

La lectura en la gobernanza cultural para impulsar el desarrollo de la economía y fortalecer la cohesión social

Alexander JM Urrieta Solano

Sociólogo egresado de la Universidad Central de Venezuela

alex.urrieta@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1082-0830>

Resumen

En este ensayo se plantearon unas reflexiones sobre las políticas culturales en Venezuela con relación a la transformación de la cultura lectora. Se hizo un análisis del contexto actual para luego proponer algunas estrategias de trabajo para la promoción de la lectura a partir de módulos de formación y gestión de conocimiento en escenarios lectores, a fin de auspiciar el intercambio y crecimiento polifacético, donde juegan elementos emocionales, intelectuales y comerciales que fortalecen o conciben el hábito lector. Una política de promoción de lectura permite el desarrollo identitario en espacios educativos y laborales, destacando la importancia de leer como actividad total que estimula la participación y la revisión crítica de nosotros mismos. Se plantearon estrategias con la intención de proponer alternativas de soluciones viables que permitan lidiar con las coyunturas sociales que se han profundizado en el país en los últimos años. Se abordó la problemática desde las ciencias sociales, abogando por un diagnóstico interdisciplinario de un fenómeno comunicacional que propicia transformaciones a largo plazo en las economías culturales de la región.

Palabras clave: Promoción de lectura, cultura lectora, políticas públicas

Reading in cultural governance to boost economic development and strengthen social cohesion

Abstract

In this essay were presented some reflections about cultural policies in Venezuela in relation to the transformation of the reading culture. An analysis of the current context was made to then propose some work strategies for the promotion of reading based on training modules and knowledge management in reading scenarios, in order to promote the exchange and multifaceted growth, where emotional, intellectual and commercial elements that strengthen or conceive the reading habit play a role. A reading promotion policy allows the development of identity in educational and work spaces, highlighting the importance of reading as a total activity that stimulates participation and critical review of ourselves. Strategies were proposed with the intention of proposing viable alternative solutions to deal with the social situations that have deepened in the country in recent years. The problem was approached from the social sciences, advocating for an interdisciplinary diagnosis of a communicational phenomenon that is leading to long-term transformations in the region's cultural economies.

Keywords: reading promotion, reading culture, public politics

Introducción

La promoción de la lectura es una de las tantas aristas, dentro de agendas estatales y corporativas, donde reposan ciertas esperanzas para impulsar el desarrollo. Es una práctica engranada a los procesos de gobernanza cultural, comprendida por marcos normativos y políticas públicas, así como también, “las capacidades institucionales y las infraestructuras culturales. Estos cuatro aspectos se reconocen como indispensables a la hora de crear entornos favorables que permitan que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano” (UNESCO, 2014,p.64).

“La Economía de la Cultura se interesa por la aplicación de la teoría y análisis económico sobre los problemas del arte y las prácticas culturales.” (Guzmán Cárdenas, 2005,p.3). La lectura es una práctica implícita en la economía de la cultura; del mismo modo que la escritura, es una condición fundamental en la formación educativa de las personas, que permite la apropiación y circulación del conocimiento. Leer “es una herramienta intelectual indispensable en la construcción de la propia identidad, la capacidad reflexiva, el juicio crítico y el desarrollo de competencias laborales” (Revesz, 2004,p.35). En la transformación de la cultura lectora, cuyas acciones normativas están articuladas en planes y gestiones, aplicadas en diversas dimensiones sociales, se tiene como centro de interés la formación y fortalecimiento de los lectores.

En este ensayo se pretende exponer la importancia de la lectura como práctica que concentra un hecho de gran impacto social que propicia el desarrollo de las economías culturales. Actualmente las formas de leer están vinculadas con cambios estructurales del mercado global y las industrias culturales locales. Las relaciones humanas, asociadas a la producción y consumo de productos simbólicos, convergen con propuestas de contenidos creativos presentes en las narrativas transmediáticas que han modificado los procesos de aprendizaje. (Scolari, 2013). La lectura como tema de política pública implica reconocer que en su práctica hay una herramienta ligada a los procesos históricos y sociales de un contexto, que promueve la democratización y participación social, creando espacios para instrumentar la dimensión cultural del desarrollo, del mismo modo que su valor como práctica transcendental es un elemento endógeno del crecimiento económico.

