sánchez Ruipérez, especializada en promoción cultural y literatura infantil, se encargó de la selección y clasificación de las actividades, entre las que se encuentran: el Club de la lectura y el Foro del Club de la lectura (ambas en la web), dinámicas de animación (en la web), creación de bibliotecas virtuales, programas televisivos sobre material didáctico escolar, etc.

6.3.2 Producción de textos

Se han tomado dos casos para este componente.

Cuadro 11: Componente Producción de textos

	Casos	Producción de textos			
		Tipo de texto	Público objetivo	Estrategias	Particularidades
1	Argentina: Cuento de cuentos	Cuentos escritos por niños	Niños de primaria	Cuentos en internet Contacto con autores	Formación de comunidad virtual
2	Ecuador: Campaña Nacional de Lectura	Guías y manuales Colecciones de cuentos	Niños, jóvenes y adultos	Ferias de libro Bibliobuses Edición de CDs	Plan Nacional desde 2001

El programa Cuento de cuentos que se desarrolla en Argentina, es una propuesta novedosa que involucra el uso de internet como el medio para acceder a los aprendizajes de la lectura y escritura de los niños. A través de la web, varias escuelas se mantienen conectadas y pueden formar comunidades virtuales que contribuyan al aprendizaje colectivo. Uno de los resultados alcanzados es **la creación individual y colectiva de libros de cuentos**, elaborados por los chicos y chicas, publicados en la web. Durante el proceso de creación de los cuentos, los alumnos tienen la oportu-

nidad de entablar conversaciones on line con escritores con quienes intercambian técnicas de creación literaria. Esta interacción virtual, motiva a los alumnos a aprender más acerca de los escritores, a manejar más técnicas de navegación y, sobre todo, a tomar interés por la redacción de textos. Un aspecto que se quiere enfatizar con estos encuentros, es que los alumnos vayan tomando el hábito de la escritura redactando textos cortos y elementales como: cartas (e-mail), chat, notas, etc. para después lograr la creación de cuentos, poemas, informes, etc.

A través de la Fundación Leer se logran los convenios y alianzas con diferentes empresas nacionales e internacionales, fundaciones extranjeras e instituciones estatales para el financiamiento de proyectos de promoción de lectura que involucran la producción de textos virtuales y, también, textos impresos de acuerdo con los programas que se realizan. Cada programa tiene, a su vez, material impreso de apoyo para el buen funcionamiento de las actividades. Es decir, se producen textos guías y manuales que son utilizados en la capacitación de los promotores, maestros y padres interesados.

La Campaña Nacional de Lectura “Eugenio Espejo” realizada en Ecuador, es un Plan Nacional que agrupa diferentes actividades relacionadas con el fomento de la lectura. En su primera etapa, se publicaron una serie de guías de lectura, manuales y una interesante colección de cuentos titulada “Luna tierna en la Costa”. Las guías y manuales estaban dirigidos a docentes y promotores que realizarían el trabajo de capacitación a otros actores sociales, a fin de que el proyecto se realice en condiciones favorables. La colección de cuentos, estuvo dirigido a dos públicos específicos (pero no exclusivos): los niños por un lado; y los docentes y promotores, por otro. Se trabajó la animación a la lectura sobre la base de estas colecciones. Los manuales como las colecciones, fueron distribuidos en librerías, bibliotecas y bibliobuses que recorrieron el país.

En la segunda etapa, la edición de los materiales de capacitación y las colecciones de cuentos se realizaron en vídeos documentales y en CDs. Los que fueron distribuidos en diferentes medios para que la población acceda a ellos.

En lo referido a este componente, México tiene, también, una vasta experiencia en la producción de cuentos infantiles, libros de textos y materiales educativos. La industria del libro infantil en este país es considerable, si la comparamos con el resto de países latinoamericanos, y es aún más significativo por el hecho de que es el gobierno mexicano el que desarrolla parte de esta industria por medio de sus instituciones educativas y culturales.

