



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGÍA

**PROMOCIÓN DE LA LECTURA:
CAMPAÑAS, LIBROS, OBJETOS**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN**

P R E S E N T A

GUILLERMO GUADARRAMA MARTÍNEZ

ASESORA

DRA. JUDITH LICEA AYALA



CIUDAD DE MÉXICO, 2016



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 esta 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.

Agradecimientos

Universidad Nacional Autónoma de México.

Facultad de Filosofía y Letras.

Colegio de Bibliotecología.

A mí asesora, la Dra. Judith Licea por brindarme su conocimiento a lo largo de este trayecto, por su paciencia, tiempo, ayuda y apoyo.

A mis sinodales por dedicar su tiempo a la revisión de este trabajo.

Al Dr. Eric M. González por su ayuda.

Dedicatorias

A mis padres, Guillermo Guadarrama y María de la Luz Martínez, por apoyarme en todo momento y por darme todo y más de lo necesario para que yo tuviera una vida feliz. Por darme su cariño y confianza a pesar de tantos errores míos. ¡Gracias!

A mi familia y amigos por confiar y creer en mí.

A mi hermano Edgar por la ayuda que me ha brindado.

Eduardo, Anthony y Cesar por tantos años de amistad y las experiencias que nos esperan.

Erika Salinas, mi mejor amiga en esta etapa de la vida, gracias por cada palabra de motivación y de alegría.

Mónica Flores por sus consejos y paciencia, gracias por tantos años de amistad.

Mtra. Mercedes Cabello por las oportunidades brindadas, por creer en mi trabajo y por su amistad y confianza.

Jaqueline Badillo, mi médica de cabecera, gracias por preocuparte por mi bienestar y darme tu confianza.

Nayeli, Daniel y Raymundo compañeros y buenos amigos de la carrera.

Índice

Índice de figuras	2
Índice de cuadros.....	7
Introducción.....	8
Capítulo 1 La lectura	12
Capítulo 2 Las campañas de lectura.....	16
2.1 Diviértete Leyendo y librerías Gandhi.....	18
Capítulo 3 Sugerencias de lecturas	34
Capítulo 4 La difusión del libro y la lectura	54
4.1 El libro y el objeto	59
4.2 Libros para niños que fomentan la lectura.....	66
4.3 Figuras.....	72
4.4 Tazas.....	74
4.5 Playeras	75
4.6 Postales, carteles y material impreso	77
4.7 Juegos	86
4.8 Objetos personales	87
Conclusiones	92
Referencias.....	96

Índice de figuras

Figura		Página
1	Yahir, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	19
2	Amigo, Espectacular de Gandhi 2011	19
3	Tino, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	19
4	Amenaza, Espectacular de Gandhi 2012	19
5	Power, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	20
6	Despierto, Espectacular de Gandhi 2012	20
7	Mónica Garza, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	20
8	Apagado, Espectacular de Gandhi 2008	20
9	Místico, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	21
10	Amar, Espectacular de Gandhi 2003	21
11	FCB-web, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	21
12	2012, Espectacular de Gandhi 2010	21
13	K-Paz, Cartel de “Leer 20 minutos al día”	22
14	Bebe, Espectacular de Gandhi 2003	22
15	Collodi C. Le avventure di Pinocchio	59
16	Collodi C. Pinocchio	59
17	Abrecartas de Pinocho	59
18	Pinocho marioneta	59
19	Llavero de Pinocho	59
20	Portarretratos de Pinocho	59
21	Bond M. Paddington abroad	60
22	Bond M. A bear called Paddington	60
23	Bond M. Paddington here and now	60
24	Peluche de Paddington	60
25	Títeres digitales del Oso Paddington, con escenografía	60
26	Saint-Exupéry A de. El principito	61
27	Saint-Exupéry A de. The Little Prince	61
28	Saint-Exupéry A de. El Principito	61
29	Peluche de El Principito	61
30	Taza de El Principito	61
31	Stencils: The Little Prince	62
32	Titeres de sombra: Shadow puppets The Little Prince	62
33	Carroll L. Alice’s adventures in wonderland & Through the looking-glass	62

34	Carroll L. Alicia para niños, versión de José Emilio Pacheco	62
35	Carroll L. Mad hatter tea-party	62
36	Figuras de los personajes de Alicia en el país de las maravillas	63
37	Juego de té en miniatura, de Alicia en el país de las maravillas	63
38	Alice in Wonderland. Estampas de papel	63
39	Alice in Wonderland stained glass coloring book	64
40	Carroll, Lewis. Alice in wonderland coloring book	64
41	Cervantes Saavedra M de. Don Quijote de la Mancha	64
42	Escultura en madera de El Quijote	64
43	Sendak M. Donde viven los monstruos	65
44	Playera de Were the wild things are	65
45	Falconer I. Olivia salva el circo	65
46	Títeres digitales de Olivia, con escenografía	65
47	White E B. La telaraña de Carlota	66
48	Playera de Charlotte´s web	66
49	Browne A. Me gustan los libros	66
50	Klein A F. Max goes to the library	66
51	Lindberg R. Homer, the library cat	67
52	Rey M, Rey H A. Curious George: paper dolls in full color	67
53	Brown M. Waiting for the biblioburro	67
54	Morris C. The boy who was raised by librarians	67
55	Serres A, Heitz B. Cómo hacer que tus papás amen los libros para niños	68
56	Smith, L. ¡Es un libro!	68
57	Wohlrabe, C. A visit to the library	68
58	Deedy, C. The library dragon	68
59	Williams S. Library lil	69
60	Stewart S. The library	69
61	Knudsen M. Library lion	69
62	Tourville A. Manners with a library book	69
63	Sierra J. Born to read	70
64	Kirk D. A library mouse: a world to explore	70
65	Kirk D. A library mouse	70
66	Kirk D. A library mouse: a friend's tale	70
67	Cousins L. Maisy goes to the library: a Maisy first experiences book	71
68	Bently P. Bath: Bunny loves to read	71
69	Myron V, Witter B. Dewey the library cat: a true story	71
70	Myron V, Witter B. Dewey: the small-town library cat who touched the world	71

71	Legeay C. ¿Para qué sirve un libro?	72
72	Rey M, Rey H A. Curious George: Visits the library	72
73	Rana con libros 1	72
74	Rana con libros 2	73
75	Bibliotecaria	73
76	Patito de hule, The readers duck	73
77	Sillón con gatito lector	73
78	Taza: Library of Congress	74
79	Taza: First class librarían	74
80	Taza: British Library	74
81	Taza: Libros prohibidos	74
82	Taza: The disappearing Cheshire cat	75
83	Playera: Librarians rule	75
84	Playera: Leer te da más	75
85	Playera: Yo amo las bibliotecas públicas	76
86	Playera: The wonderful wizard of Oz	76
87	Playera: Little bookworm	76
88	Tarjetas de préstamo de biblioteca	77
89	Sello postal: Winnie the Pooh and Christopher Robin	77
90	Separadores: Baaa y Bookworm. Marca Bookmark	77
91	Separadores: De izquierda a derecha: Universidad de Murcia, Universidad de Granada España, Castilla La Mancha	78
92	Película de papel vegetal para proyector panorámico, Super NIC. De Popeye y Tarzan	78
93	Exlibris	79
94	Separador de la Biblioteca de Catalunya	79
95	Boleto del Metro de México, D. F., edición especial. Parte de la campaña “Para leer de boleto en el metro”	79
96	Postal: Pooh marooned with his ten pots of honey. Por Shepard E. H.	80
97	Postal: Here are some rabbits throwing snow balls. Por Beatrix Potter	80
98	Postal: Donde sea y como sea Autor: Mauricio Rivera	80
99	Postal: Leer es volar... Autor: Mónica Méndez-Padilla Jiménez	81
100	Postal: Ven a leer Autor: Gabriel Tamayo Burgos	81
101	Postal: La fantasía y la realidad en un libro encontrarás. Autor: Marcos González Rodríguez	81

102	Postal: El mejor amigo del hombre Autor: Héctor E. Hernández	81
103	Postal: Nada mejor para empezar el día, un buen libro Autor: Aída Aguilera Rocha	82
104	Postal: Cabeza llena, corazón contento Autor: Mayra Meneses Ángeles	82
105	Postal: Leer te cambia Autor: Valeria Gallo López de Lara	82
106	Postal: ¡No te manches! Y ponte a leer Autor: Tlaoli Ramírez Téllez	82
107	Postal: ¡Enlázate! Autor: Jorge Arturo Martínez Peredo	83
108	Postal: Exprímeme Autor: Wendy Seyneb Placeres Vilchis	83
109	Postal: Leer te da alas Autor: Luisa de Nogueira Cardona y René Galindo González	83
110	Postal: Los libros son un gran alimento Autor: Guillermo López Wirth	83
111	Postal: The Little Prince	84
112	Folleto: La Biblioteca Pública de Nueva York, Para niños	84
113	Cupón para concursar por un viaje a Perú, incluido en un libro de Paddington	84
114	Cartel: La lectura es de altura. Campaña pro-habito de la lectura	84
115	Cartel: Al mal tiempo un buen libro. Campaña pro-habito de la lectura	85
116	Libro de estampas: Library sticker activity books	85
117	I love reading, stickers. Estampas de papel	85
118	Juego de mesa: Little librarían: be a real librarían	86
119	Títeres de sombra: Shadow puppets Babar	86
120	Juego de cartas, Who was she? Mujeres notables en la literatura	86
121	Títeres digitales de estambre de: Los tres cochinitos	87
122	Títeres digitales de estambre de: Caperucita roja	87
123	Vaso: de Library of Congress	87
124	Portavasos, juego de 8 piezas en forma de libros	87
125	Lápiz de minas de Library of Congress	88
126	Porta lápiz y lápices de la Biblioteca Pública de Murcia	88
127	Diorama, calaveritas de biblioteca	88
128	Estuche para lápices de la Biblioteca Nacional de España	89
129	Lámpara: i-Lite: the ultra mini book	89
130	Broche separador de hojas	89

131	Atril de plástico	89
132	Bolsa: New York Public Library	90
133	Libreta: My bibliofile	90
134	Libreta con pasta de tarjeta de préstamo bibliotecario	90
135	Calcetines con imagen de tarjeta de préstamo	91
136	Fichas para tomar notas de libros	91

Índice de cuadros

		Página
Cuadro 1	Lista de 100 títulos tomados de la campaña “Diviértete Leyendo”	35
Cuadro 2	Lista de títulos en el libro “Un plan de lectura para toda la vida, guía definitiva de lo que hay que leer”	38
Cuadro 3	Lista de títulos en el libro “Libros, todo lo que hay que leer”	43
Cuadro 4	Lista de “Los 100 mejores libros de todos los tiempos”	47

Introducción

Mucho se dice acerca de la lectura, bueno y malo, sin embargo, es un hecho que el panorama de la lectura en México no es halagüeño. Es posible que la carencia de lectura se relacione con deficiencias educativas de la población y con la precarización de la misma. En muchos casos, la lectura es inaccesible: las personas buscan cubrir sus necesidades primarias antes que invertir en libros; otras más tienen gustos que no incluyen a la lectura.

La lectura es considerada como una actividad recreativa, de distracción, un gusto o de relajación; para otros equivale a una tarea escolar, un deber académico o hasta un castigo. También, la lectura sólo se realiza si es obligatoria, es decir, no es una actividad prioritaria.

Mediante esfuerzos por obtener un panorama aceptable de conciencia lectora, diferentes organismos, tanto gubernamentales como externos o privados, han intentado implementar estrategias y campañas que motiven a la sociedad a acercarse al mundo de la lectura. El hecho de que todos los diagnósticos y resultados de las pruebas que miden el nivel lector en México busquen explicarse en términos cuantitativos lleva a comparativas nacionales e internacionales, tratando de alcanzar estándares basados en sociedades diferentes. Es así como las campañas se han orientado, han tratado de colocarse por medio de la imagen publicitaria, acción que no necesariamente está mal, sin embargo, analizaremos si esta ha sido la forma idónea de actuar.

Como lo menciona López Alfaro (1), lectura en primera instancia significa leer palabras, las cuales pueden estar organizadas en distintos niveles de elaboración, que van desde un simple enunciado, por ejemplo de carácter publicitario, hasta un texto de gran belleza literaria o de extrema abstracción filosófica. De acuerdo con lo anterior, se puede sostener que la lectura

es un acto mecánico al aprenderlo y al realizarlo, el cual no tiene otro fin más que el de identificar los símbolos que están plasmados y poder conjuntar esas letras para formar palabras que pueden, o no, decir algo importante. El siguiente extremo es el de la comprensión literaria y es cuando la lectura desarrolla sensaciones, desde las agradables, pasando por las extrañas o desconocidas, hasta las desagradables. Puede facilitar la comprensión del mundo o también hacer surgir preguntas, de lo que no queda duda es que provoca una reacción, es decir, la lectura no deja un vacío en las emociones.

La impronta que deja la lectura, con todas las sensaciones que va generando, se desplaza al punto de inspirar a crear derivados de ella, es decir, cada obra escrita puede generar más obras, ya sean de carácter lúdico, artístico, comercial, o educativo.

Este trabajo tiene como propósito destacar los diferentes aspectos que rodean a la lectura desde ángulos que la sociedad no percibe a simple vista: los aspectos artísticos, lúdicos, comerciales o publicitarios, los intelectuales y los educativos.

Por estas razones en el presente trabajo se expondrán algunos ejemplos de los derivados de la lectura en distintas áreas; podremos observar cómo algunos objetos tratan de acercarnos a ella, según su propósito de creación, y otros son sólo un complemento.

Tomaremos en cuenta aspectos como: campañas de lectura, objetos relacionados con la lectura, objetos relacionados con obras en particular, y listas de libros.

Se trata de hacer notar que la lectura tiene fortalezas para trabajar en su desarrollo y en su fomento de una manera libre. El universo de la lectura no sólo se queda en los libros sino que puede ser expandido hasta zonas de la vida cotidiana como el entretenimiento o el juego.

Si observamos con detenimiento podremos encontrar en diversos lugares elementos que nos demuestren que la lectura está presente y, si somos más curiosos, contar con alternativas para presentar ante la sociedad la lectura de una manera más interesante, y posiblemente no tan tradicional, pero que renueve el gusto por ella y sirva como apoyo a la educación. Está claro que la situación no debe tomarse a la ligera, pero la enseñanza de la lectura no tiene porqué ser algo aburrido o negativo; se trata más de que sea algo que logre posicionarse en las vidas de las personas como un concepto relevante, o por lo menos cotidiano.

Del mismo modo, debemos percibir y cuestionar la forma en cómo la lectura llega a nosotros; hay que tomar una actitud un tanto crítica. Indiscutiblemente la lectura se nos acerca en forma de producto, pero podemos preguntar ¿qué clase de producto?, ¿de dónde viene?, al igual que con cualquier objeto que utilicemos en nuestras vidas, este no debe ser menos importante en cuanto a calidad y efectividad y dado que no todo libro es de la misma calidad no podemos dejar a la ligera el tipo de contenido que estamos adquiriendo. El hecho de que la adquisición de estos productos sea libre también nos coloca frente a un panorama donde es importante tener plena conciencia de lo que podemos adquirir ya que nos vemos rodeados de influencias que no necesariamente son positivas y nos terminarán afectando en algún punto.

Por todo esto, los análisis que se hacen de los diferentes aspectos relacionados con la lectura se han enfocado a las opciones que existen para acercarnos a ella y cuáles podrían ser más útiles en algunos casos, dependiendo del enfoque en que se base cada estrategia de promoción de la lectura.

Al mismo tiempo debe estar presente el hecho de permitir que el ejercicio de la lectura sea libre, incluso si esto implica rechazarla, ya que al ser una actividad personal no debe existir ningún condicionamiento para realizarla.

A lo largo de este trabajo debemos tener claros los conceptos de libertad y obligación y tratar de decidir qué tanto debe haber, por parte de la sociedad, de estos elementos para darle a la lectura un lugar justo en las actividades de la población y no convertirla en el disgusto que para muchos representa.

En una breve descripción de los capítulos tenemos: en el primer capítulo algunas definiciones sobre lo que significa la lectura, no sólo de manera estricta, sino también lo que significa en las perspectivas de diversos escritores y personajes con explicaciones personales. En el segundo capítulo se discuten los conceptos de la campaña de lectura “Diviértete Leyendo” y la estrategia publicitaria de Librerías Gandhi, de tal modo que se logre apreciar cómo funciona cada una. El tercer capítulo se compone de una serie de listas de recomendaciones de libros, y se puede apreciar el tipo de lecturas que son recomendadas y las que son realmente leídas. Finalmente el cuarto capítulo es una muestra de materiales y objetos que se fabrican para promover la lectura y dar ganancias a las bibliotecas en lugares del extranjero.

Capítulo 1 La lectura

El libro y la lectura son conceptos que van de la mano, suelen ser objetos de discusión; se discute en términos culturales, intelectuales, educativos, comerciales y hasta morales.

Por lo tanto daremos una serie de definiciones y cada lector escogerá la que más se adecue a su sentir.

Leer, según la RAE (Real Academia Española) es:

- Pasar la vista por lo escrito o impreso comprendiendo la significación de los caracteres empleados.
- Comprender el sentido de cualquier tipo de representación gráfica.
- Entender o interpretar un texto de determinado modo.

Y libro es:

- Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen.
- Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte.

Estas definiciones pudieran ser las más generales, ya que definen un proceso del ser humano sin involucrar reacciones de ningún tipo. Tal y como se pudiera definir alguna otra acción u objeto cualquiera, como comer, dormir, etc. Si bien con esta definición nos quedamos limitados a los procesos físicos sin involucrar las reacciones que se despiertan mentalmente o el surgir de algún sentimiento. No podemos desechar esta serie de definiciones pero para otros, tales definiciones tienen un alcance limitado

Al respecto Steiner (2) dice: “El poder indeterminado de los libros es incalculable. Es indeterminado precisamente porque el mismo libro, la misma página, puede tener efectos totalmente dispares sobre sus lectores. Puede exaltar o envilecer; seducir o asquear; apelar a la virtud o la barbarie; magnificar la sensibilidad o banalizarla. De una manera que no puede ser más desconcertante, puede hacer las dos cosas, casi en el mismo momento, en un impulso de respuesta tan complejo, tan rápido en su alternancia y tan híbrido, que ninguna hermenéutica, ninguna psicología puede predecir ni calcular su fuerza”

La definición anterior tiene tonos más poéticos, describe los procesos emocionales experimentados con la lectura y deja de lado los procesos mecánicos que limitan las formas de entender el amor hacia la lectura. Muestra una dualidad que se descubre una vez que abrimos un libro y recorremos sus líneas, sus páginas y sus capítulos.