Antecedentes

En Venezuela la instrucción pública, en lo que respecta la lectura como política de Estado, tiene como antecedentes destacables la creación en 1977 del Instituto Autónomo Biblioteca Nacional, que tenía “la misión principal de recopilar y poner a disposición de todos los venezolanos el caudal de materiales impresos y audiovisuales que constituyen el reservorio intelectual y la memoria escrita del país” (Castillo E, 2011, p.129). Sin embargo, para 1958 el Ministerio de Educación ya había diseñado un

plan de alfabetización que conservaba la metodología de un programa anterior: *Abajo Cadenas*, que se implementó en 1947 (Díaz Souza, 2007).

Entre las diversas iniciativas gubernamentales está también la creación de Monte Ávila Editores, una de las casas editoriales que tuvo mayor relevancia en Venezuela y América Latina, fundada en 1968 (como dependencia entonces del Instituto Nacional de Cultura) por la iniciativa de Simón Alberto Consalvi; por otro lado estaba Fundarte (1975) y la editorial de la Universidad Central de Venezuela (Martínez, 2012). Estas tres instituciones fueron las que más consecuentemente se dedicaron a la publicación y divulgación de contenidos escritos, como parte de una política gubernamental de cultura, que se integraba dentro de las políticas de los años 70 del siglo pasado, que van de la mano con los proyectos de infraestructura económica e industrial, impulsados por una relativa abundancia de los recursos económicos públicos (Jaffé, 1991).

Tanto la *Política Nacional de Lectura* (decretada en 1986) y los *Fundamentos Didácticos de la Política Nacional de Lectura* (1993), son manifestaciones por parte de los gremios gubernamentales vinculadas a reconocer la lectura como instrumento fundamental para el cultivo del saber y la personalidad (Castillo E, 2011). Ya con una serie de parámetros que establecen la creación de una Comisión Nacional de Lectura, que tuvo como prioridad el concientizar a la población de la importancia del hábito de leer, su puesta en práctica para el desarrollo intelectual, así como dar a conocer las obras más destacadas de escritores nacionales y la importancia literaria de sus creaciones.

Para la década de los noventa del siglo pasado, en materia de promoción, es importante mencionar los programas de 1993 por parte de Fundalectura, que desarrolló el programa *Plan Lector de Cajas Viajeras*, que tenía como objetivo proporcionar experiencias de lectura y escritura en niños y maestros, para estimular la participación familiar y la mejora del rendimiento escolar, mediante una reforma curricular de la educación básica y la circulación gratuita de textos infantiles, para potenciar las unidades de información en las aulas y la capacitación docente. En 1998: “el Ministerio de Educación, la Biblioteca Nacional, el Centro Nacional del Libro, Fundalectura, Banco del Libro, Fundación Kuai-Mare y Monte Ávila Editores constituyen el Grupo Abril, cuyo lema: *Leer es un poder*, reafirma su propósito de promocionar el libro y la lectura” (Díaz Souza, 2007,p.29).

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social 2001-2007, estaba anclado el *Plan Nacional de Lectura (2002-2012)*, que entre sus objetivos estaba el “impulsar y consolidar un cambio significativo y generalizado del comportamiento lector de la población venezolana para favorecer su desarrollo social” (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, 2008, p.106), cuyos planes serían ejercidos desde el Centro Nacional del Libro (CENAL). Estas propuestas, diseñadas como políticas prospectivas, se desglosaban en una infraestructura diversa cuyos espacios, pensados para la

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

promoción de la lectura, sirvieran para instrumentar las dimensiones culturales de la población y habilitar cauces pluralistas para la construcción de la democracia en el país (Gúzman Cárdenas, 2016); conformado por una maquinaria institucional con los propósitos de fomentar el desarrollo, entendiendo la lectura: como un proceso de *intensa actividad mental*, que tiene que hacerse de manera voluntaria, para despertar y orientar la reflexión y el cultivo de la inteligencia; de igual manera, las propuestas de estrategias para la motivación y creación del hábito de la lectura, que ejercido con gusto despierta la sensibilización y socialización, donde es *posible fortalecer la identidad y valorar la diversidad étnica, cultural y lingüística* (Castillo E, 2011, p.136).