Como la Secretaría de Educación Pública de México, que a través de la dirección de publicaciones publica libros de texto y colecciones de cuentos que son distribuidos gratuitamente en todo el país; el ya mencionado Consejo Nacional de Fomento Edu-

cativo (CONACULTA)⁸ promueve la producción y edición de materiales educativos. Además de contar con un Centro de Investigación y Desarrollo de la Comunicación y la Literatura Infantil (CIDCLI) que fomenta tanto la producción de libros infantiles como investigaciones pedagógicas y la promoción del Museo Infantil.

6.3.3 Capacitación

Hemos recogido nueve experiencias de capacitación, dirigidas a diferentes públicos objetivos.

Cuadro 12: Componente Capacitación

	Casos	Capacitación			
		Finalidad	Público objetivo	Estrategias	innovación
1	Argentina: Voluntariado corporativo	Dar nociones de animación de lectura	Empleados de empresas	Dinámicas y juegos	Se hace un convenio con las empresas privadas
2	Leer es fundamental Argentina	Asistencia técnica continua para asesorar la lectura de los chicos	Docentes de escuelas pobres	Organización de eventos literarios Donación de libro	Se crea las Jornadas Festivas de Lectura
3	Argentina: La importancia de Leer	Brindar fundamentos e ideas concretas sobre animación de lectura a la primera infancia	Encargados del cuidado de niños en las cunas	Dinámicas que pongan a los niños en contacto con los libros	Dirigido a niños desde los 14 meses y a sus padres
4	Argentina: Cuento de cuentos (promovido por Fundación Telefónica)	Conocer literatura infantil y autores Recursos para formar niños lectores	Docentes de educación básica	Creación de comunidad docente virtual	Uso de internet para fomentar los aprendizajes
5	Argentina: Programa de Promoción y Animación a la Lectura y la Escritura	Formar promotores y animadores de lectura capaces de gestionar proyectos de lectura	Alumnos y egresados de carreras de letras	Formación en literatura, estudios del discurso, técnicas y teorías específicas	Acreditación universitaria
6	Ecuador: Campaña Nacional de Lectura	Preparar maestros capacitadores	Maestros de primaria y secundaria	Clubes de lectura Seminarios de animación Producc. vídeos	Uso de multimedia Bibliotecas en red Plan de 4 años
7	España: Leer te da más	Preparar docentes medidores entre escritores y alumnos	Maestros de educación básica y superior	Seminarios con escritores Programas en TV	Uso de medios masivos Plan Nacional
8	Colombia: Leer en familia	Preparar a padres y madres de familia en lectura con niños	Padres y madres de familia	Narración oral y juegos tradicionales	Lectura familiar en la biblioteca y hogar Apoyo sector salud
9	Colombia: Paraderos, Paralibros, Paraparques PPP	Prepara a miembros de la comunidad para prestar el servicio	Miembros de la comunidad	Dar información y diseñar propuesta locales	Uso del espacio público

El público beneficiario de estas capacitaciones es heterogéneo, tenemos: empleados de empresas, docentes de escuela, docentes universitarios, personal de guarderías infantiles, profesionales, padres, madres y público interesado en el fomento de la lectura. A todo este *corpus* de personas interesadas en la promoción de la lectura, se les forma para: animar y acompañar la lectura de niños y jóvenes a través de es-

⁸ Organismo descentralizado de la Secretaría de Educación Pública que opera y promueve diversos programas educativos de carácter suplementario, así como programas de investigación educativa.

trategias motivadoras, especializar a profesionales jóvenes en las dinámicas de promoción y gestión de proyectos de lectura, dar información y servicios relacionados con los libros, ser intermediarios entre los autores y lectores.

Las estrategias utilizadas para estos fines son diversas, muchas de ellas requieren movilizar una serie de recursos mediáticos como: TV, radio, prensa, INTERNET, etc., también involucrar nuevos espacios como los centros académicos superiores que respaldan la formación de especialistas en la promoción de lectura.