Calvino (3) dice que: “Ponerse a leer significa prepararse para atrapar una voz que va a surgir cuando menos lo esperes, Una voz que se deja oír desde un lugar imprevisto, más allá del libro, más allá del autor, más allá de la escritura: viene desde lo que no se ha dicho, desde eso que el mundo todavía no ha formulado sobre sí mismo porque no tenía palabras para decirlo”

Es claro que esta definición, o dicho de otro modo, expresión sobre la lectura rompe el concepto mecánico de la explicación y se hunde en expresiones emocionales, posiblemente las que sintió el autor y las comparte para asimilar como él este gusto por la lectura.

Cuando se habla de aprender a leer de inmediato pensamos en la escuela o en los primeros años de educación, donde los niños aprenden este proceso que les servirá toda su vida, aunque no todos lo utilicen con la misma frecuencia. Algunas veces desde niños empezamos a

alejarnos de la lectura, tal vez porque no se nos presentó con la emoción suficiente para quedar ligados a ella, y en ocasiones se convierte en castigo. Si tenemos en cuenta que como niños podemos quedar más sorprendidos con explicaciones que lleguen por el lado emocional y nos contagien la magia que la lectura trae consigo, entonces podríamos estar de acuerdo con las siguientes frases:

Leach (4) dice: “Nunca es demasiado temprano para compartir un libro con los niños. Si aguardamos a que sepan leer para hacerlo, es como si esperáramos a que él supiera hablar para hablarle”

Castelló Yturbide (5) apunta: “El gusto por la lectura no se puede imponer a nadie, sólo se puede alimentar o despertar”

Green (6) menciona: “En la infancia todos los libros contienen presagios, nos señalan el futuro, y como la adivinadora que en las cartas vislumbra un largo viaje o el peligro de morir ahogados, los libros influyen en nuestro destino”

La lectura se ha expresado de múltiples formas y parece ser que el mejor modo de explicarla es hablar sobre las emociones que despierta, incluso, si la queremos relacionar con otros ámbitos se debe puntualizar su cualidad emocional.

Es por ello que Lowell (7) afirma: “Algunos economistas se han dado cuenta de que el amor a la lectura termina enriqueciendo a las naciones. Y en vez de cultivarlo hacen todo para erradicarlo. Lo arrinconan con impuestos, lo denigran dando incentivos al comercio equívoco del papel manchado, cuidan el centavo ahora pero desprecian el dólar completo un poco más tarde. Y pelean su centavo con desprecio por quienes ven que detrás de cada libro hay una

persona. No hay placer más frágil, ni más barato, ni más conveniente a mediano plazo que el goce cordial que procura un libro”

La lectura, aunque con mucho esfuerzo, ha logrado permear la mayoría de los ambientes de la sociedad a lo largo de su historia, siendo la herramienta con la que se transmiten las cosas, los hechos, la historia, e incluso en cómo se planea el futuro; hoy se vive un debate acerca de cómo utilizarla en la educación y en los medios, y que así llegue a la sociedad como un beneficio. Sin embargo, los contrastes son variables, el apoyo que se le da al impulso de la lectura es cuestionable y la aceptación por parte de la sociedad es incierta y dudosa, así que nos enfrentamos a un panorama donde trataremos de ejemplificar algunos modos de incentivar la lectura y el libro en diferentes maneras, y, de ser posible, tratar de utilizar los medios masivos a nuestro alcance para convertirlos en un camino hacia ellos.

Al respecto de los medios, el escritor y humorista Marx (8) dice: “La televisión me parece muy educativa. Cada vez que alguien la enciende, me retiro a otra habitación y leo un libro”

Bajo todos estos conceptos podemos comprender el significado de lectura y darnos cuenta que no se queda en definiciones simples y rígidas; con la lectura siempre se pueden encontrar más formas de expresión, y ya sean ajenas o propias, siempre podrán tener un aporte humanístico que demuestre el efecto que causa la lectura en la vida de los lectores.

Como lo señala Argüelles (9) “La lectura involucra siempre algo más que el libro que se tiene como manual o como apoyo didáctico y pedagógico, pues en realidad la lectura sólo adquiere verdadero sentido cuando forma parte de la vida misma, cuando no se le ve como algo adicional o, mucho peor aún, como un simple ejercicio de la ocupación laboral”.

Capítulo 2 Las campañas de lectura

Es absurdo tener una regla rigurosa de lo que debe o no leerse. Más de la mitad de la cultura intelectual moderna es producto de lo que no debía leerse.

Oscar Wilde.

A lo largo de los años la lectura ha tenido diferentes fines; entre los más importantes está el de contribuir en el proceso de alfabetización de grupos de la población. La Secretaría de Educación Pública (SEP), fundada después de un gran movimiento social se ha considerado uno de los grandes frutos de la administración nacional y a José Vasconcelos se le ha reconocido como el gran difusor de la lectura para educar a los mexicanos. Por tanto, la lectura ha sido un instrumento de evolución social, ya que se aumentó la producción de libros y se abrieron bibliotecas.

Dado que en esa época se veía a la lectura como un apoyo a la educación social, fueron seleccionadas lecturas representativas de lo que era considerado “culto”. Asimismo se sentaron las bases para una lectura nacional sobre cimientos culturales que tendían a la fortaleza al alfabetizar a la sociedad por medio de lecturas con un buen prestigio a nivel mundial.

Con el paso del tiempo la idea de hacer de la lectura un auxiliar para la educación se convirtió, poco a poco en una tarea que han asumido diferentes entidades, algunas relacionadas con la SEP y otras, actuado a un nivel más directo sobre la sociedad en general, sin embargo, los datos en cuanto al nivel de lectura en nuestro país nos ubican por debajo del promedio de lectura mundial.

Según una lista de 108 naciones afiliadas a la UNESCO sobre el índice de lectura, México ocupa el penúltimo lugar. En promedio, se dice que los mexicanos leen 2.8 libros al año, y sólo 2% de la población tiene como hábito permanente la lectura, cifra muy alejada de los 25 títulos recomendados por este organismo internacional, y del promedio de lectura de la sociedad japonesa, noruega, finlandesa y canadiense que ocupan los primeros lugares a nivel mundial con 47 títulos per cápita (10)

En contraste, el perfil del poco lector que se caracteriza por tener un contacto casi nulo con la lectura, indica que a 81.9% de los integrantes de este perfil no le gusta leer y sólo 2.7% manifiesta algún gusto por la lectura. Cerca de la mitad de sus integrantes suele dedicar su tiempo libre a descansar (51.7%) o ver televisión (46.4%) y poco más de una quinta parte a reuniones con amigos o familiares (21.6%). (11)

Los resultados parecen ser alarmantes y se ha tratado de combatir el bajo índice de lectura de la población con campañas de lectura, las cuales son una mezcla de publicidad y creatividad; se advierte que los elementos que se presentan en ellas pueden ser muy variados: utilizan imágenes y frases que pretenden difundir una idea directa de la lectura, sin embargo, cada una de ellas tiene características diferentes debido a la forma y tipo de mensaje que proyectan. De esta manera, su interpretación puede diferir y llevar a distintos puntos las conclusiones y los objetivos que perseguidos.

No se pretende juzgar el contenido de las campañas de lectura, ni de sus herramientas, salvo que de acuerdo con el mensaje podemos notar una serie de aspectos que inclinan su visión hacia determinados sectores de la población, tanto desde el punto de vista textual como visual. De igual forma, no se puede omitir que estas campañas están realizadas por empresas,

organizaciones o entidades oficiales y que esto determina en gran parte el tipo de mensaje y la manera en cómo se difunde.

2.1 Diviértete Leyendo y librerías Gandhi

La vinculación y las alianzas que la SEP, como entidad pública, ha establecido con determinados grupos, como el Consejo de la Comunicación, conformado por múltiples empresas, de las cuales son pocas las que tienen que ver con la educación en México, y, sin embargo, pretendan ser una fuente segura para llevar de la mano un campaña nacional de lectura, como lo es “Diviértete Leyendo”, con recomendaciones de libros y bombardeo de publicidad, es un punto que no se debe dejar de lado puesto que el sistema educativo se ve afectado por dichos vínculos.

Por otro lado, se encuentran las Librerías Gandhi, empresa que en su campaña publicitaria hace uso de frases ingeniosa; se trata de una campaña sencilla y elocuente. Sin hacer uso de personajes públicos o alguna imagen popular, logra que sus mensajes se entiendan de una forma directa con el sólo uso de la misma lectura y la interpretación.

Al comparar las campañas de lectura “Diviértete leyendo” del Consejo de la Comunicación, y por otro lado la publicidad de las Librerías Gandhi, se advierten las diferencias con facilidad. De acuerdo con lo anterior, observemos algunas imágenes de ambas campañas:



Fig 1
Yahir, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
 Disponible en:
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 2
Amigo, Espectacular de Gandhi 2011.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>



Fig 3
Tino, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 4
Amenaza, Espectacular de Gandhi 2012.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>



Fig 5
Power, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 6
Despierto, Espectacular de Gandhi 2012.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>



Fig 7
Mónica Garza, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 8
Apagado, Espectacular de Gandhi 2008.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>



Fig 9
Místico, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 10
Amar, Espectacular de Gandhi 2003.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>

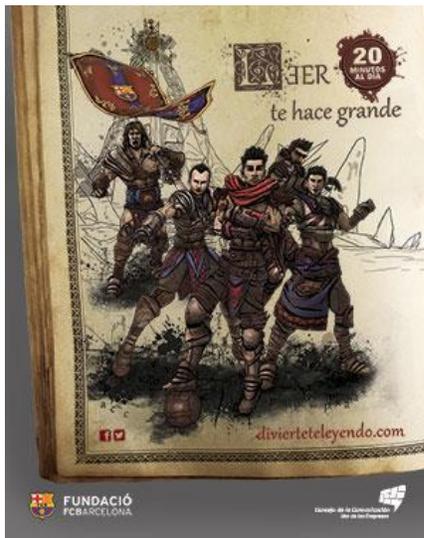


Fig 11
FCB-web, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteleyendo.com/>



Fig 12
2012, Espectacular de Gandhi 2010.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>



Fig 13
K-Paz, Cartel de “Leer 20 minutos al día”.
 Campaña “Diviértete leyendo”
<http://www.divierteteluyendo.com/>



Fig 14
Bebe, Espectacular de Gandhi 2003.
 Disponible en:
<http://www.gandhi.com.mx/index.cfm/Publicidad>

Se puede deducir de estas dos formas de promover la lectura que, en primer lugar las mismas entidades que las realizan crean una especie de ironía cuando se les compara. “Diviértete leyendo” es una campaña de lectura que persigue ciertos fines, los cuales involucran resultados relacionados con las normas educativas nacionales e internacionales, sin embargo, se valen de la publicidad para vender y posicionar productos, utilizando personajes populares y conocidos, pero un tanto cuestionables para ser portavoces del fomento a la lectura ya que su mismo propósito, el cual aparece a continuación, hace notar el mal uso de sus recursos:

(12)

LOS QUE FIRMAMOS EL PRESENTE COMPROMISO PARA EL FOMENTO DE UNA CULTURA DE LECTURA QUE CONTRIBUYA A IMPULSAR UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD, NOS COMPROMETEMOS A:

- Promover actividades de lectura diaria dentro de las escuelas.
- Promover 20 minutos de lectura diaria en el hogar.
- Promover el uso de los Estándares Nacionales de Habilidad Lectora para fomentar el desarrollo de la fluidez y la comprensión lectora.
- Promover acciones de formación de docentes relacionadas con el fomento y el gusto por la lectura.
- Promover y fortalecer el uso de las bibliotecas públicas, escolares y de aula.
- Realizar una campaña de comunicación relacionada con el fomento de la lectura.
- Integrar el consejo estatal para la promoción y fomento de la lectura.
- Establecer metas y objetivos estatales relacionados con la meta nacional para ampliar a 4.1 millones el grupo de estudiantes de primaria con nivel bueno o excelente en la prueba de Español de ENLACE 2012.

Al analizar los puntos que la campaña pretende implementar podemos observar que varios de ellos se basan en concepciones que la SEP trata de alcanzar, y que ha diseñado para que la educación nacional eleve sus estándares.

Con los Estándares Nacionales de Habilidad Lectora (13) se trata de lograr un cierto número de palabras leídas por minuto y aumentarlas conforme el grado escolar avanza. Pero lo principal es lograr que se comprenda lo que se lee, aunque este sea su fin principal, según ellos; lo que se enfatiza es la cantidad. La comprensión lectora puede lograrse, pero es posible que tener la presión de lograr una cantidad de palabras leídas pueda distraer la atención de la comprensión lectora. El hecho de que se intente lograr un gran número de palabras leídas por minuto se puede visualizar en objetivos más avanzados hasta llegar al fin que es tener un

mayor número de libros leídos por persona anualmente y así mostrar resultados ante las organizaciones que evalúan estas actividades. Sin embargo, no se muestra nunca si los 2.8 libros anuales en México o los 25 en otros países son comprendidos, dejan un mensaje, o siquiera si son evaluados por sus lectores como buenas o malas lecturas.

Las acciones que promueven la formación docente para el fomento a la lectura se realizaron en todos los estados del país, según el portal de “Diviértete Leyendo”, el cual está desactualizado y muchos de sus “links” no responden. En resumen; se capacitó a los docentes de diferentes escuelas para promover la lectura 20 minutos diarios y se realizaron círculos de lectura, ferias de bibliotecas, foros lectores, y se distribuyeron los carteles de la campaña. Sin embargo, no se muestran resultados de lo obtenido con las diversas actividades, ni qué tan bien fueron aceptadas por los alumnos y los padres, o si se logró un mayor interés en la lectura.

Del mismo modo, no hay resultados sobre las promociones de bibliotecas escolares, públicas o de aula. El sitio muestra actividades y ayuda a localizar las bibliotecas más cercanas, pero no hace mención a qué tanto ha aumentado o disminuido el índice de asistencia, desde la incursión de la campaña en las bibliotecas. Tampoco podemos saber si la calidad de atención o de contenido en estos lugares tuvo mejoras.

La organización de leyes del libro y de la lectura se dio por parte de instituciones gubernamentales, ya que la campaña como tal sólo puede distribuir sus estrategias, pero sería muy irregular que ella integrara un consejo de estados.

Por último, podemos ver que la meta que se planteó con respecto a la prueba ENLACE pudo ser alcanzada, y rebasada. Según los resultados de ENLACE 2012 (14), el promedio de

alumnos de español en nivel excelente se elevó a 11.9 en comparación con el 1.7 de 2006. Por supuesto que esta aparente mejora no debe ser adjudicada a dicha campaña; lo justo sería nombrarla como colaboradora del progreso ya que las escuelas son quienes realizan la actividad educativa. El punto que sería prudente que se explicara respecto a esto es ¿por qué se busca esta meta nacional?, o se le da tanta importancia y énfasis dentro de la campaña, cuando la información del portal señala que los resultados no se pueden comparar entre etapas, ni regiones, ni entidades, debido a que los parámetros no son igualitarios, si bien se muestra un avance, las circunstancias no dan la posibilidad de hacer comparaciones debido a los cambios en su estructura. Posiblemente esta sea la razón por la que no se muestran hasta el momento, resultados en la página de la campaña posiblemente por su desactualización.

En el otro extremo tenemos la “Publicidad Gandhi”, explícitamente marcada como publicidad pero que juega un rol de campaña en pro de la lectura, no sólo del consumo de libros, como se pudiera pensar, sino de un uso de lo que ellos aportan y de la comprensión de sus contenidos. No es un secreto que Librerías Gandhi es una empresa cuyo fin es vender libros, sin embargo, no trata de esconder su origen comercial bajo un manto de campaña benéfica, por lo tanto su uso de la publicidad más sencillo hace que el mensaje, que tiene como personaje central a la lectura, llegue de una forma directa y sin mayores distractores.

Quienes conocen las imágenes que ha lanzado “Diviértete leyendo”, las cuales se ubican en diferentes lugares y formatos, pueden percibir de inmediato que los personajes públicos, empleados de las grandes televisoras mexicanas, son los que se muestran como la imagen que recomienda los 20 minutos de lectura. Sin embargo, sus poses en las imágenes no son naturales sino que pareciera ser una actuación más en sus vidas. Además está el hecho de que basta ver por algún tiempo un programa de cotilleo para que alguno de estos personajes

aparezca haciendo algo ridículo y hasta vulgar para “entretener” al público. Nos queda claro que los oficios de estas personas requieren que su imagen se mantenga siempre actual y a la vista del público; son un producto que debe estarse mostrando constantemente, y que se someten a realizar los actos que sean necesarios para estar bajo su mirada. De tal manera que se convierte en nuestra responsabilidad preguntar ¿por qué se les contrata para estas campañas? La respuesta está dada por la estrategia publicitaria al utilizar modelos que generen confianza para posicionar y mantener una marca o una idea, lo cual no quiere decir que el contenido sea bueno o malo, pero la fiabilidad de algún personaje también puede ser creada, por ello Pratkanis (15) advierte que la credibilidad ha llegado a ser una mercancía que no sólo se finge, sino que también se compra y se vende en el mercado.

En la misma publicidad de la campaña podemos apreciar un caso que puede mostrar lo dicho anteriormente: la fig. 9 *Místico, Cartel de Leer 20 minutos al día*, expone el punto a discusión sobre las poses que se adoptan en estas imágenes ya que muestra al luchador profesional mexicano “Místico” con una clara pose de publicidad, es decir: el libro se encuentra al revés y a una distancia algo inusual para poder leerlo. ¿Quién podría leer cómodamente en esta posición?; es claro que no se toma en cuenta la realidad de esta actividad y la comodidad que se debe tener para realizarla. Las demás imágenes también muestran posiciones que no son aptas para la actividad, es por ello que, aunque sabemos que las imágenes de publicidad deben adoptar ciertas posiciones llamativas, estas dan la impresión de lucir al libro como un adorno más que como el objeto al que habrían de darle mayor importancia.

Pareciera ser que el aumento de lectores en México trata de ser elevado de acuerdo con una imagen, no se trata de aparentar sino de tener logros comprobables porque se supone que estas personas no practican la lectura de manera cotidiana, ya sea por sus ocupaciones, sus

gustos o por falta de escolaridad. Por tanto, ¿es creíble el mensaje de esta campaña que se transmite a través de ellos? ¿se puede afirmar que quienes aparecen en los mensajes son personas fiables?

En los mensajes publicitarios del Consejo de la Comunicación aparecen futbolistas, luchadores, actores, actrices, dibujos animados, conductores de televisión, cantantes solistas e intérpretes de bandas musicales; su fama los hace reconocibles de inmediato, pero eso no significa que tengan el gusto por la lectura, además de que ellos mismos no se hacen responsables de los contenidos de esta campaña. No tenemos que ir muy lejos para comprobar que la fama o la importancia pública no hacen lectores, basta con recordar que el presidente de México, Enrique Peña Nieto, en la Feria del Libro de Guadalajara del año 2011, al no poder recordar los tres libros que marcaron su vida, así como confundir el autor de uno de ellos. Esta escena que se volvió viral en el país, gracias a las redes sociales, es el claro ejemplo de lo mencionado anteriormente.

