

CONSIDERACIONES PEDAGÓGICAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA DENTRO Y FUERA DE LA ESCUELA¹

Oscar Alberto Morales²
Ángel Gabriel Rincón G.²
José Tona Romero²

RESUMEN

Tradicionalmente, la promoción de la lectura ha quedado relegada a la escuela. Sólo desde el salón de clases y las áreas académicas se proponen programas aun cuando las prácticas escolares, en ocasiones, lejos de propiciar, favorecer y fomentar la lectura, generan rechazo a ésta y a todo lo que implica. Generalmente, no se consideran otros contextos que son potenciales para promover la práctica de la lectura, vista desde la perspectiva social, estética y epistemológica. El presente trabajo tiene como propósito ofrecer propuestas para promover la lectura dentro y fuera de los contextos escolarizados.

Palabras clave: promoción de la lectura, contexto escolar, contexto extraescolar.

PEDAGOGICAL CONSIDERATIONS TO PROMOTE READING INSIDE AND OUTSIDE THE SCHOOL

ABSTRACT

Traditionally, the promotion of reading has been relegated to school. Reading promotion programs are proposed only from the classrooms, even though these practices are far from favoring and fomenting reading; on the contrary, they generate rejection to everything that implies this social practice. Generally, other contexts are not considered to promote reading; however, they are potential to promote the practice of reading, seen from the social, aesthetic and epistemological perspectives. The purpose of this paper is to offer proposals to promote reading inside and outside the school.

Key words: reading promotion, school, non-educational context.

CONSIDERATIONS PEDAGOGIQUES POUR LA PROMOTION DE LA LECTURE DANS ET HORS L'ECOLE

RÉSUMÉ

Traditionnellement, la promotion de la lecture a été confinée à l'école. Seulement dans la salle de classe on a proposé des programmes même si les pratiques scolaires, quelques fois, loin de rendre propice, favoriser et motiver la lecture, ont eu pour résultat un reject à tout ce

¹ Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio sobre la promoción de la lectura titulado "Promoción de la lectura en ambientes extra escolares en el Estado Mérida, Venezuela", financiado por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT) de la Universidad de Los Andes, Código: O-092-04-04-A.

²Grupo Multidisciplinario de Investigación en Odontología, Facultad de Odontología, Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.

qui concerne cette pratique sociale. Généralement, d'autres contextes possibles ne sont pas pris en compte pour favoriser la pratique de la lecture, d'après la perspective sociale, esthétique et épistémologique. Cette recherche a pour but d'offrir des propositions pour faciliter la lecture dans et hors l'école.

Mots clefs: Promotion de la lecture, contexte scolaire, contexte extrascolaire.

La lengua escrita es importante en la escuela porque es importante fuera de la escuela, y no al revés. (E. Ferreiro, en Castorina y otros, 1999)

El presente artículo forma parte de una investigación, actualmente en ejecución, que tiene como propósito conocer y analizar la naturaleza de las prácticas de promoción de la lectura que se llevan a cabo en contextos no escolarizados del estado Mérida, Venezuela. Se persigue, en consecuencia, determinar motivaciones, actitudes, materiales utilizados, condiciones de ocurrencia, y actores involucrados, entre otros aspectos.

Con base en los resultados preliminares de esta investigación, en el presente artículo se presentan una serie de consideraciones pedagógicas que pudieran ser efectivas para promover la lectura, tanto dentro como fuera de la escuela. Persigue, en primer lugar, ofrecer la posibilidad de que padres, docentes, directivos, y entes gubernamentales, entre otros, aprendan de las formas cómo se promueve la lectura espontáneamente en contextos no escolarizados; en segundo lugar, busca presentar algunas estrategias generales para promover la lectura en los ámbitos señalados.

Se han tomado aquellas prácticas espontáneas que, en contextos naturales, son muy útiles y resultan sumamente eficientes para lograr, consciente e inconscientemente, que: los NOLECTORES lean; quienes rechazan la lectura, y todo lo que ésta supone, encuentren motivos para acercarse a ella; los lectores potenciales logren conceptuar que es posible otro tipo de relación con los textos escritos, y los libros en particular (Petit, 2001); los lectores desarrollen sus competencias y se hagan mejores lectores, a través de la confrontación y discusión con otros usuarios; las personas se hagan mejores seres humanos.

En procura de posibilitar una mejor comprensión del problema de la promoción de la lectura, el artículo se ha estructurado de la siguiente manera: inicialmente, se presenta la

conceptuación de la lectura desde la perspectiva psicolingüística y semiótica; seguidamente, se define y caracteriza la promoción de la lectura desde la propuesta constructivista; posteriormente, se presentan algunas propuestas para promover la lectura. Se inicia en contextos no escolarizados para derivar de éstos algunas alternativas que se pueden extrapolar a la escuela y, especialmente, al salón de clases en cualquier nivel o modalidad del sistema educativo.

1. ¿QUÉ ES LA LECTURA?

En los últimos 40 años, predominantemente la lectura ha sido conceptualizada como un proceso sociopsicolingüístico (Rosenblatt, 1985a 1985b); Smith, 1978/1990, 1997; Goodman 1980a, 1980b, 1994). No obstante, desde la perspectiva semiótica se han realizado algunas interpretaciones de este proceso (Eco, 1981; Greimas, 1983; Agelvis, 2002).

Rosenblatt (1985a; 1985b) define la lectura como un evento en el que ocurre una transacción, una fusión entre el lector y el texto en un momento y un contexto determinado para construir significado. El significado no existe de antemano en el texto o en el lector, sino que surge en la transacción; por lo tanto, el lector y el texto son esenciales e igualmente importantes en la lectura. Sostiene que el lector y el texto como términos genéricos no existen; existen sólo posibles (o potenciales) lectores y posibles (o potenciales) textos. Una persona se hace lectora sólo cuando se establece la transacción con el texto, no antes. En este sentido, la autora descarta la polaridad lector-texto como participantes en el proceso de lectura.

