

2 ejew.
67



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**EL NIÑO Y LA LECTURA.
¿ CÓMO SE FOMENTA EL GUSTO POR LOS
LIBROS EN MÉXICO ?**

Trabajo de tesis que para obtener el título de
licenciado en Ciencias de la Comunicación
p r e s e n t a

MARÍA ELENA OLIVERA CÓRDOVA

Directora de Tesis: Mtra. Eva Salgado Andrade

México, D. F.

1994

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis papás:

Carmen y Ricardo

A mis hermanos:

Car, Maru, Ricardo y Rubén

***A Eva Salgado
más que mi asesora, mi amiga***

*A los que confiaron en que algún
día lo lograría:*

***Margarita González
Sylvia Reyna
Liliana Rodríguez
Javier Cárdenas***

***Edna Torres
Carmen Quintana
Ma. Luisa López-Vallejo
Gabriela Cervera***

A mis amigos y familiares más queridos

***Gracias a todos por su
cariño y apoyo***

Introducción	4
1. Libro y comunicación	12
1.1 El libro como medio de comunicación	12
1.2 La lectura: decodificación del mensaje escrito dentro del proceso de comunicación	16
1.3 Libro y comunicación: una historia en común	20
2. La Lectura	26
2.1 ¿Qué es la lectura?	26
2.1.1 Las historietas y libros de texto: ¿héroes o villanos?	30
2.2 ¿Me cuentas un cuento?: El niño y la lectura	32
2.2.1 Las etapas de desarrollo infantil y el acercamiento a los libros	37
2.3 Fomento a la lectura	42
2.4 Escondidos tras los libros: quiénes intervienen en la lectura	48
2.4.1 Ni tanto que queme al santo...: entre la lectura y la economía	49
3. Los promotores	54
3.1 Las instituciones sociales	54
3.1.1 La amistad, el principio: IBBY de México	54
3.1.2 Con los pies en la tierra	67
3.2 Las instituciones gubernamentales	68
3.2.1 Dirección General de Bibliotecas del CNCA	69
3.2.2 Dirección General de Publicaciones del CNCA	75

3.2.3 El gusto por la lectura como parte del fomento cultural y educativo	87
3.3 Las instituciones privadas	94
3.3.1 Te regalo un sueño": CUICA	94
3.3.2 Un universo llamado imaginación (Taller de la Imaginación)	96
3.3.3 Acercándonos a la lectura Editorial Espasa-Calpe	98
3.4 El fomento a la lectura: ¿obligación del Estado?	105
3.5 Los libros en los medios de comunicación masiva	107
3.5.1 En el papel estelar	
3.5.2 ¡Eureka!: dos programas infantiles de fomento a la lectura en radio	109
3.5.3 La presencia de los libros en la prensa escrita	111
Conclusiones	115
Anexo 1 Las bibliotecas públicas en números (1987-1991)	125
Anexo 2 Las colecciones de la Dirección General de Publicaciones (1976-1993)	129
Anexo 3 Las industrias culturales	135
Bibliografía	138
Hemerografía	141
Entrevistas	142
Otras fuentes de información	143

Introducción

El estudio de los de los medios de comunicación es un universo inagotable, fascinante para la mayoría de los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Sin embargo, ante la atracción que ejercen los adelantos tecnológicos e informativos, pocos fijan su atención en el más antiguo de los medios masivos: el libro. Como a muchos, el hecho de que la gente no leyera o que los libros atravesaran por una crisis no me ocupaba demasiado.

A decir verdad, el interés por el fomento a la lectura surgió en mí, sólo a partir de mi trabajo en el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA). En esta institución comprendí la diferencia entre alfabetizar (descifrar signos escritos) y promover el placer de leer (acercarse a los libros por gusto), y conocí un término cuya existencia desconocía hasta ese momento: el analfabetismo funcional, que se refiere a no utilizar la capacidad de leer o a atrofiarla leyendo sólo materiales de fácil consumo (como las historietas o novelas de dudosa calidad) y ser incapaz de leer párrafos largos que requieran el uso del razonamiento.

Yo laboré algún tiempo en el departamento de difusión de la Dirección General de Publicaciones; en él redactábamos las reseñas de cada libro editado por la DGP y las hacíamos llegar, junto con el libro en cuestión, a los principales medios informativos del país con la esperanza de que despertara el interés de los periodistas y críticos literarios, y dieran a conocer alguna nota

o, en su defecto, nuestra reseña. Por supuesto pude percatarme que la cultura y los libros no tienen siempre un espacio privilegiado y que, en algunas ocasiones, lamentablemente, se les daba la misma importancia que a las bodas, bautizos y otras actividades sociales.

No obstante, si a los libros en general se les da poca importancia, a los infantiles les va peor aún. Observamos esta falta de interés en México por la literatura infantil, no sólo por la insuficiencia de obras y de autores, sino porque las notas publicadas en los periódicos sobre ellas y su presencia en los medios, también eran escasas. Esto quizá se deba, en parte, a que hacer la reseña de un libro infantil puede resultar tanto o más complicado que la de cualquier otro libro (lo cual quizá corresponda a la dificultad que entraña la escritura misma de obras infantiles): la historia podía ser contada en unas cuantas líneas, así que había que descubrir las bondades de la lectura de literatura para niños.

Entonces, mis compañeros y yo comenzamos a buscar otros datos, como la importancia de la lectura a temprana edad (lo que ésta podía dejar en los infantes), la recomendación de libros adecuados según las distintas etapas del desarrollo infantil y más datos sobre los escritores e ilustradores de estos libros. Esto nos hizo caer en la cuenta de que son pocos los autores dedicados a este rubro; además como en su mayoría se han iniciado recientemente no se podían encontrar datos de ellos en diccionarios de escritores, situación que se agravaba en virtud de que los autores mexicanos son una mínima parte.

Ante estas adversidades, siempre parecían pocos nuestros esfuerzos. ¿Por qué no hacemos grandes campañas publicitarias?, me preguntaba, ¿por qué realizar *spots* de radio y televisión que sólo se pasan en tiempos oficiales? (lo cual significa pocas transmisiones y en horarios de reducido auditorio). Era casi una rebeldía contra los jefes de departamento y directores, hasta que caí en la cuenta de lo costosas que son las campañas publicitarias y el poco presupuesto con que contábamos.

A esto había que añadir, por supuesto, la concepción estereotipada del Estado que cataloga a la cultura como algo casi espiritual, muy lejana a la vida cotidiana y a la comercialización. No obstante, la DGP, así como otros organismos gubernamentales, producen libros para vender (no se regalan), y una de sus finalidades es no depender del subsidio estatal. ¿Cómo se puede lograr esta finalidad sin vender? y, ¿cómo vender sin publicidad?

Es un concepto muy arraigado el que la cultura debe ser gratuita y que, por este simple hecho, la población va a querer acercarse a ella. Incluso hay quien ha propuesto que el libro sea incluido en la "canasta básica" junto con los productos de primera necesidad para la vida cotidiana de la población¹. Esto me llevó a cuestionarme: ¿obsequiar libros aseguraría su consumo, es decir, su lectura?, ¿es el libro un producto de primera necesidad?, ¿necesita la gente leer?, ¿si le pregunto a cualquier persona en la calle si necesita leer un libro, me responderá que sí? Quizá lo haga, leer es una acción loable y la gente se siente comprometida a contestar afirmativamente a estas preguntas; pero la realidad nos demuestra que es poca la gente que lee.

¹Paco Ignacio Taibo, "El arte de leer", en *El Universal*, 15/IX/93, sección "Cultura", p. 1.

La necesidad de leer no corresponde realmente a un deseo a nivel personal. En cambio sí podemos afirmar que *es necesario* que la gente lea para lograr el desarrollo cultural y económico del país, así como para mejorar la calidad de vida de la población. El libro es un medio de comunicación que nos transmite conocimientos y esparcimiento a través del tiempo y del espacio; no obstante, ¿qué utilidad puede tener, si el proceso comunicativo queda interrumpido, si el mensaje contenido en él no es descifrado?, de ahí la importancia de promover la lectura.

Conforme pasó el tiempo me di cuenta de que el fomento del hábito de la lectura no sólo era obligación del Estado, que existían otras instituciones que se dedicaban a ello, e incluso que esta actividad formaba parte de las campañas de venta de muchas editoriales. Es decir, que en esta tarea participan instituciones públicas, sociales y privadas con diferentes objetivos. ¿No podrían aunar sus esfuerzos (y sus recursos) para hacer una gran campaña (tanto por los medios de comunicación masiva como por métodos colectivos y grupales) que moviera en la población, y particularmente en los niños, el deseo de leer?

Cabe hacer notar que aun cuando los mejores promotores (creadores de necesidades) son los medios de comunicación masiva, son poco utilizados en la difusión de los libros y menos aún en el fomento al placer de leer en los niños. Por otra parte, si los principales objetivos de las instituciones son la venta de libros y la promoción de la lectura, fines que no se contraponen entre sí (aunque se les dé diferente peso según el carácter privado, social o

público de la empresa), puede ser posible aglutinarlos en uno solo que satisfaga los intereses de cada institución, y con ello crear un programa en común que contemple tanto la promoción a través de los medios de comunicación masiva, como por métodos de trabajo directo en diversas comunidades y grupos (talleres, ferias estatales, actividades en escuelas, delegaciones, parques, etcétera).

El tema de la promoción del gusto de leer es muy grande y poco estudiado (incluso sólo recientemente se han iniciado investigaciones de campo que pudieran dar cifras y estadísticas, con las que lamentablemente no se cuenta aún); se puede abordar desde diferentes perspectivas, por lo que abarcar el tema en su totalidad llevaría mucho tiempo y requeriría de varias personas para conformar un equipo de trabajo. Por eso quise centrar mi atención en el fomento de la lectura placentera en los niños y, concretamente, en las acciones realizadas actualmente en este campo por instituciones públicas, sociales y privadas, en la actualidad (lo cual podría resultar más práctico para la formulación de propuestas aplicables a la realidad de este momento).

Mi relación con la DGP del CNCA me permitió obtener abundante información de esta dependencia gubernamental, si bien mi trabajo no se centra en ésta ni en otras dependencias del sector cultural. Lógicamente, hubiera querido conseguir la misma cantidad de datos de las otras instituciones, pero para ello quizá tendría que haberme intergrado a sus actividades para descubrir sus conceptos y proyectos más "íntimos". Por otra parte, debido al carácter transitorio de buena parte de los responsables de cultura -lo que no permite emprender y, menos aún, avalar, proyectos que

trasciendan en el tiempo- y como no existen normas escritas, o la transcripción de las experiencias vividas en el trabajo en este sentido, recurrí a la entrevista en la mayoría de los casos. Es necesario hacer notar que las propias editoriales no pudieron proporcionar cifras de la venta de sus libros infantiles (ya que no hacen estudios concretos) y que, por otro lado, esta cifra no nos diría nada sobre la cantidad de libros leídos (la compra no asegura la lectura, y no todos los libros leídos son comprados: pueden ser prestados o de bibliotecas).

El presente trabajo, como se indicó antes, se propone investigar las acciones realizadas por diversas instituciones (privadas, sociales y públicas, instaladas en el D.F.)² en torno al fomento de la lectura infantil, actualmente y en México; compararlas, para establecer puntos de encuentro y divergencia y, con base en este análisis, establecer un objetivo común que pudiera servir de eje para la unión de esfuerzos de distintos organismos en la promoción del libro.

El primer capítulo de esta tesis se refiere al libro como medio de comunicación, la lectura, como decodificadora de mensajes escritos y, a grandes rasgos, a la historia del libro dentro de la historia de la comunicación.

² Para esta investigación no se involucró a las instituciones de fomento a la lectura en lenguas indígenas por tratarse de un tema extenso con tópicos diversos al fomento a la lectura entre los habitantes de habla española, y que, por su importancia, magnitud y pluriculturalidad, merece una investigación aparte.

En el segundo se estudian diferentes aspectos de la lectura a manera de marco teórico. En el primer apartado, *¿Qué es la lectura?*, se distinguen diversas formas de leer: la lectura como correspondencia sonora del signo escrito y, la que nos interesa específicamente para los objetivos de este trabajo, la lectura como comprensión, formación, conocimiento y esparcimiento. En *¿Me cuentas un cuento?* se indican algunas teorías del desarrollo infantil, de la imaginación y del juego como herramientas con las cuales el ser humano se apropia y transforma el mundo que lo rodea. Además se estudia a la lectura como un gusto que debe inculcarse en los niños a través del juego y la importancia de que los pequeños lean. *Escondidos tras los libros: quiénes intervienen en la lectura*, es el tercer apartado en el que hablamos de las personas que producen los libros: editores, escritores e ilustradores, y de la gente que se encarga de hacer llegar los libros a la población: los distribuidores y los librerías. En esta parte la gente "escondida tras los libros" vierte opiniones sobre su relación con el fomento a la lectura.

El tercer capítulo, *Los promotores*, habla de las funciones de diversas instituciones públicas, sociales y privadas, y contiene entrevistas con las personas encargadas de inculcar a los niños el amor por los libros. En esta parte tropezamos con la dificultad de que algunas instituciones han desaparecido, se han fusionado con otras o se ha cambiado el personal en el tiempo en que se elaboraba esta tesis; sin embargo, por la importancia de las actividades que realizaron y por tratarse de una labor institucional, y no personal, se optó por incluirlos también.

El cuarto capítulo tiene la finalidad de observar la presencia de los libros en otros medios de comunicación, se habla de dos programas radiofónicos cuyo objetivo fundamental es la promoción de la lectura en los niños y se hace un recuento de los artículos, sobre libros infantiles, publicados en un mes en los principales diarios de circulación nacional.

Finalmente, a manera de conclusión, se hace una reflexión en torno a la escasez de una teorización del libro como medio de comunicación, de la lectura como parte del proceso comunicativo, y del fomento de la lectura en relación con las teorías psicopedagógicas.

También en esta última parte, con base en los obstáculos subjetivos y objetivos que frenan el fomento de la lectura y el libro (síntesis de la investigación realizada), se establecen los diversos campos de acción de las campañas promotoras de libros y lecturas, se esclarece la calidad del libro como un objeto de compra-venta, portador de cultura: se realiza un análisis de las acciones de fomento a la lectura realizadas por las instituciones, según sus objetivos comerciales o sociales, y se propone un objetivo afín a ambos puntos de vista, que contiene algunos puntos de reflexión para realizar una campaña común que involucrara a instituciones sociales, públicas y privadas.

1. Libro y comunicación

1.1 El libro como medio de comunicación

Los hombres se pueden comunicar entre sí de muchas maneras: pueden hablar, oler, palpar, ver, gustar. Todos sus sentidos captan y emiten información. Pero, más allá de sus capacidades físicas, pueden establecer comunicación a pesar de la distancia tiempo-espacio gracias a la invención de los medios. Para Wolf Hund³ estos objetos que almacenan mensajes son "conservas de información" que dan la posibilidad de recibir conocimientos e ideas directas del pasado, de recopilarlas para el futuro, de reproducir informaciones según la necesidad, etcétera. Un lugar primordial en el rango de las "conservas" lo ocupa uno de los primeros medios de comunicación, vigente en nuestros días y difícilmente reemplazable: el libro.

Poco se ha escrito e investigado en torno a la función comunicativa del libro, no obstante ser uno de los medios de comunicación más antiguos utilizados por el hombre (y la base en que se sustentan la mayoría de los demás). La mayor parte de los estudios dan por hecho su utilidad y lo definen sólo físicamente o se interesan por clasificarlo con respecto a sus contenidos. Así en un diccionario podemos encontrar que existen libros de caballerías, de bolsillo, de caja, de coro, de familia, de horas, de oro, de texto, prohibidos, sagrados, de contabilidad⁴, etcétera.

³ Wolf Hund, "Lenguaje-información-comunicación. Un modelo para la enseñanza", en José de la Mora Medina y Roberto Sánchez Rivera (comps.), *Antología de comunicación*, México, Colegio de Ciencias y Humanidades-UNAM, 1979, p. 166.

⁴ *Diccionario Enciclopédico Santillana*, Madrid, Editorial Santillana, 1991, vol 5, p. 1592

Un libro, según la definición proporcionada por la Real Academia, es el conjunto de varias hojas de papel, pergamino, vitela u otra materia, manuscritas e impresas con cubierta o pasta, y que forman un volumen⁵; sin embargo, esta versión nos manifiesta, como lo habíamos mencionado antes, sólo un estado físico de este objeto, no nos habla de sus virtudes o de su utilidad. Jorge Aguayo, bibliotecario cubano, complementa la información con su propio concepto: un libro es "cualquier porción, pequeña o grande, del pensamiento humano, transmitida por escrito o por símbolos de una especialidad, difundida por procedimientos mecánicos, fotomecánicos o audioparlantes, y comunicada al prójimo usando materiales de cualquier forma o extensión." ⁶

En este concepto se maneja implícitamente la función del libro como medio de comunicación. Pero para entender mejor el por qué se considera al libro como tal, es necesario saber lo que es un medio de comunicación.

Un medio (sea de comunicación, de trabajo o de transporte) es una extensión de las capacidades humanas; por eso Felipe López Veroni afirma que un medio hace referencia a algo de lo que se carece, a un ente u objeto que uno fabrica o del cual uno se apropia para llevar a cabo una labor o subsanar una falta. Las capacidades propias del hombre no son medios, sino algo propio de él, los medios sólo pueden cumplir una función posterior. "así se entiende que los medios podrían facilitar una determinada forma de expresión pero no constituyen la expresión misma: ésta sólo es posible a partir de los hombres.

⁵ Concepto citado por Agustín Millares Carlo en *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1971, p. 177

⁶ Jorge Aguayo, "El concepto del libro", citado en *Universidad Agustín Millares*, *op. cit.*

es propia de ellos. En tanto que los hombres son los constructores de su historia, del conocimiento; las máquinas, los medios, sólo pueden ser transitorios: en y por sí mismos *no constituyen una historia*, no tienen referencia gnoseológica concreta; su historia sólo puede ser posible y sólo puede tener sentido y validez, como *una parte de la historia social*⁷.

Para concretar, los medios de comunicación (al igual que otros instrumentos que facilitan la vida humana) "son extensiones o prolongaciones del hombre que amplían el alcance de sus miembros, de sus sentidos o de su sistema nervioso, y establecen nuevas categorías intelectivas."⁸

Toda creación humana, fuera de su actividad instintiva, es cultura⁹ y los objetos creados, entre ellos los medios (de cualquier función) tienen la virtud de influir en la vida misma del hombre y producir nuevas formas de relación social y la creación de pensamientos, objetos y medios más sofisticados. Por eso se dice que los medios de comunicación establecen nuevas categorías intelectivas.

Los medios de comunicación, para Jean Cloutier¹⁰, sirven para transmitir, registrar y reproducir; conservar y amplificar mensajes, y establece tres categorías de clasificación de acuerdo con la función que cumplen y el papel que desempeñan:

⁷ Felipe López Veróni, "¿Hacia una epistemología de la comunicación?", en Fátima Fernández Christlieb y Margarita Yépez (comps.), *Comunicación y teoría social*, México, Dirección General de Publicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México, 1984, p. 92.

⁸ Alicia Poloniato, *Cine y comunicación*, México, Editorial Trillas, 1980, p. 53.

⁹ Ver en el subcapítulo "¿Me cuentas un cuento?: el niño y la lectura", la cuarta forma de vinculación imaginación realidad propuesta por L.S. Vigotskií.

¹⁰ Jean Cloutier, "La communication audio-scripto- visuelle", en José de la Mora Medina y Roberto Sánchez Rivera (comps.), *op. cit.*, p. 86

Los *mass media*, que centran su actividad en la difusión de mensajes que son productos culturales colectivos; los *self media* basados en el registro de los mensajes individuales o de grupo y los *téle media* que son sistemas de transmisión y amplificación que favorecen las comunicaciones directas o las mediatas provenientes de los *mass media* o los *self media*.

Cloutier afirma que la historia de la comunicación es acumulativa y evolutiva, y distingue cuatro episodios que se superponen. El primero es el de la exteriorización, en éste el hombre se expresa mediante su cuerpo gracias a sus gestos y su palabra, sólo es posible la comunicación interpersonal y su marco de referencia es el medio ambiente inmediato.

El segundo episodio es el de los lenguajes de transposición como el dibujo y el esquema, el ritmo, la música y, de manera especial, la escritura fonética. Los mensajes son confiados al pergamino, el tiempo puede traspasarse. "el muro de las cavernas constituye la primera biblioteca."¹¹

Lo que caracteriza al tercer episodio es la amplificación, que se inicia con la utilización de la imprenta y que tiene su apogeo con el satélite. La sociedad se basa en la comunicación de masas.

El cuarto episodio es la comunicación individual que surge con el registro de sonidos e imágenes a través de la técnica moderna aplicada a los *self media* (medios individuales).

¹¹ *Ibidem*, p. 90.

En la teoría de Cloutier, el libro, en su función de medio, se cataloga como *mass media*; mientras que históricamente el surgimiento del libro se encuentra en el tercer episodio (la amplificación de mensajes), aunque sus inicios hacen referencia a la transposición (segundo episodio), es decir, a las obras que comunican mensajes diversos aún sin la presencia de su creador (como los dibujos rupestres, escritura pictográfica, ideogramas y la escritura fonética).

"El libro es el primer medio masivo nacido de la impresión. Sucede al manuscrito, que reproduce retomando el estilo de los caracteres y de la paginación."¹² El hombre no sólo rompe la barrera del espacio y del tiempo, sino también el límite de la "unicidad" de su obra. La copia multiplica el mensaje. La amplificación (posible gracias a la utilización de los medios de comunicación masiva) corresponde al deseo de multiplicarse y de multiplicar las obras humanas.

1.2 La lectura: decodificación del mensaje escrito dentro del proceso de comunicación.

La comunicación puede definirse, según C. I. Hovland, como "el proceso por medio del cual un individuo -el comunicador- transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos -los recipientes de la comunicación-." ¹³

¹² *Ibidem*, p. 113.

¹³ Citado por Eugene I. Hartley, "La importancia de la comunicación", en *Antología de comunicación*, en José de la Mora Medina y Roberto Sánchez Rivera (comps.), *op. cit.*, p. 15.

Henry Pratt Fairchild, en su *Diccionario de sociología*, incluye la siguiente definición: "El proceso de hacer comunes o intercambiar estudios subjetivos tales como ideas, sentimientos, creencias generalmente por medio del lenguaje (verbal y escrito), aunque también por medio de representaciones visuales, imitaciones y sugerencias. La comunicación en los grupos humanos es el factor principal de su unidad y de su continuidad, así como vehículo de la cultura."¹⁴

Para Warren Weaver la comunicación es usada "como una expresión que incluye todos los procedimientos por medio de los cuales una mente puede afectar a otra."¹⁵

El libro, como cualquier otro medio de comunicación, tiene la virtud de transmitir estímulos que hacen comunes estudios subjetivos, tales como ideas, sentimientos y creencias, afectando con ello la mente de otros. Sin embargo, este proceso no puede realizarse sin su correspondiente decodificación: la lectura.

En el proceso comunicativo llega un momento en que el mensaje es simplemente una señal que contiene un significado para el transmisor y que contiene para el receptor cualquier mensaje que él pueda leer en la señal. "Esto es, en alguna etapa del proceso, el mensaje es simplemente tinta en el papel (como en un libro impreso) o una serie de compresiones y refracciones en el aire (como en el caso de la palabra hablada) o bien ondas de luz

¹⁴ *Ibidem.*

¹⁵ *Ibidem.*

reflejadas (como en la comunicación por imagen)"¹⁶, signos que no tendrán sentido si un receptor no decide decodificar el mensaje.