Cuando nos damos cuenta de estos detalles es que podemos ver los defectos de esta campaña de lectura y notar que no está enfocada ni realizada de la manera adecuada. Si se tratase de una campaña para aumentar la venta de libros, tal vez sería acertada, pero la lectura no se vende, no es un bien material, se trata de un concepto más amplio todavía, va más allá del libro, de la lectura y de la educación. Son acciones que complementan una cultura que acompaña a las personas toda su vida para hacernos conscientes de la necesidad de adquirir contenidos de calidad, que no se queden sólo en los libros sino en todo lo que consumimos incluso lo que se encuentra en los medios de comunicación.

La campaña “Diviértete leyendo” no muestra, hasta el momento, resultados de su labor, sin embargo, siguen utilizando la misma estrategia de publicidad, sólo que actualizando su

plantilla visual: toman personajes e imágenes de nuevas creaciones comerciales pero la estrategia sigue siendo la misma. De acuerdo con Pratkanis (16) la presentación repetida de un anuncio a los consumidores es una buena forma de presentar un producto nuevo o de recordar a los clientes una antigua marca...dado el elevado costo de crear y producir nuevas ideas y eslóganes publicitarios, tiene sentido seguir con lo ya conocido y de eficacia segura. Podemos inferir que su estrategia publicitaria sigue un solo camino y que su “renovación” va más en busca de clientes o consumidores que de beneficiarios de un programa social y el aumento de su calidad lectora y cultural.

Entonces podemos cuestionarnos de nuevo: ¿se trata de crear clientes?, ¿los resultados del aumento de lectores son alcanzables con este método? Este tipo de estrategias de publicidad está diseñado no sólo para atraer clientes, sino para lo que viene con ellos, o sea, las ganancias económicas, menos gasto y más ganancia, pero ¿estamos hablando de ganancia económica o social? Por el tipo de campaña y labor ni siquiera se debería mencionar el aspecto económico, sin embargo, una vez más, la estrategia publicitaria suscita dudas sobre su efectividad y su intención. Pareciera ser que a la población se le está viendo como un objetivo de mercado y no como sociedad con necesidad de beneficios culturales.

Los materiales gráficos de ambas campañas son claros, tan claros que en ciertos estratos de la sociedad se han cuestionado, sobre todo, a la publicidad de Librerías Gandhi por sus mensajes ya que con la evolución de su campaña y las frases, en ocasiones, se han tornado de graciosas a irónicas, de críticas a inconformistas, de inteligentes a clasistas. En ocasiones los mensajes estereotipan a los sectores de la sociedad que se consideran de cultura pobre haciendo referencia a sus gustos musicales, políticos y religiosos.

Como toda marca, Librerías Gandhi tiene un sector definido y un perfil de su grupo de clientes, por lo que es lógico pensar que, aunque, su campaña de marketing tenga un gran alcance visual, finalmente sus productos no son alcanzables por gran parte de la población, los costos impiden que la adquisición de sus productos, en su mayoría libros, sea realizable, y más aún que estos no se consideran un producto de primera necesidad. Esto es lo que se critica sobre la campaña de Librerías Gandhi, sin embargo, no se debe olvidar al realizar una crítica que esta si es una campaña publicitaria de lectura. Lo único que se podría criticar es, posiblemente, el precio de sus artículos, tomando en cuenta que representan una herramienta cultural y educativa, pero si esta fuera la consecuencia del bajo índice de lectura podríamos preguntarnos también ¿la culpa es de los altos precios o de los bajos presupuestos de la población?, lo cual nos llevaría analizar aspectos sobre las remuneraciones laborales en el país y los elevados costos de la cultura y la educación.

Por tales razones si se debe cuestionar el funcionamiento de una campaña ésta debería ser la de “Diviértete leyendo” ya que se cimienta en la institución de educación pública nacional y estando en medio de una masa de publicidad y mercadotecnia enorme podemos cuestionar si la SEP está aportando capital económico a esta campaña o si la SEP y sus integrantes están recibiendo capital económico de esta campaña. Estos puntos nos deben interesar como sociedad ya que es bien sabido que como institución pública la SEP funciona con el dinero de impuestos, los cuales deberían ser retribuidos en forma de servicios de calidad para la sociedad, como la educación y la cultura en este caso.

Para tener un panorama sobre el funcionamiento de la campaña podemos revisar algunas encuestas que se han realizado en últimas fechas y que demuestran el avance, exista o no, del índice de lectura.

En la encuesta de 2006 (17) el perfil del poco lector, es decir, el que tiene un contacto casi nulo con la lectura, era del 11.4%, eso quiere decir que más de una décima parte de la sociedad no tenía relación con la lectura de ningún tipo. La encuesta Nacional de Lectura 2015 (18) revela que dicho perfil se encuentra en 20.6%, casi lo doble que hace 9 años. Este es un resultado totalmente negativo para el avance de la lectura en el país ya que la gente que representa este perfil solo es un sector de la población total y no quiere decir que todo el país se encuentre en estas condiciones, pero siendo el sector más precario es de mayor preocupación que esté en aumento su volumen.

El MOLEC (Módulo sobre lectura) del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), es una prueba más reciente, de febrero de 2016 (19) aunque con metodologías diferentes, pero aún válida para la población mexicana indica que los mexicanos mayores de 18 años leen 3.8 libros anualmente. Eso representa un avance del 1% sobre los datos de hace 9 años.

Se podría decir que el avance ha sido lento, lo que no quiere decir que sea bueno ni satisfactorio. Sin embargo, recordemos que la campaña de “Diviértete Leyendo” no se enfoca en aumentar el índice lector en el país. Sin embargo, bajo estos datos ellos podrían afirmar que ha habido un aumento, aunque pareciera ser más un estancamiento del desarrollo lector.

Estas son pruebas suficientes para demostrar que las campañas de lectura, aunque se siguen realizando, no tienen progresos demostrados.

No se trata de atacar el concepto de publicidad o de marketing, estas herramientas son muy válidas para dar a conocer los productos y las ideas, sin embargo, debe existir una prudencia en su uso cuando un programa social utiliza estrategias de este tipo y su público involucra un

rango de edades prácticamente completo y si su fin es alcanzar una meta educativa debería estar más diversificada y tener objetivos particulares para lograr que cada grupo de edad y de población reciba la atención adecuada.

Por último, no debemos olvidar lo mucho que se han criticado las campañas de lectura, vistas desde ángulos intelectuales, educativos y profesionales, las opiniones que se han lanzado son, en muchas ocasiones, negativas.

Argüelles, ha mencionado en sus libros: (20) *Cuentos inolvidables para amar la lectura*; (21) *Escribir y leer con los niños, los adolescentes y los jóvenes: breve antimanual para padres, maestros y demás adultos*; (22) *Historias de lecturas y lectores: los caminos de los que sí leen*; (23) *Leer bajo su propio riesgo: mitos y realidades del hábito de leer*; (24) *¿Qué leen los que no leen?: el poder inmaterial de la lectura, la tradición literaria y el placer de leer*; (25) *Estás leyendo ¿y no lees?: un libro contra la obligación de leer*; (26) *La letra muerta: tres diálogos virtuales sobre la realidad de leer*; (27) *Si quieres lee : contra la obligación de leer y otras utopías lectoras*; (28) *Del libro, con el libro por el libro: pero más allá del libro*; (29) *Ustedes que leen: controversias y mandatos, equívocos y mentiras sobre el libro y la lectura*; (30) *Leer es un camino: los libros y la lectura*, entre otros, además de sus múltiples entrevistas, la desigualdad que se genera al clasificar a la población en lectora y no lectora, y con esto marginar al sector de la población que no es afecta a la lectura, diferenciación que surge, según él, gracias a que las estrategias de lectura están basadas en encuestas, y en la incesante necesidad de querer resumir todo resultado en conceptos cuantificables y, por consecuencia, crear campañas que solo quieren elevar índices, los cuales necesitan ser elevados ya que los resultados cuantificados nos ponen en una perspectiva de comparación con otras naciones y otras sociedades. Argüelles (31) también menciona que un

buen promotor de la lectura no tiene que ser, necesariamente, alguien que ha leído muchísimos libros, ni aquel que todo el tiempo anda en búsqueda de implantar marcas mundiales en competencia con otros lectores. Este concepto es, claramente, opuesto a los razonamientos que las campañas y los estándares pretenden posicionar en el sistema educativo nacional y de manera tal vez inconsciente convierten a la lectura en objeto de competencias y comparaciones.

Las críticas cobran sentido cuando se nota el bajo índice lector del país y cuando en la experiencia propia se aprecia esto. Cuando sabemos que los estudiantes leen por la necesidad de obtener información la cual, de manera fugaz, se olvida una vez que superan esa etapa de la vida. Como alumnos se encuentran en un proceso donde la lectura debería servir para aumentar el conocimiento, y a pesar de que estas lecturas son las que más trabajo cuestan o se vuelven tediosas también, son las que más rápido se olvidan.

Otras críticas mencionan, que la lectura no debe estar sometida a un índice cuantificador, no debe ser limitada a temáticas, no debe ser calificada, no debe ser premiada y no debe ser clasista. A fin de cuentas, es complicado pensar en una campaña que logre todos estos puntos que se basan en la libertad; tal vez no sea posible lograrlo por medio de una sola campaña y la estrategia que se debe tomar no esté aún bien definida y no exista como tal aún. Pero esto no quiere decir que las actuales campañas estén generando un beneficio o que sea correcta su aplicación. Mientras sigan basándose en alcanzar cifras de otros países y querer igualar su perfil de lectura, o sigan siendo elitistas, o sigan vendiendo libros, más que crear lectores, el panorama no puede mejorar con estrategias que estancan a la sociedad.

El hecho de que la lectura sea una base para la educación no quiere decir que deba convertirse en una pesada obligación y aún más para los que todavía no son conscientes del placer que,

fuera de temáticas académicas, puede otorgar la lectura. Según Argüelles (32) leer y escribir son tan sólo dos posibilidades de la alegría o la felicidad, entre muchas otras que nada tienen que ver con libros. Bajo esta idea es aceptable pensar en la lectura como una actividad meramente recreativa, como pueden ser muchas otras, sirve de apoyo en muchas funciones de la educación formal, más no quiere decir que pertenezca a ella.

Capítulo 3 Sugerencias de lecturas

El único consejo sobre la lectura que una persona puede darle a otra es no seguir ningún consejo; que siga sólo sus instintos, use su razón y llegue a sus propias conclusiones.

Virginia Woolf.

Tanto en internet como en las campañas de lectura se encuentran recomendaciones de libros que pueden servir para conocer títulos y para acercar al lector a nuevos libros de todo tipo de temática. Algunos de estos libros son muy conocidos debido a su calidad de “best seller” o también los que se vuelven populares después de haber sido transformados en películas, los que nacen con fama a causa del renombre de su autor, y no podemos olvidar a los clásicos de la literatura.

Si se analizaran dichas listas se advertiría que se puede recomendar un libro a otras personas sin afectar a nadie pues son sólo recomendaciones, sin ninguna autoridad tras ellas, pero cuando se trata de recomendaciones literarias de una organización que es la encargada de una campaña de lectura a nivel nacional, y que además está representando a la institución que es responsable de la educación nacional, como es la Secretaría de Educación Pública, tenemos el derecho de preguntar si los contenidos que se recomiendan, además de hacer preguntas como: ¿por qué se recomiendan tales títulos? ¿qué parámetros se utilizan para medir la calidad de las lecturas? ¿tienen estas lecturas un orden de relevancia? ¿se trata de lecturas de tipo científico, psicológico, de autoayuda, literarias, o de algún otro tema? ¿quién o quiénes se encargan de hacer esas recomendaciones? Las respuestas a las preguntas anteriores

brindarían información sobre lo que se consumiría, sobre todo tratándose de una campaña que intenta elevar el nivel de educación en nuestro país.

A continuación se presenta una lista de los 100 primeros títulos que aparecen en el sitio web de la campaña de lectura “Diviértete leyendo” (33), seleccionados sin criterio específico ni delimitador alguno; tampoco tiene orden de prelación, sin embargo, hay que atender a los títulos y a sus autores.

Cuadro 1 *Títulos de Diviértete Leyendo*

Autor	Título
José Emilio Pacheco	Las batallas en el desierto.
Marisela Aguilar S	La locura de Macario
Kyra Galván	El perfume de la faraona
Antonio Ramos Revillas	La guarida de las lechuzas
Nerea Liebre	Cirkótico y el enigma de la hechicera
Ed Shark	Monstruosamente monstruoso
Otto Alfredo Von Bertrab Schott	Viaje al infinito
Amy Potter	El niño volador
Charlane Harris	En punto muerto
Pedro Mañas	Ciudad laberinto
Einar Turkowski	Estaba oscuro y sospechosamente tranquilo
María Laura Dedé	Magia de Al.Muhadá
José Pedro Manglano	257 días
Esteban Valentino	Un desierto lleno de gente
Ema Wolf	Libro de los prodigios
Philip Caveney	Sebastian Darke. Príncipe de los bufones
José Montelongo	Mi abuelo fue agente secreto
Jaime Alfonso Sandoval	Operativo nini
César Sel Arístides	Es herida que duele y no se siente
Laura Devetach	Cuento escondido
Laura Devetach	Periquito
Vivian Mansour	Había una vez. Cuentos de cabeza y al revés
Eduardo Galeano	Los sueños de Helena
Lucy Christopher	Robada. Una carta a mi captor
Gilles Bachelet	Mi gatito es el más bestia
Leo Arias	Federico
Pablo Zweig	El señor Pérez va al trabajo
Anónimo	Un cazador

Anónimo	Una señora iba...
Hans Christian Andersen	Pulgarcita
Joan Aiken	El gato Mog
Jorge Accame	Uno de elefantes
Oscar Brenifier	¿Qué son los sentimientos?
Dino Buzzati	La famosa invasión de Sicilia por los osos
Sarah Stewart	La jardinera
Sven Nordqvist	Pettson se va de acampada
Katy Couprie, Antonin Louchard	Todo un mundo
Isidro Ferrer	Piedra a piedra
Cristina Pérez Navarro	El último día de verano
Rubén Darío	Margarita
Arnold Lobel	Tío elefante
Helen Cooper	Sopa de calabaza
Einar Turkowski	La montaña
Jorge Doneiger	Un libro en tamaño real
Gustavo e Isabel Martínez	Un ratoncito
Karen Chacek	La cosa horrible
Katie Cleminson	Otto. El oso de libro
Rafael Pombo	El renacuajo paseador
Christian Voltz	¡Yo no he sido!
Paula Bossio	El lápiz
Ana Fernández-Abascal	El señor Don Nicanor
Víctor Solís	Centígrados y paralelos
Philip C. Stead	Un día diferente para el señor Amos
Rebeca Orozco	Animales marinos de México ¡Conócelos de cerca!
Mélanie Watt	El regreso de Chester
Bernardo Carvalh	Un día en la playa
Estela Smania	La sacramento
Jack London	La peste escarlata
Aidan Chambers	El juego de los besos
Mark Twain	Los diarios de Adán y Eva
Pablo Santis	El buscador de finales
P. G. Wodehouse	De acuerdo, Jeeves
Elsa Valentín	Detrás del muro
Laura Pons	La bella mandarina
Gabriel Pacheco	La bruja y el espantapájaros
Fabrizio Silei	El autobús de Rosa
Tomi Ungerer	Emil
Fernando Krah	Bernardo y Canelo
Martín León Barreto	El camino de Olaj
Cecelia Ahern	Posdata Te Amo
Isabel Allende	El cuaderno maya
Isabel Allende	La isla bajo el mar

Nelida Asili	Educación que transforma ¿Hacia dónde vamos?
Víctor Gordo	Imagen vendedora
Víctor Gordo	Imagología
Víctor Gordo	El poder de la imagen pública
Alejandro Magallanes	Un cuadrado, un círculo y un triángulo
Alejandro Magallanes	Dos círculos centrados
Juan Rulfo	Pedro Páramo
Juan Rulfo	El gallo de oro
Juan Rulfo	El llano en llamas
Caterina Camastra y Héctor Vega	Fiestas del agua
Robert Louis Stevenson	El extraño caso del Dr. Jekyll y Mr. Hyde
J.K. Rowling	Harry Potter y las reliquias de la muerte
J.K. Rowling	Harry Potter y el misterio del príncipe
J.K. Rowling	Harry Potter y el cáliz de fuego
J.K. Rowling	Harry Potter y el prisionero de Azkaban
J.K. Rowling	Harry Potter y la cámara de fuego
J.K. Rowling	Harry Potter y la orden del fénix
J.K. Rowling	Harry Potter y la piedra filosofal
Anne Möller	Construir nidos, cavar agujeros
Berta Hiriart	¿Jugamos al teatro?
María Baranda	Digo de noche un gato y otros poemas
Juan Carlos Quezadas	Diario de un desenterrador de dinosaurios
María García Esperón	El anillo de César
Antonio Granados	¿Qué cosa es esto?
Ana Laura Delgado y Omar de la Luz	Corazón mío... versos que laten
Berta Hiriart, Estela Leñero y Alejandro Matzumoto	El mundo de la música
Berta Hiriart, Estela Leñero y Alejandro Matzumoto	El mundo de la danza
Berta Hiriart, Estela Leñero y Alejandro Matzumoto	El mundo del teatro

Podemos apreciar en la anterior lista que los títulos son variados, sin embargo ¿por qué estos libros? Se debe hacer énfasis en los criterios de selección de la o las personas que son responsables de la elaboración del listado ya que el contenido de la campaña debe responder a una labor de orden nacional, es decir, responder directamente al tipo de educación que se pretende alcanzar en México.

Otra lista que se menciona a continuación es la del libro *Un plan de lectura para toda la vida, guía definitiva de lo que hay que leer*, de Faidman y Major (34) Este libro proporciona una serie de libros que recomienda leer, además brinda un fragmento de cada lectura, pudiendo o no, ser útil para el posible lector; muestra un panorama diferente al que se observa en la lista de la SEP anteriormente mencionada.