Bajo este enfoque, la lectura procede a través de un proceso de atención selectiva, en el que el lector selecciona algunas pistas pertinentes que ofrece el texto e información de sus esquemas, para producir el significado. La autora sostiene que el lector se puede ubicar en un continuo de dos posturas frente a la lectura: desde una postura predominantemente eferente y una postura predominantemente estética.

En la primera postura, la atención se dirige principalmente a la construcción de significados públicos; se procura la obtención de información que será retenida luego de la lectura. La postura en la que predomina lo estético, por su parte, da cuenta de la otra mitad

del continuo. Con esta postura, el lector se dispone con presteza a centrar su atención en las vivencias mismas que surgen durante la lectura o transacción, en realizar la lectura como una experiencia estética.

Goodman (1980a; 1980b), por su parte, sostiene que la lectura es un juego de adivinanzas psicolingüístico complejo en el que el lector reconstruye el significado a través de una interacción con el texto. En este juego de adivinanzas el lector, valiéndose lo menos posible de la información que le ofrece el texto, usando sus conocimientos previos, sus experiencias, selecciona la información más apropiada para hacer predicciones, anticipaciones y adivinanzas y reconstruir el significado. En este sentido, el significado no reside en lo impreso, sino que ha de ser aportado por el lector.

Según el autor, existe un único proceso de lectura para todas las lenguas y para todo tipo de texto, independientemente del contenido, la estructura, el registro, o los propósitos que motivaron al lector a leer.

En esencia, según Goodman (1980a; 1980b), la comprensión es el único objetivo de la lectura. Para lograrla, el lector se vale de una serie de estrategias que pueden ocurrir simultáneamente, y hasta de manera recursiva, pero no secuencialmente:

- Selecciona las pistas gráficas que le ofrece el texto guiado por selecciones anteriores, sus conocimientos previos y su competencia.
- Utiliza las pistas del texto para formar imágenes y anticipar lo que vendrá.
- Relaciona lo que encuentra con lo que ya conoce.
- Hace predicciones a partir de la información gráfica.
- Vuelve a lo leído para confirmar, apoyar una idea, o para buscar más pistas y, a partir de esto, poder adivinar.
- Utiliza el contexto para probar la pertinencia semántica y gramatical.
- Hace inferencias a partir de la información que ha construido.

Asimismo, Smith (1978/1990, 1997) concibe la lectura como un proceso psicolingüístico que implica una interacción entre el pensamiento y el lenguaje. En este proceso las marcas impresas en el texto activan los conocimientos relevantes con los que cuenta el lector, para construir significados, para darle sentido al texto. Es por ello que el significado no reside en el texto sino que lo aporta el lector. Según el autor, la lectura

consiste en formular preguntas al texto y a través de la comprensión de éste ir respondiéndolas. Para que esto ocurra, la lectura debe presentarse como una experiencia real, significativa, similar a otras que vivimos a diario. Esta experiencia nos permite involucrarnos con la realidad que nos ofrece el texto, vivirla para darle sentido. Según Smith, ésta es la única forma posible de lectura; una vez vivida la experiencia, el aprendizaje vendrá por añadidura.

Desde la perspectiva semiótica, Eco (1981) ofrece ideas que podrían complementar las ya expuestas. Él indica que la lectura es un proceso en el que el lector, valiéndose de su competencia circunstancial y su enciclopedia, actualiza el contenido del texto, es decir, completa los espacios en blanco que encuentra en el texto. El texto está plagado de elementos no dichos, no manifiestos en la superficie, en el plano de la expresión, los cuales deben ser actualizados. Este proceso de actualización afecta al lector: contribuye a la formación de su competencia. A pesar de eso, Eco sostiene que el texto en sí mismo tiene gran importancia en el proceso de lectura, puesto que establece los límites de la interpretación. El lector debe procurar la interpretación que más se acerca a lo que el escritor estableció en el texto.

Finalmente, Greimas (1983) y Agelvis (2002), sin descartar las teorías psicolingüísticas y sociolingüísticas de la lectura, que le atribuyen más importancia al lector en este proceso, abordan el texto como una realidad significativa, como un todo de significación, del cual parte el lector para reconstruir su significado con la mayor fidelidad semántica posible con el texto del autor (el texto origen). Para explicar el proceso de lectura centrado en el texto, estos autores toman como base el concepto “isotopía”, el cual designa la coherencia de un recorrido semántico del texto, de aquello de lo que el texto trata y que le permite mantener la cohesión; el mecanismo que establece los “límites de la interpretación”.

En este proceso, según Greimas (1983), el lector va desarrollando una serie de competencias relativas a los distintos tipos de textos, lo cual le permitirá trasaccionar con el texto, construir un significado coherente, o le generará obstáculos y dificultades al enfrentarse a algún tipo de texto.

En síntesis, a las concepciones de lectura descritas en esta sección subyace la idea de construcción de significado, de creación de sentidos para compensar un desequilibrio o para generarlo. En el proceso de lectura, el lector participa activamente, aportando sus conocimientos previos, sus experiencias de vida, sus estructuras cognoscitivas y afectivas y su competencia para la construcción de significado. Igualmente, se infiere la necesidad de que la transacción del lector y el texto se dé en una situación significativa, real, natural e interesante para él. Tomando en cuenta esta consideración, la lectura podría hacer que el lector viva experiencias maravillosas, descubra mundos mágicos, tal como lo plantea Bettelheim (Bettelheim y Zelan, 1983).