Podemos elaborar un mensaje o descifrarlo únicamente con respecto a nuestro marco de referencia, es decir a los signos que conocemos y a la experiencia que hemos vivido.

Un mensaje, dice Wilbur Schramm, es una cosa muy complicada. No solamente sus signos tienen significados diferentes para distintas personas, tiene también dos sentidos diferentes: " uno es el *denotativo*, el significado común o del diccionario, que será aproximadamente el mismo para las personas que usen el mismo diccionario. El otro es el *connotativo*, el significado emocional o evaluativo. Esto varía notablemente entre los individuos y aun, con el tiempo, para un mismo individuo."¹⁷

Un mensaje también puede tener varios mensajes paralelos. Al escuchar hablar a alguien, no sólo escuchamos las palabras, sino también la entonación, el énfasis, las pausas, el acento, la calidad de la voz. Si pudiésemos además ver a la persona que habla, decodificaríamos sus ademanes, su forma de vestir, sus gestos, etcétera. En un libro también podemos encontrar mensajes paralelos.

" Puede decir el lector que esto está bien si la persona está hablándole; pero, ¿obtiene mensajes paralelos, como el descrito, por ejemplo, de una

¹⁶ Wilbur Schramm, *La ciencia de la comunicación humana. Nuevas orientaciones y nuevos descubrimientos en la investigación de la comunicación*, Mexico, Editorial Roble, 1975, p. 17.

¹⁷ *Ibidem*, p. 18

página escrita? Naturalmente que sí. Se ven signos en tinta que se interpretan como palabras, pero estos signos tienen características propias. Diferentes apariencias de los tipos escritos o impresos, tiene connotaciones diferentes. Algunas de las formas aparecen graciosas; otras fuertes; otras ásperas o directas; otras rápidas y ligeras. El tamaño del tipo dice algo acerca de la importancia de lo que está leyendo. La calidad del papel dice algo, La cantidad de espacio en blanco establece diferencias en la forma en que se interpreta la impresión. Si hay una imagen con el texto, ésta lleva un mensaje separado. Si hay un encabezado o título, ésta es una de las formas en las cuales casi toda la comunicación está clasificada para nosotros y por la cual obtenemos una idea previa de su significado." ¹⁸

En este sentido, podemos distinguir un libro infantil, de uno juvenil o uno para adultos, observando la tipografía, los espacios en blanco, las ilustraciones, la imagen de la portada, el título, en fin. Incluso, en ocasiones, se puede saber el tema de que tratan sin necesidad de hojearlos, por la ilustración de la portada.

Como hemos visto, existen infinidad de mensajes que nos llegan a través de varios medios. El primer obstáculo que debe vencer el libro es el de ser seleccionado. Para ello se realizan campañas de fomento a la lectura y se producen libros atractivos (tanto en su contenido como en su apariencia física -lo que constituye uno de los mensajes paralelos-) y de calidad.¹⁹

¹⁸ *Ibidem*, p. 19

¹⁹ Ver subcapítulo "Escondidos tras los libros: quienes intervienen en la lectura".

1.3 Libro y comunicación : una historia en común

La comunicación es el origen y vehículo de la transformación del primate en hombre. José Acosta Montoro²⁰ establece un paralelismo entre el desarrollo de los medios de comunicación y el constante y lento camino de los vertebrados para su liberación e independencia física, para emprender la ruta hacia el hombre. La adquisición del lenguaje, de la misma manera que el descubrimiento del fuego, de la palanca, de la rueda y otros instrumentos sencillos, harían dar grandes pasos en desarrollo de la inteligencia del hombre.

El lenguaje nació de la necesidad de comunicación. "El lenguaje era el vehículo adecuado para que el hombre pudiera cumplir una necesidad connatural en su especie: la vida en sociedad."²¹

Los sonidos que acompañaban a los gestos se articularon paulatinamente hasta convertirse en palabra. Con la creación del lenguaje verbal el hombre puede comunicar lo que siente y lo que piensa, el cerebro consigue la capacidad que, para dar el paso de primate a hombre, es fundamental: el juicio. "Desde el momento en que el hombre creó el lenguaje determinó, asimismo, las modalidades de su evolución biológica, incluso de manera inconsciente"²².

Comunicar deja de ser una función instintiva para convertirse en una función

²⁰ José Acosta Montoro, "En el principio, la comunicación", en José de la Mora Medina y Roberto Sánchez Rivera (comps.), *op. cit.*, pp. 49-55

²¹ *Ibidem*, p. 52

²² Levi Strauss, citado por Jean Cloutier, *op. cit.*, p. 89.

cultural. El primer lenguaje del hombre es audiovisual²³, palabra y gesto se combinan y se integran.

El lenguaje lo lleva paulatinamente de lo concreto a lo abstracto: le brinda la capacidad de imaginar, de recrear el mundo, de hacer literatura. En el enriquecimiento del intercambio intrapersonal e interpersonal, la literatura se engrandece y se hace medio de transmisión de sentimientos, experiencias, creencias y conocimientos, en forma de leyendas, proverbios, poemas, etcétera, que pasan de hombre a hombre, de grupo en grupo y de generación en generación a través de la tradición oral.

Cuando una sociedad depende de la memoria emprende los posibles artificios del demagogo o del poeta: rima, ritmo, melodía, estructura, repetición. Se recuerdan mejor las cosas que se sienten más profundamente y, por ello, las palabras memorables de una tradición oral son con frecuencia aquellas que llevan una carga mayor de sentimientos de grupo y las que mantienen vivos en el individuo el sentido infantil de dependencia, los temores y júbilos de los jóvenes y el respeto de los ancianos.²⁴

La adquisición de medios expresivos del hombre primitivo, una vez superada la mera comunicación gestual, siguió su trayecto con el lenguaje articulado, luego con la expresión plástica en pinturas rupestres, esculturas, tallas, la escritura pictográfica, hasta llegar a la escritura fonética.

Esta última brindó la oportunidad al hombre de fijar y transmitir

²³ Jean Cloutier, *op. cit.*, p. 96

²⁴ José Acosta Montoro, *op. cit.*, p. 57.

monumentos literarios y religiosos como *El Antiguo Testamento, La Iliada, La Odisea* o los *Libros Vedas*.

La escritura fonética es un lenguaje híbrido en el que se transcribe visualmente el lenguaje sonoro. El lenguaje escrito permite una mayor abstracción que los demás.

Los progresos tecnológicos y en particular el invento de la imprenta provocaron la ampliación y extensión de los medios de comunicación, además de importantes mutaciones sociales: si bien los libros se multiplicaron, la única posibilidad de que los receptores también lo hicieran era la adquisición del lenguaje para descifrar el código escrito, que en un principio era privilegio de unos cuantos.

El alcance primitivo de la imprenta dentro de la "culturización" del pueblo fue limitado, los libros eran escasos, de cortas tiradas y escritos en latín, lengua culta que fue utilizada por los pensadores hasta la época de Descartes. No obstante, la tecnología de la imprenta avanzó paulatinamente y con el surgimiento de los librepensadores y la Revolución Francesa se democratizó la cultura con lo cual también se multiplicó en gran escala el número de lectores.

"El libro fue uno de los primeros y posiblemente el más importante de los productos fabricados en masa, y su impacto demuestra la falsedad de que la producción en masa trae consigo, por su mismo carácter, la masificación de los hombres. La imprenta, al sustituir el manuscrito iluminado, creó al lector silencioso. El libro, como la puerta, sirve para

fomentar el aislamiento: el lector quiere estar solo, lejos del ruido de los demás (...) El libro contribuye a liberar al lector de su grupo y de las emociones colectivas y permite la posibilidad de nuevas emociones individuales. Pero así como el libro desliga al individuo de su grupo próximo, le liga con las ideas generales de grupos más amplios, de modo que por una parte aísla y por otra une..."²⁵

La imprenta llegó a México en 1539, Juan Pablos fue el responsable del establecimiento de la que fue la primera imprenta en América Latina. Sin embargo la lectura era un beneficio al que sólo podían acceder las clases privilegiadas del virreinato.

Fue después de la guerra de independencia cuando se consideró la importancia de que la población leyera, ya que se tomó a la educación como instrumento de liberación y democratización.

Una de tantas preocupaciones que tuvieron los políticos liberales mexicanos desde el momento mismo de consumada la independencia, fue la de generalizar la instrucción en todos los estratos de la población. Enseñar a leer y escribir era punto clave. Distintas propuestas educativas se sucedieron, pero los resultados fueron magros, comparados con la dimensión de una realidad signada por el analfabetismo de la mayoría de la población.²⁶

²⁵ *Ibidem*, p. 59

²⁶ Pablo Yankelevich, "El quehacer educativo y cultural" en Eugenia Meyer (coordinadora), *México un libro abierto. Memoria*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1992, p. 61.

Con las leyes de Reforma se estableció la educación laica, gratuita y obligatoria; se incorporaron métodos modernos y teorías pedagógicas, se renovaron los planes de estudio y "se propició la aparición de una diversidad de libros de texto que alcanzaron grandes tirajes: *El azteca instructor*, *El copiadador popular*, *El catecismo democrático constitucional*, *La cartilla auxiliar de geografía universal* y *Elementos de historia patria*".²⁷

Sin embargo, fue hasta 1920 cuando se estableció un programa educativo y de fomento a la lectura a través de la Universidad y de la Secretaría de Educación Pública, por iniciativa de José Vasconcelos quien se preocupó no sólo porque los mexicanos aprendieran a leer, sino también por proporcionarles qué leer. Para ello creó un Departamento Editorial, supeditó los Talleres Gráficos de la Nación a la Universidad, incrementó el número de bibliotecas y, por su iniciativa, se editaron obras clásicas de todas las culturas. Estos libros se distribuyeron de forma gratuita o a muy bajo costo.

El plan era mucho más amplio que una simple campaña de alfabetización, se trataba de todo un proyecto de cultura popular en el que la enseñanza de las primeras letras sólo constituía el paso inicial. Después de enseñar a leer y escribir al pueblo, había que proporcionarles lecturas, poner a su alcance las obras cumbres de la literatura universal.²⁸

En favor de la alfabetización y de la lectura, durante el sexenio de Adolfo López Mateos se instituyó el libro de texto gratuito. En este periodo se

²⁷ *Ibidem*, p. 62.

²⁸ Eugenia Meyer y Pablo Yankelevich, "Los desafíos contemporáneos", *op. cit.*, p. 70.

editaron 114 millones de ejemplares; hoy en día se editan 100 millones de libros de texto gratuitos al año.

Actualmente leer (decodificar los mensajes escritos) es una capacidad relativamente sencilla de adquirir; sin embargo, esto no supone que la lectura se haga por gusto. Cuando en 1895 se llevó a cabo el primer censo de la República se encontró que sólo el 14% de la población era alfabeta, no obstante la gente buscaba informarse por medio de las diversas publicaciones, incluso la caricatura política tuvo gran auge ya que era el medio ideal para difundir opiniones entre quienes no sabían leer²⁹. En 1993 el porcentaje de analfabetas (en edad lectora), según cifras oficiales, es el 7%; es decir, existen 35 millones de lectores potenciales³⁰ y sólo se lee un libro por cada cinco habitantes³¹. No podemos soslayar las repercusiones del escaso hábito de la lectura sobre el desarrollo económico y cultural del país.

La lectura es un placer que debe inculcarse, como tal, desde la infancia ya que un niño acostumbrado a leer será un adulto lector. Como lo señalamos anteriormente la comunicación pone en común ideas, creencias y sentimientos, afectando con ello la mente de otros. En este sentido la buena lectura ayuda al niño a ampliar su lenguaje y éste, junto con los contenidos de "calidad" (que implican el uso de la capacidad mental), enriquece sus esquemas de razonamiento.

²⁹ *70 años de la caricatura en México*, México, El Universal, 1988, t.1, pags. 13 - 26.

³⁰ Fernando Valdés, "Con motivos luctuosos Plaza y Valdés se inconformará con las autoridades de la SEP", en *El Día*, 26 de febrero de 1993, sección cultural, p. 18.

³¹ Fernando Valdés, "Lee libros solo el 10% de los mexicanos", en *Excelsior*, 17 de agosto de 1993, tercera parte de la sección A, p. 1.

2. La lectura

2.1 ¿Qué es la lectura?

El libro es el invento más insólito hecho jamás por el ser humano, porque si el automóvil es una extensión de sus pies y el teléfono es una extensión de sus oídos, el libro en cambio es extensión de algo milagroso: es extensión de su imaginación y su memoria.

Jorge Luis Borges

Todos los días podemos ver gente leyendo en el Metro, en la calle, en la sala de espera de los consultorios, en las peluquerías y estéticas, disfrutando de los titulares escandalosos de algunos periódicos, revistas, historietas, novelas sentimentales y hasta de los anuncios en la calle. Sin embargo, es común escuchar la opinión de que en México no se lee. Los diferentes puntos de vista al respecto parten de los distintos conceptos que, a través del tiempo, ha adquirido la palabra lectura.

La lectura puede definirse de diferentes maneras según el objetivo que se tenga al conceptualizar dicho término. Desde el punto de vista del sujeto (lector) las posibles definiciones pueden englobarse en las siguientes:

- 1) Correspondencia sonora del signo escrito, o desciframiento sonoro del mensaje escrito.

2) Captación del mensaje del autor y su valoración crítica³².

Desde el punto de vista del objeto (por su contenido) también encontramos dos formas de considerar la lectura:

- 1) La que puede proporcionar entretenimiento, pero que no deja nada más en el lector.
- 2) La que contribuye al desarrollo, formación, conocimiento y esparcimiento

Para los interesados en fomentar el gusto por la lectura las definiciones en torno a sus objetivos mezclan ambos puntos de vista:

- 1) La lectura es la captación del mensaje del autor y su valoración crítica.
- 2) La "buena lectura" es la que contribuye al desarrollo, formación, conocimiento y entretenimiento del lector.

En el Primer Seminario Internacional en Torno al Fomento a la Lectura (llevado a cabo en dos etapas: noviembre de 1989 en el marco de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara y febrero de 1990 en el D.F.) se hicieron manifiestas diversas opiniones y conceptos sobre el significado de

³¹ *Diccionario de las ciencias de la educación*, Madrid, Editorial Santillana, 1983, p. 865.

la lectura. Entre ellas la de Felipe Garrido en su ponencia "Una guía para contagiar la afición a la lectura: ¿Cómo leer (mejor) en voz alta?":

Leer significa más que tener nuevas experiencias e información, exige ser más activo que en el uso de los medios audiovisuales. Al leer, tenemos que pasar de los signos escritos o impresos al sentido de las palabras y frases en unidades de significado. Este proceso mental contribuye enormemente al desarrollo de las capacidades interiores, del intelecto, de las formas de pensamiento, las emociones y la imaginación.³³

Por su parte Pilar Gómez, presidenta de la Asociación Mexicana de Fomento a la Lectura (IBBY México), distingue dos tipos de lectura a partir del objeto:

La buena lectura es la que le abre horizontes a la persona que está leyendo, la que le da conocimiento de los valores de la vida, la que le da información de lo que pasa en otras partes, la que le puede ayudar a identificarse con un personaje, la que le da una variedad de temas muy grande de los cuales él puede sacar algo para su formación. Lamentablemente también hay libros "vacfos", que no dicen nada. Y no le estoy hablando desde el punto de vista didáctico, que le diga los colores son así, o las plantas tienen..., simplemente son libros que uno acaba de leer y lo mismo da que lo hubiera leído, como si no lo hubiera leído, no ha dejado nada en la persona.³⁴

³³ Felipe Garrido, "Una guía para contagiar la afición a la lectura: Cómo leer (mejor) en voz alta", en Jesús Anaya Rosique (compilador), *Senderos hacia la lectura. Memoria del Primer Seminario Internacional en torno al Fomento a la Lectura*, México, FIL Guadalajara/ Instituto Nacional de Bellas Artes/ Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990, p. 145.

En términos de comunicación, la lectura es la decodificación de cualquier mensaje gráfico; así, podemos hacer lectura de imágenes, de números, de letras, de mapas, de esquemas, etcétera. La palabra es el medio de comunicación humana básico y por ello su mayor riqueza está contenida en su perdurabilidad: la escritura. El género escrito está en la base de todo medio de comunicación. En este sentido podemos decir que "leer es escuchar la voz de otros".³⁵

Esther Pérez Feria, jefa del Departamento de Fomento a la Lectura Infantil de la Dirección General de Bibliotecas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, define la lectura como:

Una posibilidad de comunicar y comunicarse con otros, o sea de recibir y de transmitir mensajes, incluso de transformarlos. En lo general es un medio de comunicación que te permite, a través de la palabra escrita, hablar de pensamientos, ideas, imaginación, hablar de un sinnúmero de cosas, enmarcadas en tres rubros: en información, en conocimiento y en recreación.³⁶

³⁴ Entrevista con Pilar Gómez, presidenta de IBBY México, abril de 1992.

³⁵ Luz Chápela, "Fomento a la lectura a partir del fomento al desarrollo artístico del lector que comienza", Jesús Anaya Rosique (compilador), *op. cit.*, p. 178.

³⁶ Entrevista con Esther Pérez Feria, jefa del Departamento de Fomento a la Lectura de la Dirección General de Bibliotecas del CNCA, junio de 1992.

2.1.1 Las historietas y los libros de texto: ¿héroes o villanos?

Existen muchos materiales de lectura. Los puestos de periódicos están llenos de revistas, historietas, novelas, etcétera. En las librerías y las bibliotecas encontramos lo mismo libros de texto (de instrucción escolar), de consulta (diccionarios, enciclopedias o almanaques), informativos o literarios (novela, poesía, ensayo y cuento).

Sin embargo, la cultura se asocia tradicionalmente con las actividades solemnes y aburridas. Los libros, al considerárseles cultos, se convierten por ello en poco atractivos para el entretenimiento. Esto no quiere decir que la gente no lea, pero su selección de lectura se inclina por las historietas, novelas de dudosa calidad, revistas de modas, en un alto porcentaje, o de luchadores, entre otras.

"¿Es malo leer fotonovelas o historietas? No. Lo malo es no ser capaz de leer nada más allá de las fotonovelas e historietas. No tener la costumbre de leer páginas completas en lugar de las frases cortísimas y elementales de "los globitos". Quien está tan acostumbrado a leer sólo fotonovelas e historietas que no puede leer libros, en realidad nunca ha aprendido a leer de a de veras, o lo ha olvidado por falta de práctica".³⁷

"Las historietas no necesariamente son malas -asegura Pilar Gómez- si los niños toman como principio las historietas que se venden en cualquier

³⁷ Felipe Garrido, *op. cit.* p. 144

esquina y esto fuera trampolín para leer otras cosas no habría problema, lo malo es que se queden estacionados sólo en las historietas".³⁸

Esta opinión puede ser ampliada también a otros medios impresos de baja calidad; si este tipo de lecturas sirviera para llegar a otras mejores, sería productivo para el consumidor.

Para tratar de contrarrestar esta situación de analfabetismo funcional, diversas organizaciones, e incluso gente a título personal, se han dado a la tarea de fomentar el gusto por la lectura, a través de actividades recreativas y formativas; en ferias de libros, bibliotecas, en escuelas, por medio de anuncios publicitarios, etcétera.

Sin embargo, podemos observar que, al tratar de fomentar ese amor por la lectura, generalmente se descartan los libros de texto o los de consulta y se difunde la lectura de literatura.

El uso de libros escolares supone una obligación en su lectura y si lo que se pretende es difundir la lectura por placer, este tipo de libros puede no ser el vehículo apropiado. Esto no quiere decir que la lectura no nos proporcione conocimiento y formación. La lectura placentera transmite estos mensajes de manera integrada a la historia que relata o dentro del desarrollo literario, lo que nos permite acceder a ellos de manera amena.

³⁸ Entrevista con Pilar Gómez, presidenta de IBBY México, abril de 1992.

Es por ello que los proyectos de fomento a la lectura deben interesarse especialmente por inculcar el gusto por esta actividad que, además de placentera, debe ser formativa e informativa. La lectura no se puede quedar en la mera decodificación de los signos escritos, sino, además, contribuir al desarrollo de la capacidad mental del individuo.

2.2 *¿Me cuentas un cuento?: el niño y la lectura*

*¿Por qué encerrarse en un libro?
Porque nos abre el mundo, porque
nos hace libres.*

Sergio González Rodríguez

La lectura es un gusto que debe inculcarse desde la infancia. Un niño acostumbrado a leer será un adulto lector. Sin embargo, el placer por la lectura, o la aversión a ella, es transmitido, en ocasiones, de padres a hijos. Si los adultos que rodean al pequeño no leen, los niños menospreciarán la lectura. Y esto es parte de un círculo vicioso: si no se logra inculcar esta actividad en los niños y jóvenes, más tarde serán padres de niños que no leen.

Para ayudar a los niños a convertirse en lectores, hay que tomar en cuenta diversos factores. Por ejemplo, los libros deben ser adecuados para los niños: para su edad, temperamento e intereses. Incluso para los más

pequeños el libro es un acercamiento afectivo, es un juguete. El niño descubre su textura, lo manipula libremente; a los niños les gustan los libros.

En los primeros años, aun antes de que el niño aprenda a leer, los padres tienen un papel muy importante en el acercamiento de sus hijos a los libros, por medio de cuentos con imágenes y de lectura en voz alta.

L.S. Vigotskii, psicólogo soviético, distingue dos tipos básicos en la conducta del hombre, el primero imprime hábitos que repetirá a lo largo de su vida:

"Podría llamarse uno de ellos reproductor o reproductivo: suele estar estrechamente vinculado a nuestra memoria: su esencia reside en que el hombre reproduce o repite normas de conducta ya creadas y elaboradas o resucita rastros de antiguas impresiones (...) Es fácil comprender la enorme importancia que a lo largo de la vida del hombre tiene la pervivencia de su experiencia anterior, en que medida eso le ayuda a conocer el mundo que lo rodea, creando y fomentando hábitos permanentes que se repiten en circunstancias idénticas."³⁹

El otro impulso del que habla Vigotskii es el creador o imaginativo. La buena lectura se sirve de él, ya que ayuda a enriquecer el lenguaje (verbal y no verbal) y éste, junto con contenidos de "calidad" (que implican el uso de la capacidad mental, de la imaginación), enriquece los esquemas de razonamiento.

³⁹ L. S. Vigotskii, *La imaginación y el arte en la infancia*, México, Ediciones y Distribuciones Hispánicas, 1987, p.p. 7 y 8.

Además de esta actividad reproductora es fácil advertir en el hombre otra actividad que combina y crea (...) La psicología llama imaginación o fantasía a esta actividad creadora del cerebro humano basada en esta combinación, dando a estas palabras, imaginación y fantasía, un sentido distinto al que científicamente le corresponde (...) En su concepción común suele entenderse por imaginación o fantasía lo irreal, a lo que se ajusta la realidad y que por lo tanto carece de valor práctico, a fin de cuentas la imaginación como base de toda actividad creadora se manifiesta por igual en todos los aspectos de la vida cultural posibilitando la creación artística, científica y técnica. En este sentido absolutamente todo lo que nos rodea y ha sido creado por la mano del hombre, todo el mundo de la cultura, a diferencia del mundo de la naturaleza, todo ello es producto de la imaginación y de la creación humana, basado en la imaginación (...) Todos los objetos de la vida diaria, sin excluir los más simples y habituales, vienen a ser algo así como fantasía cristalizada.⁴⁰

Sin embargo la creación no sólo se refleja en los grandes descubrimientos, es una actividad cotidiana del hombre:

Existe creación no sólo allí donde da origen a los acontecimientos históricos, sino también donde el ser humano imagina, combina, modifica y crea algo nuevo, por insignificante que esta novedad parezca con las realizaciones de los grandes genios.⁴¹

Además de la importancia de la lectura como medio de comunicación

⁴⁰ Ibidem, p. 10.