Cuadro 2 *Un plan de lectura para toda la vida, guía definitiva de lo que hay que leer*

Autor	Título
Anónimo	Gilgamesh
Homero	Ilíada
Homero	Odisea
Confucio	Las analectas
Esquilo	Orestiada
Sófocles	Edipo rey Edipo en Colono Antígona.
Eurípides	Alcestes Medea Hipólito Las troyanas Electra Las bacantes.
Heródoto	Historias
Tucídides	Historia de la guerra del Peloponeso
Sun-tzu	El arte de la guerra
Aristófanes	Lisistrata, Las nubes, Los pájaros
Platón	Obras escogidas
Aristóteles	Ética, política, poética
Menicio	Libro de Menicio
Atribuido a Valmiki	Ramayana
Atribuido a Vyāsa	Mahabarata
Anónimo	Bhagavad Gita
Sima Qian	Memorias históricas
Lucrecio	De la naturaleza de la obras
Virgilio	Eneida
Marco Aurelio	Meditaciones
San Sgustin	Confesiones
Kalidasa	La nube mensajera y Sakuntala
	El Corán

Huineng	Sutra del estrado del sexto patriarca
Firdausi	Shab Nameh
Sei Shonagon	El libro de la almohada
Murasaki Shikibu	La historia de Genji
Umar Jayyam	Rubaiyyat
Dante Alighieri	La divina comedia
Luo Guanzhong	El romance de los tres reinos
Geoffrey Chaucer	Los cuentos de Canterbury
Anónimo	Las mil y una noches
Nicolás Maquiavelo	El príncipe
François Rebelais	Gargantúa y Pantagruel
Atribuído a Wu Cheng'en	El viaje a Occidente
Michel Eyquem de Montaigne	Ensayos escogidos
Miguel de Cervantes Saavedra	Don Quijote
William Shakespeare	Obras completas
John Donne	Obras escogidas
Jim Ping Mei	La ciruela del jarrón de oro
Galileo Galilei	Diálogo sobre los dos máximos sistemas del mundo
Thomas Hobbes	Leviatán
René Descartes	El discurso del método
John Milton	El paraíso perdido Lycidas On the Morning of Christ's Nativity Sonetos Aeropagítica
Jean-Baptiste Poquelin (Moliere)	Obras escogidas
Blaise Pascal	Pensamientos
John Bunyan	El progreso del peregrino
John Locke	Segundo tratado sobre el gobierno
Matsuo Basho	Senda hacia tierras hondas
Daniel Defoe	Robison Crusoe
Jonathan Swift	Los viajes de Gulliver
François-Marie Aroue (Voltaire)	Cándido u otras obras
David Hume	Investigación sobre el entendimiento humano
Henry Fielding	Tom Jones
Tsao Hsueh Chin [Cao Xuequin]	El sueño del pabellón rojo
Jean-Jacques Rousseau	Confesiones
Laurence Sterne	Vida y opiniones del caballero Tristram Shandy
James Boswell	Vida de Samuel Johnson
Thomas Jefferson y otros	Documentos básicos de la historia de Estados Unidos
Hamilton, Madison y Jay	El federalista

Johann Wolfgang von Goethe	Fausto
William Blake	Obras
William Wordsworth	El prelude Poemas cortos escogidos Prefacio a las Baladas Líricas
Sammuel Taylor Coleridge	El viejo mariner Christabel Kubla Khan Biografía literaria Writings on Shakespeare
Jane Austen	Orgullo y prejuicio Emma
Henri Beyle (Stendhal)	El rojo y el negro
Honoré de Balzac	Papá Goriot Eugenia Grande La prima Bette
Ralph Waldo Emerson	Obras escogidas
Nathaniel Hawthorne	La letra escarlata Cuentos escogidos
Alexis de Tocqueville	La democracia en América
John Stuart Mill	Sobre la libertad El sometimiento de las mujeres
Charles Darwin	El viaje del Beagle El origen de las especies.
Nikolai Vasilievich Gogol	Almas muertas
Edgar Allan Poe	Relatos cortos y otras obras
William Makepeace Thackeray	La feria de las vanidades
Charles Dickens	Los papeles póstumos del club Pickwick David Copperfield Grandes esperanzas Tiempos difíciles Nuestro común amigo Almacén de antigüedades La pequeña Dorrit
Anthony Trollope	El custodio The last chronicle of Basset The Eustace diamonds The way we live now Autobiography Las hermanas Brontë
Charlote Brontë	Jane Eyre
Emily Brontë	Cumbres borrascosas
Henry David Thoreau	Walden, Desobediencia civil
Ivan Sergueieveh Turgueniev	Padres e hijos
Karl Marx y Friederich Engels	El manifiesto comunista
Herman Melville	Moby Dick

	Bartleby el escribiente
George Eliot	El molino de floss middlemarch
Walt Whitman	Poemas escogidos Perspectivas democráticas Prefacio a la primera edición de Hojas de hierba Una mirada a los caminos recorridos
Gustave Flaubert	Madame Bovary
Fiodor Mijailovich Dostoievski	Crimen y castigo Los hermanos Karamazov.
Lev Nikolaievich Tolstoi	Guerra y paz
Henrik Ibsen	Obras de teatro escogidas
Emily Dickinson	Poemas
Lewis Caroll	Alicia en el país de las maravillas A través del espejo
Mark Twain	Las aventuras de Huckleberry Finn
Henry Adams	La educación de Henry Adams
Thomas Hardy	El alcalde de Casterbridge
William James	Principios de psicología Pragmatismo Cuatro ensayos de el significado de la verdad Las variedades de la experiencia religiosa
Henry James	Los embajadores
Friedrich Wilhelm Nietzche	Así habló Zaratustra La genealogía de la moral Más allá del bien y del mal y otras obras
Sigmund Freud	Obras escogidas La interpretación de los sueños Tres ensayos sobre teoría sexual El malestar en la cultura
George Bernard Shaw	Obras de teatro escogidas y prefacios
Joseph Conrad	Nostromo
Anton Chejov	Tío Vania Las tres hermanas El jardín de los cerezos Relatos cortos escogidos
Edith Wharton.	Las costumbres del país La edad de la inocencia La casa de la alegría
William Butler Yeats.	Poesía Teatro Autobiografía
Natsume Soseki.	Kokoro
Marcel Proust	En busca del tiempo perdido
Robert Frost	Poemas

Thomas Mann	La montaña mágica
E. M. Forster	Pasaje a la India
Lu Xun	Relatos cortos
James Joyce	Ulises
Virginia Woolf	La señora Dalloway
Franz Kafka	El proceso El castillo Relatos cortos escogidos
D. H. Lawrence	Hijos y amantes Mujeres enamoradas
Tanizaki Junichiro	Las hermanas Makioka
Eugene O'Neill	A Electra le sienta bien el luto Aquí está el vendedor de hielo Largo viaje hacia la noche
T. S. Eliot	Poemas Teatro
Aldous Huxley	Un mundo feliz
William Faulkner	El ruido y la furia Mientras agonizo
Ernest Hemingway	Relatos cortos
Kawabata Yasunari	Lo bello y lo triste
Jorge Luis Borges	Laberintos El hacedor
Vladimir Nabokov	Lolita Pálido fuego Habla Memoria
George Orwell	Rebelión en la granja Los días de Birmania.
R. K. Narayan	El profesor de inglés El vendedor de dulces
Samuel Beckett	Esperando a Godot Fin de partida La última cinta de Krapp
W. H. Auden	Poemas
Albert Camus	La peste El extranjero
Saul Bellow	Las aventuras de Augie March Herzog El legado Humboldt
Alexander Isaievich Solzhenitsyn	El primer círculo Pabellón de cáncer.
Thomas Kuhn	La estructura de las revoluciones científicas
Mishima Yukio [Hiraoka Kimitake]	Confesiones de una máscara El pabellón de oro

Gabriel García Márquez	Cien años de soledad
Chinua Achebe	Todo se derrumba

La lista anterior incluye títulos de todo tipo, unos conocidos y otros no tanto. Lo significativo de esta lista es la existencia de un autor, alguien a quien se le pueda responsabilizar por las recomendaciones, a pesar de que esta lista es de consumo voluntario y no tiene mayor responsabilidad de la que pretende, la cual es compartir títulos de libros.

Zschirnt (35) propone en: *Libros, todo lo que hay que leer*, una recopilación complementada con fragmentos de las lecturas que ayudan a tener un panorama de lo que trata el libro. Este libro organiza las lecturas por categorías:

Cuadro 3 *Libros, todo lo que hay que leer*

Autor	Título
1. Obras que describen el mundo	
Anónimo	La Biblia
Homero	La Odisea
Dante Alighieri	Divina Comedia
Miguel de Cervantes	El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha
Johann Wolfgang Goethe	Fausto
Honoré de Balzac	La comedia humana
Hernan Melville	Moby Dick o la ballena blanca
James Joyce	Ulises
2. Amor	
Gottfried von Strassburg	Tristán e Isolda
William Shakespeare	Romeo y Julieta
Pierre Ambroise Choderlos de Laclos	Las amistades peligrosas
Jean-Jacques Rousseau	Julia o la nueva Eloísa
Jane Austen	Orgullo y prejuicio
Henri Beyle (Stendhal)	Rojo y negro
Johann Wolfgang Goethe	Las afinidades electivas
Gustave Flaubert	Madame Bovary
Lev Tolstói	Ana Karenina

Theodor Fontane	Effi Briest
Vladimir Navokov	Lolita
3. Política	
Nicolas Maquiavelo	El príncipe
Thomas Hobbes	Leviatan
John Locke	Segundo tratado sobre el gobierno civil
Jean-Jacques Rousseau	El contrato social
Alexis Tocqueville	La democracia en América
Karl Marx y Friedrich Engels	El manifiesto del partido comunista
John Stuart Mill	Sobre la libertad
4. Sexo	
Giovanni Boccaccio	El Decamerón
François Villon	Poesías
Denis Diderot	Las joyas indiscretas
John Cleland	Fanny Hill, memorias de una cortesana
Giacomo Girolamo Casanova	Memorias
Marqués de Sade	Justine o los infortunios de la virtud
D. H. Lawrence	El amante de Lady Chatterley
5. Economía	
Max Weber	La ética protestante y el espíritu del capitalismo
Daniel Defoe	Robinson Crusoe
Adam Smith	Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones
Karl Marx	El capital
Bertolt Brecht	La ópera de cuatro cuartos
John Maynard Keynes	Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero
Carl Barks	El pato Donald
Frédéric Beigheder	13,99 euros
6. Mujeres	
Mary Wollstonecraft	Vindicación de los derechos de la mujer
Virginia Woolf	Un cuarto propio
Simone de Beauvoir	El segundo sexo
Germaine Greer	La mujer eunuco
Alice Schwarzer	La pequeña diferencia
7. Civilización	
Baldassare Castiglione	El cortesano
Robert Burton	Anatomía de la melancolía
Jean-Baptiste Poquelin (Moliere)	Comedias

Jean-Jacques Rousseau	Discurso sobre las ciencias y las artes
Denis Diderot	El sobrino de Rameau
Thomas Mann	Los Buddenbrook
Theodor W. Adorno y Max Horkheimer	Dialéctica de la Ilustración
Norbert Elias	El proceso de la civilización
8. Psique	
Michel de Montaigne	Ensayos
Laurence Sterne	Tristram Shandy
Robert Louis Stevenson	El extraño caso del Dr. Jekyll y Mr. Hyde
Sigmund Freud	La interpretación de los sueños
Marcel Proust	En busca del tiempo perdido
9. Shakespeare	
Obras	Hamlet Enrique IV El rey Lear Otelo Sueño de una noche de verano Noche de Reyes o lo que queráis El mercader de Venecia Macbeth La tempestad
10. Modernos	
Virginia Woolf	La señora Dalloway
T. S. Eliot	Tierra baldía
Thomas Mann	La montaña mágica
Franz Kafka	El proceso
Alfred Döblin	Berlín Alexanderplatz
Robert Musil	El hombre sin atributos
Samuel Beckett	Esperando a Godot
11. Clásicos triviales	
Mary Wollstonecraft Shelley	Frankenstein o el moderno Prometeo
Bram Stoker	Drácula
Arthur Conan Doyle	Sherlock Holmes
Margaret Mitchell	Lo que el viento se llevó
Karl May	Winnetou
12. Libros de culto	
Johann Wolfgang Goethe	Las desventuras del joven Werther
Jerome D. Kerouac	En el camino
Hermann Hesse	El lobo estepario
Douglas Coupland	Generación X

13. Utopía, Cibermundo	
Tomás Moro	Utopía
Francis Bacon	Nueva Atlántida
Tommaso Campanella	La ciudad del Sol
H. G. Wells	La máquina del tiempo
Aldous Huxley	Un mundo feliz
George Orwell	1984
Stanislaw Lem	Solaris
William Gibson	Neuromante
14. Clásicos escolares	
Anónimo	Cantar de Mio Cid
Fernando de Rojas	La Celestina
Anónimo	Lazarillo de Tormes
Lope Félix de Vega Carpio	Fuente Ovejuna
Gustavo Adolfo Bécquer	Leyendas
Jorge Luis Borges	El Aleph
Camilo José Cela	La colmena
Juan Rulfo	Pedro Páramo
15. Niños	
Jean-Jacques Rousseau	Emilio o de la educación
Charles Dickens	Oliver Twist
Lewis Carroll	Alicia en el país de las maravillas
Mark Twain	Las aventuras de Huckleberry Finn
Roald Dahl	Matilda
Joanne K. Rowling	Harry Potter

Esta lista está dirigida a un gran público y la forma en que agrupa los títulos quizá sólo tiene como propósito ayudar a difundir las lecturas.

La lista que se presenta a continuación se encuentra en internet como parte del blog “Las lecturas de Mr. Davidmore”, por lo que tal vez no tenga tanta relevancia en comparación con las anteriores, sin embargo, sirve para advertir qué libros lee la población y cuáles se recomienda leer. Lo llamativo de esta lista radica en que a su vez se basa en otras listas, para ofrecer una con *Los 100 mejores libros de todos los tiempos*, compilada por David Sánchez

(36) originario de Valencia, España. Él construyó la lista tomando en cuenta otras siete listas, todas ellas con una mayor relevancia, agrupó los títulos y les asignó una puntuación para ofrecer una lista definitiva.

Cuadro 4 *Los 100 mejores libros de todos los tiempos*

Autor	Título	Puntos
Gabriel García Márquez	Cien años de soledad	469
J. R. R. Tolkien	El señor de los anillos (Trilogía)	389
George Orwell	1984	382
Aldous Huxley	Un mundo feliz	374
Jane Austen	Orgullo y prejuicio	341
Fiódor Dostoyevski	Crimen y castigo	324
Vladimir Nabokov	Lolita	318
James Joyce	Ulises	311
Gustave Flaubert	Madame Bovary	310
Marcel Proust	En busca del tiempo perdido	304
Miguel de Cervantes	Don Quijote de la Mancha	279
Oscar Wilde	El retrato de Dorian Gray	277
León Tolstói	Ana Karenina	261
Antoine de Saint-Exupéry	El Principito	253
Franz Kafka	El proceso	247
William Faulkner	El ruido y la furia	246
William Shakespeare	Hamlet	246
Margaret Mitchell	Lo que el viento se llevó	238
Homero	La Odisea	232
John Steinbeck	Las uvas de la ira	232
J. D. Salinger	El guardián entre el centeno	228
Emily Brontë	Cumbres borrascosas	219
F. Scott Fitzgerald	El gran Gatsby	213
Khaled Hosseini	Mil soles espléndidos	211
Lewis Carroll	Alicia en el país de las maravillas	211
George Orwell	Rebelión en la granja	209
Ken Follett	Los pilares de la tierra	206
León Tolstói	Guerra y paz	197
Arthur Golden	Memorias de una geisha	195
Mary W. Shelley	Frankenstein	191
Jonathan Swift	Los viajes de Gulliver	186
Markus Zusak	La ladrona de libros	183
Harper Lee	Matar un ruiseñor	183
Alejandro Dumas	El conde de Montecristo	183
Suzanne Collins	Los juegos del hambre	181

J. K. Rowling	Harry Potter y la piedra filosofal	179
William Golding	El señor de las moscas	177
Herman Melville	Moby Dick	174
Victor Hugo	Los miserables	172
Mark Twain	Las aventuras de Huckleberry Finn	170
Laurence Sterne	Tristram Shandy	168
Bram Stoker	Drácula	166
Umberto Eco	El nombre de la rosa	166
Albert Camus	El extranjero	165
Fiódor Dostoyevski	Los hermanos Karamázov	164
Gabriel García Márquez	El amor en los tiempos del cólera	163
J. K. Rowling	Harry Potter y las reliquias de la muerte	163
Dan Brown	El código Da Vinci	162
J. K. Rowling	Harry Potter y el prisionero de Azkaban	162
Khaled Hosseini	Cometas en el cielo	161
José Saramago	Ensayo sobre la ceguera	159
C. S. Lewis	Las crónicas de Narnia	152
Torcuato Luca de Tena	Los renglones torcidos de Dios	152
Suzanne Collins	En llamas	151
J. K. Rowling	Harry Potter y el cáliz de fuego	151
Carlos Ruiz Zafón	La sombra del viento	151
Louis Ferdinand Céline	Viaje al fin de la noche	151
J. K. Rowling	Harry Potter y el misterio del príncipe	150
Orson Scott Card	El juego de Ender	149
Anónimo	La Biblia	147
Thomas Mann	La montaña mágica	147
J. K. Rowling	Harry Potter y la Orden del fénix	144
John Katzenbach	El psicoanalista	141
Joseph Heller	Trampa 22	141
Hernest Hemingway	Por quién doblan las campanas	135
Robert Louis Stevenson	Dr. Jekyll y Mr. Hyde	135
Noah Gordon	El médico	134
Franz Kafka	La metamorfosis	134
E.B. White	La telaraña de Carlota	134
Dante Alighieri	La divina comedia	132
Virginia Woolf	La señora Dalloway	132
Stephenie Meyer	Crepúsculo	129
Jack Kerouac	En el camino	129
Homero	La Iliada	127
Charlotte Brontë	Jane Eyre	126
Ana Frank	Diario	125
J.R.R. Tolkien	El retorno del rey	125
Patrick Süskind	El perfume	124
Ray Bradbury	Fahrenheit 451	124
Gabriel García Márquez	Crónica de una muerte anunciada	122

Isabel Allende	La casa de los espíritus	121
William Faulkner	Mientras agonizo	121
Robert Louis Stevenson	La isla del tesoro	119
Chinua Achebe	Todo se desmorona	117
Jane Austen	Emma	117
E. M. Forster	Pasaje a la India	117
Jorge Luis Borges	Ficciones	113
J. K. Rowling	Harry Potter y la cámara secreta	113
Truman Capote	A sangre fría	111
Gustavo Adolfo Bécquer	Rimas y leyendas	109
Carson McCullers	El corazón es un cazador solitario	104
William Shakespeare	El Rey Lear	104
George R.R. Martin	Tormenta de espadas	100
George R.R. Martin	Juego de tronos	99
Ildefonso Falcones	La catedral del mar	99
John Bunyan	Progreso del peregrino	99
Joseph Conrad	El corazón de las tinieblas	98
Daniel Defoe	Robinson Crusoe	98
Daína Chaviano	La isla de los amores infinitos	97
Charles Dickens	David Copperfield	97

En la lista anterior es importante advertir la puntuación asignada a cada título; se asume que quizá ésta debería ser la lista de títulos que todos deberían leer aun cuando deberían añadirle títulos latinoamericanos y especialmente mexicanos. Las listas que le dieron origen aparecieron en:

- Los cien mejores libros según The Guardian.
- Los cien mejores libros según Newsweek.
- Los cien mejores libros según Le Monde y FNAC.
- Los cien mejores libros en Goodreads.
- Los cien mejores libros en Lecturalia.
- Los cien mejores libros en Quelibroleo.
- Los cien mejores libros según El País.