Para el año 2007 el Ministerio del Poder Popular para la Cultura contaba con 33 entidades adscritas, que como parte de la gobernanza cultural y el marco de capacidad institucional, “se ensamblan al principio de la democratización de la lectura —con todas sus implicaciones— (Díaz Souza, 2007,p.34); por otro lado las otras instituciones que conforman la *Plataforma del libro y la lectura*: Monte Ávila Editores, Fundación Casa Nacional De Las Letras, Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG), Fundación Biblioteca Ayacucho, Fundación Librerías Del Sur, Distribidora Venezolana del Libro y Fondo Editorial El Perro y la Rana.

Al Plan Nacional de Lectura, en el año 2009, se le superpuso *el Plan Revolucionario de Lectura*, con naturalezas distintas, donde las responsabilidades estaban repartidas en diferentes ministerios y las Escuadras Revolucionarias de Lectura, que consistían en pequeños grupos que ejercían roles de promotor en diferentes espacios. La lectura, en su definición, es *una herramienta de educación política* (Kozak Rovero, 2013). El programa tiene entre los objetivos *eleva los niveles de lectura de la población venezolana*; leer es una actividad liberadora y transformadora de la conciencia, pero al mismo tiempo sugiere la aprehensión del saber con fines doctrinarios, pues como dice en la presentación de la *Biblioteca Popular para los Consejos Comunales*, colección derivada del plan, este surgió para “construir otra visión de la cultura bajo los valores y principios fundamentales del socialismo bolivariano”, donde las Escuadras (en su función de ideólogos/ promotores) “forjan las armas contra la ignorancia y se construyen herramientas desde el seno del pueblo venezolano para la emancipación de su conciencia colectiva” (Castillo E, 2011, p.140).

En medio de los objetivos que se vienen reformulando de la lectura como recurso para la integración y el desarrollo en programas anteriores, se suscriben en el plan nuevos parámetros como: *fortalecer la identidad latinoamericana y antiimperialista; desarrollar nuevas éticas hacia una educación y cultura socialista, en la concepción de la mujer y el hombre nuevo; proveer de herramientas que permitan discernir entre la realidad y la tergiversación impuesta desde los laboratorios de alienación cultural* (Castillo E, 2011; Kozak Rovero, 2013). La distribución masiva y

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

gratuita de la colección Biblioteca Popular forma parte también del Proyecto Nacional Simón Bolívar 2007-2013, que tiene como finalidad: “impulsar la línea de ‘suprema felicidad social’, para llevar la presencia del Estado a los sectores excluidos [...] Al mismo tiempo busca fortalecer a las organizaciones socioculturales de las comunidades, en aras de promover la defensa de la identidad nacional” (Castillo E, 2011,pp.141-142).

Vemos que para esta última etapa la política de promoción a la lectura se balancea como discurso emancipatorio, abogando por el desarrollo de la capacidades humanas, pero a su vez propugna la propaganda pedagógica que forma parte de una maquinaria mediática, donde la lectura comprende una de las tantas vertientes del cultivo de las ideas. El Estado venezolano invirtió, sin dar crédito al sosiego, en la creación de todo un aparataje comunicacional, como parte de los diversos programas establecidos en las gobernanzas culturales, en donde una de las políticas concentró sus esfuerzos en la transformación radical y sistemática de la cultura lectora, como parte de un proceso revolucionario, que propició de reformulación del concepto de la cultura, el sentidos de los espacios, la historia y las identidades nacionales.