2. ¿QUÉ SIGNIFICA PROMOVER LA LECTURA?

La promoción de la lectura es una práctica social dirigida a transformar positivamente las maneras de percibir, sentir, valorar, imaginar, usar, compartir y concebir la lectura como construcción sociocultural. Desde esta perspectiva, la promoción de la lectura relaciona al hombre con la lectura. Esta no siempre es consciente e intencionada, pero sí voluntaria, comprometida, militante y de convicción.

La promoción de la lectura implica todas aquellas actividades que propician, ayudan, impulsan y motivan un comportamiento lector favorable, o en algunos casos más intenso del que se acostumbraba (Varela, 1999). En palabras de Petit (2001), es introducir a los niños, adolescentes y adultos a una mayor familiaridad y a una mayor naturalidad en el acercamiento a los textos escritos. Es transmitir pasiones, curiosidades; es ofrecerles la idea de que entre toda la literatura disponible, entre todo el acervo escrito, habrá alguna obra que sabrá decirles algo a ellos en particular. Es proponer al lector múltiples ocasiones de encuentros y de hallazgos.

La promoción de la lectura es una práctica social dirigida a transformar la manera de concebir, valorar, imaginar y usar la lectura. Se procura hacer de la lectura una actividad potencialmente liberadora y edificadora de la condición del ciudadano.

Jiménez (1999) sostiene que la lectura es un instrumento indispensable en el mundo contemporáneo, por lo que su promoción es una necesidad imperiosa y un deber de todos fomentar su práctica.

Sastrías (1998) señala que la promoción de la lectura son todas aquellas prácticas que tienen como propósito hacer que las personas se acerquen a la lengua escrita y lean: padres, maestros, estudiantes, amas de casa, obreros, desempleados (desocupados), hinchas, feligreses, clientes, pacientes, votantes. Es evidente que la familia, el gobierno, las empresas públicas y privadas, la Iglesia, en general toda la sociedad, debe desempeñar un rol protagónico en la formación de nuevos lectores, en el mantenimiento de los existentes y en el detenimiento del abandono y el odio por la lectura.

Finalmente, García Márquez (1996) sostiene que la promoción de la lectura no debería ser mucho más que una buena guía de lecturas, un encuentro para sugerir, recomendar libros, cuentos y novelas producto de la experiencia propia; una oportunidad para embriagar al lector potencial con fragmentos encantadores, que atrapan, conectan y enamorar hasta el lector más reticente. Cualquier otra pretensión, advierte el autor, sólo serviría para alejar a los lectores, para asustarlos.

2.1 ¿Quién puede promover de la lectura?

Una persona que ama los libros, en un momento dado, desempeña el papel de “iniciador”, alguien que pide recomendar libros (Petit, 2001, p. 25).

Para promover la lectura no hace falta formación académica, grandes equipos o cuantiosos materiales. Sólo se requiere tener deseo de construir nuevos lectores. Incluso los analfabetas han contribuido, con las narraciones orales, a la formación de lectores.

Para Jiménez (1999), el promotor de la lectura es quien siembra y abona en el otro la necesidad y el interés de leer, activa, a través de la oralidad, los saberes cotidianos que sirven de bien para la lectura. De acuerdo con Petit (2001), es una persona que ama los libros, alguien que puede recomendar libros. De un modo informal, añade esta autora, un promotor de lectura “...puede ser alguien cercano que ha tenido acceso a la lectura, puede ser de otro medio social que uno conoce por la vía de relación o por la militancia. Puede ser algunas veces un docente... O puede ser un bibliotecario o un trabajador social...” (pp. 25-26).

Según Petit (2001), la promoción de la lectura es una idea reciente. Por mucho tiempo, tanto en Europa como en Latinoamérica, la preocupación se ha centrado en los

peligros que conllevan la práctica y difusión “descontrolada” de la lectura. Por lo general, los esfuerzos se centran en determinar qué es lo que se debe leer, qué está proscrito, cuál es la buena y la mala literatura, cuáles son los autores fundamentales, entre muchas otras limitaciones. En este contexto, son muy pocas las iniciativas dirigidas a hacer que una gran mayoría lea textos significativos, independientemente de su contenido, para aprender, disfrutar, informarse, entre muchas otras funciones.

Aunado a esto, numerosos estudios han demostrado que la lectura no se promueve de una forma equitativa para todas las personas. Como lo señala Petit (2001), mientras que para algunos todo está dado al nacer, para otros, a las distancias geográficas se les agregan las dificultades económicas y obstáculos culturales y psicológicos. Para quienes viven en barrios pobres o en el campo, los libros son objetos raros y poco familiares. Estas personas están separadas de la lengua escrita por verdaderas fronteras visibles e invisibles.

La promoción puede darse en distintos espacios: el hogar, la escuela, los espacios públicos en general, los lugares de trabajo. Foucambert (1983) sugiere que la animación o motivación en torno a los libros, revistas, periódicos debería ampliarse y descentralizarse hacia los lugares de trabajo, de vida y de esparcimiento. Lo que importa es que la gente descubra la calidad del lazo que se establezca entre ellos y el texto. Se trata de hacer vivir a los libros en lo cotidiano.

Una vez descrito el contexto teórico en el cual está enmarcada la presente propuesta, a continuación presentamos algunas orientaciones que pueden favorecer la lectura y su promoción dentro y fuera de la escuela. Inicialmente, se describe lo que puede hacerse desde el seno del hogar; seguidamente, se proponen algunas acciones para promover la lectura en lugares públicos; finalmente, y no menos importantes, se presentan algunas consideraciones para hacer que los niños lean en la escuela y se formen como lectores.

3. ¿CÓMO SE PUEDE PROMOVER LA LECTURA?