⁴¹ Ibidem, p. 11

generacional, en el desarrollo del lenguaje y en el descubrimiento de diversas realidades, la actitud del niño hacia la escuela, hacia el aprendizaje, estará definida mucho antes de llegar a ésta.

Si el niño tiene acceso adecuado a los libros desde pequeño aprende a escuchar sonidos y palabras aisladas, palabras dentro de una oración, oraciones que forman un cuento y adquiere poco a poco la facilidad verbal. Así reconoce palabras y situaciones, relaciona palabras con imágenes; sabe cómo se toma el libro y cómo se pasan las hojas. Aprende sin esforzarse, de una manera fluida y natural. Pero sobre todo aprende a imaginar y soñar, lo que es tan importante como aprender a sumar y restar⁴²

Para Esther Pérez Feria la importancia de que los niños lean radica en que "la lectura brinda opciones para desarrollarse, para conocer la vida, conocerse a sí mismo, comunicarse con otros. Un niño en su proceso de formación va adquiriendo ciertos elementos que lo llevan a identificarse con otras personas, a ubicar el lugar donde vive, a ubicar el espacio más grande que puede ser su ciudad o su país, que puede ser el mundo; además de identificar sus relaciones sociales con su familia, su escuela, su barrio".

Dos elementos están presentes en la lectura: el juego y la imaginación, en ese sentido la lectura también da pie a enriquecer su proceso de formación, lo que le da al niño elementos para desarrollar su creatividad, su expresión, su manifestación de necesidades emocionales, afectivas, sociales, imaginativas, etcétera.⁴³

⁴² Juan Manuel García Junco, "Los niños y el libro", en *El Universal*, México, sección Cultura, p. 2, 11 de noviembre de 1991.

⁴³ Entrevista con Esther Pérez Feria, *op cit.*

Además -dice Pilar Gómez de IBBY México- "se abre al niño un mundo totalmente nuevo en el que quizá no sea posible entrar más que a través de la lectura. Se les crea poco a poco una curiosidad por la vida, por ver otras cosas (...), la lectura, una vez que es más profunda, los hace más críticos. Hasta sentarse a ver la televisión con lecturas previas, puede hacer a esa actividad mejor".⁴⁴

La imaginación adquiere una función de suma importancia en la conducta y en el desarrollo humano, convirtiéndose en medio de ampliar la experiencia del hombre que, al ser capaz de imaginar lo que no ha visto, al poder concebir basándose en relatos y descripciones ajenas lo que no experimentó personal y directamente, no está encerrado en el estrecho círculo de su propia experiencia, sino que puede alejarse mucho de sus límites asimilando, con ayuda de la imaginación, experiencias históricas o sociales ajenas. En esta forma la imaginación constituye una condición absolutamente necesaria para casi toda función cerebral.⁴⁵

Como señalábamos antes, los libros, cuando son adecuados para los niños, deben atender a sus necesidades, preferencias y a la etapa de desarrollo en que se encuentran.

El análisis psicológico de esta actividad (la imaginación-creación) pone de relieve su enorme complejidad. No aparece repentinamente, sino con lentitud y gradualmente, ascendiendo desde formas elementales y simples a otras más complicadas, en cada escalón de su cercimeinto adquiere su propia expresión, a cada periodo infantil corresponde su propia forma de creación⁴⁶

⁴⁴ Entrevista con Pilar Gómez, *op. cit.*

⁴⁵ L.S. Vigotskii, *op. cit.*, p. 20

⁴⁶ *Ibidem*, p. 15.

Para definir a un público como infantil se siguen diferentes criterios según los intereses de cada empresa. Para quienes tienen la meta de vender un libro (exceptuando los libros para colorear), el público infantil comienza cuando el niño ya sabe leer (aproximadamente a los seis años de edad) y termina con el inicio de la adolescencia (entre 12 y 13 años); cuando el interés es inculcar el amor a los libros, es muy importante empezar cuando el niño apenas manipula objetos⁴⁷, aun si no comprende el contenido. Dejar que los pequeños tengan contacto con los libros hace que no los sientan como objetos prohibidos.

2.2.1. Las etapas de desarrollo infantil y el acercamiento del niño a los libros

Según Piaget⁴⁸, psicólogo suizo que dedicó sus estudios al desarrollo intelectual y psicológico, la conducta humana se origina como resultado de la combinación de cuatro factores generales: la maduración, la experiencia, el influjo social y el equilibrio, en cinco⁴⁹ periodos que describimos brevemente:

⁴⁷ Los editores en México aún no han tomado conciencia real de la importancia del fomento a la lectura en pequeños que apenas tienen la capacidad de manipular objetos, eso es evidente si pensamos que en nuestro país es muy escasa la producción de libros flexibles, de plástico hule espuma, libros-juguete que pueden ser leídos (la decodificación de imágenes también es un tipo de lectura) en diversos sentidos y que enseñan a los niños a pasar las hojas en cierto orden, etcétera. Dicho material no es fácil de adquirir y es de costo elevado ya que en su mayoría son productos de importación.

⁴⁸ P.G. Richmond, *Introducción a Piaget*, Madrid, Editorial Fundamentos, 1970, p.p. 19-87.

⁴⁹ Los esquemas del desarrollo de la inteligencia infantil no son rígidos, las edades físicas no corresponden necesariamente a una edad concreta, pueden ser, en cambio, una aproximación. El propio Piaget hace modificaciones en sus escritos de manera que los periodos y las edades en que se desarrollan cambian de un texto a otro. Piaget distingue en ocasiones tres periodos, en otras cuatro y la versión que ofrecemos en este trabajo se compone de cinco, lo que nos permite marcar una diferencia entre los niños de cuatro a ocho años y los de siete a doce.

El desarrollo del *pensamiento sensorio-motriz* se realiza desde el nacimiento hasta los dos años aproximadamente. Al nacer, el niño no distingue el yo del no yo, en su mundo no hay tiempo ni espacio.

Sin embargo, según Piaget, el niño posee sistemas *sensorio-motrices* capaces de recibir sensaciones que proceden de su interior y su ambiente próximo, a las cuales sus respuestas son instintivas. Los actos, cada vez más, van perdiendo su carácter de mero reflejo. Los labios y la boca comprueban la forma de los objetos, su tamaño, dureza o suavidad y su temperatura. Con base en estas experiencias el niño registra la diferencia entre los objetos succionables y se modificará su tendencia general hacia la succión. Los ojos comienzan a enfocar objetos específicos y la mano a asir objetos situados frente al niño. Se inicia la aplicación de conductas adquiridas con el fin de afirmar experiencias.

Piaget afirma que a partir de los cuatro meses el niño realiza acciones para poder manipular objetos las cuales constituyen una forma de asimilación en cuanto a la reproducción de movimientos.

Hasta antes de los ocho meses, un objeto que se esconde a la vista del niño es inexistente para él.

Alrededor del primer año explora todo lo que está a su alcance, sus acciones se hacen claramente intencionales y experimentales. Un punto culminante en el desarrollo *sensorio-motriz* es la adquisición de la

capacidad para efectuar mentalmente acciones motrices simples, además los objetos cobran existencia aunque no estén en su campo visual.

Dentro de la teoría de Piaget, la aparición y desarrollo del pensamiento simbólico: *el periodo de representación preconceptual se da aproximadamente de los dos hasta los cinco años. En esta etapa se adquieren las formas de representación interna que permiten la reconstrucción de experiencias y la anticipación de acciones. Entre esas formas de representación se encuentran el lenguaje, la imitación diferida (en ausencia del modelo), el dibujo, la imagen mental y el juego simbólico.*

El lenguaje permite comunicarse con la gente que le rodea y volverse parte de las actividades sociales. No obstante, el diálogo está limitado por el egocentrismo que aún gobierna al niño en esta etapa.

Piaget califica de preconceptual la actividad simbólica del niño en esta edad y, en vista de ello, supone que los símbolos de que dispone para su manipulación mental, y que están expresados en el lenguaje, tienen la propiedad de preconceptos. Un preconcepto es 'el intermedio entre el símbolo imaginado y el concepto propiamente dicho' y se define como la 'ausencia de inclusión de los elementos en un todo, y la identificación directa de los elementos parciales entre sí, sin la invención del todo'⁵⁰

El niño aún no logra definir los conceptos que emplea y suple la lógica por la intuición.

⁵⁰ P.G. Richmond, *op. cit.*, p. 36.

El periodo de las *representaciones articuladas o intuitivas*, de la teoría de Piaget, se desarrolla de los cuatro a los ocho años, en él hay una transición desde dos puntos de vista: la desaparición gradual de las limitaciones del pensamiento preconceptual y la aparición del pensamiento operacional. La unidad principal de intercambio social es el lenguaje. El niño comienza a ver su relación con los demás como recíproca, descubre que sus pensamientos no siempre son iguales a los de los demás. Comienza a verse a sí mismo y a los que lo rodean desde otro punto de vista. Los símbolos empiezan a relacionarse entre sí, igual que las palabras se relacionan en los modelos de lenguaje.

El pensamiento de *operaciones concretas* se realiza de los siete a los doce años. Estas operaciones son acciones mentales derivadas en primer lugar de acciones físicas que se han convertido en mentales de manera que los datos pueden reestructurarse en nuevas formas mentales. El pensamiento tiene tres sistemas de operación que obedecen a leyes comunes de conjunto: la composición, la reversibilidad y la asociación de operaciones entre sí, lo que posibilita la comprensión de la lógica de clases y sus relaciones.

Las *operaciones formales* se dan a partir de los 11 años hasta la adolescencia. La diferencia entre estas operaciones y las del periodo anterior es que "una operación concreta es una acción mental en la que las clases de objetos o las relaciones entre objetos (a manera de realidad inmediata) se combinan para hacer declaraciones en torno al medio, mientras que una operación formal es una acción mental en la que lo que se combina son las declaraciones para producir nuevas declaraciones".⁵¹ El

pensamiento formal principia con una síntesis teórica. El pensamiento se torna hipotético-deductivo, se alcanza la posibilidad de extraer conclusiones y elaborar hipótesis sin apoyo de lo concreto.

Las etapas establecidas por Piaget nos son útiles para fundamentar las formas que debe tomar el fomento a la lectura en las distintas edades de los niños.

Aunque, como se describió en las etapas de desarrollo, el lenguaje verbal se adquiere en el periodo del pensamiento simbólico y preconceptual, el amor por los libros se puede inculcar a los niños desde antes.

Durante el periodo sensorio-motor, el niño comienza con sus primeros juegos y aunque aún no comprenda totalmente las palabras puede gozar con pequeñas rimas, o narraciones ligadas al conocimiento de su cuerpo (una de las principales curiosidades en los primeros meses de vida). Es en esta etapa también cuando los niños comienzan a manipular y a conocer los objetos que lo rodean, alejarlo de los libros puede llevarlo a considerarlos después como algo prohibido (se puede comprar algún libro o revista que él pueda arrugar y romper, o libros de materiales plásticos suaves y resistentes que pueden manipular a su antojo y les van enseñando a observar las imágenes y la manera de pasar las páginas).

Durante el periodo preconceptual, se pueden reafirmar las conductas mencionadas, enseñarles a cuidar los libros y además ligar el gusto por el

⁵¹ *Ibidem*, p. 84.

dibujo que tienen los niños en esa edad, con los libros para colorear y con los libros ilustrados.

Una vez que el niño aprende a leer los libros ilustrados son de gran ayuda para gozar del texto, el cual debe respetar su inteligencia y jugar con sus capacidades, por ejemplo sus posibilidades de anticipación y reconstrucción. En el periodo de las operaciones concretas el libro ilustrado sigue siendo importante; en cambio, en el siguiente, de las operaciones formales, la capacidad de teorizar hace que las ilustraciones puedan suprimirse.⁵²

2.3. Fomento a la lectura

*"A pares y nones vamos a jugar
y el que quede solo ese perderá..."
juego popular*

Los cuentos, la narrativa y la poesía se constituyen a partir de la combinación de diversos elementos a través de los cuales el autor recrea su realidad y juega los recursos literarios: la astucia para colocar las palabras precisas en el lugar ideal y el ingenio para llevar al lector por la trama, entre otros.

⁵² Para efecto de la creación de libros y del fomento al placer por la lectura, a partir de la adolescencia ya no se considera al público como infantil sino como juvenil. Piaget apunta la madurez alcanzada en esta etapa y el cambio en los intereses de los adolescentes con respecto al de los niños.

El lector, al descifrar este mensaje, entra también en el juego. Para fomentar el placer por esta actividad es importante aprender a jugar con la lectura.

El juego no sólo es parte de la naturaleza instintiva del niño, como el retozar para las crías de diversos animales, es también la forma como los pequeños se apropian del mundo, como inician su proceso de razonamiento y socialización.

Oscar Zapata en su libro *Aprendizaje por el juego* señala:

"El juego representa un aspecto esencial en el desarrollo del infante, en cuanto a que está ligado al desarrollo del conocimiento, de la afectividad, de la motricidad y de la socialización del niño, en pocas palabras, el juego es la vida misma del niño."⁵³

Existen muchos juegos y muchas actividades lúdicas. La lectura, si se encauza adecuadamente, es un juego de niños: con ella podemos apropiarnos del mundo en que vivimos.

Sin embargo, esta actividad debe implicar placer, no obligación (como las lecturas que a manera de "tarea" impone la educación escolarizada):

"No puede darse el juego si no se produce una satisfacción que permita superar las limitaciones o imposiciones de las normas que responden a las actividades responsables de la vida laboral o cotidiana."⁵⁴

⁵³ Oscar Zapata, *El aprendizaje por el juego*, México, Editorial Pax México, 1988., p. 15.

Como ya lo señalamos, el juego es un factor importante para la socialización. ¿Puede el "juego de la lectura" enriquecer la estructura social de los niños?

Aunque aparentemente la lectura es un acto individual, lo que es leído incrementa nuestros temas de conversación, abre la mente a la posibilidad de diferentes formas de vivir y por medio de ella podemos adquirir el conocimiento que los libros han ido almacenando de generación en generación.

Sin embargo, aunque la lectura tiene una utilidad implícita, es necesario que desde la infancia se fomente la lectura, sin el carácter de finalidad educativa, sino simplemente como productora del mismo placer que provoca el juego.

"No hay actividades, por arduas que sean, que no puedan servir de motivo de juego. Muchos buscan la dificultad por la dificultad misma. Los temas que se plantea el juego no deben tener razón de ser fuera de él. Se podría aplicar al juego la definición que Kant ha dado acerca del arte: "una finalidad sin fin", una realización que busca realizarse en sí misma. En el momento en que una actividad se vuelve utilitaria -y se subordina en calidad de medio para lograr un fin- pierde el atractivo y las características del juego."⁵⁵

Luz Chapela en el Primer Seminario Internacional en torno al Fomento de

⁵⁴ Henri Wallon, citado en *ibidem*, p. 19.

⁵⁵ Henri Wallon, *La evolución psicológica del niño*, México, Editorial Grijalbo, 1974, p. 59.

la Lectura⁵⁶ manifestó que "fomentar la lectura es fomentar la capacidad de sentir, de pensar, crear, imaginar. Es alimentar al artista que cada ser humano lleva dentro y desatarlo para que salga en busca del arte, para que encuentre y haga arte".⁵⁷

Como lo indica Luz Chapela, la imaginación y la creación tienen un papel fundamental en el "juego de la lectura" (y en todo tipo de juego infantil). Sin embargo, la imaginación no sólo es el resultado de la lectura, sino que es condición necesaria para poder leer, para disfrutar de esta actividad lúdica. La imaginación es una forma de jugar con la realidad, de apropiarse de ella e incluso de modificarla.

L. S. Vigotskii apunta cuatro formas de vinculación entre imaginación y realidad, en el primero la imaginación se apoya en la experiencia, es decir toda imaginación parte de la realidad vivida, toma sus elementos y los conforma de manera creativa dando lugar a la fantasía.

En el segundo caso la experiencia se apoya en la fantasía: gracias a ésta podemos tener la imaginación necesaria para reconstruir mentalmente lo que se nos da a conocer en forma oral o escrita, sin necesidad de estar en presencia de los objetos o las situaciones.

En tercer lugar está el enlace emocional que a su vez puede darse de dos

⁵⁶ El Primer Seminario Internacional en torno al Fomento de la Lectura, convocado por el INBA y el CNCA, se llevó a cabo en dos etapas, la primera del 25 al 27 de noviembre de 1989 en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, y la segunda los días 3 y 4 de febrero de 1990 en la Casa de la Cultura "Jesús Reyes Heróles", en Coyoacán.

⁵⁷ Luz Chapela, *op. cit.*, p. 178

maneras: la influencia de nuestro estado de ánimo en las imágenes que creamos y las asociaciones que establecemos, y por otra parte la influencia de la imaginación sobre los sentimientos, un ejemplo de esto es cómo los padecimientos y la suerte de personajes imaginarios, sus penas y alegrías nos emocionan también, pese a que sabemos que los sucesos no son reales.

La cuarta forma de vinculación es la cristalización de la imaginación en la realidad a manera de objeto: como las herramientas, las obras de arte y, por supuesto, la literatura, entre otros. Hay que destacar que a la vez el objeto-imaginación es capaz de influir sobre la realidad. "Basta recordar el influjo sobre la conciencia social que causan obras de arte para cerciorarse de que en ello la imaginación describe un círculo cerrado como cuando se materializa en un instrumento de trabajo"⁵⁸. De esta última etapa de vinculación imaginación-realidad podemos concluir que el juego también puede darse con la lectura de obras científicas (el resultado del conocimiento y la creación generacional llevado en el tiempo por los libros nos lleva a nuevas creaciones), y que la creación científica no sólo parte del conocimiento, sino de la literatura, de imaginar posibilidades, recordemos por ejemplo el caso del libro *El viaje a la Luna* de Julio Verne, escrito mucho tiempo antes de que el hombre llegara efectivamente al satélite de la Tierra.

El fomento a la lectura, aunque considera al juego como eje principal, no tiene un programa único, las formas de hacerlo no están asimiladas en una sola y las personas dedicadas a ello pertenecen a distintos medios:

⁵⁸ L.S. Vigotskii, *op. cit.*, p. 27.

instituciones privadas, sociales y de gobierno, padres de familia, maestros, escritores, editores, en fin.

No obstante, para todo promotor, el fomento a la lectura debe contemplar tres aspectos:

- 1) La calidad del objeto de consumo, es decir el libro como un artículo atractivo, creativo, formativo, bien escrito e ilustrado, de buena manufactura, con materiales adecuados y a precios accesibles.
- 2) La distribución y los lugares de venta: procurar que los libros lleguen al mayor número de personas.
- 3) La promoción del placer de leer (a través del juego) y la creación de criterios de selección.

2.4. Escondidos tras los libros : quiénes intervienen en la lectura

"Hacer libros atractivos es un problema de costos. Un libro perdurable, bien encuadernado, con selección de color y pasta dura es un material incosteable. A ello hay que sumar la imposibilidad del público para comprarlo, pues en medio de la crisis económica lo prioritario es comer y vestir."

Silvia Molina

Cuando tenemos en las manos un libro pocas veces nos ponemos a pensar en la labor que se ha llevado a cabo para su elaboración y en quiénes intervienen en ella.

Escritores, ilustradores y editores producen los libros, y los distribuidores y libreros los hacen llegar a los lectores. De ellos depende que se hagan libros de calidad y que éstos puedan ser adquiridos por el público infantil.

La concepción que todas estas personas tengan de la importancia de aproximarse a los niños con materiales que sean de su agrado y que cubran sus necesidades, redundando directamente en el tipo de libros que elaboran. En todo caso es un problema con dos puntos de vista: el económico y el ético.

2.4.1. Ni tanto que quemé al santo ... : entre la lectura y la economía

"No sé si las personas que están al frente de las editoriales tengan algún interés en los niños, cosa que sería fundamental; no sé si se den cuenta de que los lectores se forman en la niñez y no cuando ya se es adulto. Un libro digno es aquel que está hecho con amor, aunque esto suene cursi o un poco a comercial de televisión. Un libro que tenga el mínimo posible de erratas, que revele que la gente puso cuidado en hacerlo, así sea muy sencillo. No es necesario gastar enormes sumas de dinero para producir libros hermosos y dignos, lo que hace falta es dedicación, cuidado y talento"

Gabriela Rábago Palafox

Desde el punto de vista económico, según la opinión de varios escritores, ilustradores y editores, la elaboración de libros infantiles de calidad es una actividad que no reporta ganancias suficientes ya que las obras para niños se venden poco. Esto nos lleva, en todo caso, a un círculo vicioso: se editan pocos libros porque se venden poco; los tirajes pequeños encarecen los libros y la gente entonces no los compra.

El editor, como empresario, piensa en términos de ganancia para la elaboración de libros. Pocos se aventuran a financiar proyectos que parecen poco rentables, muchos prefieren dedicarse a producir libros que de antemano saben que venderán a corto plazo y por ello la recuperación del capital invertido será rápida.

Los editores en busca de ganancias han perdido de vista que el fomentar la lectura en el público incide directamente en la venta de libros. La calidad de los libros, tanto de los materiales con que se elaboran como de su contenido, es un factor importante para atraer al lector, pero no sólo eso, es necesario también realizar proyectos y estudios para saber la mejor forma de llegar al público.

En opinión de Fernando Valdez (director general de la editorial Plaza y Valdez), "el mexicano no es un mal lector, pero hasta la fecha no hemos sabido ofrecerle el material que realmente le interese o lo oriente hacia las mejores lecturas".⁵⁹

Establecer el justo medio entre la economía y la producción de obras de calidad es quizá cuestión de ética empresarial. El pensar en términos de ganancia resulta en ocasiones perjudicial para el lector, tomar en cuenta únicamente el lucro, lleva a muchos editores a la producción de "literatura chatarra".

Desde el punto de vista creativo se cataloga frecuentemente a la literatura infantil como un género menor. Bajo este estigma, escritores e ilustradores se enfrentan a la mala paga por sus trabajos. Si bien es cierto que no todos los autores dan lo mejor de sí en su creación, la literatura para niños no es una tarea fácil, para su elaboración deben tomarse en cuenta las reglas del

⁵⁹ Cristina Pacheco, "Todo lo que usted (no) quiere saber de los libros", entrevista con Fernando Valdés, Revista *Siempre!*, abril de 1992, págs. 41, 42, 85 y 86.

lenguaje, una buena historia y sobre todo respetar la inteligencia y la imaginación de los niños.

Al respecto la escritora Becky Rubinstein comenta:

"Me duele mucho que se piense que la literatura para niños es una subliteratura o que los escritores dedicados a ella son improvisados, ello es falso. Para escribir literatura dedicada a niños se debe tener formación, leer mucho -sobre todo a los clásicos-, respetar las reglas literarias y dar una estructura y coherencia a lo que se está escribiendo. El autor debe preguntarse constantemente para quién está escribiendo y sentir respeto por los niños pues no son retrasados mentales sino seres muy inteligentes que se percatan de inmediato cuando un cuento no está bien. En este sentido creo que el humor es básico en la literatura infantil. Hay que atraer al niño con un momento grato y que recuerde el cuento por algo sensacional. Ahí radica la maestría del cuento para niños.⁶⁰

El problema económico predomina también en esta fase del proceso de creación de los libros ¿Cómo hacer literatura e ilustración de calidad si son mal pagadas?