La capacitación en todas estos programas son permanentes debido a que los promotores necesitan conocer el uso de nuevas teorías y estrategias. A diferencia de las capacitaciones y programas de promoción de lectura que se desarrollan en el Perú, **las propuestas de estos países, se basan en programas a mediano y largo plazo**; de este modo, se trabaja todo el proceso de formación del hábito lector de los diferentes públicos beneficiarios.

Argentina y España ponen mucho énfasis en la formación de sus profesionales del área de letras y ciencias humanas. En Argentina, la Universidad de Córdoba y la asociación de lectura CEDILIJ, tienen un Programa de Especialización en Promoción y Animación de Lectura donde a los participantes se les capacita para diseñar y gestionar propuestas relacionadas con el desarrollo del hábito lector de la población. Este programa es trascendental porque tiene el respaldo académico de una universidad y se crea una comunidad de especialistas preparados en literatura y técnicas de gestión de bibliotecas innovadoras para el fomento de la lectura.

El caso Español es también interesante porque incluye a docentes universitarios como mediadores entre los escritores y los estudiantes, la idea es que los universitarios, y también los escolares, escriban textos de creación, se vinculen más con los libros, se acerquen a los escritores, realicen seminarios sobre la obra de los autores y se incentive la investigación literaria. El nivel académico superior es un espacio poco explorado en estas campañas y programas de promoción de lectura. Se le pone énfasis precisamente porque promueve, desde la universidad, el acercamiento a la literatura y estimula la lectura y escritura de textos en jóvenes que aparentemente ya han resuelto el problema de la formación del hábito lector. Estos programas afirman que **la formación del hábito lector no está superado en la educación superior** y que se deben orientar programas adecuados para este público.

Esta es una perspectiva que debería implementarse en nuestro medio, pues los centros universitarios están casi alejados de la promoción de la lectura, en base a la falsa creencia de que aquellos que llegan a la universidad tienen ya una competencia y hábito lector consolidados. En este punto hay bastante camino por avanzar a nivel de políticas de promoción de lectura.

La capacitación a maestros, padres, madres y público interesado en la promoción de lectura, se realiza de acuerdo con el tipo de público beneficiario de la promoción: niños prelectores (toda la primera infancia –desde cero años), niños preescolares (también prelectores pero que asisten a los jardines de infancia), escolares de educación primaria, escolares de educación secundaria, universitarios y el público en general, cuando se trata de programas masivos de promoción y difusión de libros.

En todos estos casos, las estrategias utilizadas en la formación de promotores se basan en dinámicas creativas y lúdicas –para aquellos que trabajan con los más pequeños-, los clubes de lectura y el uso de medios audiovisuales y de multimedia como internet, para promotores de escolares y adultos.

6.3.4 Difusión

El cuadro síntesis de este componente es el siguiente.

Cuadro 13: Componente Difusión

	Casos	Difusión			
		Finalidad	Público objetivo	Medio	Innovación
1	Leer es fundamental Argentina	Organizar eventos culturales y entregar libros a chicos	Niños y jóvenes de educación básica	Eventos culturales en las escuelas	Obsequio de libros
2	Argentina: Cuento de cuentos	Generar comunidad de aprendizaje virtual	Escolares de primaria y docentes	Internet	Diálogo on line con autores Publicación de cuentos en la web
3	México: XX Feria internacional del libro infantil y juvenil	Ofrecer libros nacionales e internacionales	Niños y jóvenes	Feria de Libro	Premios nacionales de fomento a la lectura
4	México: Libro libre	Fomento de lectura de personas no lectoras	Niños, jóvenes y adultos	Vía pública y uso de internet	Liberar libros en espacios públicos
5	Ecuador: Campaña Nacional de Lectura	Población tiene acceso al libro	Niños, jóvenes y adultos	Librerías, ferias, Bibliobuses, conciertos, etc.	Intercambio de libros Red de bibliotecas Edición de CDs
6	España: Leer te da más	Movilización social y fomento de lectura	Niños, jóvenes y adultos	Telediario, programa de TV Universidades	Colaboración de universidades españolas Premios de literatura
7	Colombia: Leer en familia	Sensibilizar a la sociedad de la importancia de leer	Familias con hijos	Todos los medios de comunicación	Colaboración de bibliotecas públicas
8	Colombia crece leyendo	Invitar a los alcaldes a incluir programas de fortalecimiento de bibliotecas	Alcaldes y pobladores de localidades	Medios de comunicación masivos	Que al menos se lea un libro por habitante
9	Cuba: Club Minerva	Recuperar y enriquecer el hábito lector	Población cubana	Medios de comunicación	El Estado financia la adquisición de colecciones