Cuando alguien no ha tenido la suerte de disponer de libros en su casa, de ver leer a sus padres (a sus maestros y a su entorno, en general), de escucharlos relatar historias, las cosas pueden cambiar a partir de un encuentro. Un encuentro puede dar la idea de que es posible otro tipo de relación con los libros (Petit, 2001, p. 25)

Existen múltiples posibilidades de promover la lectura en nuestra sociedad, la cual está determinada por la cultura alfabetizada e inundada de lengua escrita. No hace falta una formación especial, tener un grado académico específico, ni vivir en la ciudad. No se requiere tener muchos recursos económicos. Para lograr crear lectores autónomos y competentes, individuos deseosos de leer, descubrir la magia de los libros, hacer viajes fascinantes a través de las páginas, vivir experiencias maravillosas: volar en alfombras, subir al cielo, navegar los océanos, viajar a la luna, ir al centro de la Tierra, se requiere la participación de todos los miembros de la sociedad. Por “todos” nos referimos a la familia (papá, mamá, abuelo, abuela, hermanos, tíos; en fin, todos quienes puedan leer y compartir la lectura, o puedan contar historias); el Estado, a través de las instituciones gubernamentales: hospitales, oficinas, bibliotecas, entre otras; la escuela, tanto oficiales como privada: universidades, institutos, escuelas, colegios; las empresas públicas y privadas (consultorios médico-odontológicos, peluquerías, panaderías, oficinas de abogados; la Iglesia (evangélica, católica, entre muchas otras).

Esto indica que nadie está exento de contribuir, en algún grado, con esta enorme responsabilidad. Si alguno de estos actores falla, los restantes compensan (o deberían compensar) las carencias.

El Estado históricamente ha evadido su responsabilidad en la promoción de la lectura, no ha contribuido con la formación de los ciudadanos como lectores autónomos y competentes. En Venezuela, para citar un ejemplo, esto ha sido una realidad incuestionable; sin embargo, actualmente con el apoyo a las misiones (nos referimos a los programas educativos bandera del gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, presidido por Hugo Chávez Frías: Misión Robinson I, que ofrece alfabetización y la 1.º etapa de educación formal; Misión Robinson II, que ofrece la 2.º etapa de educación formal; Misión Rivas, que gradúa hasta 3.º etapa y; Misión Sucre, que les garantiza la culminación del bachillerato a adultos que históricamente habían sido excluidos y expulsados del sistema educativo formal) que el Ejecutivo Nacional venezolano está llevando a cabo, que incluye la distribución de la biblioteca familiar a egresados de las misiones y a estudiantes, se ha comenzado a saldar la deuda histórica con la promoción de la lectura y la formación de lectores.

Al igual que el Estado, la escuela tradicional, producto de prácticas aberrantes, caracterizadas por las imposiciones, los castigos, las repeticiones sin sentido, el uso de cartillas y abecedarios sin significado, ha impulsado y promovido el odio por las letras y los libros, el rechazo a la lectura y a todo lo que ésta implica, en síntesis: ha contribuido con la formación de NOLECTORES. Afortunadamente, se ha ido superando progresivamente esta realidad.

Como ya hemos dicho, existen muchas formas de fomentar la lectura y, en consecuencia, ayudar a formar lectores. Una experiencia interesante ocurre en Barcelona, España, donde todos los años el día de San Jorge o Sant Jordi, patrono de Cataluña, las personas se regalan libros entre sí. Por supuesto, además de los lectores y promotores de lectura, actualmente los promotores de tan interesante costumbre son las mismas empresas editoriales, las cuales destinan recursos de mercadeo para la celebración de este día, como la exposición y venta de libros en las principales calles de la ciudad.

3.1 ¿Cómo promover la lectura desde el hogar?

Entre las prácticas que se pueden llevar a cabo desde el hogar, sugerimos las siguientes:

1.- Retome el libro como la principal alternativa para regalar. Tanto quien regala como quien lo recibe, especialmente los niños, aprenden a valorar el libro y las múltiples experiencias fascinantes que se viven en su compañía. Es invaluable la influencia que podría tener, por ejemplo, **Las mil y una noches** en la vida de un niño de dos años. Este regalo hace que su papá o su mamá le lea por lo menos mil y una historias en mil y una noches. Hay personas que a la edad adulta han descubierto la literatura gracias a que algún amigo, lector ávido y promotor informal de la lectura, le obsequió **El amor en tiempos del cólera** o **Vivir para contarla**, obras clásicas de Gabriel García Márquez. A partir del encuentro con estas novelas, se han lamentado no haber descubierto antes la literatura. Con un pequeño libro podemos transformarle la vida a un ser querido: regalemos libros.

2.- Incluya la biblioteca y la librería entre los lugares que visita frecuentemente. El contacto directo con libros, las recomendaciones de amigos, familiares, bibliotecarios y libreros, y el descubrimiento de que la lectura y los libros son importantes para otros son un recurso para hacer que otros lean y disfruten de la lectura. Ir a la biblioteca y leer un libro, o

visitar la librería y comprar la revista que le gustó o el texto que eligió su hijo puede ser el inicio de una fecunda relación con la palabra escrita, de un amor eterno.

3.- Comente con los miembros de su entorno los textos que está leyendo o que ha leído; recomiende cuentos, lea fragmentos en voz alta, ríase con ellos, para que descubran con su ejemplo que hay historias maravillosas, mundos fascinantes por descubrir a partir de los libros.