Laura Fernández , escritora e ilustradora, relata su experiencia:

"Algunas editoriales no te pagan lo que vale el trabajo; hay ocasiones en que se tiene la suerte de llevar a cabo un proyecto propio -es decir, hacer totalmente el

⁶⁰ Varios autores, *Memoria de la IX Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991, p. 79.

libro- y uno pone el precio; pero es muy diferente cuando te mandan llamar y te dan tres días para hacer una ilustración (...) Entonces por mucho que quieras hacer, el tiempo y la paga no estimulan".⁶¹

En opinión de Gloria Calderas (ilustradora):

"Realmente es muy poco lo que se le paga al ilustrador en México. En nuestro país hay ilustradores capaces de hacer cosas excelentes, pero no se hacen porque nadie quiere pagar el precio de las semanas de trabajo que eso implica. Si me van a pagar lo mismo por una ilustración a la cual le dedico tres semanas que por una ilustración hecha en dos o tres días, es natural que no me pueda dar el lujo de invertir mi tiempo y mi esfuerzo en algo que finalmente tendré que subsidiar yo, es decir el ilustrador".⁶²

La ética profesional, sin embargo, predomina en los amantes de su oficio. Tanto el escritor como el ilustrador deben invertir un determinado tiempo que no se toma en cuenta para el pago del trabajo.

En opinión de Gerardo Suzán Prone:

"En mi caso me pagan cien mil pesos (cien nuevos pesos) por ilustración. De tal forma un libro de 24 ilustraciones, más el diseño, me produce dos y medio millones de pesos (dos mil quinientos nuevos pesos). Pero un ilustrador

⁶¹ Varios autores, *op. cit.*, p. 66

⁶² Varios autores, *op. cit.*, p. 65

profesional y respetuoso de su trabajo no hace un libro así nada más, sino que tiene que investigar, porque detrás de un libro bien ilustrado hay toda una investigación gráfica que lleva su tiempo. En este proceso trabajando un promedio de ocho horas diarias me llevo tres meses para dejar el libro totalmente terminado, y esto quiere decir que estoy ganando ochocientos mil pesos mensuales, que no es precisamente mucho. Claro que hay gente a la que le va mejor, porque ilustra libros sin investigar, lo más rápido posible, desde luego en detrimento de la calidad que es precisamente en lo que se debería insistir".⁶³

Otros dos protagonistas en la difusión de la lectura (del libro) son los distribuidores y los libreros. ¿Cómo podrían llegar los libros al público al que están destinados si no se distribuyen en las librerías y tiendas de autoservicio?, ¿cómo pueden encontrar los pequeños y sus padres los títulos convenientes si los libreros no dedican un área exclusiva para los libros infantiles?

"Para que los niños tengan contacto con los libros es indispensable que los vean expuestos en los sitios donde puedan entrar, tomarlos y hojearlos, aunque no los compren. Se gana bastante con que esto ocurra, pues es un primer acercamiento que posteriormente podrá dar buenos frutos"⁶⁴

⁶³ Varios autores, *op. cit.*, p. 68

⁶⁴ Virginia Herrera (Representante de Ediciones Santa María), en Varios autores, *op. cit.*, p.

3. Los promotores

3.1. Las instituciones sociales

3.1.1. Pilar Gómez: La amistad, el principio.

IBBY de México ⁶⁵

La Asociación Mexicana para el Fomento del Libro Infantil y Juvenil es una organización no lucrativa cuyo objetivo es promover el placer de la lectura y el encuentro de jóvenes y niños con los libros de calidad. Este organismo está afiliado a la International Board on Books for Young People (IBBY), con sede en Suiza, e integrado por 54 países.

Pilar Gómez, presidenta de IBBY México, se ha dedicado a fomentar la lectura en niños y jóvenes desde hace más de 30 años. Primero por medio de una librería especializada en literatura infantil que duró abierta alrededor de 18 años y luego, desde 1979, a través de la Asociación Mexicana para el Fomento del Libro Infantil y Juvenil.

Entusiasta, rodeada por libros y carteles que decoran el pequeño local que alberga a la institución, nos cuenta cómo nació IBBY de México:

"Surge en 1979, por una serie de inquietudes de un grupo de personas que trabajábamos ya en el campo de los libros infantiles. Le puedo mencionar, por ejemplo, a la maestra Carmen García Moreno, ella trabajó en la

⁶⁵ Entrevista con Pilar Gómez, presidenta de IBBY México, abril de 1992.

Biblioteca Benjamín Franklin en la sección de niños, luego trabajó en varias escuelas al frente de bibliotecas.

En aquella época yo tenía una librería especializada en libros infantiles, entonces la inquietud era de que, en primer lugar, los niños no lesan; en segundo que las pocas escuelas que tenían bibliotecas en aquella época -estoy hablando de 1967- eran propiamente bilingües y tenían mucho material en inglés, pero muy poco en español; entonces queríamos que los niños leyeran en español.

En ese momento nos conocimos Carmen y yo y me dijo: bueno tú tienes libros para ofrecer a los niños, yo tengo esto, vamos haciendo una feria en la escuela donde estoy. Hicimos la feria y fue un éxito increíble porque por primera vez los niños vieron que sí había libros para ellos en español .

Ella y yo seguimos todo el tiempo en contacto, en relación con los libros infantiles. Ella entró a trabajar a la SEP en la Dirección de Bibliotecas y empezó el trabajo de fomentar que en cada biblioteca hubiera un rincón de libros para niños, entonces yo también le ayudé a esta cosa de fomentar los libros.

Se acercaron después varias personas: una editora, un escritor de cuentos, una persona que había estudiado las técnicas de la educación en Canadá, una que había estudiado literatura infantil en España y decidimos ver si podíamos formar un grupo, porque juntos haríamos un poco mejor el trabajo y en 1979 -tenía yo la librería- empezamos este trabajo de fomentar los libros infantiles.

El surgimiento de la FILIJ

De aquí, de la asociación salió la idea de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, se la propusimos en aquel momento a la SEP, les pareció buena idea y nos dijeron que tenía que ser un éxito. La organizamos y fuimos quienes seleccionamos personas invitadas para las pláticas, ilustradores que vinieran a trabajar con los niños, hicimos un programa de actividades, invitamos a las editoriales extranjeras y lógicamente a las nacionales para que presentaran sus fondos un poco con la idea de que viendo lo que se hacía en otros países, se animara la gente de aquí a hacer algo más. Esa primera feria, en 1981, fue un éxito, y se ha mantenido lo cual es muy importante porque han habido cambios de sexenio, de política, de muchas cosas, y la feria sigue.

Escasez de autores

En 1979 empezamos a trabajar en diferentes campos, uno que nos preocupaba mucho es que no hay autores para niños ni personas que se dediquen a ilustrar. Por eso desde 1981 convocamos a un concurso de cuentos, el Premio Antonio Robles, que se ha venido llevando a cabo y de ahí ha salido gente que se está dedicando más tanto a la ilustración como a escribir .

En contacto con IBBY Internacional

¿Desde cuándo están afiliados a IBBY Internacional?

Desde 1980. Empezamos con la asociación y precisamente Carmen García Moreno, que tenía muchos contactos con la IFLA, que es la Asociación Internacional de Bibliotecas, se enteró de la existencia de IBBY Internacional, entonces solicitamos la entrada, que no es fácil, hacen un estudio para ver si son las personas adecuadas, si van a promover realmente la literatura, los libros y la lectura.

Nos cuesta mucho dinero ser socios, pero tenemos mucho contacto con lo que se hace en otros países y la posibilidad de establecer intercambios que nos son muy buenos. Desde 1980 estamos pagando cuotas a la asociación.

Si tienen que pagar cuotas a la asociación ¿cómo sobreviven?

¡De milagro! Hemos hablado con las editoriales para decirles : estamos trabajando para crear un suelo más fértil en el campo de la literatura infantil. A ustedes como editores les interesa que este campo sea lo mejor, lo más abonado para que salga adelante. Ayúdenos con una cuota al año.

Nos ayudan con una cuota anual que cuesta mucho trabajo que nos la den, que es mínima, porque tampoco podemos ofrecerles a cambio que van a vender muchísimo, sino que vamos a trabajar en ver un poco cómo salen las cosas.

Aparte de eso hay pocas editoriales que se dediquen a los libros infantiles.

Estoy hablando de editoriales que hacen libros en México y editoriales que distribuyen libros infantiles en español, entre todo eso habrá unas 18 más o menos. De las cuales a muchas no les interesa ayudarnos.

Hacemos proyectos, eventos que nos puedan permitir hacernos de dinero, como han sido los talleres de promoción a la lectura, ferias, concursos de cuento, talleres para personas que escriben, para decirles cuáles son los puntos importantes que deben tocar cuando se dirigen a los niños y de acuerdo con las edades a las que van dirigidos. Porque si se dirige uno a un niño de un año y medio, a uno de 10, o a un chico de 15, son diferentes acercamientos.

¿Cuántos afiliados tienen?

Fijos tenemos máximo 10 y les pedimos 500 mil pesos al año, y ahorita con eso no pagamos ni dos meses de renta. Tratamos de involucrar a más gente que se hagan socios individuales, y sí, tenemos unos cuantos pero son muy esporádicos también.

¿Cómo son sus actividades de fomento a la lectura?

Para movilizar el campo en las ferias, en los concursos, en los talleres de escritores, en talleres para ilustradores, porque este campo es nuevo en México. Hay mucha gente que ha estudiado diseño, pero nunca han recibido clases de cómo se deben dirigir a los niños también a través de la ilustración. Entonces hemos traído a gente de fuera que ha dado talleres y

se han hecho talleres también con gente de México para explicarles todos los elementos que deben cuidar cuando ilustren.

Hemos trabajado muy de cerca con las editoriales cuando nos han pedido información sobre qué cosas son buenas para las diferentes edades de los niños y dentro de todo esto sentíamos que había una cosa que estaba por ahí flotando, que es: bueno, estamos trabajando en esto, pero ¿los libros están llegando a los niños y los niños están leyendo? Vimos que realmente no, entonces fue cuando nos dedicamos a promover la lectura.

Para eso hicimos una investigación, para ver qué había en México. Buscando quién nos podría echar una mano -porque a veces creemos que inventando somos muy originales y ya hay cosas hechas que son realmente buenas- empezamos a ver; en Canadá había un sistema que nos gustaba mucho, en Estados Unidos había otro, en Francia, inclusive en Inglaterra. Y vimos en España, por aquello del idioma, que era más fácil poder establecer un contacto directo, y ahí también había varias metas, varios sistemas.

Localizamos uno que nos pareció muy bueno, porque el proceso que ellos siguen para acercar al niño a los libros, está basado en una teoría pedagógica, pero a la vez está basado en darle a las personas que toman los diferentes talleres, diferentes estrategias y juegos para involucrar al niño en la lectura, para que sienta que es un placer y disfrute de un libro.

Nos pusimos en contacto con ellos. En aquel momento tuvimos un ofrecimiento de la UNESCO: nos daban una cantidad "X" para algún taller,

algún trabajo que quisiéramos hacer específicamente en México. Entre eso y una serie de apoyos como fue el del Museo de Antropología e Historia, la Cámara de la Industria Editorial y algunas editoriales, hicimos el primer taller de animación a la lectura en 1989 con un éxito impresionante, se quedó afuera mucha gente porque no teníamos espacio, no sólo cupo, sino espacio, porque este método requiere de que las personas que participen lean una serie de libros antes de tomar el taller para que así a la hora de implementar la práctica puedan actuar como los niños actuarían ante un programa como éste. Tampoco había libros, nosotros calculamos para 230 personas y se quedaron fuera 60.

A los seis meses de esto llevamos a cabo una evaluación para ver cómo había funcionado. La mayoría de los participantes eran maestros, algunos bibliotecarios y bastantes padres de familia que estaban con la inquietud de que sus hijos no leían y querían ver qué podían hacer para promover la lectura. Los reunimos, cada quien dio su punto de vista de cómo habían funcionado y realmente nos encontramos con cosas muy bonitas: niños que jamás habían tomado un libro ahora llevaban un libro recreativo, como para disfrutarlo, en la mochila y en los ratitos que tenían libres lo sacaban.

¿Son palpables los logros?

Sí. Claro que es imposible pensar que todo el mundo va a implementar estos sistemas por muchos motivos, porque se requiere mucha organización, mucho estudio, convencer en las escuelas, en las bibliotecas de hacerlo, convencer a los padres de familia.

Pero hay gente que ha luchado mucho y además a todos los niveles, por ejemplo, esto que le platicaba de los niños, fue en una escuela de nivel medio alto, pero tenemos el caso de escuelas públicas, tenemos una maestra que ha hecho maravillas con los niños y es nada más por esa ilusión y esa emoción que ella le pone a lo que está haciendo. Depende mucho de cada uno la trasmisión de este gusto por la lectura. En grupos marginados se ha implementado, en zonas muy pobres de alrededor de Netzahualcoyotl e Iztapalapa.

Hay editoriales que hacen libros que no se encuentran al alcance de todos los presupuestos e incluso organizan ferias o llevan sus publicaciones casi exclusivamente a ferias de libros organizadas en escuelas particulares e incluso argumentan que los estudiantes de éstas tienen mayor capacidad de comprensión y mayor sensibilidad hacia actividades como la lectura ¿Hay discriminación de clases en los programas de fomento a la lectura?

Es una cosa que este método cuida mucho. El problema es seleccionar los libros para los niños de acuerdo con sus intereses. No si tiene 12 ó 10 años ya puede leer lo que se considera para la generalidad, para su edad yo creo que a lo mejor hay que bajar el nivel un poquito. Pero no por eso hay que dejarlo.

Lo que hay que hacer es recuperar al niño, no dejar que se nos vaya. Que hay que bajar el nivel a un libro mucho más sencillo, bueno pues se baja. El caso es entusiasmarlos con un texto, que con ese acercamiento inicial se pueda lograr que el niño despierte el interés por los libros y por la lectura, no importa a qué nivel tenga uno que ir.

Un niño de 10 años que no está acostumbrado a leer, que no le han leído o que nunca ha tenido un libro en sus manos, no va a ser lo mismo que un niño que sí ha tenido costumbre o que en su casa sí le han leído. Entonces a ese niño le vamos a dar un libro como si tuviera seis años; vamos a empezar un poquito más abajo y de ahí vamos subiendo.

Pero eso implica que se conozcan los libros que hay para niños ¿no?

Durante mucho tiempo en la FILLI tuvimos un local y empezaba la gente ya a conocernos, venían y decían: ustedes que saben de libros infantiles, acompañenme a dar un recorrido y díganme qué libros les compro a mis hijos. Al principio íbamos. Pero se volvió un servicio de tiempo completo. Entonces dijimos: ¿por qué no hacemos un servicio a la comunidad? ¿por qué no recomendamos los que nosotros creemos que son mejores, que se pueden conseguir en México y hacemos una pequeña publicación para repartir o vender ?

Empezamos con una publicación muy sencilla en la que se recomendaban los libros para los más pequeños, para los que comienzan a leer, para los que ya leen bien y para los grandes lectores. Dábamos una serie de títulos, una pequeña ficha y atrás los datos de las distribuidoras y librerías donde se podían encontrar esos libros.

Esto fue agarrando mucho ímpetu, nos pusimos a hacerlo en serio y ahora nos leemos todos los años prácticamente todo lo que sale al mercado editado en México o lo que traen de Colombia, España, Venezuela, Cuba; lo que sea y hacemos una selección de lo que consideramos más importante

para cada nivel. Acaba de salir el resumen de todos los títulos desde 1985 hasta 1991, esta es una labor que no hace nadie y que requiere un trabajo espantoso. Afortunadamente la Editorial Fernández nos lo edita gratuitamente.

Esto recorre toda la República, de los sitios más recónditos, de todos los estados nos han pedido información... Después de mi librería, que estaba especializada, no ha vuelto a haber otra...

Es cierto, en algunas librerías vemos libros infantiles pero son pocos, se editan pocos, creo que también hay escasez de escritores...

No ha habido tradición de escribir para niños, en otros países sí la hay, Influyen muchas cosas, el clima en México no se da como para que los niños se recluyan en casa, porque pueden estar jugando afuera todo el día. Tampoco es una población que esté totalmente alfabetizada.

Ahora el libro sigue siendo una cosa que no está dentro de la vida diaria de casi nadie en este país. Hay estudios por ahí que dicen que en México se lee medio libro cada 365 personas al año.

Mucha gente compra libros pero ¿los lee?. Esa es otra cosa que no se sabe. La industria editorial no vende libros porque la gente en general no los lee.

Y no se escribe porque no hay quien lea...

Exacto. Pasa otra cosa, como los mismos supuestos escritores no conocen el campo de la literatura infantil, no saben cómo dirigirse a los niños.

Lo que hemos hecho es, a esta gente que quiere escribir, que dice que escribe, le decimos que para que se empape más del asunto lea muchos libros para niños, para que así vea todo lo que hay y a lo mejor él puede decir : "pues de este tema me gustaría escribir algo".

A veces también son un poco "vedetes" y dicen : "bueno, yo por qué tengo que leer lo que hace la demás gente, si yo soy escritor y puedo escribir lo que me dé la gana". Hay tanto escritor para niños en el mundo, y como en todas partes hay buenos y malos. Pero uno leyendo leyendo empieza a distinguir.

¿Los escritores infantiles en México son malos?, porque algunas editoriales prefieren publicar a los grandes autores, ya conocidos, muchas veces escritores para adultos a quienes se les pide escriban algo específicamente para niños...

Y no funcionan, en general no funcionan

Porque se necesita un conocimiento de la escritura para niños ¿no?

Y se necesita estar muy en contacto con los niños, saber qué es lo que les gusta, y esa gente no está en ésas, a menos que se hubiera quedado con un alma infantil, que pudiera sacar una veta por ahí. Pero no estoy de acuerdo

con esa política porque se hacen libros muy bonitos, pero a los niños no les dicen nada.

Sabemos que los niños ven mucha televisión, en casi todos los estratos, y se dejan llevar por sus anuncios, sus modas, en fin, por todo eso que promueven los medios comerciales de difusión. ¿Es válido promover la lectura a nivel comercial?

Yo creo que es válido todo mientras lo que se promueva tenga valor literario, estético. Si lo que me van a promover son los monitos de "X" que no tienen calidad artística, que el mensaje es malo, pues ahí sí yo no le entro, pero si puedes promover comercialmente cosas buenas ¿por qué no?

En Estados Unidos hay muchas asociaciones, pero una en particular que contrata a la gente que está de moda, que el beisbolista, el jugador de basquet, que el cantante... y hacen carteles enormes y ponen a ese artista o deportista con su niño sentado leyendo. Si lo que están leyendo vale la pena ¿por qué no? Preferible eso a que esta gente anuncie otro tipo de productos que no dejen nada al niño.

¿Qué opina de las campañas de fomento a la lectura que realizan las instituciones gubernamentales?

Cuanto más campañas se hagan, mejor, los resultados efectivos sólo ellos lo pueden saber, si es que hacen una evaluación.

Yo soy una persona que no creo mucho en la publicidad... es cierto que la publicidad influye mucho en la gente...

Lo que llaman la creación de necesidades, y ¿por qué no crear la necesidad de la lectura?

Claro.

Yo no le puedo hablar mucho de lo que tengan en la Dirección General de Publicaciones porque yo no veo mucha televisión, sí leo periódicos y revistas y he visto lo de "Las Cuatro Estaciones del Libro" ... Un día vi un anuncio que me sorprendió. Estaba con mi esposo viendo la televisión, de repente veo un niño con un libro, una mamá que está con su hijo con un libro y digo a mi marido ¡oye, mira! ¡por primera vez veo los libros en la televisión! Y el final era: "En invierno los libros son tu mejor abrigo" y dije: ¡qué bueno!

Todavía nos falta algo: ver si a la gente le llega y en verdad toma un libro y se pone a leer. Pero eso... yo imagino que harán sus evaluaciones y podrán comprobar. Yo no puedo opinar aquí.

Finalmente, yo creo que promover la lectura también favorece a las editoriales privadas cuyo objetivo es vender ¿No se ha pensado en organizarse para que conjuntamente hagan anuncios que lleguen más a la gente?

El problema es que, como en todas partes, cada empresa cree que lo sabe todo, que tiene sus medios para difundir sus libros... y hacerlos que se reúnan y participen en un proyecto en común, no es fácil: "si entra fulanito yo no le entro".

La competencia mal entendida ¿no?

Así es.

3.1.2 Con los pies en tierra

En ocasiones dedicarse a la actividad de fomentar la lectura, dado el entusiasmo que es necesario imprimírle, nos hace ver las cosas de manera optimista. Lo cierto es que no es una tarea fácil ¿quién podría asegurarnos que después de haber tomado un taller de lectura la gente continuará leyendo toda su vida?, ¿Cómo hacer un seguimiento fiel de la conducta lectora de la gente sin presupuesto suficiente?

Sin embargo, esto no quiere decir que hay que claudicar en dicha tarea, por el contrario, aunque no sean cuantificables los logros, es necesario hacer un "bombardeo" constante de información y de actividades, para convencer a la población de las bondades y beneficios de la lectura.

3.2 Las instituciones gubernamentales

Con el fin de satisfacer las necesidades culturales y del disfrute de las artes surgidas del crecimiento y diversificación del país, en diciembre de 1988 se creó el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA)⁶⁶ como organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública. Dentro de las actividades del CNCA, se encuentra la de fomentar la lectura en la población, ya que se considera a aquella como un excelente medio de transmisión de la cultura. Las dependencias que se dedican a dicha tarea son la Dirección General de Publicaciones (DGP) y la Dirección General de

⁶⁶ El CNCA se creó con instituciones que ya existían y que dependían de la Subsecretaría de Cultura de la SEP: las Direcciones Generales de Bibliotecas, Publicaciones, Culturas Populares, Promoción Cultural y el Programa Cultural de las Fronteras.

Otras entidades que también dependían de dicha Subsecretaría pasaron a ser coordinados por el CNCA son el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, Radio Educación, el Fondo de Cultura Económica, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, El Festival Cervantino y el Centro Cultural de Tijuana.

Asimismo, el Instituto Mexicano de Cinematografía (con sus once empresas filiales) pasó a formar parte del Consejo, y se creó el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, que es un fondo de recursos económicos recabados entre el sector público, el privado y quienes deseen favorecer las tareas culturales en México.

Las actividades que realiza el CNCA, a través de sus diversas direcciones, son:

1. Preservación y difusión del patrimonio cultural.
2. Impulso a la Creatividad artística y a la difusión de las artes.
3. Preservación y difusión de las culturas populares.
4. Fomento del libro y la lectura.
5. Cultura a través de medios audiovisuales de comunicación.
6. Educación e Investigación en el campo de la cultura y las artes.
7. Coordinación de proyectos estratégicos y acciones de vocación nacional.

Bibliotecas (DGB), que si bien, cuando pertenecían a la SEP funcionaban como una sola dependencia (Dirección General de Bibliotecas y Publicaciones), ahora trabajan independientemente con objetivos distintos, aunque enfocados siempre en hacer llegar los libros a un mayor número de personas en el país.

3.2.1 La Dirección General de Bibliotecas

El 2 de agosto de 1983 se estableció el Programa Nacional de Bibliotecas Públicas, el cual tiene el objeto de brindar a todos los mexicanos acceso gratuito a la lectura formativa, informativa y recreativa.

A través de su Red Nacional de Bibliotecas Públicas el Programa extiende sus servicios no sólo a todos los estados de la república, sino también a los municipios y a las delegaciones políticas, como en el caso del Distrito Federal. La DGB considera las características culturales, educativas, geográficas y socioeconómicas de las diversas comunidades, tanto para determinar la dimensión y materiales adecuados de las bibliotecas, como para establecer las actividades necesarias para fomentar el hábito de la lectura en niños y adultos.

Para ello cuenta con la Subdirección de Fomento a la Lectura que se divide en dos Departamentos: Fomento a la Lectura en Adultos y Fomento a la Lectura Infantil.

La lectura es comunicación: Esther Pérez Feria ⁶⁷

Esther Pérez Feria es jefa del Departamento de Fomento a la Lectura Infantil, y para profundizar en la labor que realiza la DGB, en este sentido, le hicimos algunas preguntas:

¿Esther, para efectos de tu trabajo, qué es la lectura?