Otra lista de títulos es la de los clásicos de la literatura, de José Vasconcelos. Se trata de libros que se distribuyeron por toda la nación, con el fin de alfabetizar a la población.

A través de los Talleres Gráficos de la Nación, la SEP se encargó de publicar los clásicos de la literatura universal en español, en ediciones económicas, y libros de texto como la *Historia de México* de Justo Sierra y la *Geografía Universal* de Reclús. Vasconcelos subrayó la importancia de estas ediciones en español para que los mexicanos no tuvieran que depender de ediciones en lenguas extranjeras (37).

El listado de los clásicos quedó de la siguiente manera.

- Romain Rolland. Vidas ejemplares.
- Goethe. Fausto.
- Platón. Diálogos 3 T.
- Eurípides. Tragedias.
- Esquilo. Tragedia.
- Plutarco. Vidas paralelas. 2 T.
- Dante. La Divina Comedia.
- Plotino. Las Enéadas.
- R. Tagore. La nueva luna, Nacionalismo...
- Rivera, Agustín. Principios críticos sobre el Virreinato de la Nueva España...
- Homero. Iliada. 2 T.
- Homero. Odisea.
- Tolstoi. Cuentos Escogidos.
- Evangelios.

Las lecturas de esta lista de clásicos podrían no tener mucho que ver con el contexto social de México, y menos en los años 20 del siglo anterior, pero Vasconcelos consideraba que estas lecturas eran, en calidad, de las mejores, y le quería proporcionar al pueblo el mejor tipo de lectura, una lectura que enriqueciera la conciencia y el alma, así como desarrollar su cultura.

Los títulos de las listas presentadas son variables, aun así se puede notar la aparición de algunos libros en más de una lista, como algunos de los clásicos, y también de los libros populares.

Es importante resaltar que sobre los gustos de cada persona es difícil influir y cambiar sus preferencias, pero es importante notar en estas listas el siguiente aspecto: mientras “*Diviértete Leyendo*” hace una recomendación de libros basados en parámetros desconocidos, podemos ver la diferencia de lo que realmente se lee en la lista tomada de internet, y por el otro extremo tenemos las recomendaciones incluidas en “*Libros, todo lo que hay que leer*” y “*Un plan de lectura para toda la vida, guía definitiva de lo que hay que leer*”. Con todo esto podemos ver que hay una amplia oferta de lecturas, sea cual sea nuestro gusto, y al mismo tiempo debemos respetar a los no lectores. Debemos tomar en cuenta el hecho de que cada lista está creada según el criterio de su autor, pero las diferencias son muy marcadas; en algunas se podría decir que las recomendaciones son muy “cultas”, o de un nivel intelectual muy específico. La lista de *los 100 mejores libros*, más que una recomendación, pasa a ser una recopilación de los libros que ya se han leído, esto la vuelve una lista más creíble y popular, es decir que ya es una lista experimentada y simplemente tiene una puntuación en cuanto a popularidad de cada título y muestra un panorama totalmente real de lo que si se está leyendo, a diferencia de otras listas que tratan de decirnos qué leer, ésta se basa en lo que el propio lector consume.

De nueva cuenta tenemos el cuestionamiento hacia la campaña “Diviértete leyendo”, que, una vez más se enfoca en el ámbito publicitario más que en cuidado de la lectura. Según García Canclini N. (38) en las instituciones estatales importa la visibilidad de las políticas culturales y su vínculo con la educación... Pero de acuerdo con esto la estrategia realizada no cumple con la visibilidad de la política cultural, la Secretaría de Educación Pública queda opacada en esta campaña por “La Voz de las Empresas” y con esto pierde su autoridad

educativa nacional y pasa la responsabilidad al sector comercial, siendo que éste no responde, porque no tiene la obligación, como tal, de las demandas educativas de la sociedad.

Es claro que si la SEP tiene que hacer una difusión de libros debe, en algún punto, involucrarse con el ámbito editorial y comercial como de nueva cuenta lo indica García Canclini N. (39) la participación de los actores privados y públicos es clave en la circulación de textos, para crear u obstruir oportunidades de lectura, qué se edita y qué no, cómo se fijan los precios y se relaciona a los autores con los lectores. Es decir, no está desechado el hecho de la interacción con empresas privadas pero de una manera controlada y bien dirigida para que la SEP sea quien tenga el control de lo que se difunde, de las recomendaciones, de los libros y de las consecuencias de lo que esto traiga, de esta forma el libro dejará de ser un arma de las empresas para el consumo y pasará a ser un beneficio que se pueda obtener de ellas.

Como ya lo vimos, el panorama de libros disponibles tiene grandes matices, y las ofertas de recomendaciones pueden provenir de cualquier parte, quien sea puede sentirse con la autoridad de afirmar que sus recomendaciones son buenas; ya sean personas, empresas o instituciones debemos tomar en cuenta que, como destaca Argüelles (40), una persona que se dedique a la enseñanza y al fomento y la promoción del libro y la lectura tendría que conocer no únicamente el contenido del libro que se propone recomendar, fomentar o promover, sino también estar al tanto de lo que pasa en su medio y de lo que ocurre en Marte. Por lo tanto la siguiente responsabilidad de consumidor debe recaer en el mismo usuario, es decir, el lector es quien debe tener prudencia de lo que él mismo adquiere ya que las consecuencias de ello le afectan. Al tomar la decisión de leer un libro podemos cuestionarnos sobre su origen ¿lo leeré por haber visto su versión en película? ¿la recomendación fue hecha

por un amigo, por un profesor, por un familiar? ¿qué ideología tiene quien me lo ha recomendado? ¿qué tanto se relaciona conmigo el contenido del libro? Hay quienes dicen que es mejor leer algo que no leer nada, pero seamos conscientes de que el proceso que se realiza al leer involucra aspectos intelectuales y como tales afectarán a nuestro desarrollo educativo. Por lo tanto, si leemos algo negativo entonces tendremos consecuencias negativas.

Capítulo 4 La difusión del libro y la lectura

Cuanto menos se lee más daño hace lo que se lee. Cuantas menos ideas tenga uno y más pobres sean, más esclavo será de esas pobres y pocas ideas

Miguel de Unamuno.

Normalmente nuestra vida cotidiana transcurre sin que podamos percibir cuán útil es la lectura, sin embargo al realizar alguna actividad de manera mecánica no podemos advertir el significado de perfeccionar la lectura, que, simplemente se convierte en una habilidad más del ser humano; hay quienes son mejores que otros leyendo, a quienes no les interesa o no les gusta, a los que no les conviene, a los que quieren y necesitan ser mejores. Cada individuo determina qué tan cerca o lejos se posiciona de una cultura lectora, es decir, cada caso es único pero, con cada uno de ellos se pueden formar comunidades en situaciones similares y, así, se forman grupos que se van añadiendo a las estadísticas que afirman que la lectura no es común entre la mayor parte de la población.

Como ya mencionamos, la lectura es una habilidad que se adquiere en algún momento de la vida y que se va desarrollando a lo largo de los años. En un principio pareciera ser una obligación cuando comenzamos a aprender a leer en los primeros años de educación, porque quizá los planes educativos han orientado de manera negativa el aprendizaje de la lectura y los aspectos relacionados con ella, llegando al grado de hacerla ver como un castigo para los estudiantes, lo cual resulta algo irónico ya que le dan un tono oscuro al elemento que debiera ayudar al desarrollo educacional de miles de integrantes de la población.

Las personas que llegan a desarrollar un amplio gusto por la lectura, y con ello desarrollan una cultura y un cierto amor por el libro, deben valerse de influencias un tanto especiales puesto que se trata de desarrollar un criterio propio y encontrar los beneficios y utilidades de la lectura. Igual que con otras actividades, llámense deportivas, culturales o personales, la motivación para acercarse a la lectura puede encontrarse en cualquier parte y en cualquier momento de la vida y, del mismo modo, puede volverse tan profundo al grado de quedarse solo con los libros.

A pesar del panorama anterior puede tomarse un camino más alentador en torno a tener opciones para nutrir ese gusto por la lectura; a veces puede llegar a ser sólo cuestión de decisión y, ¿por qué no?, de presupuesto.

Hay que destacar que no es difícil encontrar formas de lucrar y la lectura no escapa a ello, pero dejando de lado el aspecto de los precios tenemos que aceptar que el universo que rodea a la lectura es amplio y puede ofrecer cosas que, posiblemente, nunca se hubiera pensado que podrían ser de esta manera.

Para comenzar tenemos las ferias del libro; específicamente en México se realizan varias, donde podemos encontrar una amplia variedad de títulos y objetos que se relacionan y difunden la lectura; dígame de paso que las ferias del libro tienen un origen europeo y que en nuestro país han tenido, en los últimos años, un éxito considerable, ya que sirven no sólo para la venta y difusión de libros, sino también para la presentación de actividades culturales y la comercialización de varios productos, es decir, objetos relacionados con la lectura.

La biblioteca es, sin duda, otro punto crítico en el que podemos relacionarnos más con la cultura lectora, sin embargo hay que destacar que la mayoría de las bibliotecas públicas, a

pesar de sus carencias, son accesibles y aportan una cantidad inmensa de información de fácil alcance. También en las librerías encontraremos objetos que se relacionan con los libros.

Lo curioso es que para complementar un libro han surgido muchos objetos con los que incluso se pueden formar grandes colecciones y que, bien utilizados, pueden servir para fomentar la lectura.

El marketing de la lectura puede enfocarse en aspectos propios del libro, explotando a sus personajes, sus escenarios, sus frases y los objetos que puedan derivar de ellos. De esta manera se estaría fomentando tanto al libro como artículo de consumo como a la lectura sin necesidad de recurrir a personajes externos a este. Se trata de hacer ver al libro como un objeto de valor para todo el público, como lo menciona Pratkanis (41) acerca de darle más valor a un objeto y volverlo un señuelo en función del contexto, los objetos y alternativas pueden parecer mejores o peores. Es decir, un libro no es como una película cuyo contenido se publicita por todas partes, para conocer el contenido de un libro es necesario leerlo y esto es lo que impide conocer un poco de su contenido, pero si se le diera una publicidad basada en su propio contenido su difusión tendría más alcance. Tal es el caso de libros que se han vuelto películas y posteriormente el mismo libro ha cobrado fama. Como veremos más adelante, existen múltiples formas físicas de fomento a la lectura, ya sea por medio de los mismos libros o directamente en las bibliotecas. En nuestro país las bibliotecas no cuentan con esta forma de fomento, apenas algunas hacen uso de los carteles, pero en muchas ocasiones éstos son únicamente de instrucción o de reglamentos y se proyectan sin creatividad, de ahí en fuera no tenemos nada que promocióne el uso de la biblioteca. La publicidad ofrece buenas herramientas si son bien utilizadas, aclarando que no se deben utilizar para atraer clientes sino usuarios, es decir, se puede crear una buena base que brinde,

incluso, ganancias a la biblioteca. Tales son los casos de bibliotecas del extranjero como la Biblioteca Pública de Nueva York, la British Library o la Biblioteca del Congreso de E.U., entre otras, que cuentan con tiendas llenas de artículos curiosos y artísticos relacionados con su entorno. Ya sea que algún turista o usuario las visite, los artículos que ofrecen promocionan tanto la biblioteca como la lectura y, de paso, representan un ingreso económico para la institución.

En México no se cuenta con esas estrategias y retomando el tema de la persuasión Pratkains (42) dice al respecto que el contexto que se crea de un objeto, puede pre-persuadirnos influyendo en nuestras percepciones y juicios. Esta persuasión puede afectarnos de manera negativa, como es típico, y tener consecuencias como el bajo índice de lectura, debido a que si no hay un buen “gancho” para atraer a los usuarios a la biblioteca, o si en los hogares no se planta esa semilla de la lectura del modo correcto, o en las escuelas se transforma a la biblioteca y la lectura en un rincón de castigo, el concepto cultural de la lectura será desvalorado cada vez más por las personas. Posiblemente sería una mejor opción que las autoridades educativas dieran prioridad, o por lo menos mayor interés, a estrategias de este tipo, invirtiendo en las bibliotecas con las que ya cuentan y dejar de lado el pagar por campañas publicitarias con personajes externos y totalmente desligados del contexto cultural de la lectura.

Los ejemplos de las bibliotecas mencionadas anteriormente respaldan el hecho de que se puede crear un mercado atrayente en torno a la biblioteca sin hacer uso excesivo de la publicidad, y que sus productos, más que un consumo desmedido, representen un culto a la cultura del libro.

En este caso presentaremos una serie de objetos que sirven para esto y que demuestran los amplios límites que puede alcanzar el libro, el concepto de la lectura y la biblioteca.

4.1 El libro y el objeto



Fig. 15
Collodi C. *Le avventure di Pinocchio*.
Limena: Giunti;
2008.
(Colección particular J. Licea)

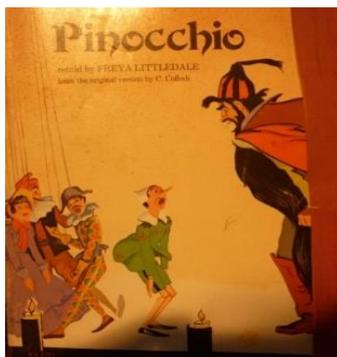


Fig. 16
Collodi C. *Pinocchio*.
Relatado de nuevo por Littledale F.
New York: Scholastic;
1979.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 17
Abrecartas de Pinocho.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 18
Pinocho marioneta.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 19
Llavero de Pinocho.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 20
Portarretratos de Pinocho.
(Colección particular J. Licea)

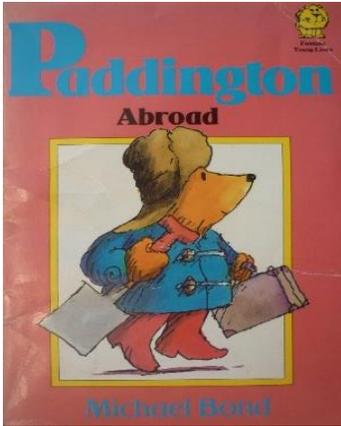


Fig. 21
 Bond M. *Paddington abroad*. London:
 William Collins;
 1986.
 (Colección particular
 J. Licea)

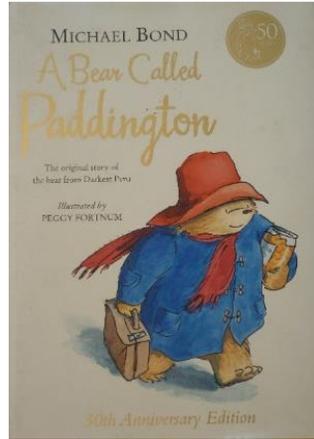


Fig. 22
 Bond M. *A bear called Paddington*.
 London:
 HarperCollins;
 2011.
 (Colección
 particular J. Licea)

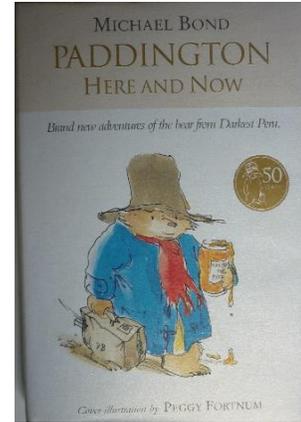


Fig. 23
 Bond M. *Paddington here and now*.
 London:
 HarperCollins; 2008.
 (Colección particular
 J. Licea)



Fig. 24
Peluche de Paddington.
 (Colección particular J.
 Licea)



Fig. 25
*Títeres digitales del Oso Paddington, con
 escenografía*.
 (Colección particular J. Licea)

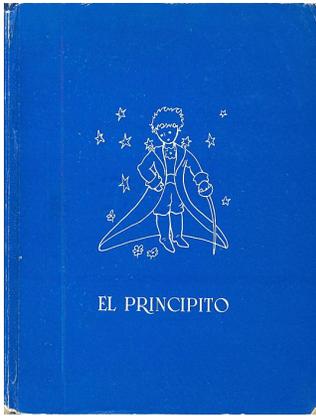


Fig. 26
 Saint-Exupéry A de. *El principito*. México: Fernandez ; 1963.
 (Colección particular J. Licea)

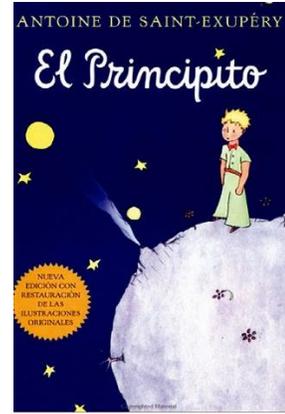


Fig. 27, 28
 Saint-Exupéry A de.
 • *The Little Prince*. San Diego: Harcourt; 2000.
 • *El Principito*. San Diego: Horcourt; 2000.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 29
Peluche de El Principito.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 30
Taza de El Principito.
 (Colección particular J. Licea)

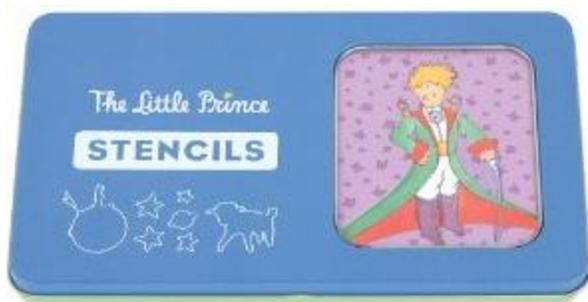


Fig. 31
Stencils: *The Little Prince*.
(Colección particular J. Licea)

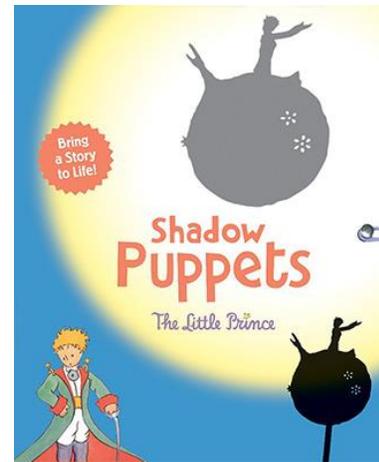


Fig. 32
Titeres de sombra: *Shadow puppets The Little Prince*.
(Colección particular J. Licea)

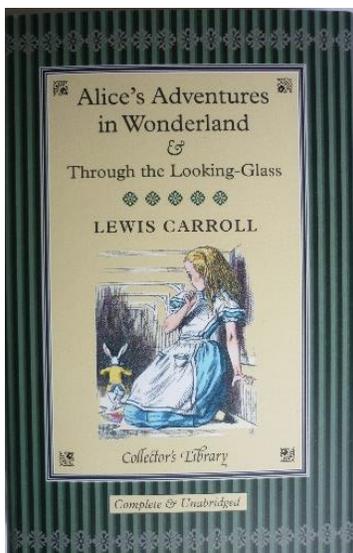


Fig. 33
Carroll L. *Alice's adventures in wonderland & Through the looking-glass*. London: Collector's Library; 2004.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 34
Carroll L. *Alicia para niños*, versión de José Emilio Pacheco. México: Era; 2007.
(Colección particular J. Licea)