Análisis del contexto

Venezuela comprende un caso excepcional en la región por la suma de sus contradicciones y fracasos en la continuidad de sus gestiones. Desde finales de los años ochenta y toda la década de los noventa del siglo XX, hay una serie de transformaciones de la cultura política de país, producto de un malestar generalizado, donde se venían acumulando una serie de críticas con relación a las bemoles en los marcos de gobernanza cultural, que parecían no tener organización institucional, con un tendencia a reducir la idea de cultura a discursos elitistas que derivaban de los preceptos ilustrados (relacionados al consumo de las bellas artes). Desde 1999 Venezuela se encamina en una irreversible “necesidad de profundizar en la reorganización de los circuitos –agentes e instituciones culturales– y campos culturales, asumiéndolos desde una perspectiva política del desarrollo nacional, a partir de nuevas teorizaciones y enfoques, cuya gestión pública planteaba requerimientos, oposiciones, desafíos y encuentros de diversas índoles” (Gúzman Cárdenas, 2016,pp.201-202), desde un proceso paulatino, conjugado en las directrices de la denominada Revolución Bolivariana. La propuesta, en principio, ha consistido en un modelo contra-hegemónico de pretensiones populistas, que se define como socialista, como parte de un “reacomodo del interés hegemónico cultural de una «nueva geometría del poder»” (Gúzman Cárdenas, 2016,p.212), cuyos valores retóricos se sostienen desde referencias que evocan tradicionalmente un pasado glorioso, que se traduce en la *bolivarianización* de la historia, el relato invariable de la epopeya, la independencia, el mito y la nación (Quintero, 2011), que han servido como recursos discursivos-subjetivos, de rasgos pedagógicos y teológicos, para legitimar una visión

populista del desarrollo cultural y la idea de un renacimiento nacional. El papel de la lectura, en esta impartición de la doctrina bolivariana-militarista, es un elemento crucial para comprender las bases culturales de la identidad venezolana.

Durante los últimos veinte años Venezuela ha experimentado una fragmentación y conformación de nuevos pactos sociales, derivados de una polarización que definió grupos identitarios irreconciliables. Este fenómeno “se ha extendido en distintos espacios de la vida cotidiana, donde distintas instituciones públicas y privadas (educativas, religiosas, policiales, militares, etc.) y sectores sociales, se han posicionado a favor y en contra de una de dos posiciones: gobierno y oposición” (Lozada, 2004,p.196). La polarización le ha dado una resignificación a los criterios de lo que se entiende hoy por políticas culturales, planteando escenarios de confrontación dialéctica entre la “ideología oficialista” y sus oposiciones. Propiciando atmósferas de restricción solapada de las libertades ideológicas y culturales, donde existe una presencia más aguda de mecanismos de censura. Las inclinaciones ideológicas definen la distribución de los recursos y el apoyo de ciertos procesos culturales.

La lectura como política de Estado, de inversión prospectiva, ha generado cambios que pueden a simple vista pasar como iniciativas positivas, descartando algunas repercusiones colaterales, derivados de los mismos excesos, como si la creación de lectores consistiera en una tarea mecánica producida en líneas de ensamblajes estadísticos, donde se pretende cultivar el hábito de la lectura haciendo más homogéneos los gustos y los criterios, sometiendo a la comunidad cultural a las normas burocráticas de los aparatos represivos del Estado (Gúzman Cárdenas, 2016). Los espacios urbanos están mediados por las preferencias ideológicas y los favoritismos políticos, donde cada grupo polar tiene sus propios sistemas de creencias y estéticas, legitimando estrategias de segregación, producto de un *autoritarismo cultural*, que acontece en “un contexto de crisis institucional de la democracia y supremacía de una visión populista-demagógica del desarrollo cultural como política de producción ideológica cultural” (Brunner, 1981,p.81).

No conforme con eso la recesión económica, que ha padecido el país durante la última década, ha debilitado todos los aspectos de la cotidianidad venezolana, de la misma forma que ha pauperizado los presupuestos de inversión de las diversas agencias culturales. En materia de lectura la participación del Estado define una política de circulación y desarrollo de la industria cultural, que en sus recursos diversificados no forma alianzas con editoriales ni distribuidoras independientes, por discrepancias políticas; estas se encuentran estancadas por el costo que implica participar en un mercado internacional donde las grandes editoriales apuestan por la circulación transnacional de la lectura.