4.- Procure que haya en su hogar, en la escuela, en el trabajo, materiales escritos que les interesen y que les puedan llamar la atención a otros. No tiene por que ser una gran enciclopedia o lindas colecciones literarias tapa dura. Son útiles desde un periódico viejo, una revista desactualizada, una receta familiar, hasta los escritos de los miembros de la familia, sería una buena excusa para leer. Si hay textos en el entorno, se pueden leer en un momento de aburrimiento y de ocio, después de comer, antes de dormir, o mientras espera a alguien, en fin, en cualquier oportunidad. Intente esta frase: **“lea esta revista mientras me espera”**.

5.- Cualquier lugar es propicio para leer. Lleve siempre con usted el texto que esté leyendo o desee leer. Las largas colas, el viaje en el transporte público (bus, metro) y las eternas esperas se hacen brevísimas en compañía de un libro. Comparte el texto entre tus compañeros de espera o viaje.

6.- No obligue a nadie a leer, tampoco use la lectura como castigo. La imposición y el castigo son los medios más eficaces para hacer que las personas rechacen la lectura. En cambio, presente la lectura como es: un acto de placer y de esparcimiento, un medio de información y de educación, una práctica de libertad.

7.- Si quiere que sus hijos e hijas, y estudiantes sean lectores y lectoras, léales, lea con ellos y déjelos leer. Si la lectura es parte de sus vidas, leerán y vivirán experiencias gratas con los libros toda la vida. Cree en los niños la costumbre de leer diariamente, desde el vientre, si es posible. Más adelante, al tener la edad suficiente, permita que elijan lo que deseen leer o que les lean, lo que requiere que los niños tengan acceso a los libros; esto ayuda a crear el hábito de lectura.

8.- La lectura se puede realizar en voz alta o silenciosamente. Esto depende de los intereses del lector y del propósito que tenga la lectura. Sin embargo, no se debe obligar a

que alguien lea en voz alta, ya que esto puede generar que se sienta ridiculizado y, en consecuencia, rechace la lectura y todo lo que ésta implica.

9.- La lectura, como una práctica de libertad, requiere que sea el lector quien decida qué, dónde, cómo y cuándo leer. Se le pueden hacer sugerencias, propuestas, pero la decisión final la toma el lector. Como ser humano, el lector tiene derechos que hay que respetar.

10.- Enseñe con el ejemplo. Procure que sus familiares, amigos o compañeros de trabajo lo vean leyendo, disfrutando de la magia de la lectura. No puede esperar que su entorno lea si usted no lo hace. Lea el periódico, el manual de la nevera, el comunicado de la asociación de vecinos, la publicidad que encontró en la calle, en fin, cualquier cosa.

11.- Aproveche cada oportunidad que surja en condiciones reales, para impulsar a los niños, jóvenes y adultos en proceso de alfabetización y desarrollo de su competencia de escritura a que se incorporen a lo que Smith (1978/1990) denominó el club de los lectores. En cada situación en la que se distribuyan textos, procure que todos reciban uno. Por ejemplo, en un restaurante, permita que lea la carta para hacer su pedido. Aunque parezca superficial, con esto estará contribuyendo a que descubra la función social de la lectura a través de su uso en situaciones reales con propósitos específicos.

Estas prácticas son algunas entre las muchas que puede incorporar a su vida familiar para desarrollar su competencia lectora y ayudar a formar lectores. Debemos partir de nosotros mismos, sin importar que los otros actores no hagan su parte. Con el ejemplo podríamos hacer que cumplan con su función. Está en nuestras manos ayudar a que los miembros de nuestro entorno se hagan lectores. Se pueden hacer muchas actividades donde estemos, con lo que tengamos. No se requiere invertir grandes sumas de dinero, ni mucho tiempo; sólo hace falta disposición, deseo y convicción. Lo único fundamental es leer, leerles, leer con ellos y crear un ambiente donde se pueda leer. Mientras más se repita esta conducta más se hará cotidiana e inconsciente, pero siempre voluntaria.

3.2. ¿Cómo promover la lectura en lugares públicos?

Existen lugares fuera de la escuela que funcionan como excelentes medios para la promoción de la lectura. Desde los kioscos de revistas y periódicos, las panaderías, las

peluquerías, los salones de belleza, hasta las salas de espera de hospitales, clínicas y consultorios médico-odontológicos, públicos y privados, pueden servir como espacios propicios y naturales para incentivar la práctica de la lectura desescolarizada, vista desde la perspectiva social, estética y epistemológica. En estos lugares, se han registrado prácticas de lectura, inducidas y espontáneas, las cuales representan nuevas formas de promover la lectura, de incentivar el interés por la palabra escrita.

Igualmente, se ha encontrado que a falta de bibliotecas públicas y escolares, y debido a la ausencia de textos impresos en el hogar, los lugares públicos funcionan como espacios naturales para leer, investigar, informarse, compartir la lectura y promover esta práctica social. Las personas, estudiantes y público en general, acuden a ellos para satisfacer sus necesidades de información, formación, interacción social y recreación.

De manera particular, los kioscos de revistas y periódicos funcionan como centros de información y documentación, como bibliotecas comunitarias a las que los estudiantes acuden para realizar las tareas escolares, sin la necesidad de comprar los materiales. Los dueños de estos establecimientos indican que esto no les genera pérdidas económicas, ni hace que disminuyan las ventas; algunas personas leen gratuitamente; otros, por el contrario, compran. Lo más importante es que predomine el respeto y que se mantenga la armonía en el local.

Con esta práctica, los vendedores realizan una labor social y humanitaria, ya que les permite a quienes no tienen recursos para comprar textos escritos acceder a la información que necesitan. Además de los estudiantes, los miembros de la comunidad acuden al kiosco para informarse y compartir la actualidad política, social, económica y cultural desde su perspectiva.