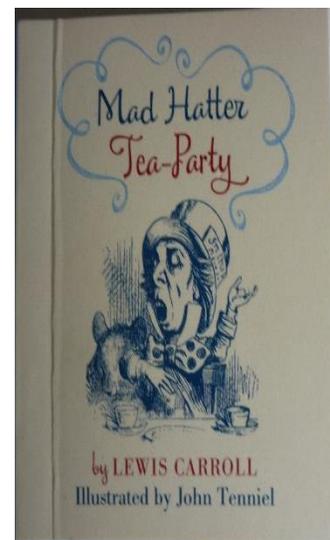


Fig. 35
Carroll L. *Mad hatter tea-party*. Philadelphia: Running; 2014.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 36
 Figuras de los personajes de Alicia en el país de las maravillas.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 37
 Juego de té en miniatura, de Alicia en el país de las maravillas.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 38
 Alice in Wonderland. Estampas de papel, de Dover little activity books.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 39
Alice in Wonderland stained glass coloring book, de Dover little activity books.
 (Colección particular J. Licea)

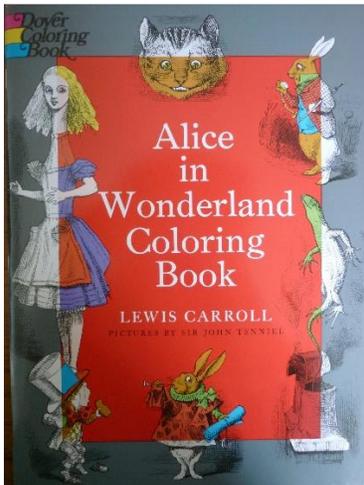


Fig. 40
 Carroll L. *Alice in wonderland coloring book*, de
 Dover coloring book.
 (Colección particular J. Licea)

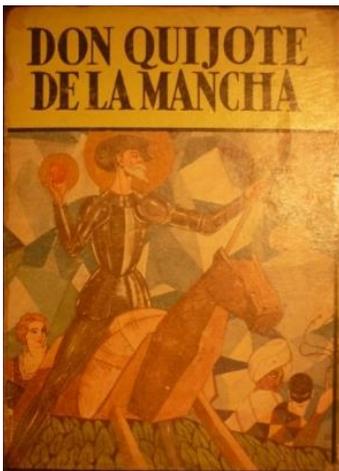


Fig. 41
 Cervantes Saavedra M de. *Don Quijote de la Mancha*.
 México: Secretaría de Educación; 1924.
 (Colección particular J. Licea)

Fig. 42
 Escultura en madera de
El Quijote.
 (Colección Particular J.
 Licea)



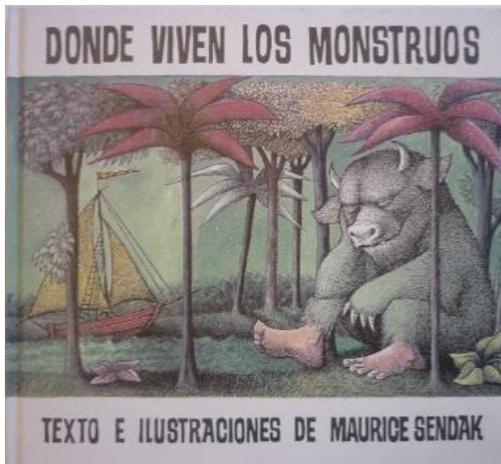


Fig. 43
 Sendak M. *Donde viven los monstruos*. Madrid: Santillana; 2008.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 44
 Playera de *Were the wild things are*.
 (Colección particular J. Licea)

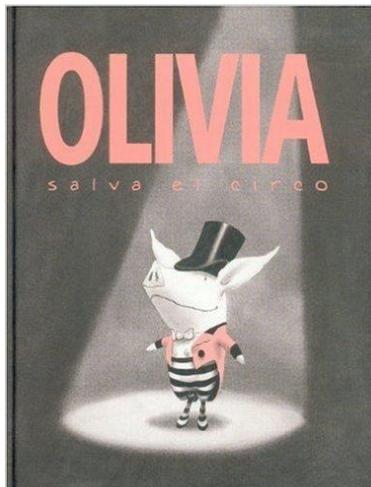


Fig. 45
 Falconer I. *Olivia salva el circo*.
 México: Fondo de Cultura Económica; 2002.

Fig. 46
 Títeres digitales de Olivia, con escenografía.
 (Colección particular J. Licea)



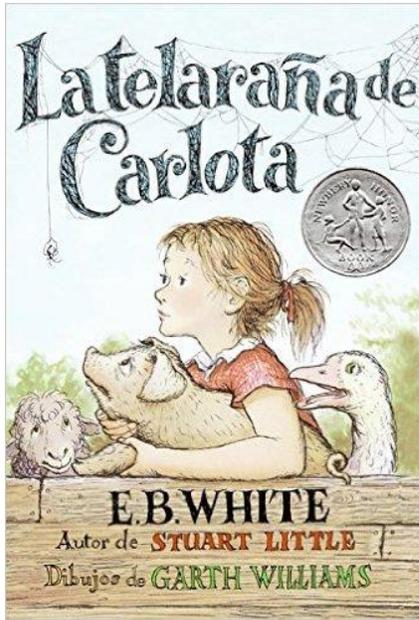


Fig. 47
White E B. *La telaraña de Carlota*. México: HarperCollins; 2005.



Fig. 48
Playera de *Charlotte's web*.
(Colección particular J. Licea)

4.2 Libros para niños que fomentan la lectura

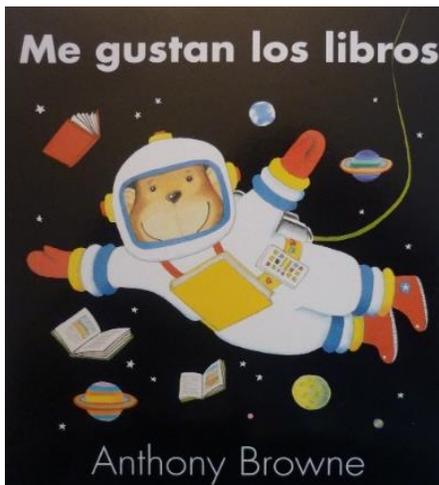


Fig. 49
Browne A. *Me gustan los libros*. México: FCE; 2011.
(Colección particular J. Licea)

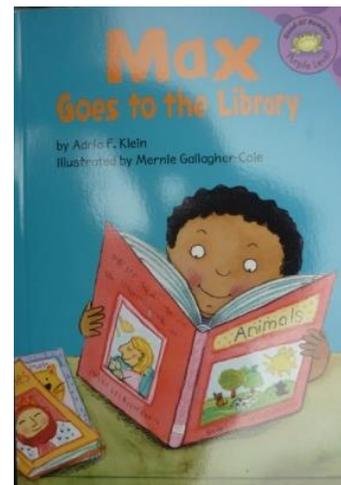


Fig. 50
Klein A F. *Max goes to the library*.
Minnesota: Picture Window Books; 2006.
(Colección particular J. Licea)

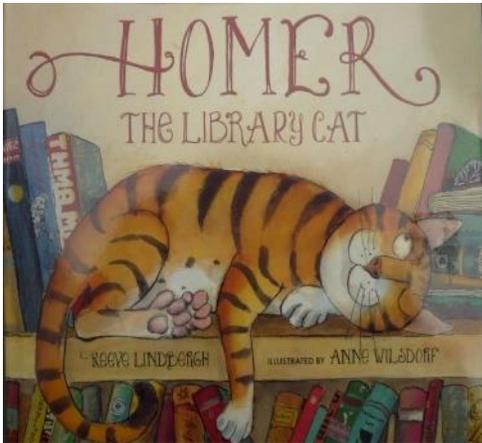


Fig. 51
Lindberg R. *Homer, the library cat*. Humen: Candlewick; 2011.
(Colección particular J. Licea)

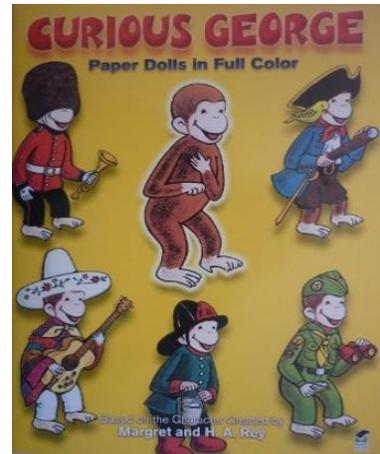


Fig. 52
Rey M, Rey H A. *Curious George: paper dolls in full color*. New York: Dover Publicatios; 1982.
(Colección particular J. Licea)

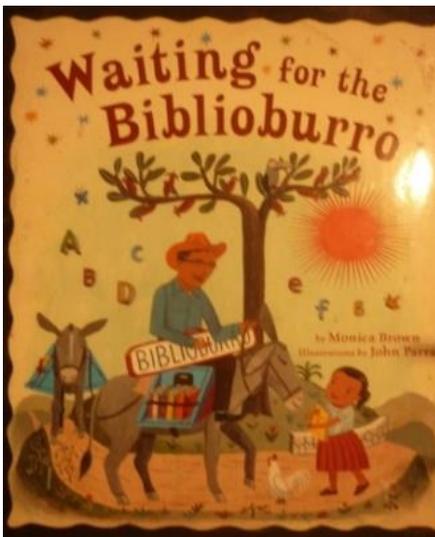


Fig. 53
Brown M. *Waiting for the biblioburro*. New York: Random House; 2011.
(Colección particular J. Licea)

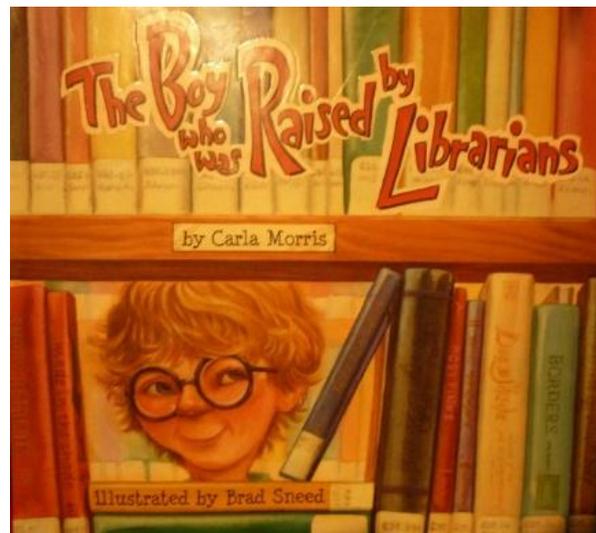


Fig. 54
Morris C. *The boy who was raised by librarians*. Atlanta: Peachtree; 2007.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 55
 Serres A, Heitz B. *Cómo hacer que tus papás amen los libros para niños*. México: Conaculta; 2012.
 (Colección particular J. Licea)

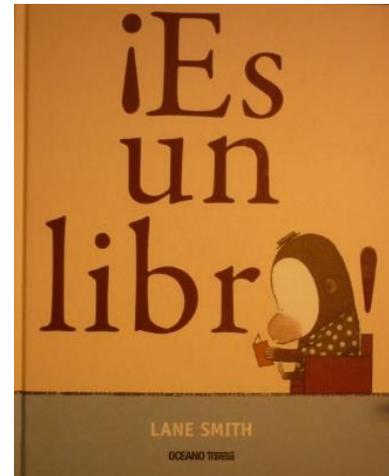


Fig. 56
 Smith, L. *¡Es un libro!* México: Océano Travesía; 2010.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 57
 Wohlrabe, C. *A visit to the library*. Minnesota: Capstone Press; 2011.
 (Colección particular J. Licea)

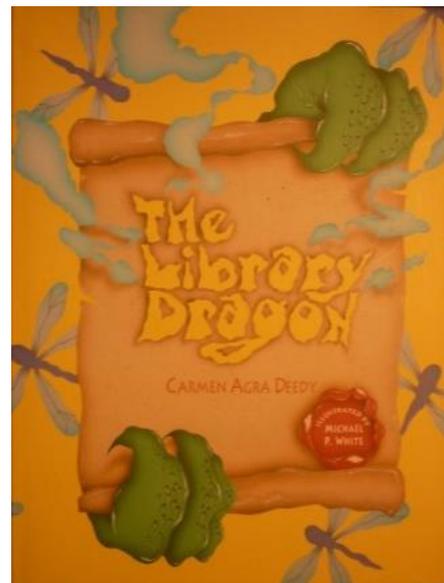


Fig. 58
 Deedy, C. *The library dragon*. Atlanta: Peachtree; 1994.
 (Colección particular J. Licea)

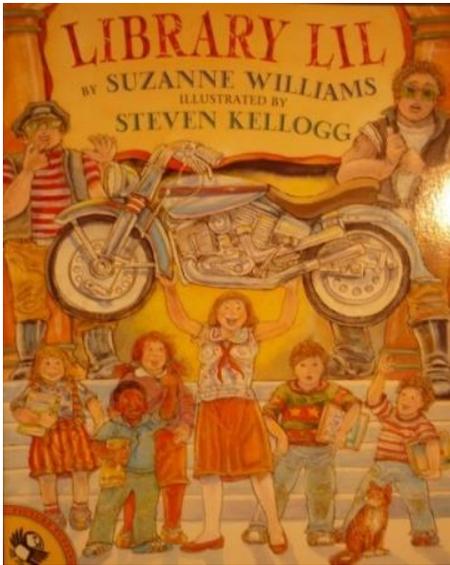


Fig. 59
Williams S. *Library lil*. New
York: Puffin Books; 1997.
(Colección particular J. Licea)

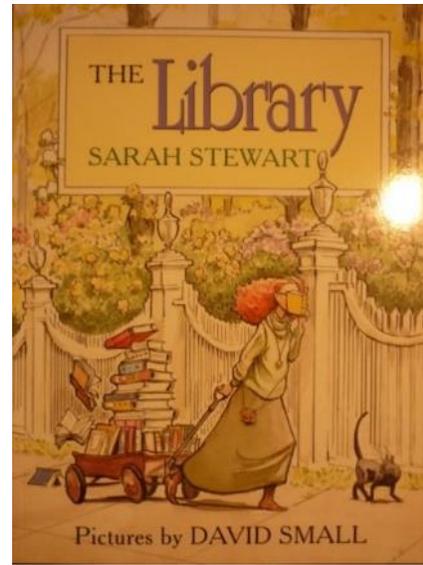


Fig. 60
Stewart S. *The library*. New
York: Square Fish; 1995.
(Colección particular J. Licea)

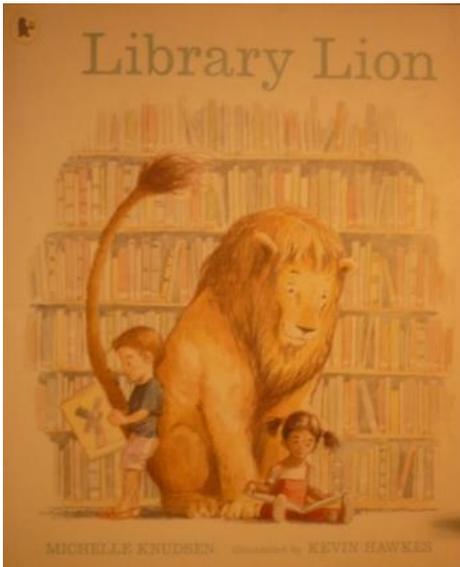


Fig. 61
Knudsen M. *Library lion*.
Massachusetts: Walker Books;
2008.
(Colección particular J. Licea)

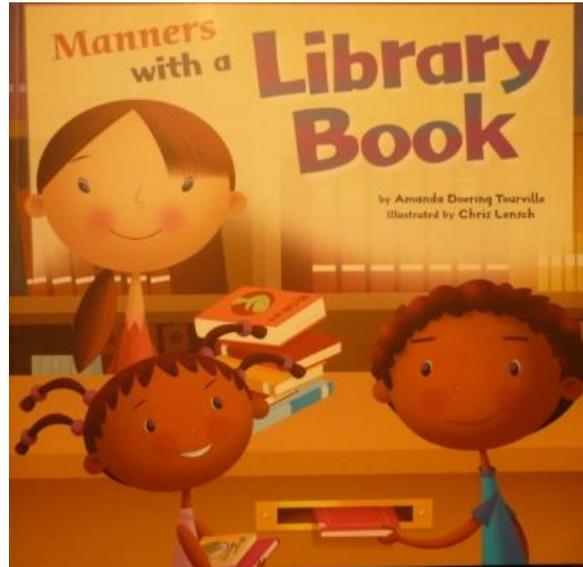


Fig. 62
Tourville A. *Manners with a library book*.
Minnesota: Picture Window Books; 2009.
(Colección particular J. Licea)

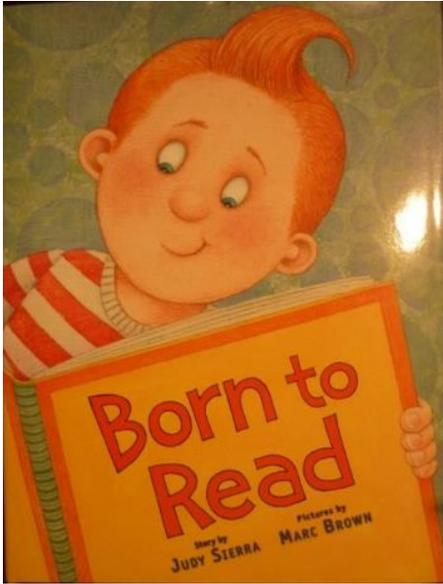


Fig. 63
Sierra J. *Born to read*. New York: Random House; 2008.
(Colección particular J. Licea)

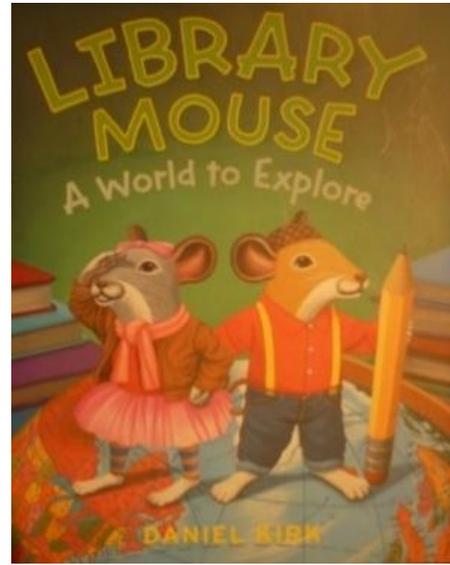


Fig. 64
Kirk D. *A library mouse: a world to explore*. New York: Abrams books; 2010.
(Colección particular J. Licea)