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

Tradicionalmente en Venezuela la praxis cultural se inclina por el paradigma del *mecenazgo patrimonialista*, que consiste en el apoyo a la industria cultural, *que más allá de una intervención de política cultural, es un subsidio económico, mediado por las intervenciones* de las agencias, tanto públicas como privadas, que persiguen intereses políticos, que tienen discrepancias con la evolución del consumo cultural (Guzmán Cárdenas, 1999); estos agrupados en los hábitos, prácticas y gustos de las mayorías. La lectura se sujeta a una forma de consumo, donde se ha invertido capital para su promoción. La masificación de lo gratuito no garantiza con plenitud que la población se convierta en lectora, no obstante, tampoco se niega la intención de generar un canal de acceso a la lectura con ínfulas inclusivas. La industria editorial en Venezuela nunca fue pensada como un flujo de ingresos alternativo dentro de economía nacional. Aquí la industria mayormente es “dependiente del Estado; aún no constituye un negocio rentable, tampoco hace falta porque, al igual que otras instancias socioeconómicas del país, depende enteramente de la producción petrolera” (Martínez, 2012,p.139). La cultura rentista también fue un factor para la expansión del *síndrome mecenazgo*. Los contenidos escritos en formato físico son producidos y distribuidos de manera gratuita, a precios que ni siquiera cubren el costo de la producción del libro hecha por el Estado, “es el factor que más afecta el desarrollo del mercado de lectura. Representa un elevadísimo costo económico, pero es mucho mayor el costo cultural que estamos pagando al no modernizarlo”. (Alatríste, 1999,p.295).

Sostenemos la hipótesis que uno de los problemas coyunturales de la crisis del país se debe a una problemática en las últimas puestas en práctica de la gobernanza cultural, que han sido condicionadas por un “autoritarismo en los estilos de gestión de importantes instituciones culturales pertenecientes al sector público, consolidándose el binomio poder político partidista-decisiones culturales” (Gúzman Cárdenas,2016,p.212). Esto sumado a las condiciones de existencia determinadas por la depresión económica y la polarización política. Estas se vinculan de alguna manera con las formas en que se han ejecutado las políticas públicas, que han cercenado la industria creativa y las formas de leer en el país.

Habría que reflexionar con mayor tacto acerca de nuestros problemas de manera introspectiva y crítica, sin caer en fanatismos, tan comunes en esta era de tribalismos, donde nos sentimos muy cómodos opinando en espacios donde se piensa igual y las ideas se vuelven más radicales y homogéneas, ignorando las virtudes del diálogo (que solo es posible con el otro) en medio de tantas incertidumbres y crisis; planificando un porvenir que con dificultad apenas logramos descifrar: salir del subdesarrollo, estabilizar nuestras economías, superar las corrupciones institucionales, mejorar nuestra calidad de vida, construir democracias más sólidas; todas parecen decantar en quimeras que alimentan una nostalgia que obstruye otras formas de contemplar horizontes más lúcidos. ¿Desde

cuántas lecturas intercaladas podríamos sacar soluciones más acordes a nuestros contextos y problemas nacionales? ¿Cómo aprendemos a leer desde una mirada más atenta, desde un respeto a lo desconocido? ¿Cómo recuperamos el sentido cohesionador que tiene la lectura, y que nos brinde la posibilidad de afrontar la realidad y luchar para poder cambiarla?

Agenda de trabajo: núcleos de promoción

Al presentar una política pública se tienen que contemplar dos dimensiones:

- La representación del contexto social, histórico y cultural en el cual se pretende intervenir.
- El “conjunto de medios y procesos organizativos, financieros, administrativos, jurídicos y humanos, que hacen que una política no se quede solamente en el plano intelectual, sino que tome forma en procesos sociales concretos” (Revesz, 2004,p.13).

Una sociedad civil que aspire una verdadera transformación de su economía cultural debe emprender la tarea de buscar alternativas para la resolución de sus necesidades, así eso implique el rescate de aquellos elementos que pudieron servir en el pasado, las virtudes de aquellos valores que pudieron funcionar alguna vez y que no tuvieron continuidad. “El más grande obstáculo a ser vencido es la inercia en que las sociedades se metieron desde que los Estados se convirtieron en gestores de las vidas personales y sustituyen sus iniciativas de grupo” (Yunes, 2005,p.5). La sociedad civil tiene que verse en la necesidad de organizarse para conocer sus problemas, discutir sus diferencias, y encontrar maneras de encaminar soluciones.