Por otro lado, en lugares donde hay que esperar, la lectura puede funcionar como medio informativo, recreativo, de esparcimiento que le permite al usuario aprovechar el tiempo de la espera y hasta disfrutarla. Para ello se requiere que el establecimiento, ya sea un centro de belleza, un terminal, un hospital o un consultorio médico, disponga de cualquier tipo de textos: revistas, periódicos, folletos, carteleras, publicidad. La dotación y actualización de los “rincones de lectura” no requiere grandes inversiones de dinero, ni mucho esfuerzo físico.

En el ámbito médico-odontológico, generalmente los laboratorios farmacéuticos y las empresas relacionadas con la producción de bienes y servicios relacionados con la medicina, producen folletos y publicidades para promocionar sus productos de manera indirecta: alimentación infantil, cáncer de mamas, prevención del cáncer de próstata, por ejemplo. Se puede procurar que permanentemente haya este tipo de materiales.

Así mismo, para leer no se requiere que el texto sea actual, sólo hace falta que sea atractivo para el lector. Hay personas que se sienten atraídas por textos que, aunque desactualizados, presenta información interesante. Las revistas encartadas en los diarios de circulación nacional, con una amplia gama de artículos de interés general, captan la atención de los pacientes y acompañantes, y pueden hacerlo olvidar, al menos por un momento, el motivo de la visita a un centro médico, y además, contribuir con el mejoramiento de su educación.

El texto escrito resulta ser más económico y educativo que la televisión en las salas de espera. La lectura no requiere la utilización de dispositivos adicionales distintos al lector y el texto; no implica gasto de energía eléctrica, ni sistema de televisión por cable. Es sumamente eficiente para entretener, distraer, informar, educar y persuadir. Además, los pacientes, acompañantes y visitantes prefieren leer en vez de ver la televisión en las salas de espera. Encuentran en estos contextos excelentes oportunidades para aprender sobre cómo mejorar su salud, prevenir enfermedades, o, sencillamente, informarse sobre algo interesante.

Consciente o inconscientemente, los usuarios, clientes, pacientes y acompañantes, reconocen la importancia de la presencia de textos escritos. Prefieren aquellos lugares donde se promueve la lectura; por lo tanto, regresan y los recomiendan. En vista de esto, procure que sus clientes, pacientes o usuarios, tengan disponibles revistas, libros, periódicos. Con esto les estará creando una experiencia fascinante. Así mismo, si le gusta leer mientras espera, mientras se toma un café, exija su texto. Leer es placer. Lea y deje leer.

3.3 ¿Cómo se puede promover la lectura en la escuela?

La escuela, pública y privada en los distintos niveles y modalidades, no está cumpliendo cabalmente con su responsabilidad en la promoción de la lectura. Sin embargo,

se han llevado a cabo importantes iniciativas en colegios, escuelas, y universidades a favor de convertirlos en un lugar donde se lea con un sentido social. Además, la institución escolar ha formado un gran número de profesionales, trabajadores sociales y comunitarios, maestros y padres que fomentan la lectura en todo el país.

La escuela puede desarrollar una relación dialéctica de aprendizaje con otros ambientes sociales en donde se promueve la lectura espontáneamente: la escuela puede aprender qué ocurre detrás de sus paredes, cómo se lee, cómo se fomenta el hábito de lectura, cómo se construyen lectores; y en los contextos extra escolares, se pueden retomar todas aquellas experiencias que han sido exitosas en la escuela para la formación de lectores.

Probablemente, muchos docentes y bibliotecarios se preguntan: ¿Cómo podemos promocionar la lectura en la escuela en medio de tantas carencias y dificultades? A continuación se ofrecen algunas consideraciones que pueden servir como marco de referencia.

1. En la propuesta didáctica constructivista, el docente tiene el rol protagónico, cumple una función trascendental; debe planificar, desarrollar y crear situaciones que favorezcan la lectura. Es por ello que la formación permanente del docente es de capital importancia. Prácticas de lectura, círculos de estudio, cursos, talleres y seminarios, participación en eventos científicos, asesoría con docentes e investigadores en el área y REFLEXIÓN SOBRE LA PRÁCTICA contribuyen con su formación y, en consecuencia, con el mejoramiento de la práctica pedagógica en el salón de clases.

2. Los estudiantes son una fuente inagotable de aprendizajes. Escúchelos para hallar soluciones a los problemas que enfrenta a diario en el aula de clases. Son ellos quienes saben qué les gusta, qué saben, qué desean saber y cuáles son las mejores estrategias para aprender.

3. Los textos deben ser significativos e interesantes para los lectores. Para Lerner y Palacios (1990) un texto será significativo para los estudiantes cuando esté *“suficientemente cerca de sus esquemas de asimilación como para que pueda comprenderlo y, al mismo tiempo, presente un obstáculo para la asimilación, algo realmente nuevo que requiera una*

acomodación de los esquemas ya construidos”. Para Romo (1998), lo interesante es lo que está en sintonía con lo que sé, lo que quiero saber y lo que me gusta.

4. Según Smith (1997), Goodman (1980a; 1980b), Rosenblatt (1985), leer significa darle sentido al texto, interpretarlo, construir significados. Es por ello que debemos procurar que se lea para: disfrutar de la literatura, aprender de exposiciones y descripciones, reflexionar a partir de argumentaciones, seguir instrucciones, buscar información, conocer el pasado y otras culturas, en fin, para todas las funciones que el lenguaje puede cumplir.