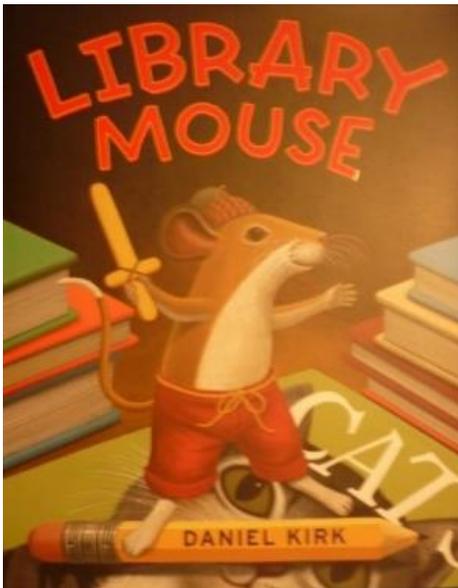


Fig. 65
Kirk D. *A library mouse*. New York: Abrams books; 2007.
(Colección particular J. Licea)

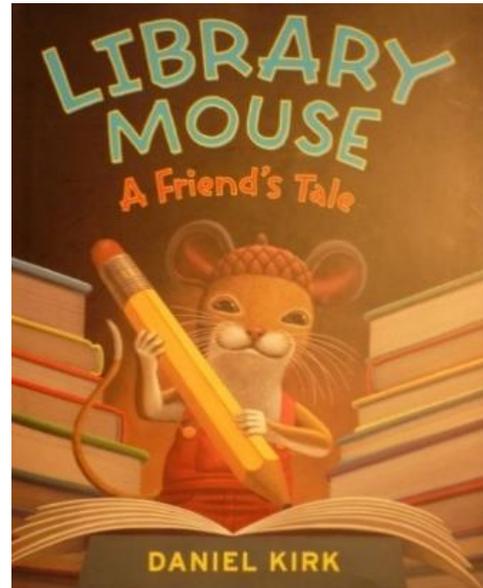


Fig. 66
Kirk D. *A library mouse: a friend's tale*. New York: Abrams Books; 2009.
(Colección particular J. Licea)

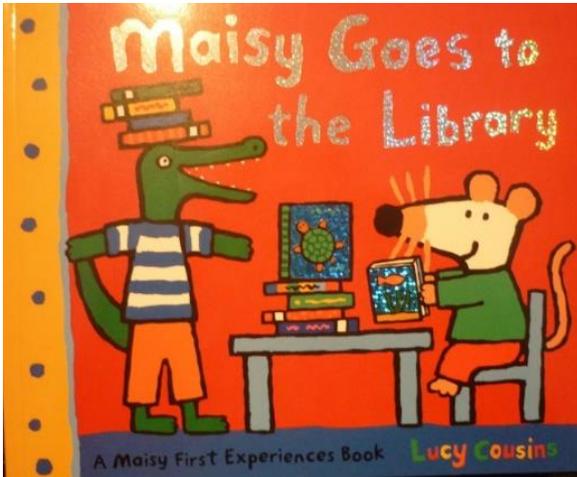


Fig. 67
Cousins L. *Maisy goes to the library: a Maisy first experiences book*. Massachusetts: Walker Books; 2005.
(Colección particular J. Licea)

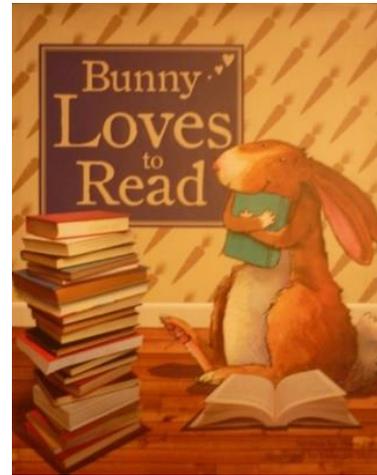


Fig. 68
Bently P. Bath: *Bunny loves to read*. Bath: Parragon Books; 2011.
(Colección particular J. Licea)

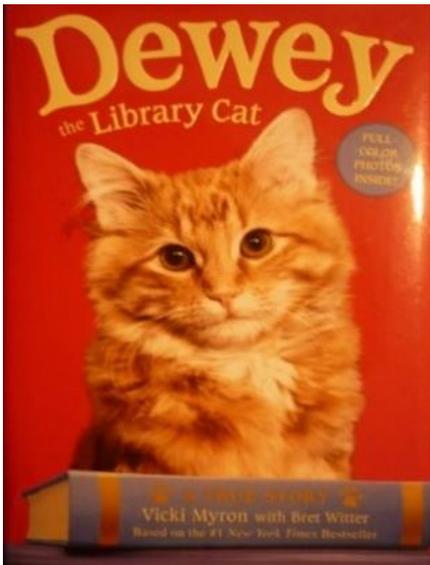


Fig. 69
Myron V, Witter B. *Dewey the library cat: a true story*. New York: Brown Books; 2010.
(Colección particular J. Licea)

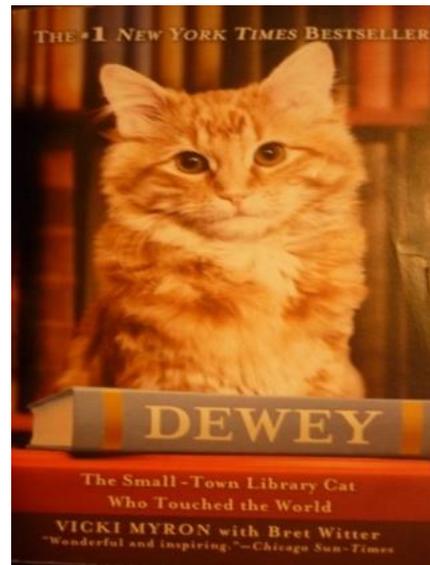


Fig. 70
Myron V, Witter B. *Dewey: the small-town library cat who touched the world*. New York: Grand Central Publishing; 2008.
(Colección particular J. Licea)

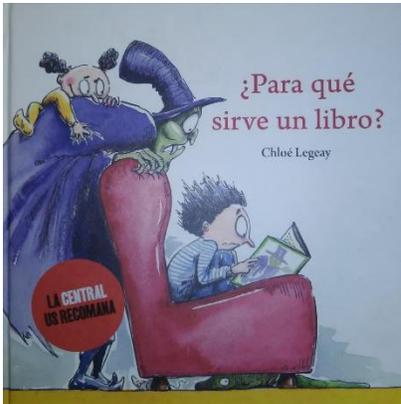


Fig. 71
 Legeay C. *¿Para qué sirve un libro?* s.l.: Birabiro;
 2016.
 (Colección particular J. Licea)

4.3 Figuras

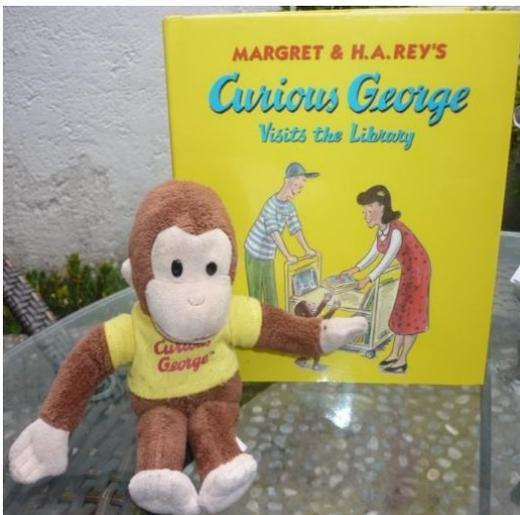


Fig. 72
 Rey M, Rey H A. *Curious George: Visits the library*. New York:
 Houghton Mifflin Harcourt; 2011.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 73
Figura decorativa, rana con libros 1.
 (Colección particular E. M. González Nando)



Fig. 74
Figura decorativa, rana con libros 2.
(Colección particular E. M. González Nando)



Fig. 75
Figura de bibliotecaria.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 76
Patito de hule, The readers duck.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 77
Sillón con gatito lector.
(Colección particular J. Licea)

4.4 Tazas



Fig. 78
Library of Congress.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 79
First class librarían.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 80
British Library.
(Colección particular J. Licea)

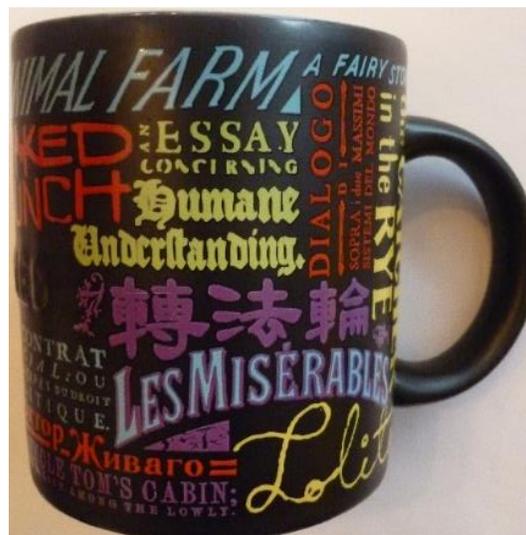


Fig. 81
Libros prohibidos.
(Colección particular J. Licea)

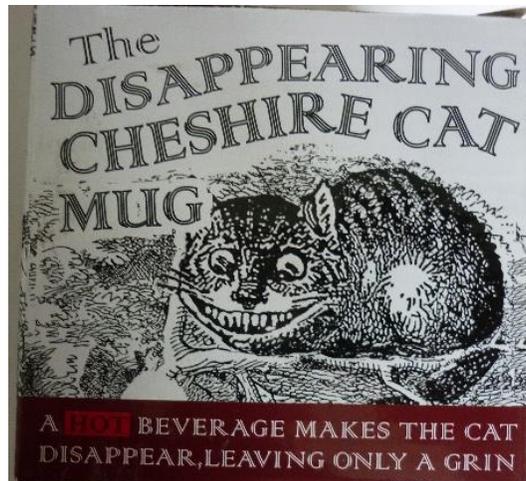


Fig. 82
The disappearing Cheshire cat
(Colección particular J. Licea)

4.5 Playeras



Fig. 83
Librarians rule.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 84
Leer te da más.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 85
Yo amo las bibliotecas públicas.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 86
The wonderful wizard of Oz.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 87
Little bookworm.
(Colección particular J. Licea)

4.6 Postales, carteles y material impreso



Fig. 88
Tarjetas de préstamo de biblioteca.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 89
Sello postal: *Winnie the Pooh and Christopher Robin.*
(Colección particular J. Licea)



Fig. 90
Separadores: *Baaa y Bookworm.* Marca Bookmark.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 91

Separadores: De izquierda a derecha:

- *Universidad de Murcia,*
- *Universidad de Granada España,*
- *Castilla La Mancha,*

(Colección particular J. Licea)



Fig. 92

Película de papel vegetal para proyector panorámico, Super NIC. *De Popeye y Tarzan.*

(Colección particular J. Licea)



Fig. 93
Exlibris.
 (Colección particular J. Licea)

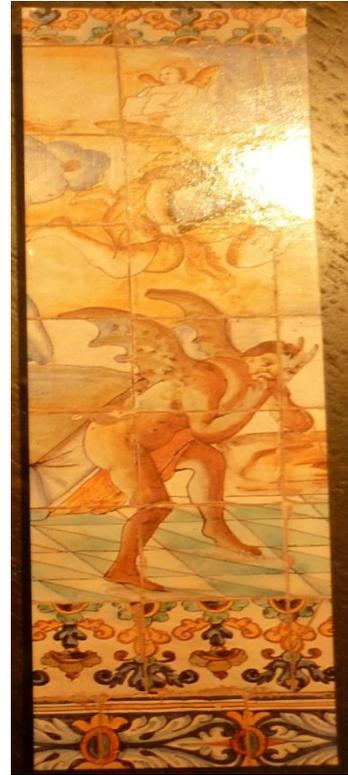


Fig. 94
Separador de la Biblioteca de Catalunya.
 (Colección particular J. Licea)



Fig. 95
Boleto del Metro de México, D. F., edición especial.
 Parte de la campaña “Para leer de boleto en el metro”
 (Colección particular J. Licea)

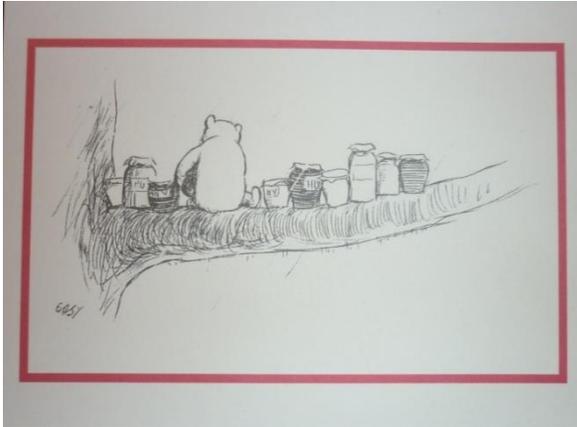


Fig. 96
Postal: *Pooh marooned with his ten pots of honey.* Por Shepard E. H.
The Pierpont Morgan Library, New York.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 97
Postal: *Here are some rabbits throwing snow balls.* Por Beatrix Potter.
The Pierpont Morgan Library, New York.
(Colección particular J. Licea)

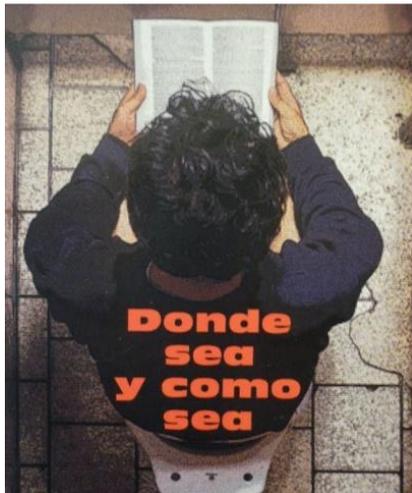


Fig. 98
Postal: *Donde sea y como sea.*
Autor: Mauricio Rivera.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 99
 Postal: *Leer es volar...*
 Autor: Mónica Méndez-Padilla Jiménez.
 Conaculta.
 (Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 100
 Postal: *Ven a leer.*
 Autor: Gabriel Tamayo Burgos.
 Conaculta.
 (Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 101
 Postal: *La fantasía y la realidad en un libro encontrarás.*
 Autor: Marcos González Rodríguez.
 Conaculta.
 (Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 102
 Postal: *El mejor amigo del hombre.*
 Autor: Héctor E. Hernández.
 Conaculta.
 (Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 103
Postal: *Nada mejor para empezar el día, un buen libro*
Autor: Aída Aguilera Rocha.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 104
Postal, *Cabeza llena, corazón contento.*
Autor: Mayra Meneses Ángeles.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 105
Postal: *Leer te cambia.*
Autor: Valeria Gallo López de Lara.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)

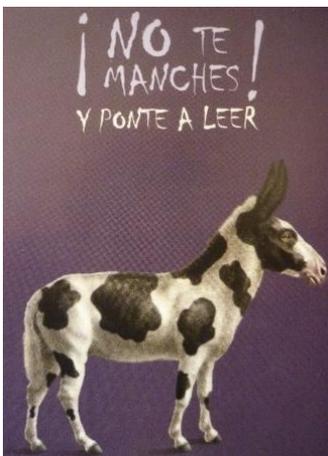


Fig. 106
Postal: *¡No te manches! Y ponte a leer.*
Autor: Tlaoli Ramírez Téllez.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 107
Postal: *¡Enlázate!*
Autor: Jorge Arturo Martínez Peredo.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 108
Postal: *Exprímeme.*
Autor: Wendy Seyneb Placeres Vilchis.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 109
Postal, *Leer te da alas.*
Autor: Luisa de Nogueira Cardona y René Galindo González.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)

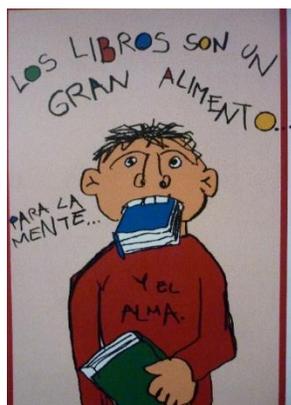


Fig. 110
Postal: *Los libros son un gran alimento.*
Autor: Guillermo López Wirth.
Conaculta.
(Colección particular Eric M. González Nando)



Fig. 111
Postal: *The Little Prince*.
(Colección particular J. Licea)

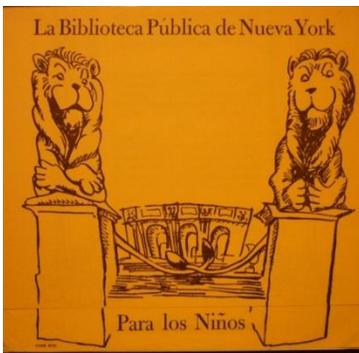


Fig. 112
Folleto: *La Biblioteca Pública de Nueva York, Para niños*.
(Colección particular J. Licea)

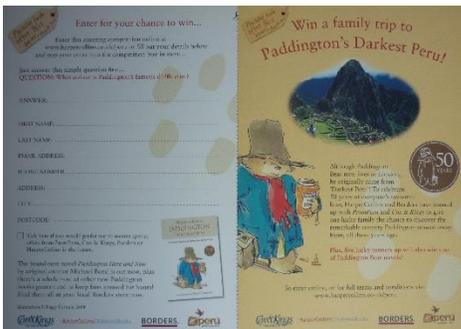


Fig. 113
Cupón para concursar por un viaje a Perú, incluido en un libro de Paddington.
(Colección particular J. Licea)

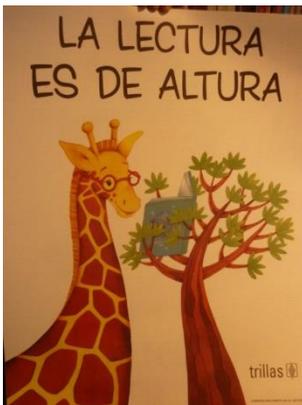


Fig. 114
Cartel: *La lectura es de altura*. Campaña pro-habito de la lectura. Trillas.
54 x 23.5 cm.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 115
Cartel: *Al mal tiempo un buen libro*. Campaña pro-habito de la lectura. Trillas, 2011.
54 x 23.5 cm.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 116
Libro de estampas: *Library sticker activity books*, de Dover Little Activity Books.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 117
I love reading, stickers. Estampas de papel, de Dover little activity books.
(Colección particular J. Licea)

4.7 Juegos



Fig. 118
Juego de mesa: *Little librarian: be a real librarian.*
(Colección particular J. Licea)

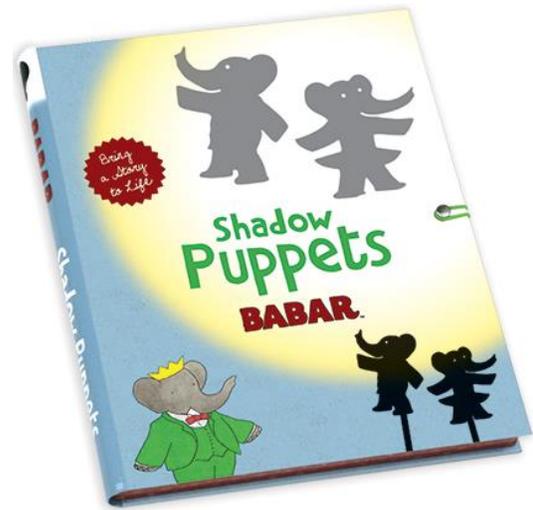


Fig. 119
Titeres de sombra: *Shadow puppets Babar.*
(Colección particular J. Licea)