El diagnóstico presentado en este ensayo tocó puntos generales para repensar ideas sobre las gestiones culturales. Venezuela cuenta con todos los marcos normativos, de infraestructura e instituciones que involucran al Estado como una entidad clave para la promoción, que debería ser el primer interesado en retomar gestiones escalonadas que fomenten la participación ciudadana, esta vez sin pretensiones de mercadotecnia proselitista, que ha sido (indiscutiblemente) uno de los factores que ha precarizado la gobernanza cultural, y que terminó disociando a la población:

- El primer desafío es mediar la recuperación de la gobernanza, que solo es posible desde la participación ciudadana: redefinir la promoción de la lectura como instrumento para la cohesión social, sin dejar de reconocer que no hay formas correctas ni privilegiadas de leer y escribir, pues las diferencias y los enfoques son indispensables para el enriquecimiento de las economías culturales.

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

- El segundo desafío implica que una política de lectura debe reconocer el papel de las instituciones, academias, fundaciones, organismos internacionales y organizaciones de la sociedad civil para el desarrollo de las industrias creativas de la región.
- El tercer desafío es que a través de una agenda de política pública se estipule una *geografía de los posible*: “un mapa que permita precisar y ubicar las medidas concretas consideradas viables, prioritarias, que respondan a expectativas, refuercen prácticas y desarrollen potencialidades” (Revesz, 2004,p.15).

En función de estos tres desafíos, en este ensayo se presenta una propuesta basada en una *planificación prospectiva*: cuyo diseño se enfoca en estrategias que permitan sacar ventaja de las virtudes tecnológicas de la comunicación, la proliferación de contenidos, así como las iniciativas y convicciones provenientes de la sociedad civil. La naturaleza del diseño a pequeña escala comprende propuestas que pueden extrapolarse y combinarse en todas las dimensiones y contextos posibles.

1) Programa de capacitación

Con relación a las políticas de gestión estatal y editorial, se propone el diseño de un *modelo instruccional* que tenga como objetivo principal capacitar un personal que se especialice como mediador de la lectura, dotado de competencias analíticas, tecnológicas y expresivas que le permitan aplicar estrategias relacionadas con un conjunto de actividades, destinadas a estimular y sensibilizar a la población en el uso de materiales de lectura; que pueda introducirse en distintos grupos de trabajo, dirigiendo de manera consciente el acto de animar a la lectura, logrando encuentros afectivos e intelectuales con los involucrados.

La formación de promotores busca facilitar herramientas que puestas en práctica sirvan para la construcción de una *Identidad Lectora*, definida por Duszynski (2006) como el conjunto de relaciones que mantiene un sujeto con los textos (genealogía de sus lecturas, gustos, comportamiento, postura y sistema de creencias) construido a lo largo del tiempo.

El diseño será el resultado de un consenso grupal donde participen especialistas de entidades estatales, corporativas, académicas y mediáticas: una articulación entre libreros, escritores, activistas, editores y docentes, que ofrezca un programa experimental cuya naturaleza se defina desde los tres ámbitos fundamentales para la enseñanza de contenidos instruccionales, desde aspectos:

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

- **Conceptuales:** relacionados al conocimiento que se tiene de la lectura (definiciones y teorías), el acto de leer, los formatos y plataformas, tipos de lectura y géneros literarios, espacios de mediación tanto físicos como virtuales, y las nociones básicas que pueden expresarse de manera verbal y escrita de la práctica.
- **Procedimentales:** las dinámicas de trabajo puestas en práctica. La forma de ejecución de las acciones adquiridas, los procesos puestos en marcha para la promoción. La secuencia de acciones y estrategias de animación a la lectura (Talleres, cursos, préstamos, charlas, grupos focales y juegos).
- **Actitudinales:** comprenden los sistemas de creencias y valores con relación a la promoción desde planteamientos introspectivos sobre la práctica:
 - *¿Por qué es importante leer?*
 - *¿Cuáles son los beneficios de la lectura?*
 - *¿Cómo la práctica estimula la convivencia social y mejora la calidad de vida? - ¿Qué es para mí leer?*
 - *¿Qué es para mí que otros quieran leer?*