Es una posibilidad de comunicarse con otros, de recibir mensajes e, incluso, transmitirlos, en lo general es un medio de comunicación. Pero es un medio de comunicación que te permite a través de la palabra escrita hablar de pensamientos, ideas, imaginación, de un sinfín de cosas, enmarcadas en tres rubros: información, conocimiento y recreación.

La lectura es una opción para acceder a estas tres cuestiones, es una vía encaminada a mejorar la calidad de la vida. Nosotros promovemos este tipo de lectura, que permita ir hacia el terreno del desarrollo de las capacidades creativas, imaginativas, intelectuales y pragmáticas incluso.

¿Por qué es importante fomentar la lectura en los niños?

Un niño en su proceso de formación va adquiriendo ciertos elementos que lo llevan a identificarse con otras personas, a ubicar el lugar donde vive, a ubicar el espacio más grande que puede ser su ciudad, que puede ser su país, que puede ser el mundo, para conocer todo este tipo de cosas.

⁶⁷ Entrevista con Esther Pérez Feria, jefa del Departamento de Fomento a la Lectura de la Dirección General de Bibliotecas del CNCA, junio de 1992.

Hablando de los niños hay dos elementos íntimamente relacionados con ellos: el juego y la imaginación. En este sentido la lectura contribuye a enriquecer su proceso de formación, le da al niño elementos para desarrollar su creatividad, su expresión, su manifestación de necesidades emocionales, afectivas, sociales, etcétera.

¿Qué deben leer los niños?

A un niño no lo puedes poner a leer algo porque a un adulto le parece que es importante que lo lea, porque un adulto considere que es un conocimiento que todo niño debe manejar.

La lectura debe ser a partir de las demandas de un niño. Si el niño quiere saber cómo funcionan los riñones o por qué se produce un estornudo, o por qué las abejas cuando pican dejan el aguijón y después mueren... cuando un niño tiene una serie de preguntas, tiene una necesidad de información. Si un libro logra responder esas necesidades, es un libro adecuado.

Un libro para el niño no va ser el típico libro de conocimiento, el libro sabio, no. El libro va a ser un amigo que le responde dudas. Si un niño disfruta con la lectura de un cuento, o de rimas, o adivinanzas, o trabalenguas, el niño está encontrando algo que está satisfaciendo una necesidad de recrearse, de divertirse; o incluso en otros niveles, afectivos y sociales.

Si a mí me enriquece una lectura, si a mí me hace crecer en lo emocional,

en lo intelectual, en cualquier terreno, yo puedo decir que es una lectura buena, me hizo pensar, me dio elementos para conocer determinada cuestión, me permitió hacer algo práctico, si a mí me dio algo de eso yo puedo hablar de literatura de calidad.

¿Qué obstáculos encuentran ustedes para fomentar la lectura?

Básicamente el hecho de que culturalmente México no es una sociedad lectora. En lo general la lectura es vista, todavía, como algo estrictamente relacionado con lo escolar. Son muy pocos los niños que en su casa comienzan a relacionarse con los libros en un ámbito más agradable, más de convivencia con los papás.

Los padres relacionan muy poco la lectura a la posibilidad de leerles a sus hijos, o leer con sus hijos como algo que se puede hacer en lugar de ir a un día de campo los domingos. Y si llueve y no hay día de campo lo más recurrente es encender la televisión o mandarlos a la cama después de la merienda y punto.

En la escuela la regla es cumplir con el aprendizaje de lecto-escritura, es una obligación desde el punto de vista escolar.

¿Es la televisión un obstáculo para fomentar la lectura?

En exceso puede ser que sí tenga una relación directa... pero no, tampoco se trata de satanizar la televisión. En la misma televisión se anuncia que vayan a una feria del libro o a la biblioteca, en realidad son hábitos y conductas más de fondo. No somos una sociedad lectora.

¿Cómo distinguir la buena lectura de la que no lo es?

Hay mucha gente que se ha formado como lectora asidua a partir de la lectura de historietas y revistas (literatura chatarra, como le llaman), el problema no está en que se lea eso; si no en que se lea sólo eso.

Yo conocí a unos niños, dos hermanitos como de nueve y diez años que iban a una biblioteca todas las semanas. Jueves o viernes iban por sus libros prestados a la biblioteca y se llevaban tres cada niño para leerlos en la semana. Pero cuando llegaban a la biblioteca ya habían pasado por el puesto de periódicos a comprar su *Memín Pinguín*. Igual leían una cosa como leían la otra.

En la medida en que se vaya diversificando el material de lectura, también el lector puede ir aprendiendo a seleccionar los materiales que respondan más a sus necesidades... Diferenciar o hablar de calidad, de qué es peor o qué es mejor, yo creo que eso hay que ponerlo en manos del lector.

¿Qué actividades realizan en la Dirección General de Bibliotecas para fomentar la lectura en los niños?

De forma cotidiana en las bibliotecas públicas se llevan a cabo actividades básicas como Son Horas del Cuento que consiste en hacer narraciones de cuentos, o lecturas de cuentos, o dramatizaciones; esto lo hacen los bibliotecarios junto con los niños.

Otra actividad de las más frecuentes es el juego de investigación donde a partir de dudas comunes, que surjan de los niños se plantea un juego de investigación para buscar la respuesta a esas preguntas, ya sea volteando tarjetitas o a manera de tómbola donde se saca una pregunta y los niños van e investigan.

Se hacen también círculos de lectura con libros de interés común, actividad cotidiana que se puede hacer uno, dos o tres días.

Ahora, hay programas especiales que se manejan a lo largo del año, que se organizan en torno a fechas importantes para el barrio, para la ciudad, para el país, que puede ser una fiesta tradicional, que pueden ser las vacaciones, el día de muertos, la navidad, etcétera. De las más importantes que se realizan "Mis vacaciones en la biblioteca" que dura dos meses, julio y agosto, que se hace con una propuesta de trabajo a nivel nacional con la realización de varios talleres para niños, jóvenes y adultos. El sector fuerte son los niños, los temas que se manejan varían año con año. Se intenta que los temas puedan ser suficientemente atractivos y enriquecedores. Por ejemplo, el año pasado hubo un acontecimiento importantísimo en medio del verano, que fue el eclipse solar.

En 1992, que es el año del Quinto Centenario del Encuentro de dos Mundos, se eligió la misma temática para "Mis vacaciones en la biblioteca". Un tema que nos remite a hablar de historia, de cultura, de economía y muchas otras cosas. ¿A los niños a qué los remite? A los españoles, a los aztecas, los viajes de Colón, el mar, los barcos, los códices, en fin.

Los otros programas importantes son el día de muertos, que es un taller tradicional donde los niños ponen una ofrenda en la biblioteca pública, conocen qué es esta tradición, de dónde vino, etcétera. Cómo celebran la muerte en otros países o qué se ha escrito alrededor del tema, o cómo se juega con la muerte, con el término. Los niños leen desde cuentos de terror hasta mitos y leyendas de "por doquier".

El taller de navidad se llama "Diciembre en la tradición popular" , que busca rescatar el origen de la celebración, qué es el nacimiento, de dónde vino, cuál es el origen de las pastorelas, los niños hacen pastorelas, montan su nacimiento, hacen piñatas, con el conocimiento de lo que todo ello significa.

Para que estos programas puedan desarrollarse en las bibliotecas, es necesario instruir a la gente que los va a llevar a cabo. Nosotros para eso elaboramos propuestas y capacitamos al personal de las bibliotecas en todo el país, o realizamos asesorías de dos o tres días en cada lugar.

3.2.2 La Dirección General de Publicaciones ⁶⁸

La Dirección General de Publicaciones busca fomentar el hábito de la lectura entre la población mexicana por medio de la elaboración y

⁶⁸ Información proporcionada por la Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

distribución de libros, la Red Nacional de Librerías, y de actividades tales como ferias; talleres infantiles; teatro; presentaciones de libros; jornadas literarias; seminarios; conferencias; anuncios, publicaciones periódicas, cápsulas de radio *Los libros tienen la palabra* y el programa radiofónico *Circo, maroma y libros*; concursos de cartel y ensayo sobre fomento a la lectura, cuento, novela e ilustración; tareas enmarcadas en el Programa de Fomento a la Lectura *Las Cuatro Estaciones del Libro* .

La campaña *Las Cuatro Estaciones del Libro* enfatiza la promoción de la lectura en cuatro fechas que corresponden al primer domingo de la entrada de cada estación climática: "Recibe la primavera con un libro", "En verano vacaciona con un libro", "En otoño los libros no se deshojan" y "En invierno los libros son tu mejor abrigo".

Además de contar con las publicaciones periódicas para difundir sus actividades, la DGP procura mantener una presencia constante en los medios masivos (aunque no tan abundante como se quisiera).

Parte importante de la difusión de los libros corresponde a la distribución. Educal, S.A. de C.V. , que forma parte también del CNCA, se encarga de distribuir las publicaciones de la DGP. Ya que el país no cuenta con una industria librera adecuada a su población (500 librerías para más de 80 millones de habitantes, de las cuales el 75% se encuentran en la capital), se encomendó a Educal la realización del programa de la Red Nacional de Librerías. Este programa consiste en apoyar a la sociedad civil con publicaciones, información, asesoría y capacitación para que la gente pueda establecer librerías en diversos puntos de la República.

En cuanto a los medios de comunicación el programa *Circo, maroma y libros*, realizado en coproducción con Radio Educación, se transmite semanalmente, los viernes a las 16:30 en vivo. También se elaboran las cápsulas radiofónicas *Los libros tienen la palabra*, coproducidas con Radio Altiplano de Tlaxcala, con el fin de insertarlas en la programación regular de esta radioemisora y en la de algunas otras en el interior de la República.

Dentro del programa de fomento a la lectura de la DGP destaca la realización anual de la Feria Internacional del libro Infantil y Juvenil (FILIJ).

La FILIJ se realizó por primera vez en 1981, auspiciada por la Dirección General de Publicaciones y Medios de la SEP (ahora Dirección General de Publicaciones del CNCA), y ha seguido realizándose a lo largo de 13 años.

El objetivo principal de la feria es despertar en los niños y jóvenes el gusto por la lectura, no sólo por medio de la exhibición y venta de libros, sino también con actividades culturales, espectáculos y talleres creativos.

Con el fin de seguir un método de fomento a la lectura la DGP editó la colección *Leer es crecer* compuesta por un manual teórico-práctico, seis módulos conductores, con sus respectivos cuadernos de trabajo, y un fichero con una serie de breves actividades para fomentar creativa e imaginativamente el gusto por los libros.

Los módulos contienen entre sus temas: cómo hacer una minieniclopedia; cómo compartir investigaciones; la manera en que se hace un libro; el

acercamiento a los libros; la casa de los libros, y tradiciones y costumbres mexicanas⁶⁹

El juego es el elemento sustancial en la realización de cada actividad encaminada a fomentar la lectura, por ello el método se sirve de un fichero de actividades coordinadas con los módulos, en ellas se pueden encontrar actividades para niños y jóvenes desde 4 hasta 14 años de edad.⁷⁰

⁶⁹ Silvia Dubovoy, *El niño y los libros*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México 1989, pp. 13 y 14.

⁷⁰ Los objetivos generales del proyecto son:

1. Fomentar en los niños el hábito y el gusto de la lectura
2. Interesar a los niños en el conocimiento de nuevas ideas y realidades.
3. Propiciar la socialización de los niños mediante su participación activa en dinámicas y trabajos colectivos.
4. Familiarizar a los niños con diversas fuentes de información bibliográfica.
5. Estimular, a través de la lectura, las características cognoscitivas, afectivas y productivas de cada niño.
6. Orientar a los niños para que relacionen las lecturas con su entorno social.
7. Inducir a los niños a que se conviertan en lectores activos, capaces de ejercitar su espíritu analítico y su juicio crítico.
8. Promover gradualmente en los niños la capacidad de informarse e investigar por sí mismos.
9. Incrementar en los niños las habilidades de lectoescritura como uno de los medios más eficientes de autoeducación permanente.
10. Ayudar a los niños para que las lecturas estimulen sus propias capacidades creativas.

Gerardo Jaramillo: los libros, para que puedan ser consumidos por los niños, deberán atraparlos.

La DGP cuenta con un departamento dedicado exclusivamente al fomento de la lectura. Gerardo Jaramillo, quien hasta octubre de 1992 era el jefe del mismo, nos explica cuál es el concepto que maneja de la lectura y qué actividades realizan para promoverla.

¿Qué es la lectura?

El concepto de la lectura es muy distinto en este momento que hace 50 años o 100, creo que es un concepto dinámico y que por ese dinamismo va cambiando su definición.

Hace 25, 50 años no se hablaba de una lectura de imágenes, los estudios semiológicos o los estudios en comunicación, literarios, lingüísticos, nos han dado una serie de datos para hablar de lectura de imágenes, lectura de artes plásticas, no solamente lectura de textos escritos.

En cuanto a la literatura, la lectura es el acto de reflexión por medio del cual el individuo trata de interpretar un sistema de signos para saber lo que está diciendo. Estos signos pueden ser visuales o gráficos. En esa medida el cine se permite una lectura, los videos, las imágenes en general permiten una lectura, al igual que los sistemas como la literatura, el periódico, los textos políticos.

En la Dirección General de Publicaciones (DGP) entendemos lectura como

la interpretación de textos, no literarios, sino textos en general. Lo mismo periódicos, revistas, libros principalmente, que ayuden o estimulen la imaginación, el entendimiento de las personas que participan en ese acto de leer.

Pensamos que la lectura formativa, la lectura de instrucción se da en las escuelas desde la primaria hasta la universidad. La lectura informativa se puede tomar a través de los periódicos, los medios de comunicación y la única vía para desarrollar un hábito por la lectura, es con una lectura placentera y a ésta nos hemos avocado, es decir a aquella que el individuo escoja de acuerdo a sus intereses personales. No nos interesa qué es lo que lo motive a leer sino que lo incite a seguir cultivando el acto de lectura .

Sabemos que muchas veces donde se pierde el gusto de leer es en las escuelas. Por la carga excesiva de textos para leer y por la mala selección de los mismos. Una de las posibilidades para recapturar a ese lector en potencia es ofreciéndole algo que sea de su interés, es impensable en estos momentos contarle a los niños o a los adolescentes historias tan tiernas como la Caperucita Roja si no van precedidas o antecedidas de una serie de lecturas que lo puedan llevar a ejercitar su inteligencia.

Los niños ya piensan en imágenes y tienen contacto muy fuerte con el cine, la televisión, con el radio, son tiempos en los cuales la imagen priva. Los libros, para que puedan ser consumidos por los niños, deberán tener estas características: atraparlos, ser verdaderamente interesantes, contarles cosas que, si no tienen que ver con su realidad, los hagan pensar en ella.

Tratamos de atrapar a los lectores a través de una lectura placentera, porque consideramos que la lectura formativa no puede ser nuestro punto de partida porque ya se está dando en las escuelas. La lectura placentera es aquella que se elige al azar, como se elige la práctica de un deporte.

Es un error en el que se incurre frecuentemente pensar en que al decir lectura hablamos necesariamente de literatura. Nosotros hemos estado diseñando programas por medio de los cuales la lectura de textos científicos pueda ser un taller de fomento a la lectura porque hemos descubierto que hay mucho interés por autores o temas científicos y que no se han dado de manera frecuente a través de talleres de lectura.

Cuando se habla de un taller de lectura se cae en el taller literario, en el taller de creación literaria y lo que nosotros queremos es romper con esa idea y tratar de organizar lectura de periódicos, o de textos científicos, o de biografías, tratando de llegar a los niños y jóvenes a través de sus inquietudes. Existe un libro para cada niño o para cada joven, lo importante es que él lo descubra. Un libro siempre lo va a llevar a otro, de ahí que consideremos que los talleres de lectura o que el fomento de la lectura recreativa sea el primer peldaño para una serie de escaleras. Uno no puede decir que una persona por estar inscrita en un taller tres meses, ya tiene el hábito de la lectura, es algo más lento, más difícil de evaluar.

¿Qué actividades realiza la DGP para fomentar la lectura?

Hacemos talleres de lectura, espectáculos en lugares públicos, con

títeres o teatro, que siempre son adaptaciones de obras literarias o hacemos concursos, seminarios, en fin.

Pensamos que habría que atacar a tres estructuras básicas: por un lado la población en general, ese ser desconocido, masivo, perdido en el anonimato de la mayoría, que es la gente que frecuenta los lugares públicos como parques o como plazas y ahí montamos un espectáculo, tratamos de que la gente se acerque, vea, escuche el cuento y se quede con el interés para ir a comprarlo o conseguirlo.

Luego trabajamos en escuelas a través de conferencias sobre la importancia de la lectura, para maestros, para padres de familia y para los propios alumnos. Pero no la importancia de la lectura por saber sino por disfrutarla, por encontrar ahí una satisfacción más, una actividad totalmente lúdica, reconfortante y placentera, y que a la vez nos puede dar muchas posibilidades de desarrollo personal y profesional.

Nos dirigimos al otro gran sector que son los investigadores o los estudiosos en las áreas de lingüística, literatura, filosofía, sociología, medios de comunicación, para que nos digan qué es lo que está pasando con los bajos índices de lectura en el mundo (porque los bajos índices no sólo se dan en México, sino en Europa y Estados Unidos), y a ese sector que se dedica a analizar, a investigar de una forma profesional los invitamos a participar con la idea de que nos ayuden a ver qué está pasando.

Y por otro lado existen actividades de promoción como podrían ser el

concurso de diseño de cartel "Con nuestro ingenio invitemos a leer", en donde invitamos a los diseñadores gráficos a que participen para que convoquen a la población a leer, hacemos concursos en las escuelas de ensayo sobre el tema de la lectura, en delegaciones o en casas de cultura, en fin, tratamos de buscar por varios medios el fomento a la lectura.

Además se edita una publicación de carácter gratuito que se llama *Los libros tienen la palabra*, cuyo propósito fundamental es el de fomentar la lectura. También se imprime un periódico mural llamado *El Letragrande*.

¿Son palpables los logros?

Yo creo que en el terreno de la lectura no se puede hablar en términos de porcentaje, porque no tenemos la infraestructura como para rastrear a todas las personas que han estado inscritas en los talleres, por qué la abandonaron o por qué siguen.

Pueden ser varias circunstancias: tiempo, puede ser que no les gustó el tema, puede ser que no les gustó el maestro, en fin. O pueden ser otros factores externos a nosotros, como que no había las condiciones necesarias como sillas y un lugar para que se juntara la gente.

Y los demás programas de promoción son solamente de impacto, de sensibilización. Tenemos la campaña de "Las Cuatro Estaciones del Libro" en televisión, radio, a través de carteles, hemos hecho actividades de evaluación en distintos lugares de la República y ahí se nos han reportado

actividades, pero no podemos creer tan fácilmente este número impresionante de actividades porque es difícil.

No es como la construcción de un edificio, no es como si fuéramos a construir un edificio y de repente ya ves el primer piso y el segundo... éste es un proceso más lento, más tardado, tal vez va a terminar este sexenio y no tengamos una evaluación pertinente, porque la referencia directa se va dando en otros lados, el aumento en la venta de libros, el aumento en gente que se titula en las universidades... se da por otros lados.

¿Y en estas campañas de evaluación se han detectado fallas?

Sí, tiene varias fallas. Es un proyecto que está pensado con el supuesto de que todo el mundo va a participar, es decir, que con base en organizaciones culturales, federales y estatales, medios de comunicación, sociedad civil, en fin, en la medida en que una de estas partes falle va perdiendo fuerza el proyecto.

Hay algunos estados en los que se ha trabajado muy bien y otros en los que no. Obviamente es también un problema de recursos, un problema de otorgación presupuestal, es un problema de prioridades a nivel estatal. Es un problema de confrontación a otras actividades culturales como pudiera ser el desarrollo de danza, teatro o de pintura, de construcción de bibliotecas o de escuelas, en contra de una sistematización y permanencia de campañas de fomento a la lectura a nivel estatal.

Puede ser que el problema en el estado sea de alfabetización, más que de

lectura, puede que sea de consolidar escuelas técnicas. Cada estado tiene distintas formas de afrontar el problema y de entrarle al proyecto.

México es un país muy heterogéneo, no es lo mismo Mérida que Tijuana, se planea un proyecto que tenga como objetivo lo nacional y no se particularice en regiones o en problemáticas muy específicas. De hacerlo así los costos serían muy elevados y difícilmente podríamos obtener el otorgamiento presupuestal para su desarrollo.

El proyecto es muy bueno, nos ha funcionado, hay que mejorar muchísimo las cosas, también estamos concientes de las limitaciones que el proyecto tiene. Pero eso es normal en todos los proyectos de cobertura nacional en el ámbito cultural.

¿Qué obstáculos se encuentran para fomentar la lectura en los niños?

Existe la limitante de no poder atender a toda la población infantil que quisieras y a lo mejor no tienes la capacidad de infraestructura humana como serían los instructores para poder atacar todos los problemas y por otro lado en lugares como -pongo por ejemplo el DF- Milpa Alta, la preocupación no va a ser el problema de la lectura sino de la alimentación o en Cuajimalpa o en Santa Fe de drogadicción. En este sentido las limitantes las va dando no alguna institución sino la realidad.

La realidad misma va indicando que cada vez desertan más niños entre 1º y 2º año, que es donde se enseña la lecto-escritura; la realidad va diciendo que

hay muchos niños que no tienen hogar, la realidad va diciendo que tal vez no sean tan eficaces los programas de estudios a nivel primaria, que no hay una continuidad de primaria y secundaria, la realidad está diciendo que el consumo de imágenes es cada día más desproporcionado y que frente a eso el libro ha perdido cierto atractivo.

¿La televisión, el video o las historietas son un obstáculo?

No, el problema es que en la medida que se es un lector de la letra impresa, sea ésta cual fuere, se tiene una capacidad mayor que el lector de imágenes para interpretar lo que están dando las mismas imágenes.

El problema es que el consumo de imágenes es tan impresionante que se ha ido dejando de lado este consumo de la letra impresa. Considero que un lector en este momento va a tener la suficiente capacidad como para ver la televisión y leer un buen libro, pero la gente que ve solamente la televisión no va a poder leer un buen libro, porque además de que no tiene el hábito o la actitud no va a poder desarrollar una lectura ágil, porque se va a tropezar con una serie de palabras que a lo mejor le son desconocidas.

Esto lleva a varias cosas, es un círculo vicioso. No se puede leer un libro porque no se entiende y no se entiende porque no se va a otro libro, que es un diccionario, para saber qué es lo que quieren decir y por tal motivo mejor se deja de leer y se ve la televisión o cine o videos, o se leen historietas.

Yo no creo que la televisión en estos momentos de casi finales del siglo XX

sea un obstáculo, más bien es un apoyo, el problema no es el aparato en sí, sino los contenidos de la misma.

Hay gente en el Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA) que afirma que es mejor que la gente lea historietas a que no lea, porque órgano que no se ejercita se atrofia y la lectura requiere de ser ejercitada para no caer en el analfabetismo funcional.

3.2.3 El gusto por la lectura como parte del fomento cultural y educativo

Sin ser su labor fundamental o principal, distintas organizaciones gubernamentales preocupadas por la difusión cultural y la educación han instituido programas y actividades de acercamiento a la lectura.

La Dirección General de Promoción Cultural del CNCA (ahora fusionada con la Dirección General de Culturas Populares) cuenta con dos programas de acercamiento de los niños a la cultura en los cuales la lectura tiene un papel importante: El Plan de Actividades Culturales de Apoyo a la Educación Primaria (PACAEP) y Tiempo de Niños.