Este grupo de iniciativas de difusión es variado, tenemos: libros que son puestos en circulación según programas de bibliotecas locales comunales, donación de libros a

escolares, venta de libros en ferias y librerías, difusión de textos y dinámicas prolectoras a través de los medios de comunicación (incluyendo internet) y una propuesta de difusión de la promoción de la lectura para los gobiernos locales.

La implementación de bibliotecas locales ya sea en aulas escolares, bibliotecas itinerantes o módulos bibliotecarios en espacios públicos incentivan la lectura a un público masivo que tiene poco acceso a los libros. La función es netamente de difusión y préstamo de un servicio cultural como es la lectura. El programa Leer es Fundamental Argentina, que se viene realizando desde 1997, tiene como propósito difundir libros infantiles por medio de ferias y bibliotecas escolares, donde cada niño recibe en propiedad hasta tres libros al año con la condición de que los lean; la consigna de este programa es «*Elegí uno y lleválo a casa. Es tuyo*». La Campaña Nacional de Lectura que se realiza en Ecuador difunde los libros a través de una red de bibliotecas locales, de intercambios de libros entre el público interesado en el programa y bibliobuses que recorren distintas ciudades ofreciendo el servicio de lectura.

De igual modo, el programa colombiano Paraderos, Paraparcos, Paralibros consta de módulos bibliotecarios en espacios públicos de tránsito masivo como parques y paraderos de autobús, donde la población puede adquirir un libro a modo de préstamos –después de registrarse y presentar su carné de lector del programa- y leerlo en los momentos libres que disponga, ya sea descansando en un parque, en el viaje de autobús, etc. La iniciativa cubana se orienta, también, a la difusión del libro desde dos modalidades: primero, creando espacios de lectura como los clubes del libro y la lectura: Club Minerva y, segundo, difundidos por los medios de comunicación donde motivan a la población para que participe del servicio de lectura. En los tres casos, se trata de programas que difunden los libros de literatura infantil, juvenil y adulta, principalmente.

El uso de los medios de comunicación es fundamental, la difusión de libros y textos pueden ser lanzados a través de la página web, como el programa Cuentos de cuentos de Argentina, o difundidos por medio de programas de televisión, radio y prensa como el programa Leer te da más de España, de modo que la población se entere de lo que se viene promoviendo en el campo de la promoción cultural y más precisamente de la lectura. Asimismo, en Colombia se trata de sensibilizar a la población sobre los problemas que acarrea la falta de hábitos de lectura y para ello se “toman” los medios de comunicación locales, regionales o nacionales.

Una propuesta creativa que se está dando en México es el Movimiento Libro libre y se basa en “liberar” un libro, en un determinado espacio público, y provocar que otra persona lo tome, lo lea y lo vuelva a liberar, de este modo continúa el viaje del libro. En el libro hay una dedicatoria personal a quien encuentre el libro y el correo electrónico de la persona que lo ha dejado; se busca crear, en el futuro, un extenso grupo de lectura comentada entre aquellos que lean el libro y sigan la cadena.

Las ferias de libro son una de las grandes iniciativas de difusión, sobre todo cuando son ferias temáticas como la que se realizan en México, como la Feria Internacional de Libro Infantil y Juvenil, donde difunden y exponen para la venta gran número de libros de cuento y de texto para el público infantil. Además de realizar talleres de creación y conversatorios de literatura entre los autores y los lectores. En esta Feria, que cuenta con el apoyo del Gobierno Mexicano, se difunden más de 50.000 títulos diferentes con la presencia de más de 350 casas editoriales, entre mexicanas y extranjeras. De igual manera, los organizadores de la feria y el Gobierno, entregan premios nacionales de fomento a la lectura a diferentes empresas e instituciones privadas o estatales.