2) Promoción desde la mediación transmedia

Las *narrativas transmedia* comprenden “una forma de relato que se expande a través de muchos medios y plataformas de comunicación” (Scolari, 2013, p.20), concepto que el promotor debe tener presente a la hora de pensar estrategias que no se limiten al formato tradicional físico del libro. Ahora los intercambios que se dan en los espacios digitalizados se conjugan en grandes enjambres de redes sobre redes, lo que permite que los accesos a la lectura se den de maneras múltiples y atomizadas (televisión, radio, cine, revistas, blogs/webs, música y aplicaciones)

Las actividades son aditivas y el orden de este ejercicio es conmutativo: poco importará el orden en que se hagan las actividades, lo importante es que se hagan, apuntando a una *lectura circulante*: que sería el intercambio de contenidos que forman parte de la industria creativa. En el compartir hay un gesto terapéutico. “Generalmente es una persona quien motiva a otra, quien a su vez anima a otra. Así comienza la lectura circulante [...] No importa por donde se inicie ese entusiasmo, lo que interesa es la creación del gusto” (Medina, 2014, p.90). El promotor debe descubrir las cualidades

y ritmos de los sujetos que desean formarse como lectores, así podrá generar estrategias más versátiles como mediador. Este puede encontrar formas de promoción transmedia en actividades como:

- La discusión de libros, videojuegos, cómics, mangas, adaptaciones cinematográficas que se relacionen con productos *paraliterarios* (Lluch, 2004).
- El Intercambio y gestión de enlaces, creación de contenidos en blogs, *fanfiction* o videos de youtube (plataformas audiovisuales donde pueden encontrarse mediadores de la lectura como *booktubers*, debates en podcast, documentales, videos musicales).
- Suscripción a páginas de contenidos literarios para intercambiar experiencias en cuanto a tendencias y recomendaciones (Goodreads, Librotea, Lecturaria).
- Clubes de lectura a distancia, aulas virtuales, nubes de almacenamiento para compartir información, como bibliotecas virtuales.
- Los foros y redes sociales como espacios para la promoción de contenidos, como noticias, artículos de opinión, reseñas y testimonios literarios, páginas de descargas de libros y comics digitales (formatos .epub, .pdf y .crb).
- Aplicaciones de chats con bots que facilitan la búsqueda de información (libros, canciones, cómics, series, películas, torrents y softwares).

Con *las nuevas formas de leer* los espacios de mediación convergen y el consumo de contenidos es inclusivo y envolvente. El factor emocional juega un papel fundamental en el consumo y producción de narrativas. Fuera del uso convencional del libro los promotores pueden sacar ventaja de plataformas alternativas, creando vínculos de complicidad entre los usuarios, y a su vez habilitar el acceso a la lectura desde otras experiencias mediáticas.

La finalidad es que el lector tenga la posibilidad de maniobrar con los contenidos como quiera, en la medida que este como prosumidor se ajuste y establezca lazos de significación, ajustado a sus perfiles mediáticos, y los vínculos emocionales que marque en función de ellos. “Toda iniciativa transmedia debe crear espacios en la web para promover y contener los contenidos generados por los usuarios [...], es esencial que el público participe e interactúe con la historia” (Scolari, 2013,p.38) que también configura sus identidades. El promotor debe tener presente las múltiples gamas de presentación en una estrategia que busque estimular el consumo de textos, por lo que este tiene que “inventar modos de presentación novedosos, pero no caer en el error de dar mayor importancia a la estrategia de promoción que al texto mismo” (Antillano, 2018, p.20). El deseo es crear lectores posibilitando encuentros mediados por las tecnologías de la información y comunicación (TICs).

3) Gestión de información: espacios de conocimiento.