El PACAEP, en su módulo de literatura, establece una serie de estrategias para iniciar a los niños en el gusto por la lectura. El plan está diseñado para proporcionar a los profesores elementos conceptuales y metodológicos para introducir a los alumnos en el ámbito cultural, incluye literatura escrita para ellos y por ellos.

El juego, actividad cotidiana de los pequeños, es la herramienta primordial para entender el sentido de la literatura, para ello el programa cuenta con tres unidades: El juego como medio de producción cultural y artística; Las dos literaturas, y Poesía narrativa... y más. En ellas se proponen las actividades a realizar en el salón de clases y se señalan los recursos que se necesitan⁷¹.

Tiempo de Niños organiza una serie de actividades de acercamiento a la cultura entre las que destaca la publicación de literatura para niños y la que ha sido resultado de la creatividad infantil.⁷²

Por su parte, en 1986, la Secretaría de Educación Pública inició el proyecto Rincones de Lectura (suspendido desde 1989 y reiniciado, con nuevos matices dentro del Programa de Modernización Educativa, a fines de 1993) con la realización de un programa de actividades de acercamiento a la literatura y la edición de una colección de libros diseñados y escritos para niños.

Se trata de una estrategia de varias dimensiones: la edición de libros para niños y jóvenes y su distribución entre las diversas escuelas del sistema

⁷¹ "Carta programática 1989-1990 de PACAEP", p. IV, citado en, Martha Sastrías (compiladora) *Guía para promotores de lectura*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Prolectura del Instituto Nacional de Bellas Artes, 1990, pp. 49 y 50.

⁷² Martha Sastrías (compiladora), *op. cit.*, p. 59
Hasta 1992 se contaba también con la publicación del periódico *Tiempo de niños*.

educativo. Este repertorio contempla los niveles propios de cada grado. Un segundo paso consiste en "capacitar" a los maestros y en investigar los resultados del proceso de circulación de textos y el interés que este proyecto despierta en los niños.

El proyecto sugiere a los profesores las siguientes estrategias de acercamiento de los niños a la lectura:

1. Presentar los Libros del Rincón a los alumnos de las escuelas mediante una pequeña fiesta.

La finalidad es dar importancia a la llegada de los libros a las escuelas y propiciar el primer contacto físico entre los libros y los niños.

2. Emplear en los Rincones por lo menos 40 minutos semanales dando a los niños la libertad de elegir el libro de su agrado.

3. Apoyar las actividades espontáneas que surjan en torno a los libros y valorar -no evaluar- los resultados de éstas.

4. Tener permanentemente los libros del Rincón al alcance de los niños, así como permitirles utilizar y manipular los libros sin temor al maltrato por el uso.

5. Dar a los niños la libertad de elegir el lugar donde deseen leer. Una lectura placentera debe estar ambientada con elementos y condiciones físicas que proporcionen placer. Hemos observado que los niños se sienten más

motivados a leer cuando dejan sus lugares habituales de trabajo.

6. Promover y facilitar el préstamo domiciliario para garantizar un contacto más íntimo y permanente con los libros.

7. Ayudar a la socialización de los mismos entre los familiares.

8. Favorecer la libre expresión entre los alumnos y evitar el interrogatorio⁷³.

El proyecto contempla dos espacios para la realización de actividades: en la escuela sugiere 40 minutos semanales dentro del horario de clase y extraescolarmente, en el hogar del estudiante, a través del préstamo a domicilio, donde puede crear una relación especial de afecto e intimidad con el libro.

Rincones de Lectura es un proyecto que intenta promover los libros "como espacio de juego y de autorreconocimiento fuera de las disciplinas del rendimiento y del deber ser de la escuela. La sugerencia era instaurar *un nuevo espacio desde donde leer*".⁷⁴

Sin embargo, dice Mabel Piccini en su investigación *Lectura y escuela*:

⁷³ Martha Sastrías, *op. cit.*, pp. 57 y 58.

⁷⁴ Mabel Piccini, "Lectura y escuela: entre las memorias tradicionales y las memorias electrónicas", en Néstor García Canclini (coordinador), *El consumo cultural en México*, México, Dirección General de Publicaciones y Dirección General de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, (Col. Pensar la Cultura.), p. 237.

*entre las memorias tradicionales y las memorias electrónicas*⁷⁵, nadie desconoce en la actualidad el fracaso de la escuela tradicional no sólo en lo que concierne al proceso de integrar los sectores marginales a los valores de la cultura superior, sino también a un proceso más elemental: la transmisión de los mínimos elementos de la cultura escrita. Tampoco podríamos ignorar, para el diseño de la investigación, el carácter equívoco de la inserción del proyecto en las escuelas públicas del país: ¿Puede la escuela tradicional incorporar un proyecto de esta naturaleza sin anexarlo a sus principios y modalidades de funcionamiento? ¿Cómo desplazar la idea de la lectura como deber, hacia la lectura como placer?

Prolectura: un sueño inconcluso

El proyecto Prolectura, cuyo objetivo primordial era la promoción de la lectura entre la niñez y la juventud mexicanas, surgió a partir de las experiencias y propuestas vertidas en el I Seminario

Internacional en Torno al Fomento de la Lectura, celebrado en dos etapas (la primera en Guadalajara en noviembre de 1989 y la segunda en la ciudad de México en febrero de 1990).

Prolectura se constituyó en un organismo de la Dirección de Literatura del INBA y tenía la finalidad de aglutinar diferentes enfoques teóricos y experiencias de los promotores de lectura en diversos espacios. Así, este proyecto fue producto de la concertación de estudiosos interesados en la formación de lectores, bajo los lineamientos del Programa Nacional de

⁷⁵ *Ibidem*, p. 238.

Fomento del Libro y la Lectura, establecido por el CNCA.

El proyecto proponía:

1. Fomentar el placer de leer entre los niños y los jóvenes
2. Acercar a la población a los espacios de lectura
3. Contribuir al combate del analfabetismo funcional
4. Propiciar la lectura de calidad: partir del gusto por la lectura para llegar a la lectura crítica y analítica
5. Auspiciar la reflexión de experiencias para su vinculación en una perspectiva global, de largo alcance

Prolectura realizaba investigación permanente en busca de estrategias, adecuadas a la realidad, que estimularan el gusto por la lectura, preparaba material didáctico de apoyo a la capacitación de promotores a través de un programa editorial y tenía la tarea de sensibilizar a las diferentes instancias que intervienen en la educación del niño (padres, maestros y comunidad) sobre la importancia de que los pequeños descubran el aspecto lúdico de la lectura.

Establecía contactos con diversas instituciones para enriquecer la calidad de sus servicios: cursos para capacitadores, cursos para promotores de lectura,

talleres de lectura para niños y jóvenes, y la conformación de un centro de documentación especializado en literatura infantil y juvenil y en los temas relacionados con el fomento a la lectura y los servicios de asesoría y orientación sobre promoción de la lectura.

Sin embargo, el 17 de febrero de 1992 la Dirección de Literatura del Instituto Nacional de Bellas Artes desapareció para dar lugar al Centro de Información y Promoción de la Literatura y, tal vez por falta de presupuesto, de visión o de interés, con ello se dio fin al proyecto Prolectura⁷⁶.

⁷⁶ Martha Sastrías, *op. cit.*, p p. 11-19.

3.3 Las instituciones privadas

3.3.1 Te regalo un sueño: CUICA □

A y Z

A y Z vivían en el abecedario; sin embargo, una vivía al principio y otra al final. Cuando el escritor venía a escribir, se enloquecía porque cuando él decía abeja, Z decía zabeja y cuando el escritor decía zapote, A decía azapote. Además a Z le gustan los chocolates. Pero a A no. Cuando A quiere salir a pasear, Z quiere trabajar... Nunca se han puesto de acuerdo, por eso viven tan alejadas.

Federico Nieto (10 años, de Colombia) ⁷⁷

Cultura Infantil como Alternativa (CUICA)⁷⁸, surgió en la primera FILIJ en la cual había un local de escritores inéditos entre los que se hizo un concurso. Decidieron unirse, dado que tenían el objetivo común de trabajar para los niños de México, enseñarles a disfrutar del idioma y aprender a utilizarlo, promover la lectura y la creación literaria. También querían contrarrestar la propaganda bélica, descarada o disfrazada, que nos llega por los medios masivos de difusión, y lanzar alternativas frente a la invasión de personajes extraños a nuestro pueblo.

⁷⁷ Martha Sastrías (compiladora), *Cuentos de fuego. Antología de cuentos escritos por niños de América Latina y España*, Amecameca, Estado de México, Amaquemecan, 1992, (Col. Te Regalo un Sueño.), p. 12.

⁷⁸ Entrevista con Isabel Suárez de la Prida, diciembre de 1992.

Comenzaron a reunirse para leer sus escritos y, con la crítica que se hacían entre ellos, mejorar la calidad de los trabajos.

Entre los que conforman este organismo están: Isabel Suárez de la Prida, Antonio Granados, Tere Remolina, Ema Rueda, Margarita, Gilda y Valentín Rincón, Suzana Mendoza, Liliana Santirso, Mireya Cueto, Gilberto Rendón, Margarita Pierrini, Becky Rubinstein, Perla Shwartz, María del Pilar, Mari Zacarías, Martha Sastrías, Eliana Albalá, Elena Dreser y Margarita Robleda.

CUICA hace su propio material con calidad y economía. Crean obras para niños, también preparan conferencias y estudios sobre la literatura infantil que puedan conducir a un mejor contenido en las obras para niños y a promover el gusto por la lectura.

Isabel Suárez nos comenta: "la primera necesidad intelectual del niño es divertirse. Para acercarlo a la lectura es necesario hacerlo con adivinanzas, representaciones, rimas e invitarlos a escribir".

Hace 6 u 8 años en la FILIJ, surgió la idea de crear un concurso de creación literaria infantil: la "alcancía de cuentos", una caja con una ranura, en donde los niños depositaban los cuentos escritos por ellos. El premio a los mejores era su publicación. El concurso luego se hizo en las escuelas primarias. Posteriormente este proyecto se hizo a nivel internacional buscando, a veces, los contactos en el extranjero y, en ocasiones, conociendo gente interesada en ferias internacionales de libros. Los cuentos ganadores se publican en tres categorías: de 6 a 8 años, de 9 a 10 y de 11 a 12.

Entre los proyectos de CUICA está el de acercar a los niños a la lectura a través de los medios masivos de difusión. Han elaborado ya un video en que los personajes son dos ratones en una librería. La idea -explica Isabel Suárez- es utilizar los métodos comerciales para lograr el patrocinio del programa y que los niños pudieran obtener libros juntando una cantidad de corcholatas, envolturas de dulces o con llamadas telefónicas. Sin embargo el proyecto ha quedado en el aire por falta de promotores, distribución, dinero y contactos. "Hay que valerse de la competencia porque la televisión es muy cómoda".

3.3.2 Un universo llamado Imaginación

Mario Alfredo⁷⁹ decide preparar una "sopa de la imaginación", el público aporta los ingredientes: polvo de sol, de luna y estrellas, patas de araña, tierra del camino (extraída de los zapatos de los niños), sazónador, sal, serpientes, piojos, seriedad, panza y belleza. Con tela amarilla simula el fuego y pone el recipiente, busca su escoba mágica y dice las palabras propias del hechizo. Una vez listo el guiso espolvorea a los asistentes y ellos se lo comen de 25 lengüetadas.

El Taller de la Imaginación es un grupo independiente que se formó en 1985 y que es coordinado por Jorge Mo. En él también participan Giovana Cavasola, Citlalli Garduño, Katy Aguilar, Mario Alfredo Mejía e Hilda

⁷⁹ Integrante del Taller de la Imaginación

Contreras, un grupo de jóvenes unidos por el interés de trabajar con y para niños.

Este grupo realiza talleres para niños de sensibilización en la expresión verbal y mímica, edita libros como *El antisope* de Jorge Mo (Nuevo libro conceptual minimalista para niños medio grandes y grandes medio niños ¡excelente laxante para la creatividad!); *Los derechos y los chuecos*, 25 historias creadas por niños en relación a sus derechos, sus problemas y sus sueños; *Un camino por el mundo de las emociones* de Salvador Millán y *Cuentos de colores y sabores variados* de Mario Alfredo Mejía. También idea y fabrica juegos didácticos para los pequeños.

Mario Alfredo Mejía⁸⁰ explica que para promover el gusto por los libros "hay que escribir para niños con palabras para niños. Necesitamos aprender qué es un niño, tenemos que convivir y jugar con ellos para saber cómo son". Para acercarlos a la lectura "la mejor forma es leyendo y permitiéndoles que se acerquen a los libros aunque los rompan, cuando son pequeños".

Finalmente indicó que "en la escuela nunca hay un contacto real, ahí les enseñan palabras pero no a que se acerquen a la lectura".

⁸⁰ Entrevista con Mario Alfredo Mejía, 17 de diciembre de 1992.

3.3.3 *Acercándonos a la lectura: Editorial Espasa-Calpe*⁸¹

Espasa-Calpe es una editorial de origen español con una sucursal en México desde 1948. Ahora dicha editora pertenece al Grupo Editorial Planeta y publica en promedio 20 novedades para distintos públicos.

La editorial ha intentado publicitar, con escaso resultado, sus libros : en agosto de 1993 se hizo una campaña para promover su gama de diccionarios, se transmitió en tres radiodifusoras, en dos de ellas tres veces al día, en una seis veces durante tres semanas, con un costo de 80 mil nuevos pesos. Dicha campaña pasó prácticamente inadvertida ante la gran cantidad de productos que gozan de extensas y costosas campañas.

Es por esto que se optó por las campañas directas, como la llamada *Acercándonos* en la cual un equipo de ocho promotoras visitan, como puntos principales, escuelas primarias en el área metropolitana, se entrevistan con maestros y directivos con los cuales hacen una presentación del material y les ofrecen visitar una imprenta para que el niño comprenda el proceso de fabricación del libro.

Se organizan también charlas con los padres o maestros en donde una pedagoga explica y argumenta la necesidad de leer y da consejos prácticos para hacer que los chicos lean en el salón de clases y en su casa. Entre sus

⁸¹ María Eugenia García Lizama, "Una campaña por las campañas. Análisis de promoción en literatura", ponencia presentada dentro del III Seminario de Fomento a la Lectura. Medios de Comunicación Masiva realizado del 6 al 10 de diciembre de 1993 en el marco de la XIII FILIJ.

actividades también tienen ferias de libros (en las escuelas), talleres de lectura y narración de cuentos tanto en escuelas como en cadenas comerciales, tiendas departamentales y librerías.

María Eugenia García Lizama, quien desde hace un año se encarga de la literatura infantil y juvenil en la empresa, nos responde algunas preguntas⁸²:

María Eugenia si eres socióloga, ¿cómo fue que te involucraste con el fomento de la lectura infantil?

Fue casual. No sé si yo escogí a los libros o si ellos me escogieron a mí...

Conocí a una amiga, Adriana Escobar, en la escuela de mis hijos y ella me propuso trabajar para Seduca, una empresa pequeña dedicada a la distribución de material infantil didáctico en las escuelas y de la cual ella era dueña. En ese momento éramos pioneros en hacer ferias de libros en escuelas y enseñarle a los maestros qué material había en el mercado, porque los maestros no estaban enterados y las editoriales no tenían ese servicio.

En un principio entré de manera esporádica (por la crianza de mis hijos), pero yo creo en la lectura porque yo viví muy cercana a la lectura (fui hija única), y gocé muchísimo con los libros; por eso poco poco me fui metiendo en el fomento de la lectura.

⁸² Entrevista con María Eugenia García Lizama, realizada el 7 de diciembre de 1993

¿Qué hacían en Seduca?

De todo, como era una empresa muy pequeña éramos las "mil usos", nos tocaba desde ir a visitar directores, escuelas y maestros hasta enseñarles y proponerles material para su biblioteca o talleres de lectura.

¿Eran libros relacionados con la enseñanza escolar?

No, eran libros de literatura. Nosotros nos enfocábamos a que los niños leyeran por gusto y hacíamos también talleres en las escuelas, complementábamos una cosa con otra, les vendíamos libros para todo el salón y nosotros íbamos a hacer trabajo con los niños.

Realmente, en la vida cotidiana, quien tenía que hacer esto era el maestro. Pero nosotros íbamos para romper el esquema y darles un momento divertido, donde pudieran expresar lo que sentían en relación con el libro, si les gustó o no, sin que fuera para obtener una calificación, sino que fuera algo gozoso.

El trabajo suena muy loable; pero, para ustedes finalmente era un negocio...

Para nosotros era un negocio... Bueno es un poco relativo, era un negocio pero no para enriquecerte. Era un negocio que nos gustaba y del que teníamos ingresos.

Esto debe ser un negocio. Yo cometí muchos errores. Cuando mi amiga se

cansó del negocio yo le compré Seduca. Estuve dos años y cometí el error, sobre todo, de querer ser "apóstol" de la lectura, acabas agotada y sin dinero. Debes tener para el sueldo de la secretaria, del chofer, las comisiones de las promotoras y, por supuesto, la última que cobra es una, y eso si cobra. Por eso éste debe ser tan negocio como cualquiera

¿Cómo ves la idea de enfocar comercialmente el fomento del placer por la lectura, para que el público se acerque a ella?

Yo siento que uno de los errores que tenemos en México es no darle al libro el papel que tiene, que te cueste trabajo tener el libro.

Por decirte, en Cuba los libros son muy baratos y se hacen tirajes de 100 mil ejemplares; pero, la gente tiene que ir a buscarlos y tiene que hacer colas grandísimas para tenerlos, cuesta trabajo tener un libro allá.

Creo que si se le diera importancia al libro lo valoraríamos, el público pagaría por entrar a la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil. En la Feria Internacional del Libro en Guadalajara se cobró N\$10.00 la entrada y la gente los pagó.

Cuando tú le das importancia al libro, la gente también se la da.

¿Podría ser cuestión de educación?

Es educación totalmente. La gente gasta en otras cosas que no son libros.

Yo me indigno cuando vienen los papás y me dicen que \$N20.00 es costoso y salen y le compran a los niños unas pistolitas o bombas de jabón por el mismo precio. No le hemos dado al libro el valor que debe tener.

Además en México asociamos la cultura con lo gratis; la cultura cuesta y nos debe costar adquirirla. De lo contrario el mensaje que se está mandando es que eso no es tan importante, entonces te lo doy gratis o así es como la gente lo recibe. Yo entiendo que lo que se pretende (con los bajos o nulos costos) es que los libros lleguen a más gente, pero eso tiene otro fondo, porque entonces la gente no los valora.

¿Espasa-Calpe promueve sus libros sólo en escuelas particulares?

Hemos ido a escuelas particulares y oficiales. Honestamente la mayor parte de las escuelas son particulares, pero más que nada porque las escuelas particulares nos piden que vayamos. Además de la venta que se pueda hacer, también hay más posibilidades de organizar eventos.

En las oficiales nos topamos con mucha burocracia, con que los maestros muchas veces no tienen vocación (no digo que todos). Lo que nosotros hacemos es que les llevamos libros más económicos y que ellos pueden obtener.

Ahora, con la modernización educativa, se ha dado impulso a que los niños tengan dentro del salón de clases, libros como biblioteca circulante, y los papás se han asociado y dado una cuota para comprar libros en cada salón. Entonces hay escuelas oficiales en las que sí hay posibilidades de venta.

¿Cuáles son sus criterios para considerar las etapas infantiles para la edición y venta de libros?

Nosotros estamos haciendo guías didácticas para los profesores, y estamos considerando a los niños por grado escolar, a pesar de que esto es muy relativo, porque si un niño tiene motivación en su casa y se dan ciertas características, es un buen lector, se le pueden dar cosas para más grandes, y sucede también lo contrario. Estamos elaborando el programa conforme al año escolar porque va dirigido a los maestros.

Espasa-Calpe publica autores españoles en su mayoría ¿no?

Por el momento sí. Déjame contarte la historia: Espasa Calpe fue la primera editorial que llegó a México y mantuvo su línea de autores clásicos por mucho tiempo. Entonces se había quedado muy vieja para esta época. Fue comprada por el Grupo Planeta y, a partir de este año, se le está dando mucho más impulso a otro tipo de colecciones de autores contemporáneos y, concretamente, vamos a hacer en México una colección de autores latinoamericanos para el próximo año.

¿Hay suficientes autores latinoamericanos y mexicanos ?

Al menos mexicanos no. Este año que tengo como editora me han llegado pocos trabajos y malos. Tienden mucho a tratar de educar, de moralizar, en vez de contar simplemente "cosas".

Las campañas publicitarias son costosísimas; pero, quizá asociándose con otras editoriales se podrían hacer. No anunciando un libro en particular, sino promoviendo la lectura en general ¿no crees?. Parece que IBBY ha tratado y no ha podido...

Han faltado propuestas concretas. Sé que el año pasado estaban intentando hacerlo..., pero más bien ofreciendo sus servicios. Pero, que yo sepa, no ha habido una propuesta concreta para publicitar los libros en los medios de comunicación... haría falta un líder que quisiera hacer esto.

¿Crees que las campañas de gobierno son suficientemente buenas?

No. Están haciendo un esfuerzo, pero no tienen los pies en la tierra. Ellos no han vendido un libro (literalmente), nosotros sí.

Esto que tú comentabas de hacer campañas de los libros en general, no funciona. Si acaso para que la gente sepa que existen los libros. Pero lo que funciona es recomendar "este título", que se trata de "tal cosa". La promoción debería hacerse por libro.

Finalmente, María Eugenia comentó que los periodistas constituyen un gran apoyo ya que, de manera gratuita, reseñan los libros de la editorial y se publican las notas en revistas como *Tiempo Libre*, *Padres e Hijos* y *Tedi*, entre otras.

3.4 El fomento a la lectura: ¿obligación del Estado?

Una de las herramientas fundamentales de la educación son los libros; aprender a leer, es decir, a decodificar los signos escritos es imprescindible para servirnos de ellos. Sin embargo, no basta con la alfabetización para que la población *lea*.

Es común que se confundan las campañas de alfabetización con las de fomento del libro y la lectura, sin embargo, los objetivos son diferentes. Las campañas alfabetizadoras tienen como función el que población aprenda a decodificar los signos escritos, en cambio, las de fomento a la lectura pretenden que la gente se acerque a los libros por el placer de leer. Mientras que la primera tiene fines meramente de educación formal, la segunda conlleva la educación, de manera implícita, a una actividad que se hace por gusto.

En este sentido, una acción fundamental del Estado en torno a la educación es la alfabetización y una herramienta que permite elegir el tema cognoscitivo-recreativo (que incluso brinda la posibilidad autodidacta) es la lectura. Lamentablemente la falta de presupuesto y de continuidad en las políticas culturales hacen que las campañas de promoción del gusto por la lectura no lleguen a la mayor parte de la población.

Aunque hay acciones o programas que han permanecido (tal es el caso de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil) también es cierto que hay otras que no sobreviven debido a restricciones económicas, relevos de personal, por la poca atención de la cultura como acción prioritaria y por

los cambios sexenales. Así, entre los programas que hemos visto desaparecer recientemente podemos citar el proyecto de Prolectura o la publicación del periódico *Tiempo de Niños*. Esta falta de continuidad va en detrimento de un cambio radical en la población en cuanto a sus hábitos de lectura.

Ante esto, algunos opinan que la razón de la discontinuidad es que al gobierno no le conviene que la gente lea, ya que es más fácil dominar a un pueblo que no lee o que prefiere leer "literatura chatarra", lo que no permite el desarrollo de su capacidad de raciocinio y selección.