La experiencia colombiana de difusión y propuesta de proyectos de fomento de la lectura, a nivel de los gobiernos locales, es provocadora. Se trata de una propuesta que busca “presionar” a los gobiernos locales para que introduzcan dentro de sus proyectos de desarrollo local programas relacionados con el fomento de la lectura. Este programa lanza spots publicitarios radiales y televisivos que buscan sensibilizar a la población sobre la importancia de leer y demandar a las autoridades que asuman su responsabilidad en este tema.

6.3.5 Investigación

Tenemos dos casos representativos para este componente.

Cuadro 14: Componente Investigación

	Casos	Investigación			
		Finalidad	Público objetivo	Área de investigación	Producto
1	Argentina: Programa de Promoción y Animación a la Lectura y la Escritura	Diseñar políticas educativas y de promoción de lectura	Egresados y estudiantes de letras y educación	Literatura Promoción del libro Bibliotecología	Políticas culturales. Espacios culturales especializados en promoción de lectura
2	España: Leer te da más	Conocer el trabajo intelectual de escritores	Escolares, universitarios y docentes	Literatura española	Conferencias sobre las obras de los autores

La investigación es fundamental para el buen desempeño de los programas de promoción de lectura. La investigación que realizan estos dos países está dirigida, principalmente, a profesionales de letras y ciencias humanas y a estudiantes y docentes universitarios.

El Programa de Promoción y Animación a la Lectura y Escritura que ofrece la Universidad de Córdoba⁹ y el Centro de Documentación e Investigación de Literatura Infantil y Juvenil (CEDILIJ) de Argentina, es una propuesta significativa porque recoge una de las necesidades más importantes, de la sociedad, en cuanto a programas y especialistas capacitados en promoción de lectura. Es un programa de formación complementaria a la formación superior, orientada a profesionales del área de letras y humanidades.

El objetivo es formar especialistas que promuevan de manera creativa, y coherente a la realidad local, proyectos de promoción cultural y de lectura; y que, además, en su localidad, se conviertan en animadores y mediadores directos durante el trabajo con el público beneficiario. Las capacidades que se refuerzan son aquellas que tienen que ver más con las necesidades locales frente a la educación.

En cuanto a la investigación propiamente dicha, es sobre todo un trabajo de campo que recoge las experiencias de la población en el proceso de formación del hábito lector. Es decir, estos especialistas están en la capacidad de trabajar directamente con la población y diseñar, desde adentro, proyectos de intervención para suplir carencias lectoras locales; y para recoger experiencias que los ayuden a crear soluciones novedosas.

La experiencia española, comentada en componentes anteriores, se centra en generar la investigación entre los escolares de secundaria y estudiantes universitarios. En los escolares se trata de que se involucren en el trabajo de creación de los escritores y que escriban ensayos. En cuanto a los universitarios el trabajo es más complejo, pues no sólo se busca el involucramiento de los estudiantes en el hacer literario, sino que propongan alternativas de desarrollo cultural, desde sus experiencias en la universidad, frente a problemas educativos específicos y que han sido detectados a partir de los textos literarios. Los resultados obtenidos se difunden a través de conferencias y conversatorios dentro y fuera del espacio universitario.

Estas dos experiencias son alternativas y novedosas para la realidad peruana, por un lado, porque no hay programas de especialización ni materias que desarrollen temas de promoción de lectura o de literatura infantil y juvenil en los programas de educación o literatura; y por otro, porque se cree (maestros y alumnos) que los estudiantes universitarios no necesitan programas que fomenten la lectura, pues “leen” los textos relacionados con sus especialidades. Sin embargo, existen estudios que comprueban las grandes limitaciones que padecen los estudiantes universitarios, en el área de comprensión de lectura y redacción.