5. Para enseñar a leer, evite usar fragmentos sin sentidos, elementos gramaticales aislados (letras, sílabas, palabras y oraciones). Igualmente, para desarrollar la lectura y formar lectores autónomos y competentes, use textos completos, en vez de adaptaciones y simplificaciones con fines didácticos. Como lo plantea Ferreiro (1986), la escuela debe permitir que los estudiantes se familiaricen con las formas de la lengua que se encuentran en los ámbitos extraescolares. La lectura se enseña, se usa y es importante en la escuela porque es importante fuera de la escuela y no al revés. Si los estudiantes tienen que leer monografías, artículos científicos, periódicos, manuales, obras literarias, entonces permita que lean estos tipos de textos.

6. Los silabarios y libros didácticos tienden a obstaculizar la alfabetización y la formación de lectores y escritores, ya que no responden a los intereses y necesidades de los estudiantes y se oponen a lo que es la lengua escrita fuera de la escuela. Intente sustituirlos por libros de cuentos, historias de piratas, con ogro y princesa, tratados científicos, enciclopedias, artículos, monografías, periódicos, revistas. Con toda seguridad, los estudiantes van a preferir estos últimos.

7. El ejemplo enseña más que el discurso sin práctica. Como docente, procure ser un lector modelo. Comente con sus estudiantes lo que lee, recomiéndeles textos y lea lo que ellos le sugieren. Además, permítase que los estudiantes lo sorprendan leyendo.

8. La sola exposición de libros y materiales escritos en anaqueles inaccesibles y estantes cerrados no contribuye con la formación de lectores. Es preciso que los estudiantes tengan acceso a ellos, puedan hojearlos, revisarlos, leerlos o rechazarlos.

9. La lectura es una fuente inagotable de aprendizaje y esparcimiento. Cuando el texto responde a los intereses y necesidades del lector, la primera conduce irremediamente a lo segundo. Al leer, se aprende del mundo, el tema sobre lo que se lee,

la lengua, la lectura y la escritura y de sí mismo. En vista de esto, la lectura debe ser un eje fundamental de la práctica pedagógica.

10. No interrogue a los estudiantes después de la lectura. En cambio, mire sus rostros, escuche sus conversaciones y comentarios espontáneos. Si el texto les interesa, la discusión surgirá por añadidura, tal como ocurre con los adultos lectores fuera de la escuela. Posteriormente, habrá la oportunidad de hacer que los estudiantes confronten sus interpretaciones y las sustenten con base en el texto. El interrogatorio impuesto, obligatorio, hace de la lectura una actividad artificial, carente de sentido, coercitiva e intimidatoria.

11. Los docentes tienen la capacidad de fomentar la lectura, de aprovechar los recursos, tanto materiales como humanos, de que disponen. Favorecer la lectura depende, en parte, de su disposición de trabajar con lo que tienen a su alcance.

12. La escuela debe hacer posible que quienes no tienen un libro en casa (y que probablemente jamás tendrán uno) tengan muchos en la escuela. La escuela debe enseñarles a usar diccionarios, enciclopedias (textos a los que nunca tendrán, probablemente, acceso). Hay que dejar entrar al libro (como institución) a la escuela y, principalmente, al aula de clases, y a través de éstas, al hogar y a la comunidad. Lo que se “lee” en la escuela no tiene relación con lo que se lee fuera de ella. La escuela no forma para ser exitoso en contextos sociales reales. Hay que recordar, como lo sostiene Ferreiro (en Castorina y otros, 1999), que la lengua escrita es importante en la escuela porque es importante fuera de la escuela, y no al revés.

13. Las bibliotecas tienen lo que nadie quiere, lo que no se lee, lo que no se vende. Además, los bibliotecarios, por lo general no están formados para promover la lectura. Además, cuando se les piden contribuciones a empresas editoriales, por lo general donan lo que no han podido vender (30 ó 50 libros), lo que muy pocas personas leerán. Es preferible que contribuyan con sólo un libro, pero que sea atractivo para los lectores potenciales. Esto garantizará que muchas personas lo lean. Los criterios de selección de materiales bibliohemerográficos a ser donados son esencialmente comerciales y financieros; no responden a criterios científicos: lingüísticos, psicolingüísticos, psicológicos ni didácticos. Deben incluirse, como mecanismos de selección de textos, estudios sobre los intereses, gustos y necesidades de los estudiantes, así como estadísticas de consulta y sondeos de

opinión. Esto podría ofrecer insumos para determinar lo que les puede interesar a los estudiantes.

Igualmente, los bibliotecarios deben ser personas formadas, promotores de lectura naturales, lectores autónomos y competentes, personas sensibles, que puedan coadyuvar a la formación de usuarios autónomos de la lengua escrita. Como lo plantea Dubois (1993), se requiere de una persona formada en el ser, el saber, el hacer y el convivir.

Las experiencias de lectura que han vivido cuando niño en bibliotecas han marcado la vida adulta de mucha gente. En ocasiones, éstas han sido las únicas situaciones significativas que merecen ser recordadas. Los testimonios recogidos por Michelle Petit (1999) sustentan esta afirmación. Por lo tanto, el rol del bibliotecario es trascendental es su importancia para la vida presente y futura de los usuarios.

14. Las empresas editoriales responsables del diseño, edición y reproducción de los textos escolares, en su afán de grandes ganancias, producen materiales que contradicen los supuestos teóricos que sustentan la adquisición, aprendizaje y desarrollo de la lengua escrita.

Es así que en una misma exposición, se les puede ofrecer a los docentes bibliohemerografía especializada en el área de la lectura y la escritura, como F. Smith, E. Ferreiro, K. Goodman, D. Graves, entre otros, junto con las cartillas, los cuadernos de caligrafía. Podemos, de alguna manera, impedir la proliferación de silabarios y textos carentes de sentido, fragmentados, que niegan la función social de la lengua escrita, no sugiriéndolos a los niños. En cambio, podemos promover la producción de una literatura de alto nivel para la escuela.