Sin embargo, aunque esta explicación fuera lo que ocurre en realidad, el Estado no es el único responsable de fomentar el hábito de la lectura, ésta es también obligación de la sociedad civil. No obstante, si bien se critican constantemente las políticas, lo cierto es que tras la investigación salta a la vista que la mayoría de las acciones en este sentido han sido promovidas por las instituciones gubernamentales, y en especial en lo que a niños se refiere. No se aprecian esfuerzos significativos en otros sectores, ni siquiera entre quienes serían lógicamente los más beneficiados en términos estrictamente comerciales: los editores, distribuidores y libreros.

Por otra parte, cuando se piensa en programas de fomento a la lectura adecuados a nuestras necesidades, surge siempre la opinión sobre la conveniencia de recurrir a los medios masivos de comunicación, una promoción de la lectura y el libro a nivel masivo a través de ellos sería ideal para acercar a la población a la lectura y para publicitar los libros. No

obstante, las instancias gubernamentales no cuentan con el presupuesto suficiente para hacer grandes campañas en radio y televisión, y a los empresarios privados no les interesa hacer dicha promoción. En todo caso el gobierno ha logrado algunos espacios estableciendo acuerdos de coproducción. Haremos a continuación una breve revisión de los espacios que se han abierto a la lectura en medios masivos.

3.5 *Los libros en los medios de comunicación masiva*

3.5.1 *En el papel estelar*

Revisando la programación de la televisión se encontraron pocos espacios que se refirieran concretamente a los libros (tales como existieron hace unos años; *Escritores en su tinta*, que conducía Alejandro Aura; *Platícame un libro*, con Severo Mirón o *El libro de hoy* con Maruxa Villalta, y propiamente para niños como *Los cuentos de María Luisa*, con María Luisa Alcalá que luego se transformó en *Sofiando* con Sofía Alvarez, producidos por Canal 13). Algunos programas ocasionalmente hablan de libros o los regalan a los espectadores que se comunican telefónicamente, pero no como parte central del mismo o como una forma de acercar al auditorio a los libros. Entre ellos se encuentran *Eco* con Jacobo Zabłudowzky, *El universo de tu salud* con Laura Gomiz, *El premio de los 64 mil pesos*, con Pedro Ferriz, *De poder a poder*: Luis Suárez en el 11 (entrevistas, algunas veces con escritores) y *Hoy en la cultura*, noticiario que trasmite entrevistas con escritores e informa sobre presentaciones.

Recientemente el Canal 22 inició sus transmisiones e incluye en ellas programas y cápsulas informativas sobre escritores y libros.

En radio encontramos más programas cuyo objetivo es directamente el fomento a la lectura tales como *La feria de los libros* de Radio Red (lunes a las 22:00 horas) en el cual se hacen entrevistas con escritores, hay algún invitado en el estudio, se dan noticias relacionadas con los libros, se hace una reseña de algún título y se anuncian comercialmente obras de las editoriales Trillas y Porrúa (los anuncios en el tiempo del programa son únicamente de libros); Radio Educación tiene los programas *De libros, libreros y editores*, coproducido con la SEP; *Y no es cuento* que se transmite los martes a las 11:45 y los jueves a las 17:00 horas, conducido por Ausencio Cruz y Circo, *maroma y libros*, en coproducción con la Dirección General de Publicaciones del CNCA que tiene la virtud de dirigirse específicamente a los niños, los viernes a las 16:30 horas. En Radio UNAM Armando Velázquez Huerta recomienda libros en la sección literaria del programa *Sin ton ni son*, los miércoles a las 10:30; Oscar Oliva conduce *Poesía para el insomnio* los jueves a las 10:45; en coproducción con el INBA se realizan, además, los programas *Al final nadie despierta* y *El ave, la nave, la llave, la clave del Tiempo* que son dramatizaciones de obras literarias. La XEB (estación del IMER) produce el programa *La magia del cuento*, que se puede escuchar todos los días a las 19:00 horas, en voz de conocidos actores como Blanca Sánchez, Ofelia Guilmain, Germán Robles y Oscar Bonfil; el IMER también produce el programa infantil *¡Cuenta conmigo o te pico el ombligo!*

Como se puede observar, la mayor parte de los programas de televisión y

radio son coproducidos por instituciones gubernamentales y pocas veces se considera la posibilidad de promover el libro y la lectura de manera publicitaria como se hace en *La feria de los libros* que produce Radio Red. También es evidente, salvo escasas excepciones, la falta de programas para niños y jóvenes con libros y lecturas de su interés.

3.5.2 *¡Eureka!: Dos programas infantiles de fomento a la lectura en la radio*

En términos generales, son pocos los programas radiofónicos dedicados a los niños, y ,entre éstos, son más escasos aún los dedicados a inculcar a los niños el gusto por los libros. Encontramos dos: *Circo, maroma y libros* y *¡Cuenta conmigo o te pico el ombligo!*

Circo , maroma y libros ⁸³

Circo, maroma y libros (programa radiofónico de fomento a la lectura infantil coproducido por la Dirección General de Publicaciones y Radio Educación) salió al aire por primera vez el 7 de noviembre de 1991, como un espacio que difundía las actividades de la XI FILIJ. Sin embargo, debido al éxito que tuvo se optó por seguir con el programa.

⁸³ Información proporcionada por Araceli Pérez Mendoza, en "Circo, maroma y libros, un recorrido por el maravilloso mundo de la lectura", ponencia presentada en el III Seminario de Fomento a la Lectura. Medios de Comunicación Masiva en el marco de la XIII FILIJ.

Con formato de revista, *Circo, maroma y libros* se transmite los viernes a las 16:30, en vivo, por Radio Educación. Cuenta con cuatro secciones: en la sección "Radioteatro" se presenta un texto literario dramatizado, adaptado al lenguaje radiofónico; en "El sombrero del mago" se dan a conocer, a través de notas y narraciones breves, las novedades del mundo editorial; "La carpa de las letras" está dedicada a la reseña de diferentes publicaciones infantiles y juveniles coeditadas por la Dirección General de Publicaciones del CNCA y diversas editoriales, y finalmente, "Intermedio para papás" un espacio creado ante la necesidad expresa de los padres por conocer libros de apoyo en su quehacer como educadores; en esta sección se abordan temas como la educación sexual, desarrollo infantil, ecología, ciencia, tecnología e higiene, entre otros.

En este programa los niños pueden participar a través de concursos, elaboración de cuentos, trabalenguas, etcétera, que se transmiten al aire vía telefónica.

¡Cuenta conmigo o te pico el ombligo!

¡Cuenta conmigo o te pico el ombligo! es un programa radiofónico, de narración de cuentos infantiles, que transmite de lunes a viernes el Instituto Mexicano de la Radio, en 670 de A. M. a las 6 de la mañana y por el 710 de A.M. a las 15:00 horas.

Para Georgina Carrillo, conductora del programa, la radio es muy similar

al libro, porque las palabras provocan la imaginación, la creación de imágenes propias. Y opina que hay muchos proyectos para seguir haciendo o multiplicar este tipo de programas de radio, lo que falta es comercialización. "De nada sirve que hagamos buenos proyectos si no los sabemos vender, no nos podemos estar quejando siempre de que el gobierno no nos compra, tenemos que ir con la iniciativa privada y estar insistiendo. Sí hay gente dispuesta a escuchar propuestas nuevas."⁸⁴

3.5.3 La presencia de los libros en la prensa escrita

El periodismo es un medio muy socorrido por los promotores de la lectura debido al bajo costo que ofrece en publicidad (en comparación con otros medios de comunicación masiva) y por los comentarios gratuitos que periodistas y críticos literarios manejan en sus notas.

Para darnos una idea de la presencia de los libros en este medio, realizamos una revisión de diarios y revistas (de información general)⁸⁵ publicados en el mes de noviembre de 1993. Hicimos un conteo de los artículos que hablaban **sobre escritores, ilustradores y libros**, en este rubro tomamos en cuenta tanto entrevistas con autores, como ensayos que involucraban a más de un libro (como en el caso de ensayos sobre géneros

⁸⁴ Georgina Carrillo, "Las ondas hertzianas, tu pasaporte a la lectura", ponencia presentada en el III Seminario de Fomento a la Lectura. Medios de Comunicación Masiva en el marco de la XIII FILIJ.

⁸⁵ Se revisaron los siguientes diarios:

El Financiero, La Reforma, El Nacional, Unomásuno, El Universal, Novedades, Excélsior, El Sol de México, Cine Mundial, La Jornada y El Economista.

literarios o de obras escritas por un mismo autor o de un mismo tema, etcétera) y boletines informativos, el total obtenido fue de 152 notas en el mes.

Por otra parte, se contaron las **reseñas de libros**, es decir artículos que hablaban sobre el tema de un libro específico y su autor. Éstas dieron un total de 41.

En los periódicos también se publican **pequeños comentarios** sobre libros específicos (muchas veces a manera de listado de novedades editoriales) que

generalmente transcriben la información obtenida de las cuartas de forro. De estos comentarios encontramos 55.

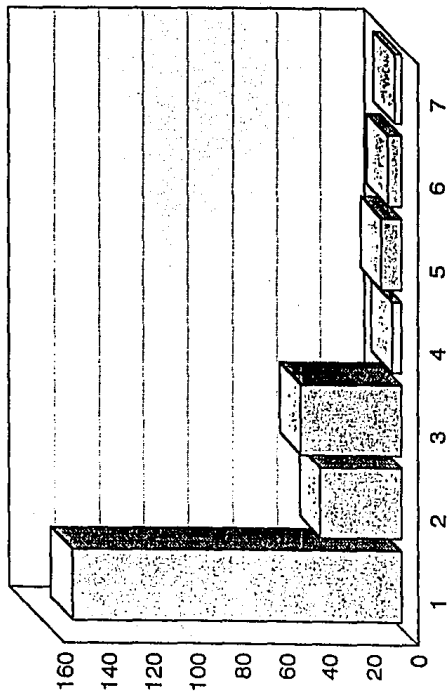
Los datos para el fomento de la lectura en general parecen alentadores; sin embargo, en cuanto a niños se refiere las cifras son muy bajas. De las notas publicadas **sobre escritores, ilustradores y libros**, sólo 3 se referían a literatura infantil. Entre las **reseñas de libros** las que se referían a obras infantiles fueron 4. Y en lo que se refiere a **pequeños comentarios** 9 pertenecían a libros dedicados a los pequeños.

Un dato importante (y alentador en lo que cabe) es que, además de las notas mencionadas, también encontramos 6 artículos sobre **fomento a la lectura infantil**, concretamente.

Salta a la vista, pues, que la presencia de los libros y la lectura infantiles en

los medios de comunicación masiva, es muy limitada, no se le da a este tema la importancia que tiene.

Artículos en prensa escrita



1. Sobre escritores, ilustradores, géneros literarios y entrevistas

2. Reseñas de libros

3. Pequeños comentarios

4. Sobre escritores, ilustradores y libros infantiles

5. Reseñas de libros infantiles

6. Pequeños comentarios sobre libros infantiles

7. Fomento a la lectura infantil

Conclusiones

1. En busca de fundamentos

En el ámbito de las teorías educativas, no es muy difundida la relación entre los conceptos del desarrollo intelectual, la función formativa del juego y los procesos imaginativos-creativos (como muchas otras investigaciones educativas-pedagógicas) con la lectura placentera, así como existen muy pocos datos en torno al libro como medio de comunicación. Es decir, no es fácil encontrar autores que hayan realizado una teorización de la promoción del gusto de leer que incorpore los esquemas de los estudiosos de la comunicación y del desarrollo psicológico-intelectual de los niños, a la experiencia obtenida en la práctica de esta actividad.

Si bien los promotores (incluidos los editores, escritores, ilustradores, distribuidores y libreros) están de acuerdo en acercar a los niños a la lectura con libros adecuados a su edad y etapa de desarrollo a través del juego, no tienen un fundamento teórico que los guíe.

Hay que reconocer que en años recientes se ha dividido, certeramente, el público (antes considerado simplemente como infantil) en dos etapas distintas: el infantil y el juvenil. Sin embargo no se han establecido edades (o momentos psicológicos) que las delimiten. De esta manera el público infantil, que comienza desde el nacimiento, no encuentra un límite específico ¿se considera juvenil al público a los 11, 12, 13 años? y ¿hasta los 17, 18 ó 20?

Estos motivos me han llevado a la conclusión de que es necesario hacer investigación en este sentido.

2. Las estrategias de fomento a la lectura

Tras revisar los programas de promoción de la lectura y el libro de varias instituciones, pude observar que ninguna abarca todas las actividades pertinentes para acercar a los niños al placer de leer. Algunas empresas se contentan con realizar acciones directas que redunden en la compra inmediata de libros y otras hacen campañas generales sin la intención de vender, lo cual no pone en contacto real a los niños con los libros.

Esta doble concepción de las campañas de promoción (comercial y no comercial) corresponden a la idea errónea de que si el libro es cultura, no puede ser un objeto de compra-venta.

La cultura ha sido estereotipada como algo solemne, muy lejano al comercio. No obstante muchos de los objetos que nos sirven para definirla se venden. La lectura es un derecho de todos y para todos (y por eso podemos disfrutar de ella de manera gratuita en las bibliotecas, por ejemplo). El libro de calidad, en cambio (a excepción de los libros de texto gratuitos), es un objeto de compra-venta que, por ser receptáculo de cultura, generalmente se mantiene al margen de las campañas publicitarias, los estudios de mercadeo y las promociones económico-culturales, sobre todo en las instituciones sociales y gubernamentales.

Para realizar una campaña que contemple todos los puntos a cubrir, tanto en su función comercial como cultural, es preciso tener presente en lo que la experiencia obtenida por las instituciones y la gente dedicada a la promoción de la lectura han detectado como obstáculos en esta tarea.

Esquematizando la información obtenida se aprecia que los obstáculos que hacen difícil el acceso a la lectura pueden clasificarse en dos niveles: objetivos y subjetivos.

Los obstáculos de acceso a la lectura palpables, objetivos, como la incapacidad adquisitiva (económicamente hablando), la ineficiente distribución, la escasez de escritores infantiles, la falta de promoción, entre otros, que pueden ser contrarrestados con medidas generales independientes al lector, aunque fundamentadas en sus necesidades: acuerdos entre editoriales, tanto privadas como de gobierno, para aumentar los tirajes, disminuir los costos y, por tanto, los precios, además de promover la lectura y publicitar al libro por los medios masivos de comunicación; distribución a través de empresas privadas; ferias de libros escolares (tanto en escuelas oficiales como en particulares), convocatorias, cursos, mesas redondas, seminarios, encuentros y concursos para estimular la creatividad de editores, escritores e ilustradores en torno a la obra dirigida a los niños; cambiar los esquemas educativos (pedagógicos) en lo que respecta al acercamiento de los alumnos a la lectura, etcétera.

Y los obstáculos subjetivos, que parten de cada individuo como: los prejuicios contra la lectura (el pensar que es aburrida o sólo sirve para el aprendizaje escolar); el considerarla como algo innecesario, padres no

lectores, desinterés por leer, la mentalidad (difícil de cambiar) de gran número de profesores en torno a los métodos de enseñanza, entre otros problemas que deben atacarse sujeto por sujeto o en grupos pequeños, por medio de talleres y cursos para profesores, padres de familia, jóvenes y niños. En este proceso el contacto entre maestros y alumnos a nivel primaria y secundaria, por su carácter cotidiano, tiene un papel preponderante en el acercamiento a la lectura.

Es decir las campañas deben adoptar métodos generales, tales como la publicidad, una eficiente distribución, espacios en las librerías para la literatura infantil y los convenios entre editoras para abaratar costos, y (junto con ésta medida) practicar también los métodos de convencimiento directos con el fin de revertir los prejuicios en contra de la lectura.

Si bien la escritura nació de la necesidad de que los conocimientos y las experiencias perduraran a través del espacio y del tiempo, lo cierto es que en nuestros días sólo la élite intelectual se ocupa de que prevalezcan estos valores. Para el grueso de la población, la necesidad es básicamente de entretenimiento y prefiere las revistas de fácil lectura y de esfuerzo mínimo para su comprensión.

Uno de los problemas más difíciles de atacar es el prejuicio contra la lectura, el considerarla como algo aburrido e innecesario. Sin embargo si se conjuntan las medidas generales (como la publicidad) con las de convencimiento directo (talleres, cursos, etcétera) es posible cambiar la forma de pensar de la gente.

Un elemento común a ambos métodos es la creación de la necesidad (Si la gente "necesita" se escriben más libros, se elaboran mayores tirajes, se abarata el costo de los libros y, libre de prejuicios y obligaciones, la lectura se transforma en una actividad placentera).

3. *Dime qué necesitas y te diré quién eres*

Coincido con el autor del libro *Contra un diseño dependiente*⁸⁶ en que si bien existen necesidades básicas, a partir de éstas se han formado otras llamadas sociales. Las necesidades básicas son aquéllas cuyo satisfactor es indispensable para vivir, las sociales son las diferentes formas en que son satisfechas las necesidades básicas, y en que cada sistema histórico tiene un fundamento que rige y se manifiesta en todos los actos cotidianos, por lo que la conciencia de que un objeto puede satisfacer un deseo constituye un "estado de necesidad".

El mismo autor manifiesta que en nuestra era existe una política de producción de necesidades, a través de la publicidad. Las necesidades básicas, origen de la creación de diversas formas de satisfacción, han sido absorbidas por las sociales, por eso se considera que no existe división entre deseos y necesidades, básicas y sociales, sino que todos los deseos-necesidades son humanos y, por ello, siempre sociales⁸⁷.

⁸⁶ M.L. Gutiérrez. J. Sánchez Antuñaño, *Contra un diseño dependiente*, México, Editorial Edicol, 1979, p. 18.

⁸⁷ *Ibidem*.

En este sentido, las instituciones públicas, sociales y privadas, que se interesan por inculcar en la población el gusto de leer, tienen un objetivo en común: la creación de la necesidad-deseo por la lectura de calidad. Sea de forma altruista o comercial, si se establece un mismo fin, es posible entonces la participación de diversas empresas para trabajar en conjunto y lograr que la población sienta gusto por leer⁸⁸.

4. Las actividades de las instituciones de fomento a la lectura

En términos generales, las empresas privadas realizan una serie de acciones directas, entre lectores de alto poder adquisitivo, con la finalidad de la venta inmediata. Así, por ejemplo, organizan ferias de libros en escuelas particulares, pláticas con los padres de los niños y cursos a maestros de estas mismas escuelas. Sin embargo, acciones masivas de fomento a la lectura

⁸⁸ En la XXII Feria Metropolitana del Libro, se iniciaron formalmente las actividades de la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura A. C., institución conformada por la Cámara Nacional de la Industria de Celulosa y Papel, la Cámara Nacional de las Artes Gráficas y la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Los objetivos de la Fundación son:

- Realizar actividades tendientes a crear y promover el hábito de la lectura
- Hacer por todos los medios a su alcance campañas para impulsar la lectura
- Llevar a cabo exposiciones, ferias, festivales o actividades similares que tengan como finalidad incrementar el número de lectores
- Instituir bibliotecas o salas de lectura y prestar ayuda a las existentes
- Coordinarse, auxiliar y cooperar con otras asociaciones e instituciones cuyo objeto sea similar
- En general, realizar todos los actos permitidos que sean congruentes con sus fines sociales.

La Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura se propone aglutinar a diversas empresas privadas y establecer acuerdos con instituciones públicas como la Dirección General de Publicaciones del CNCA.

pocas veces se emprenden por el riesgo económico que significan, y con ello se pierde la oportunidad de llegar a un mayor número de lectores en potencia y tener efectos a más largo plazo.

Las empresas sociales (concretamente IBBY México) realizan actividades de nivel general como son cursos y seminarios, pero sin tener contacto con una distribución real de los libros (en vez de vender libros, venden servicios).

Las empresas gubernamentales, aunque son más variadas, tampoco cubren todas las necesidades. Se desarrollan medidas generales y directas, pero considerando al libro como un receptáculo de cultura, y no se promueve la adquisición comercial. La Dirección General de Bibliotecas se limita al fomento de la lectura únicamente dentro de las bibliotecas. La Dirección General de Publicaciones realiza sus actividades fuera de las bibliotecas, en núcleos de población muy amplios, pero ha olvidado lo fructífero que sería realizar ferias de libros (por ejemplo) en escuelas primarias y, sobre todo, en las oficiales, las cuales han sido olvidadas por las empresas particulares.

Es necesario darle mayor importancia al fomento de la lectura placentera; crear programas que incluyan tanto tópicos sociales como comerciales, reunir los intereses de diversas instituciones para realizar un proyecto que cubra todos los requerimientos para la creación y satisfacción de necesidades de los lectores en potencia. Y, por otra parte, en esta tarea, es importante también la contribución de las instituciones educativas; por ejemplo al incluir en los programas de estudio de la carrera de Comunicación al libro como un medio, y a la lectura como la decodificación

del mensaje, se podría incidir en la creación de investigaciones y programas que llevaran a una mejor promoción del gusto por leer.

5. Proposición de una estrategia de fomento a la lectura.

Hasta ahora cada una de las instituciones encargadas de difundir la lectura ha actuado independientemente, de manera que algunas acciones se duplican y otras se olvidan. Para abarcar todas las actividades pertinentes, medidas tanto generales como concretas, es necesario trabajar en equipo y distribuir las responsabilidades entre los diversos organismos promotores de lectura infantil.

Por otra parte, la unión de esfuerzos y economías podrá redundar en una mejor cobertura y mayor convencimiento de la población. No olvidemos que el acercamiento de los niños a los libros no sólo incide en una mejoría cultural de la población, sino también en una mayor compra en provecho de las editoriales privadas (y quienes trabajan en la creación de los libros).

Por ello se proponen los siguientes pasos:

1. Designación de un órgano gubernamental encargado de dirigir las acciones conjuntas de instituciones públicas, sociales y privadas, de manera coordinada y hacia un mismo fin.

2. La institución dirigente se encargará de encauzar las campañas de fomento a la lectura infantil en dos sentidos:

a) Acciones generales contra los obstáculos objetivos (ver dentro de las conclusiones el apartado *Las estrategias de fomento a la lectura*):

* Establecimiento de acuerdos de coproducción entre el gobierno y las empresas privadas para abaratar los costos y ampliar los tirajes.

* Acuerdos con las editoriales privadas para la distribución de los libros, tanto en librerías como en puestos de periódicos y revistas.

* Publicitar el libro (como artículo de compra-venta), para crear en el auditorio "la necesidad", a través de los medios masivos de comunicación (con la aportación económica de las editoriales infantiles participantes en el proyecto).

* Realización de ferias de libros tanto en escuelas públicas como particulares, en centros culturales, en parques, delegaciones, etcétera.

* Promoción de bibliotecas infantiles ambulantes.

* Realización de convocatorias, cursos, mesas redondas, seminarios, encuentros y concursos, con relevancia a nivel

nacional y con premios importantes, para estimular la creatividad de editores, escritores e ilustradores en torno a las obras dirigidas a los niños.

2. Acciones concretas (en grupos pequeños) contra los obstáculos subjetivos (ver dentro de las conclusiones el apartado *Las estrategias de fomento a la lectura*):

* Talleres de acercamiento recreativo a los libros, para niños.

* Cursos y talleres para profesores sobre la mejor manera de propiciar el gusto por los libros en los niños.