⁹ En los últimos años, este programa ha pasado a ser una Maestría en Promoción Cultural y Promoción de Lectura. Asimismo, desde hace más de 20 años la Universidad de Buenos Aires tiene un Programa de Promoción Cultural donde se han desarrollado una serie de actividades culturales con niños, relacionadas con la lectura, escritura y creación artística en general.

7. CONCLUSIONES

- a) La promoción de lectura infantil y juvenil es una actividad indispensable para el desarrollo sociocultural de un país, no sólo porque permite elevar el nivel de competencias lectoras de niños y jóvenes, dramáticamente escaso según las evidencias, sino sobre todo porque se orienta a convertir la lectura en una necesidad de primer orden para todos los peruanos. Una sociedad que lee y que lee de manera comprensiva, crítica y creativa, es una sociedad capaz de reflexionar sobre su realidad, propiciar el diálogo entre actores heterogéneos, acceder a buena parte del conocimiento contemporáneo y construir una posición crítica frente a los acontecimientos de mayor relevancia en el mundo de hoy. Evolucionar hacia una sociedad más justa y de ciudadanos más críticos no tiene por qué ser una utopía irrealizable, menos cuando otros países de la región han demostrado que a pesar del subdesarrollo y la pobreza del erario público, con imaginación y voluntad se pueden dar pasos firmes en esa dirección. Pero lograrlo exige que los diferentes actores de la sociedad y las instituciones del Estado, sumen y complementen esfuerzos, generando las sinergias necesarias para crear las condiciones que se requieren.
- b) La literatura infantil no es ni debe considerarse una creación estética menor con relación a la literatura tradicional, por el solo hecho de estar dirigida a una población infantil. La creación literaria para niños es una actividad compleja debido a la integración de artes diversas, como la ilustración, y de ciencias, como la psicología y la lingüística. Su estudio no puede limitarse al área pedagógica, reduciéndola a la condición de un material didáctico; necesita más bien ser estudiada con mayor rigor por la comunidad académica. Este puede ser un paso importante para superar la visión pueril que se tiene de ella, así como para elevar su calidad y darle la importancia y el reconocimiento que merece. Los casos internacionales que hemos revisado, nos confirman que es posible hacer de la promoción de lectura y de la literatura infantil, una fuente de desarrollo humano y una actividad generadora de alianzas entre el Estado y la sociedad civil. Más aún, se le puede brindar un mayor reconocimiento académico, con la creación de programas de especialización profesional y postgrados en Promoción de Lectura y Literatura Infantil. Es sabido que en España, Argentina, Chile, Cuba y otros países latinoamericanos existen revistas literarias especializadas en Literatura Infantil (*La Edad de oro* de José Martí es pionera en esta propuesta), tanto impresas como virtuales, como *Imaginaria* de Argentina.
- c) A lo largo de este trabajo, hemos podido constatar que en Lima, y otras regiones del país, se llevan a cabo importantes programas de promoción de lectura infantil y juvenil. Algunos de ellos, pese a sus recursos materiales limitados y sus debilidades, consiguen que la población responda, ya sea como promotores voluntarios

o como beneficiarios que se apropian de las iniciativas para darles continuidad en la localidad. Si estas iniciativas locales se complementaran y conformasen una red de información de experiencias y cooperación mutua, amplificarían su impacto y sus posibilidades de continuidad. Las multiplicarían más todavía si forman parte de una política pública nacional. Si alguien pensaba que en nuestro país no se hace nada a favor de la lectura, estaba en un error. Lo que ocurre es que el Estado ignora lo que otros hacen –sobre todo si lo hacen mejor- a la hora de tomar decisiones de política educativa, en especial las que tienen que ver con la alfabetización de los niños. En general, nuestro sistema educativo constituye un espacio cerrado, ensimismado, ciego y sordo a las experiencias educativas innovadoras que acontecen fuera de sus muros. Esto debe de cambiar ya. Y experiencias como las aquí descritas –y muchas otras que el breve plazo con que contamos para esta primera sistematización no nos permitió recoger- deben alimentar el diseño de políticas educativas más eficaces que las que han venido implementándose hasta el día de hoy.