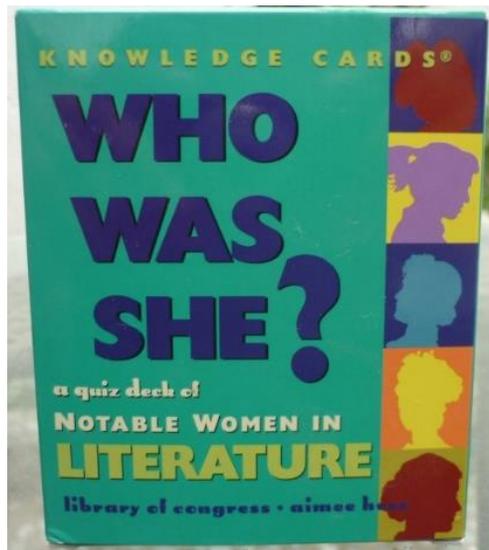


Fig. 120
Juego de cartas, *Who was she?* Mujeres notables en la literatura.
(Colección particular J. Licea)

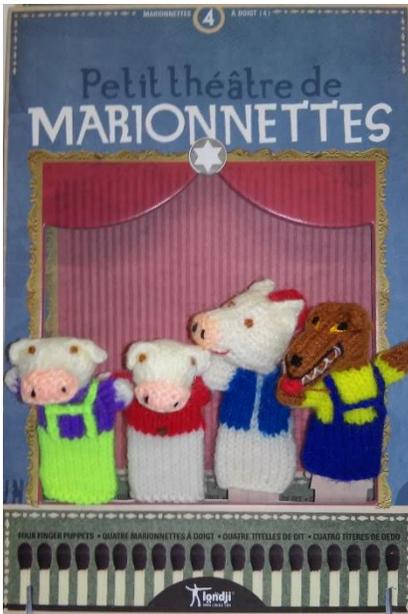


Fig. 121
Titeres digitales de estambre
de: *Los tres cochinitos*.
(Colección particular J. Licea)

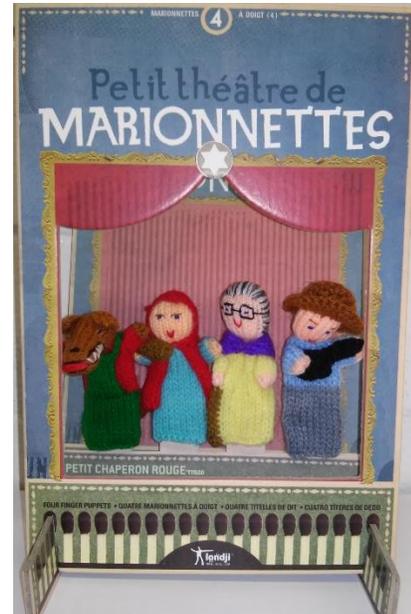


Fig. 122
Titeres digitales de estambre
de: *Caperucita roja*.
(Colección particular J. Licea)

4.8 Objetos personales



Fig. 123
Vaso: *de Library of Congress*.
(Colección particular J. Licea)

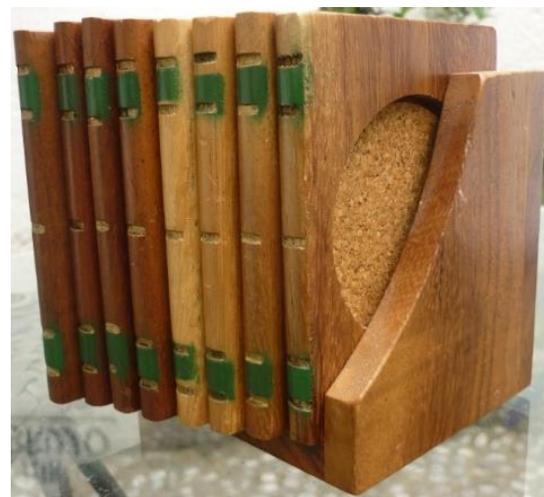


Fig. 124
Portavasos, juego de 8 piezas en forma de libros.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 125
Lápiz de minas de Library of Congress.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 126
Porta lápiz y lápices de la Biblioteca Pública de Murcia.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 127
Diorama, calaveritas de biblioteca.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 128
Estuche para lápices de la Biblioteca Nacional de España.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 129
Lámpara: i-Lite: the ultra mini book.
(Colección particular J. Licea)



Fig. 130
Broche separador de hojas.
(Colección particular J. Licea)

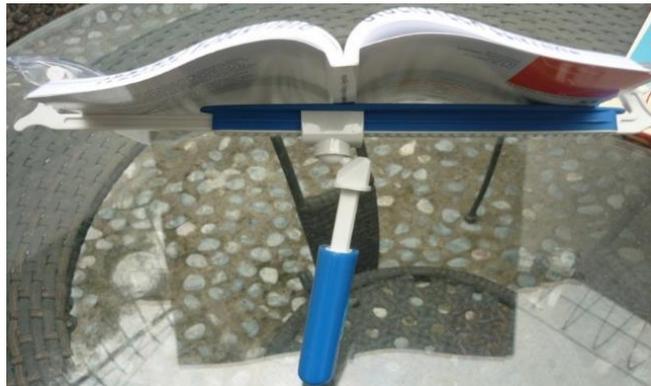


Fig. 131
Atril de plástico.
(Colección particular J. Licea)

Fig. 135
Calcetines con imagen de tarjeta de préstamo.
(Colección particular J. Licea)

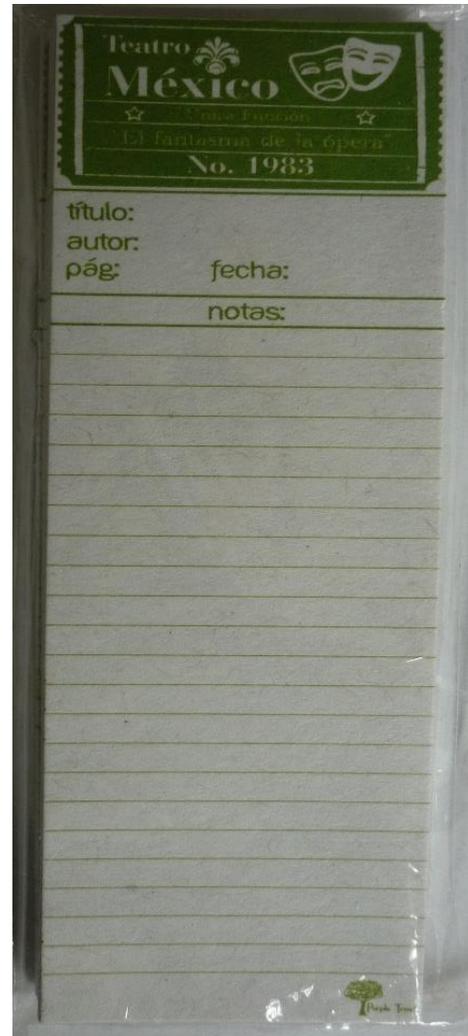


Fig. 136
Fichas para tomar notas de libros.
(Colección particular J. Licea)

Conclusiones

Hemos podido advertir parte de la serie de medidas que se está tomando para darle a la lectura una posición importante dentro de los hábitos de la sociedad mexicana. Cada diagnóstico sobre esta nos pone por debajo de promedios que, supuestamente, deberíamos superar, sin embargo, no se alcanzan a ver resultados que satisfagan las expectativas de las autoridades que dirigen las entidades educativas.

Mediante cada prueba y encuesta que se realiza se obtiene la constante de que la lectura no es un actividad grata para la mayoría de los individuos, pero no se menciona que en México hay carencias que se deben solucionar antes de realizar actividades recreativas como la lectura, y que, además, después de todo, la población no ve a la lectura como una actividad recreativa satisfactoria.

La mala fama de la lectura se ha dado por la insistencia de convertirla en una tarea mecánica y de competencia, sobre todo en edades infantiles y escolares donde se supone debe ser una capacidad adquirida a la perfección. Por parte de la educación informal simplemente no se le ha dado una importancia ya que, como se dijo antes, no es una necesidad.

Hasta el momento las campañas de lectura no han entregado resultados, ya sean negativos o positivos que demuestren que el camino que está tomando su campaña es adecuado para los mexicanos. Específicamente “Diviértete leyendo” la cual persigue una meta de educación nacional. Sin embargo, su estrategia publicitaria sigue avanzando con el paso del tiempo, y siguen publicándose imágenes de sus conceptos de lectura. Por otra parte, su sitio web no está en óptimas condiciones, sobre todo en la parte que contiene la información de la campaña, sus metas, sus miembros, sus logros y la información que respalda toda su labor.

Por tales motivos pudiéramos pensar que la campaña no sigue actuando con la misma fuerza que en años anteriores, ya que a simple vista se encuentra aún visible pero algo decaída.

Por otra parte, la publicidad Gandhi está en aumento y su popularidad se ha manifestado en las redes sociales al ser compartidas las frases que diseña; no nos podemos preguntar por resultados ya que nunca se manifestaron como tales y en caso estarlos podrían ser meramente comerciales. Sin embargo, sus imágenes se han vuelto virales en muchas ocasiones y han sido objetos de críticas, señalando que sus mensajes han llegado a ser despectivos y clasistas. No obstante debe estar claro el hecho de que los mensajes de publicidad Gandhi han sido compartidos tanto por la comunidad lectora como por la no lectora, sobre todo en las redes sociales donde llegan con mayor velocidad, y que los habitantes del país han puesto el contenido en un ambiente de crítica, lanzándolo hacia los sectores de la población que se pretende señalar.

Lo que es obvio con ambas campañas es que se sigue utilizando el mensaje publicitario como elemento principal para posicionar sus productos. Sin embargo en “Diviértete leyendo” la estrategia ha logrado que la campaña tenga menos presencia en el ámbito de acción real pero su visibilidad siga siendo fuerte. Librerías Gandhi ha logrado con su publicidad instalarse en el medio lector e incluso logró que su publicidad se distribuyera en los medios electrónicos por los mismos usuarios y de esta forma ampliar su alcance, lo que nos deja con el escenario donde una campaña de lectura ha servido sólo para publicitar a diferentes personajes y hacerlos aparecer, mediante imágenes, por todo el país; mientras que una campaña de marketing ha logrado crear crítica sobre la importancia de la lectura y relacionarla con los eventos sociales de la actualidad en el país.

Pudimos observar que existe una alta recomendación de lecturas dirigidas a todo público; la diferencia es que algunas son recomendadas de una forma más libre y otras tienen un tinte de lo que se debería leer. En cualquier caso es bueno conocer el panorama existente y así poder decidir lo que nos llame más la atención y siempre tener la opción de equivocarnos y tomar otra opción.

Al ser la lectura una actividad tan libre debemos ser responsables de las corrientes que seguimos y no dejar de estar alertas de las situaciones que nos conducen a las lecturas y las instituciones de donde provienen esas recomendaciones de libros. Es importante poder distinguir las sugerencias que nos llevan a adquirir un libro sólo por el hecho del consumo, o de posicionar a un autor específico y su fama, o por pertenecer a alguna asociación empresarial, de las recomendaciones que nos muestran razones fundamentadas para leer un libro y que además de todo no nos incitan a comprarlo sino a conocerlo.

Del mismo modo que la lectura es un tanto rechazada en el país, las bibliotecas también lo son; ya sea por la falta de usuarios y también por la falta de interés de las autoridades educativas. Ya pudimos observar que es posible atraer público generando artículos que estén relacionados con la biblioteca y los libros, creando así una publicidad “gancho” que además tenga un beneficio para la biblioteca y le dé motivos al usuario de volver cada vez. Las bibliotecas extranjeras que han logrado atraer a comunidades por medio de sus tiendas podrían ser un modelo a seguir para nuestro país.

También se puede apreciar que el libro tiene opciones de crecer y desarrollar un universo que aliente a acercarse a la lectura. Los juguetes son una buena opción para lograr que los niños se interesen en una historia, un libro y se despierte su curiosidad y gusto por conocer más libros. Como adultos podemos admirar la obra artística que se crea a través de juguetes o

figuras de colección, de nuevas ilustraciones y de conceptos que mantengan el hábito de la lectura activo.

Además existen libros que fomentan la propia lectura en niños, utilizando el mismo producto como medio, y presentan historias llenas de curiosidades y elementos atrayentes, como las ilustraciones de alta calidad, y al mismo tiempo que sirven de herramienta de lectura también fomentan la actividad.

Podemos observar que hay objetos, para un público mayor, que tienen implícito el universo de la lectura. De una forma curiosa colocan el concepto de la lectura en cualquier sitio posible, desde accesorios hasta objetos para uso personal. Posiblemente estos objetos son adquiridos por quienes son afines a la lectura y suelen coleccionarlos, pero no hay duda de que causan curiosidad debido a la forma en como han sido elaborados o las funciones que tienen y que además nos hacen tener presente algo de la esencia de la lectura.

Por último hay que tener presente que el consumo de libros y la práctica de la lectura deben ser libres, pero responsables.

Referencias

1. López Alfaro HG. Comprender y vivir la lectura México: UNAM, Dirección General de Bibliotecas; 2007.
2. Orellana M de. 101 Aventuras de la lectura. México, D.F.: Artes de México: IBBY México; 2007.
3. Idem.
4. Idem.
5. Idem.
6. Idem.
7. Idem.
8. Idem.
9. Domingo Argüelles J. Ustedes que leen: controversias y mandatos, equívocos y mentiras sobre el libro y la lectura. México, D.F.: Océano; 2006.
10. Miranda Gil M. Viaje alrededor de la lectura. México, D.F.: SEP; 2000.
11. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Encuesta Nacional de Lectura y Escritura. México, D.F.: Dirección General de Publicaciones; 2006.
12. Diviertete leyendo [Página principal en Internet]. México, D.F.: Consejo de la comunicación voz de las empresas; c2015 [actualizado 16 de mayo 2016; citado 30 de mayo 2014]. P.e.: [aprox 2 pantallas]. Disponible en: <http://www.divierteteleyendo.com>
13. México, Secretaría de Educación Pública. [Página principal en Internet]. México: SEP; c2010 [actualizado 5 mayo 2016; citado 5 mayo 2016]. P.e.: [aprox 2 pantallas]. Disponible en: <https://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/262/1/images/ENHL.pdf>
14. México, Secretaría de Educación Pública. [Página principal en Internet]. México: SEP; c2010 [actualizado 5 mayo 2016; citado 5 mayo 2016]. P.e.: [aprox 3 pantallas]. Disponible en: http://www.enlace.sep.gob.mx/content/ba/pages/estadisticas_2012/estadisticas.html
15. Pratkanis A. La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión. Barcelona: Paidós; 1994.
16. Idem.
17. Op. Cit. 10

18. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015 [libro en Internet]. México, D.F.: Dirección General de Publicaciones, 2015 [consulta 20 de mayo de 2016]. Disponible en: http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php
19. México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía [homepage en internet]. México: INEGI; c2016 [actualizado 3 mayo 2016; consultado 3 mayo 2016]. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/modulos/molec/>
20. Domingo Argüelles J. Cuentos inolvidables para amar la lectura. México, D.F.: Ediciones B; 2014.
21. Domingo Argüelles J. Escribir y leer con los niños, los adolescentes y los jóvenes: breve antimanual para padres, maestros y demás adultos. México, D.F.: Océano Exprés; 2014.
22. Domingo Argüelles J. Historias de lecturas y lectores: los caminos de los que sí leen. Conversaciones con Efraín Bartolomé, Rodolfo Castro, Alí Chumacero, Fernando Escalante Gonzalbo, Julieta Fierro, Felipe Garrido, Gregorio Hernández Zamora, Francisco Hinojosa, José Agustín, Mónica Lavín, Carlos Lomas, Juan Mata, Carlos Monsiváis, Michèle Petit, Elena Poniatowska y Eduardo del Río, Ruis. México, D.F.: Océano Travesía: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; 2014.
23. Domingo Argüelles J. Leer bajo su propio riesgo: mitos y realidades del hábito de leer. México: Ediciones B; 2014.
24. Domingo Argüelles J. ¿Qué leen los que no leen?: el poder inmaterial de la lectura, la tradición literaria y el placer de leer. México, D.F.: Paidós; 2014.
25. Domingo Argüelles J. Estás leyendo ¿y no lees?: un libro contra la obligación de leer. México: Ediciones B; 2011.
26. Domingo Argüelles J. La letra muerta: tres diálogos virtuales sobre la realidad de leer. México, D.F.: Océano; 2010.
27. Domingo Argüelles J. Si quieres lee: contra la obligación de leer y otras utopías lectoras. Madrid, España: Fórcola; 2009.
28. Domingo Argüelles J. Del libro, con el libro por el libro: pero más allá del libro. México, D.F.: Solar Servicios Editoriales: Ediciones del Ermitaño; 2008.
29. Op. Cit. 9
30. Domingo Argüelles J. Leer es un camino: los libros y la lectura. Del discurso autoritario a la mitología bienintencionada. México: Paidós; 2004.
31. Op. Cit. 21
32. Idem.

33. Diviértete leyendo [Página principal en Internet]. México, D.F.: Consejo de la comunicación voz de las empresas; c2015 [actualizado 16 de mayo 2016; citado 30 de mayo 2014]. P.e.: [aprox 2 pantallas]. Disponible en: <http://leermx.com/libros-categorias/>
34. Faidman C, Major JS. Un plan de lectura para toda la vida. México, D.F.: Planeta Mexicana; 2008.
35. Zschirnt C. Libros, todo lo que hay que leer. Madrid: Taurus; 2004.
36. Sánchez D. Las lecturas de mr. David More. [Internet]. Valencia: David Sánchez; 2014 [consulta 15 de mayo de 2016]. Disponible en: <https://laslecturasdemrdavidmore.blogspot.mx/2014/04/la-lista-definitiva-de-los-100-mejores.html#.VztmQPI9603>
37. Matute A, Donis M, compiladores. José Vasconcelos: De su vida y su obra: Textos selectos de las jornadas vasconcelianas de 1982. México: UNAM, Dirección General de Difusión Cultural, Dirección Editorial; 1984.
38. García Canclini N, Gerber Bicecci V, López Ojeda A, Nivón Bolán E, Pérez Camacho C, Pinochet Cobos C, Wincour Iparraguirre R. Hacia una antropología de los lectores [libro electrónico]. México, D. F.: Paidós; 2015 [consultado 5 de abril de 2016]. Disponible en: <http://www.fundaciontelefonica.com.mx/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/469/>
39. Idem.
40. Op. Cit. 8
41. Op. Cit. 14
42. Idem.