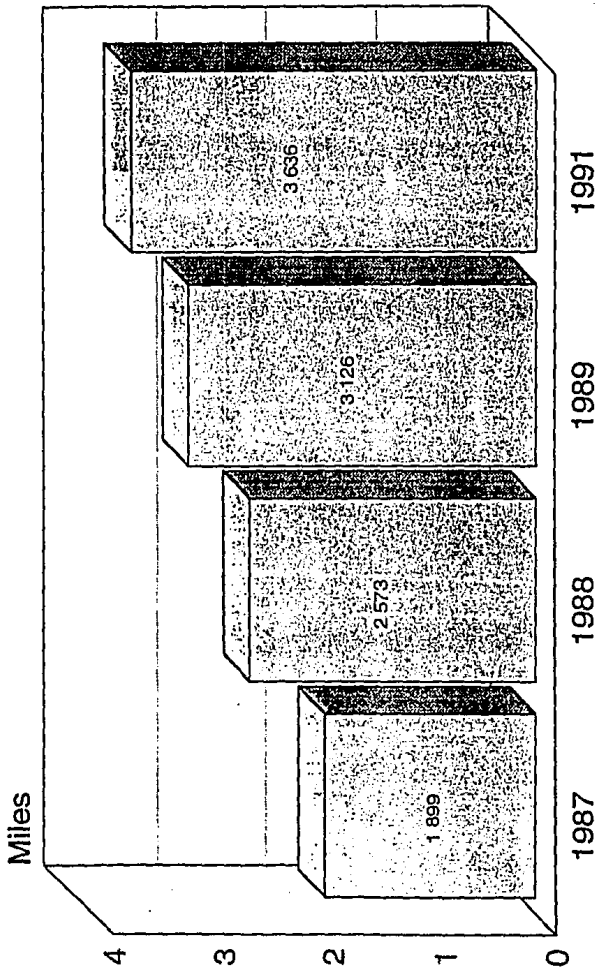
* Espectáculos que ligen al libro con la vida cotidiana.

* Círculos de lectura en librerías, centros culturales, escuelas y bibliotecas.

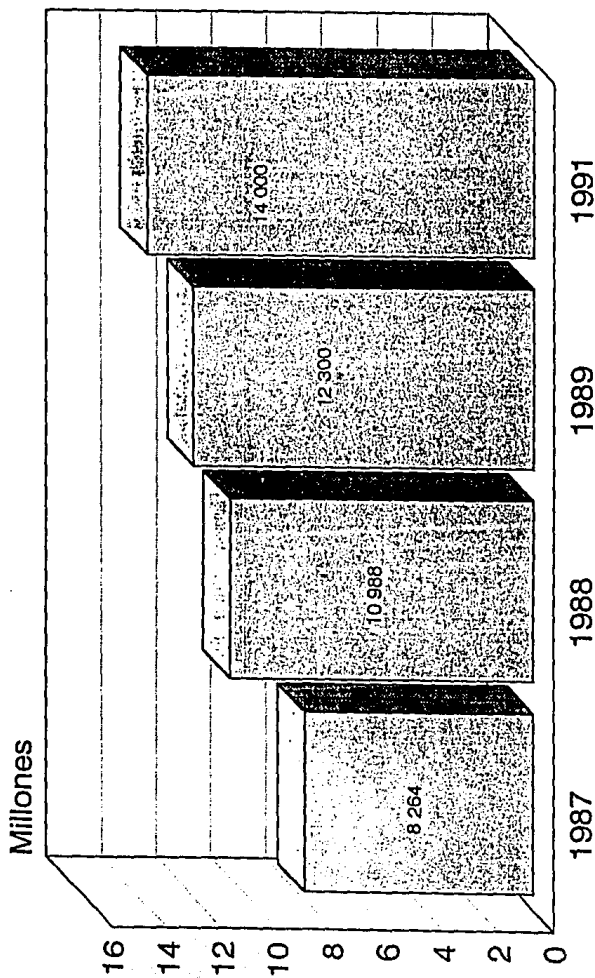
Anexo I**Bibliotecas Públicas y acervo**

	1987	1988	1989	1991
No. de Bibliotecas	1 899	2 573	3 126	3 636
Acervo (volúmenes)	8 264 000	10 988 000	12 300 000	14 000 000
Actividades de fomento a la lectura	29 440	23 952	59 521	80 440
Personas que participa- ron en las actividades de F. L.	921 000	851 515	2 000 000	7 735 000

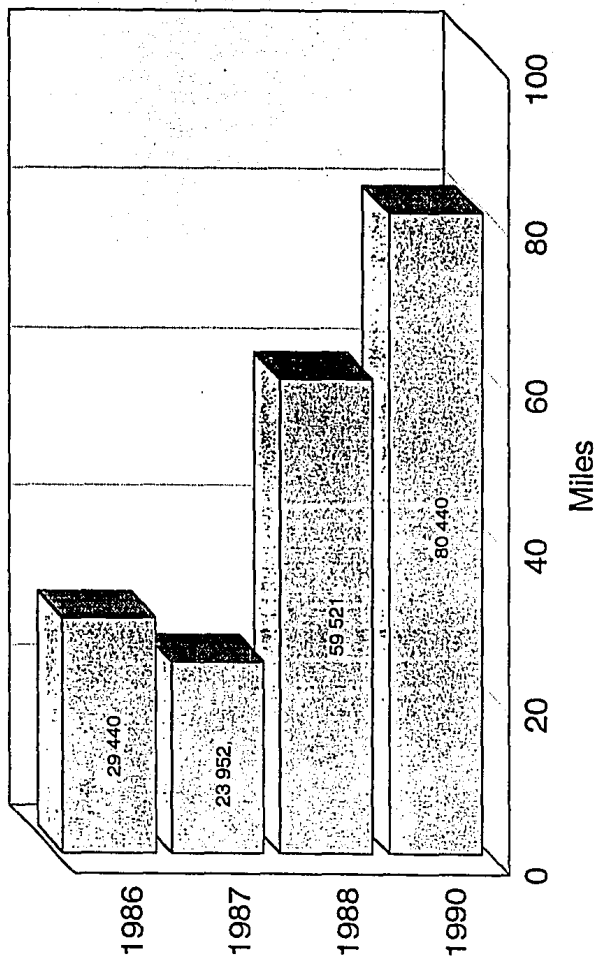
Número de Bibliotecas Públicas por año



Número de volúmenes en las Bibliotecas Públicas



Actividades de fomento a la lectura de la DGB



Anexo 2.***Las colecciones de la Dirección General de Publicaciones del CNCA 1976-1993*** ⁸⁹

Aunque el objetivo de la presente investigación no es el proceso histórico de las dependencias gubernamentales, los siguientes datos nos permiten observar la continuidad que han tenido algunas políticas y la discontinuidad de otras, en ocasiones en detrimento de las actividad que nos interesa: el fomento a la lectura (una política que cambia cada seis años nos lleva también a la discontinuidad en la atención que la población pudiera haber ido adquiriendo en torno a las campañas realizadas). Por otra parte hemos preferido destacar las políticas editoriales con respecto a las publicaciones infantiles, ya que el objetivo del presente trabajo es justamente las acciones realizadas para la promoción del placer por la lectura en los niños.

Entre 1976 y 1982, la SEP, en colaboración con PROMEXA, editó la *Enciclopedia Científica Protea*, que eran aventuras ilustradas (tipo historieta) a partir de las cuales se daba a conocer la ciencia. Se iniciaron también proyectos editoriales para difundir conocimientos prácticos, tal es el caso de *Cómo hacer mejor* que constó de 135 fascículos de publicación semanal, con un tiraje de 82 mil ejemplares.

⁸⁹ Como ya se mencionó en capítulo 3.2, la Dirección General de Publicaciones (DGP) pertenecía hasta diciembre de 1988 a la Subsecretaría de Cultura de la SEP. Sin embargo, gran parte de la bibliografía pasó a formar parte de la nueva DGP perteneciente, a partir de esa fecha, al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

En cuanto a publicaciones periódicas se contaba con la revista *SEPA* y *El Correo del Libro*, boletín mensual que informaba sobre las novedades editoriales y sus precios, distribuido mayoritariamente entre los maestros. **Tiempo de México**, era un periódico retrospectivo que aparecía los lunes con acontecimientos relevantes de la vida nacional, fue un importante esfuerzo por recuperar de manera amena nuestra historia.

A finales de los setenta se publicaron los **Cuadernos Mexicanos** (en colaboración con Conasupo), de aparición semanal, que llegaron a los 110 números, esta colección reunió textos fundamentales sobre literatura, historia y sociología, de autores tanto nacionales como extranjeros.

Para continuar con una colección que tuvo gran éxito, **SepSetentas**, en 1981 se puso en marcha la versión **SepOchentas**. Asimismo, la SEP publicó la **Biblioteca de Clásicos Mexicanos** en coedición con Promexa, y la de **Clásicos Americanos** en colaboración con la UNAM.

La **Historia del Arte Mexicano** fue una colección de 120 fascículos en cuya edición intervinieron, además de la SEP, el INBA y la editorial Salvat. Otros libros importantes fueron los dedicados a los **Frescos de Diego Rivera** y a **Juguetes Mexicanos** de Espejel.

La serie de **La Gran Literatura**, coeditada con Siglo XXI, se orientó a la difusión de escritores europeos del siglo XIX. La serie **La Matraca**, a los novelistas del siglo pasado, y **Piedra de Toque** difundió la obra de los escritores jóvenes. Asimismo se iniciaron ambiciosos proyectos como el de la *Enciclopedia de México*.

Para apoyar el programa de literatura de educación media apareció la serie **Literatura Mexicana**. También se editaron las obras más representativas de la antigüedad en la colección **Clásicos de la Literatura** que se dirigía a lectores de diversas edades.

Los niños tuvieron un lugar especial en el programa editorial del sexenio. A partir de 1980 se publicó la *Enciclopedia Infantil Colibrí*, en fascículos semanales. Le siguió *Colibrí Preescolar* y *Colibrí en Lenguas Indígenas*.

Ante la preocupación de que el público infantil y juvenil prefiriera la lectura de historietas, de influencia extranjera, se pensó en la creación de una serie cuya temática fuera el resultado de una investigación seria, comenzando desde la llegada de los españoles a México. Así se realizan los 20 fascículos de aparición mensual de *México, historia de un pueblo*, con un tiraje de 100 mil ejemplares coeditados con Nueva Imagen. Junto a esta, se publicó en 1981 *Episodios Mexicanos*, dirigida básicamente a sectores populares, de periodicidad semanal y con un tiraje de 70 mil ejemplares. Otros ejemplos en el mismo sentido fueron: *Novelas Mexicanas Ilustradas, Aventuras y relatos* y *De transportes a caminos*.

La situación económica que hizo crisis a partir de 1982 tuvo importantes repercusiones en el medio editorial. El precio de los libros aumentó 75% en el caso de aquellos editados en nuestro país y el 150% en los extranjeros. En 1983 el tiraje de los libros editados en México se redujo como parte del

programa de austeridad del gobierno. No obstante, en los años subsecuentes surgieron las colecciones **Cien de México** y **Cien del Mundo**.

La mayor aportación del sexenio de Miguel de la Madrid fue la colección **Lecturas Mexicanas**, coeditada con el Fondo de Cultura Económica. En coedición con El Caballito, se publicó la **Biblioteca Pedagógica**, que abarca la historia de la educación en México y en otros países. El suplemento *Tiempo de niños* continuó su publicación, iniciada durante el sexenio anterior.

Se impulsaron nuevos programas editoriales para niños como **Letra y Color** (en coedición con El Ermitaño), **De la Caricatura al Cuento**, **Reloj de Cuentos** y **Nuestra Fauna**.

En diciembre de 1988 se creó el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. A partir de entonces la tarea propiamente editorial pasó a la Dirección General de Publicaciones, que junto con la Dirección General de Bibliotecas, se ha avocado a la realización de campañas de fomento del gusto por la lectura. La SEP, por su parte, continuó con sus programas editoriales de libros de texto y materiales de apoyo al magisterio.

En los años noventa se retomó la colección **Biblioteca de Chapulín**, diseñada durante la gestión educativa de Jaime Torres Bodet, y se crearon otras como la **Tortuga Veloz**, **Reloj de Versos**, **Botella al Mar**, **Barril sin Fondo**, **Los Señores...**, **Viajeros del Conocimiento**, **Cómo acercarse a...**, **Frutos Prodigiosos**, **EnCuento**, **El Sueño del Dragón** y **Viaje al Centro de la Ciencia**.

Se llevaron a término, también, colecciones para adultos como **Letras Nuevas** y **Quinto Centenario**, se cancelaron las series **El Nigromante**, **Lectura Semanal** e **Historias Mínimas de América Latina**, se continuó con **Archivos, Obras Completas de Ignacio Manuel Altamirano, Cómo Acercarse a...**, **Puros Cuentos, Cien de México** y **Cien del Mundo**.

Los Noventa, con algunas variantes, es la continuación de **SepSetentas** y **SepOchentas**; de la misma manera se creó una **Tercera Serie de Lecturas Mexicanas**. La serie **Frontera** -que se dedicaba exclusivamente a asuntos fronterizos- se amplió para dar cabida a la diversidad regional de México en una nueva colección: **Regiones**. En los años noventa, también se crearon las colecciones **Letras de la República, Teatro Mexicano, Historia y Dramaturgia, Luzazul** y **Presencias**.

Otra de las acciones fundamentales para el fomento a la lectura, de la DGP, aparte de la edición de libros, son las publicaciones periódicas que permiten llegar masivamente a la población. La gaceta **Los libros tienen la palabra** que cuenta con la sección **Jardín de letras**, dedicada especialmente a los niños. De periodicidad mensual la gaceta **Los libros tienen la palabra**; **El Letragrande**, periódico mural, que se edita mensualmente, y la revista **Mar de Tinta**, publicación trimestral, que tiene el objetivo de informar al lector, sobre las novedades bibliográficas y la vida de sus autores.

Según el catálogo bibliográfico reunido por el Centro de Información

Bibliográfica Mexicana (Cibimex)⁹⁰ se ha podido observar que, aunque en la actualidad casi la mitad de la producción editorial está destinada al público infantil y juvenil, a lo largo de los últimos sesenta años sólo el 20% de los libros se ha dirigido a este sector de la población.

⁹⁰ Cibimex reúne los acervos de veinticinco bancos de datos existentes en la República Mexicana

Anexo 3

Las industrias culturales

Según el libro *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*⁹¹, los medios de comunicación, por diversos que sean (libros, disco, radio, televisión, cine), tienen en común la confluencia de dos universos: el de la creación y el de los medios de reproducción y de difusión en rápida evolución tecnológica.

En un principio la creación fue artesanía y con la reproducción por medio de los avances tecnológicos se convirtió en industria cultural. El estudio de las industrias culturales es difícil por esta doble concepción. Sus productos tienen valor simbólico y estético que oculta muchas veces su valor mercantil.

"El comentario de la crítica de arte es esencialmente estético: remite a valores o al deleite del lector o del oyente, y no al modo de fabricación y de comercialización. No se considera al editor -o productor de discos, al vendedor de cuadros o al programador de televisión- como un empresario que produce y vende una mercancía, sino como un intermediario prestigioso entre el talento de los creadores y el deleite del público."⁹²

Los autores del libro mencionado indican que el análisis no debe quedarse

⁹¹ Ari Anverre, et al, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, FCE, México/UNESCO París, 1982, 312 p.p.

⁹² *Op. cit.*, p. 38

en esa "aureola", es necesario medir las magnitudes económicas que están en juego en cada fase de la producción y la comercialización, y determinar el papel preciso de los agentes que intervienen en el proceso, el cual no es el mismo para todos los medios de comunicación. Se proponen en esta obra, 10 campos en el análisis de las industrias culturales:

1. El libro.
2. Los diarios y las revistas.
3. El disco.
4. La radio.
5. La televisión.
6. El cine.
7. Los nuevos productos y servicios audiovisuales.
8. La fotografía.
9. Reproducciones de arte.
10. La publicidad.

Cada uno de estos rubros constituye un amplio campo de estudio, pero además todos están interconectados.

También se propone la clasificación según su modo de fabricación o de sus modalidades de utilización.

"El libro, el fonograma y el videograma permiten al usuario una elección activa entre muy diversos productos. Estos tres productos son adquiridos por el usuario como bienes duraderos, y tienen para él un valor afectivo intenso y permanente. Los utiliza a su gusto, los presta y los copia y repite su utilización."⁹³

El estudio a fondo de la rama cultural que se comercializa es para el empresario una útil herramienta en la determinación del lugar estratégico "que permitirá firmar acuerdos con sus competidores y buscar una posición dominante."⁹⁴

En la obra *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, se analizan dos casos de países (Tanzania y Finlandia) en los que el Estado ha tomado la rectoría de la industria del libro. Las razones

que se señalan en primer lugar son los aspectos políticos, los económicos, interés parciales, razones culturales, morales o éticas.

En la obra también se señala que "el desarrollo cultura flojea cuando flojea el desarrollo económico e institucional, pero el desarrollo cultural no es necesariamente sano cuando lo es el económico e institucional. En segundo lugar, las intervenciones públicas y colectivas que hacen flojear al desarrollo económico e institucional, no contribuyen forzosamente a que el desarrollo cultural sea sano.

⁹³ *Op. cit.* p.43

⁹⁴ *Op. cit.* p.45

BIBLIOGRAFÍA

- ANAYA Rosique, Jesús (compilador), *Senderos hacia la lectura. Memoria del primer Seminario Internacional en torno al Fomento a la Lectura*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Instituto Nacional de Bellas Artes/ Feria Internacional del Libro Guadalajara, 1992, 452 pp.
- ANVERRE, Ari, et al, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, México, FCE/ UNESCO París, 1982, 312 pp.
- FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima y Margarita Yépez Hernández (compiladoras), *Comunicación y teoría social. Antología*, México, Dirección General de Publicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México, 1984, 304 pp.
- DE LA MORA Medina, José y Roberto Sánchez (compiladores), *Antología de comunicación*, México, Colegio de Ciencias y Humanidades-UNAM, 1979, 344 pp.
- DICCIONARIO de las ciencias de la educación*, Madrid, Editorial Santillana, 1983.
- DICCIONARIO Enciclopédico Santillana*, Madrid, Editorial Santillana, 10 vols., 1991.
- DUBOVOY, Silvia, *El niño y los libros*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1989, 72 pp. (Col. Leer es Crecer.)
- EL CUIDADO y la reparación de los libros*, México, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, 1988, 84 pp.

EL FOMENTO a la lectura, México, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, 1988, 72 pp.

EL LIBRO y su preparación física, México, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, 1988, 56 pp.

GARCÍA Canclini, Néstor (coordinador), *El consumo cultural en México*, México, Dirección General de Publicaciones y Dirección General de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, 416 pp. (Col. Pensar la Cultura.)

GUTIÉRREZ, M.L. y J. Sánchez Antuñaño, *Contra un diseño dependiente*, México, Editorial Edicol, 1979, 306 pp.

LA BIBLIOTECA Pública. Lecturas escogidas, México, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, 1988, 112 pp.

MEJÍA, Mario Alfredo, *Cuentos de colores y sabores variados*, México, Ediciones El Plumicomio, 1991, 68 pp.

MILLÁN Morales, Salvador (compilador), *Un camino por el mundo de las emociones*, México, Ediciones El Plumicomio, 1992, 96 pp.

MILLARES Carlo, Agustín, *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1971, 400 pp.

MORALES, Jorge, *El antisope. Nuevo libro conceptual minimalista para niños medio grandes y grandes medio niños*, México, Ediciones El Plumicomio, 1992, 24 pp.

MORALES, Jorge (compilador), *Los derechos y los chuecos*, México, Ediciones El Plumicomio, 1991, 88 pp.

POLONIATO, Alicia, *Cine y comunicación*, México, Editorial Trillas, 1980, 68 pp.

PRIETO, Daniel, *Diseño y comunicación*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 1978, 152 pp.

PROGRAMA Nacional de Bibliotecas Públicas 1983-1988 y el Centro Bibliotecario Nacional. Biblioteca Publica de México, México, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, 1988, 72 pp.

PROGRAMA Nacional de Cultura 1990-1994, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990, 76 pp.

RICHMOND, P. G., *Introducción a Piaget*, Madrid, Editorial Fundamentos, 1970, 160 pp.

SASTRÍAS, Martha, *Cómo motivar a los niños a leer. Lecto-juegos y algo más*, México, Editorial Pax, México, 1992, 180 pp.

SASTRIAS, Martha (compiladora), *Cuentos de fuego. Antología de cuentos escritos por niños de América Latina y España*, Amecameca, Estado de México, Amaquemecan, 1992, 76 pp. (Col. Te Regalo un Sueño.)

SASTRIAS, Martha (compiladora), *Gula para promotores de lectura*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Prolectura del Instituto Nacional de Bellas Artes, 1990, 160 pp.

SCHRAMM, Wilbur (compilador), *La ciencia de la comunicación humana. Nuevas orientaciones y nuevos descubrimientos en la investigación de la comunicación*, México, Editorial Roble, 1975, 168 pp.

70 años de la caricatura en México, México, *El Universal*, 1988, t. 1, 228 pp.

VARIOS, *Memoria de la IX Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990, 192 pp.

VARIOS, *Memoria de la X Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991, 328 pp.

VIGOTSKII, L. S., *La imaginación y el arte en la infancia. Ensayo psicológico*, México, Ediciones y Distribuciones Hispánicas, 1987, 128 pp.

WALLON, Henri, *La evolución psicológica del niño*, México, Editorial Grijalbo, 1974, 204 pp.

ZAPATA, Óscar, *El aprendizaje por el juego*, México, Editorial Pax México, 1988, 160 pp.

HEMEROGRAFÍA

EL LETRAGRANDE, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, periódico mural mensual.

GARCÍA Junco, Juan Manuel, "Los niños y el libro", en *El Universal*, México, 11 de noviembre de 1991, sección Cultura, p.2.

LOS LIBROS *Tienen la Palabra*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, gaceta de periodicidad mensual.

MAR DE TINTA, México, Dirección General de publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, revista de periodicidad trimestral.

PACHECO, Cristina, "Todo lo que usted (no) quiere saber de los libros" (entrevista con Fernando Valdés), revista *Siempre!*, abril de 1992, págs. 41, 42, 85, 86.

TAIBO, Paco Ignacio, "El arte de leer", en *El Universal*, 15 de noviembre de 1993, sección 'Cultura, p. 1.

TIEMPO de Niños, México, Dirección General de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, periodicidad catorcenal (actualmente no se publica).

VALDÉS, Fernando, "Con motivos luctuosos Plaza y Valdés se inconformará con las autoridades de la SEP", en *El Día*, México, 26 de febrero de 1993, sección cultural, p. 18.

VALDÉS, Fernando, "Lee libros sólo el 10% de los mexicanos", en *Excélsior*, México, 17 de agosto de 1993, tercera parte de la sección A, p. 1.

ENTREVISTAS

Entrevista con María Eugenia García Lizama, directora de Literatura Infantil y Juvenil de Espasa-Calpe, diciembre de 1993

Entrevista con Pilar Gómez, presidenta de la Asociación Mexicana de Fomento a la Lectura (IBBY México), abril de 1992.

Entrevista con Gerardo Jaramillo Herrera, jefe del Departamento de Fomento a la Lectura de la Dirección General de Publicaciones del CNCA, junio de 1992.

Entrevista con Mario Alfredo Mejía, integrante del "Taller de la Imaginación", diciembre de 1992.

Entrevista con Esther Pérez Feria, jefa del Departamento de Fomento a la Lectura Infantil de la Dirección General de Bibliotecas del CNCA, junio de 1992.

Entrevista con Isabel Suárez de la Prida, integrante del grupo Cultura Infantil Como Alternativa (CUICA), diciembre de 1992.

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

PÉREZ Mendoza, Araceli, "Circo, maroma y libros, un recorrido por el maravilloso mundo de la lectura", ponencia presentada en el III Seminario de Fomento a la Lectura. Medios de Comunicación Masiva, en el marco de la XIII Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, diciembre de 1993.

CARRILLO, Georgina, "Las ondas hertzianas, tu pasaporte a la lectura", ponencia presentada en el III Seminario de Fomento a la Lectura. Medios de Comunicación Masiva, en el marco de la XIII Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, diciembre de 1993.