- d) Como el bajísimo índice de lectura que presenta nuestra país representa ya un grave problema nacional que trasciende el ámbito técnico o sectorial, es importante que los Gobiernos Locales asuman una cuota de responsabilidad y respondan a los vacíos que deja la escuela. Pueden hacerlo mediante la inserción de políticas sólidas en la promoción de lectura, trascendiendo la tendencia a estacionarse en iniciativas aisladas que responden a un interés particular o coyuntural. Los municipios han asumido esta preocupación cada vez más y son varios los que se organizan para fomentar la lectura a través de campañas, seminarios, ferias de libro, etc. Es función de los Gobiernos Locales contribuir con el desarrollo cultural de los pobladores. Lo mismo podemos decir de los flamantes Gobiernos Regionales. Hemos visto que la mayoría de las actividades de promoción de lectura que se realizan fuera del Perú, las organiza el Estado desde sus ministerios de cultura y las presenta como “planes nacionales”, con todo el apoyo y financiamiento necesarios.
- e) La escuela es la institución que debiera despertar la sensibilidad por el placer de la lectura. Sin embargo, a causa de las deficiencias estructurales de una institución obsoleta, que sólo consigue producir el efecto exactamente contrario, son los actores sociales como los centros culturales, asociaciones de especialistas y diversas iniciativas privadas los que promueven y fomentan la lectura en nuestro país. En el extranjero, muchas de estas iniciativas están dirigidas por fundaciones de promoción cultural que cuentan con promotores y especialistas debidamente formados en esta tarea. Fundaciones como «Fundalectura» en Colombia, «Fundación Leer» en Argentina o la famosa «Fundación Ruipérez» de España, son ejemplos de instituciones organizadas por la sociedad civil y apoyadas por el Estado y las empresas privadas. Además, son gestoras de políticas culturales adecuadas y apropiadas para la realidad social y cultural de las localidades a benefi-

ciar. En estos casos, se trata de realizar un minucioso trabajo previo a la aplicación de un programa promocional, no una simple improvisación según un determinado contexto político, como parece ser una práctica en nuestro país.

- f) La animación a la lectura es una de las líneas de acción de la promoción de lectura. Se trata de una actividad que desarrolla estrategias y metodologías creativas para incentivar y provocar el gusto por la lectura, tanto en niños como en jóvenes y adultos que no han desarrollado un hábito lector. Las iniciativas nacionales encontradas recurren principalmente a esta actividad para atraer a los niños y jóvenes y acercarlos a los libros. Las estrategias que más se desarrollan son los cuentacuentos, los títeres, los juegos de palabras, los clubes de lectura, la creación de libros artesanales, etc. de acuerdo con el público al que va dirigida la actividad. Asimismo, se ha dado un giro en la idea de la biblioteca infantil, se recogen experiencias extranjeras de ludotecas y se forman espacios novedosos y más atractivos. En algunos casos, las bibliotecas infantiles funcionan dentro de las ludotecas y cuentan con estantería abierta y una serie de elementos que les permiten animar y recrear sus lectura e historias. Los materiales educativos con los que se cuentan para la práctica de la animación, es muy importante. Hemos visto que no necesariamente espacios privilegiados con materiales novedosos y motivadores (y costosos) aseguran el rendimiento académico de los estudiantes; estos materiales deben ir acompañados de programas alternativos atractivos para los niños y jóvenes; además de una adecuada capacitación docente.
- g) En las escuelas como en los centros promotores, hay una deficiencia en cuanto a los libros adecuados para la formación del hábito lector. No todos los libros son apropiados para iniciar el proceso de adquisición del gusto por la lectura. Es importante que generen el interés de los niños y los jóvenes, que sugieran imágenes lúdicas, que tengan musicalidad, que atraigan por su buena presentación e ilustraciones interiores, que manejen un lenguaje adecuado y creativo (no añinado), que informen sin pretender dar una clase magistral y que no tengan un ostensible propósito moralista, sino más bien que posibiliten a los lectores a reflexionar la historia. Los libros producidos para la capacitación y de consulta de docentes también debieran sugerir programas de trabajo con los alumnos, de acuerdo a cada realidad cultural, dejando abierta la posibilidad de crear nuevas técnicas y metodologías.
- h) Si se quiere disponer de estrategias competitivas en la escuela, es imprescindible que los docentes se capaciten para este cambio. La capacitación docente pasa por relacionarse con metodologías lúdicas, creativas y afectivas. La capacitación docente no debería limitarse al aprendizaje de un método único, sino a la producción de nuevos y novedoso métodos de acuerdo con la realidad del público infantil. Asimismo, los promotores que participen de estas actividades tienen que acceder a una formación adecuada y capacitación constante. Las iniciativas que