4. CONCLUSIONES

La lectura no es un proceso estático, exclusivo de lector, por el contrario, participan activamente el lector, el texto y, por supuesto, la lectura como tal. Es así que el lector selecciona pistas que le ofrece el texto y el lector aporta información de sus esquemas mentales produciendo así el significado del texto. Sin embargo, para que ocurra el fenómeno de la lectura, se requiere una situación que sea significativa, real, natural e interesante para el lector.

Promover la lectura es una práctica social intencional o no, conciente o no, que busca transformar positivamente en todos los sentidos la lectura. Cualquier persona que motive o anime a otra hacia los libros, revistas o cualquier texto es un promotor de la lectura y por lo tanto la promoción debe hacerse en cualquier contexto ya sea en la escuela o fuera de ella. La promoción de la lectura debe realizarse en los lugares de trabajo, de esparcimiento y en el hogar. Debe promocionarse a todas las personas sin importar la edad, el género, ni el nivel educativo.

La mejor forma de promover la lectura es con el ejemplo, lea usted y lea para compartir, comente lo que lea y lea con otros. Busque siempre un ambiente propicio para la lectura.

En el ámbito escolar, el docente debe promocionar situaciones planificadas que favorezcan la lectura. El uso de textos completos, escogidos y significativos para el estudiante, son las mejores herramientas para promocionar la lectura.

Finalmente, surgen las siguientes interrogantes: ¿Existen programas de promoción de la lectura fuera de la escuela? ¿Quiénes son los responsables de promover la lectura? ¿Quiénes la promueven de hecho? ¿Cuáles son las condiciones necesarias para promover la lectura? ¿Cuál es el papel de la universidad en el fomento de la lectura?

REFERENCIAS

- Agelvis, V. (2002). Isotopía y cohesión en el proceso de lectura. En Agelvis, V. y Serrano S. (Comps.), *Los textos expositivos: lectura y escritura*. Mérida, Venezuela: Consejo del Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico, Universidad de Los Andes (ULA).
- Bettelheim, B., y Zelan, K. (1983). *Aprender a leer* (J. Beltrán, Trad.) Barcelona: Grijalbo. (Trabajo original publicado en 1981).
- Castorina, J. A., Ferreiro, E., Goldin, D., y Torres, R. M. (1999). *Cultura escrita y educación. Conversaciones con Emilia Ferreiro*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dubois, M.E. (1993). Actividades educativas y formación docente. *Lectura y Vida*,4(4), 5-10.
- Eco, U. (1981). El lector modelo. En *Lector in fábula* (pp. 73-95). España: Ediciones Lumen.

- Ferreiro, E. (1986). *La alfabetización en proceso. El proceso de alfabetización*. México: Bibliotecas Universitarias.
- Foucambert, J. (1983). La lectura. Un asunto comunitario. *Documentos de la Red Latinoamericana de lectura*, 1(2), n.º 40.
- García Márquez, G. (1996). La poesía al alcance de los niños. En *Notas de prensa 1980-1984* (2.º ed.) (pp. 70-72). Colombia: Norma.
- Goodman, K. (1980a). Behind the eyes: What happens in reading. En H. Singer, & R. B. Ruddel (Eds.). *Theoretical models and processes of reading* (3º edición, pp. 470-495). Newark, DE: International Reading Association. (Reimpreso de K. Goodman, & O. Niles. (Eds.) (1970). *Reading process and program*.)
- _____ (1980b). Reading a psycholinguistic guessing game. En H. Singer & R. B. Ruddel (Eds.), *Theoretical models and processes of reading* (3º ed., pp. 497-508). Newark, DE: International Reading Association. (Reimpreso del *Journal of the Reading Specialist*, mayo 1967.)
- Goodman, K. (1994). El proceso de lectura: consideraciones a través de las lenguas y el desarrollo. En E. Ferreiro y M. Gómez Palacios (Comps.), *Nuevas perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura* (8º ed.) (pp. 10-13). México: siglo XXI Editores.
- Greimas, A. (1983). *La semiótica del texto*. Barcelona, España: Ediciones Paidòs.
- Jiménez, E. (1999) *Promocionar la lectura y la escritura por medio del periódico vecinal. Trabajo sin publicación*. Postgrado de Promoción de la Lectura, núcleo universitario del Táchira de la Universidad de Los Andes.
- Lerner, D., y Palacios de P., A. (1990). *El aprendizaje de la lengua escrita en la escuela. Reflexiones sobre la propuesta pedagógica constructivista*. Caracas: Kapelusz Venezolana.
- Petit, M. (1999). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y a la lectura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2001). *Lectura: espacios íntimos y espacios públicos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Romo, V. (1998). Experiencias pedagógicas con docentes. Conferencia presentada en el *Primer Seminario Lectura y Valores. Los cuentos de la abuela*. Mérida, Venezuela.
- Rosenblatt, L. (1985a). Language, literature and values. En S. N. Tchudi (Ed.), *Language schooling and society* (pp. 65-79). New York: Boynton/Cook.

- Rosenblatt, L. (1985b). *Writing and reading: the transactional theory. Reporte técnico N° 416*. Nueva York: New York University.
- Sastrías, M. (1998). *Cómo motivas a los niños a leer*. Colombia: Sosaeta.
- _____ (1990). *Para darle sentido a la lectura* (2° ed., J. Collyer, Trad.). Madrid: Visor. (Trabajo original publicado en 1978).
- Smith, F. (1997). *Between hope and havoc*. Postmouth, NH: Heinemann.
- Valera, M. (1999). *La promoción de la lectura desde la biblioteca escolar*. Trabajo sin publicación. Postgrado de Promoción de Lectura, núcleo universitario del Táchira de la Universidad de Los Andes.