desarrolla tanto la Fundación Leer de Argentina como el Ministerio de Cultura de España, organizan frecuentes capacitaciones para que el personal que trabaja en estos programas dirijan asertivamente y con técnicas adecuadas a la población beneficiaria.

- i) Las campañas de difusión todavía no han entrado de lleno en estas actividades. Si bien, contamos con medios de comunicación de alta tecnología y de masiva recepción, no se han creado espacios que se apoderen de estos medios con el propósito de promover la lectura. Tenemos en el país pocas propuestas novedosas y alternativas en ese sentido, que interactúen con la multimedia, o que tienen una presencia débil. Son pues, espacios donde los agentes promotores debieran prestar mayor atención debido a que niños y niñas, hoy en día, son usuarios frecuentes de este tipo de medios. Recordemos que en Argentina, los escolares tienen conversaciones on line con los escritores y los textos creados por ellos se difunden a través de la web, generando así una «comunidad virtual» que integra a escolares y escritores reconocidos. El requisito es sólo saber leer y escribir.
- j) Es importante generar una mayor discusión académica y promover la investigación alrededor del tema de la promoción de la lectura, desde las universidades y centros de formación docente. Impulsar este tipo de actividades contribuiría a la creación de centros especializados y de expertos, capaces de diseñar programas novedosos de promoción cultural; capaces a su vez de crear redes y alianzas entre las diferentes entidades y organizaciones de la sociedad civil. Como se ha visto en el Perú, el Estado aún no toma partido por estos programas y se necesita especializar recursos humanos en el rol promotor que éstos requieren, para evitar las improvisaciones o la proliferación de iniciativas ruidosas pero superficiales e intrascendentes.
- k) Por último, es indispensable que aprendamos a socializar la información que manejamos respecto de las actividades de promoción que se han realizado, pues forman parte de las experiencias previas que se necesitan conocer, no sólo para potenciarlas y reforzarlas, si es el caso, sino sobre todo para, a partir de ellas, elaborar programas públicos que multipliquen su impacto, subsanando limitaciones y vacíos. Para la realización de este documento, fueron consultadas varias instituciones nacionales, privadas y estatales; lamentablemente, debido a la falta de una cultura de comunicación –oral y escrita- no respondieron oportunamente y algunas se negaron a dar la información porque, como el caso de la Municipalidad de Lima, la consideraban confidencial.

8. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Aranda Guzmán, Eleodoro y Teresa Sebastián. *Propuesta técnica de educación bilingüe intercultural temprana*. Lima: MED-DINEBI. 2003

Artín, F. *Recrear la escuela*. Madrid: Editorial Nuestra Cultura, 1982.

García Velasco, Roberto. *Programa de animación a la lectura*. Indexnet Santillana

Jacob, Esther. *¿Cómo formar lectores? Promoción cultural y literatura infantil*. Buenos Aires: Troquel Educación, 1999. (Tercera edición)

Osorio Iturbe, Kepa. "Lectura: reflexiones para una utopía". En <http://www.geocities.com/cuatrogatos4/osoro.html>

Sánchez Lihón, Danilo. *Alas para volar. Plan lector en la educación*. Lima: INLEC

_____ *Promoción de la lectura*. Lima: INLEC

_____ *Leer es amar*. Lima: INLEC