Actualmente el problema ya no está en la disponibilidad o acceso a la información, sino en el cómo organizarse ante la *sobreabundancia* de contenidos, para hacer de la experiencia un recurso útil en el desarrollo en diversas áreas del saber y que sirvan para generar espacios de diálogo y encuentros con el otro.

Pautas para la transferencia de conocimiento

- El promotor tiene la función de orientar. Debe tener presente que los contenidos pueden estar en todo tipo de formato, lo cual tiene servir como ventaja para la aplicación de estrategias, donde se regulen los excesos y puedan hacerse selecciones de materiales variados.
- La gestión de información es una forma en la que el promotor puede adaptar dinámicas para transferir conocimientos en función del espacio donde tenga que trabajar.
- La promoción es en principio un juego. El factor emotivo es el que despierta el sentido creativo: la inventiva implícita en las maneras de hacer que otros se animen a leer.

Escenarios de lectura

El programa de capacitación sirve como un apéndice nivelador curricular. Los egresados pueden aplicar sus conocimientos para trabajar: tanto en espacios convencionales (como el hogar, la escuela, universidad y bibliotecas), como espacios no convencionales (como las oficinas de trabajo, hospitales, plazas y estaciones); estos últimos espacios existen porque han sido pensados para otros propósitos, no obstante, el mero hecho de colocar un estante de libros con sillas y mesas (o simplemente ponerse a leer) ya es un paso crucial para la creación de un escenario lector.

Espacios convencionales

Aulas:

- Realizar actividades exploratorias para conocer los hábitos de consumo de los estudiantes, con la finalidad de diseñar un programa adaptado a los intereses afines de los participantes, con el fin de incorporar actividades que complementen o amplíen las experiencias lectoras, a partir de dinámicas que permitan conocer mejor las preferencias culturales de los estudiantes, que puedan adaptarse al programa general de la asignatura sin desprenderse de los objetivos principales.

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

- Sugerir a los docentes y estudiantes la elaboración de *mapas lectores* donde se propongan actividades que giren en función de lecturas comunes para estimular el debate y la participación en clase (clubes de lectura y cine-foros).

Bibliotecas:

- Hacer estudios diagnósticos sobre la situación de las bibliotecas escolares y universitarias, con la finalidad de diseñar programas de atención para darles financiamiento y apoyo técnico.
- Proponer visitas guiadas y esporádicas a las bibliotecas, dando orientaciones de la importancia del espacio, la lectura silenciosa, el sistema de préstamos, la consulta y exposición de las variedades que pueden conseguirse en ellas. Estimular así la investigación en los temas particulares de interés que puedan tener los estudiantes.
- Animar la creación de bibliotecas virtuales, con el fin de incentivar la cooperación y el intercambio de información libre, de los temas de interés del curso, consolidando criterios en la organización de contenidos.

Hogar:

- Crear un espacio de lectura (estante o repisa) donde los miembros de la familia puedan compartir diversas lecturas como novelas, cuentos, periódicos, revistas y poesía.
- Condicionar los lugares para que la lectura forme parte de una experiencia palpable y cotidiana, que incentive la comunicación y el intercambio, así como el hábito de la lectura silenciosa y privada. Que los libros formen parte de la experiencia del habitar que dan sentido al hogar.

Espacios no convencionales

Organizaciones y empresas:

Fuera de las instituciones escolares la promoción puede extenderse a espacios laborales, como parte de una necesidad de reforzar la identidad lectora en grupos adultos. Se asume de manera general que los adultos, por ser adultos, *ya saben leer* (Medina, 2014). Ellos comprenden grupos heterogéneos con experiencias constituidas donde se puede evidenciar, en ciertos casos, hábitos fuertes de lectura, así como rechazos o desdenes, ya que los procesos de escolarización no llegan a ser experiencias eficientemente uniformes ni mecánicas en el cultivo del hábito. Entonces ¿Qué dinámicas pueden desarrollarse al habilitar encuentros literarios mediados por algún especialista? ¿Cómo convencer al adulto de la necesidad de seguir aprendiendo a leer? El promotor:

- Antes de proponer alguna dinámica, debe conocer la organización de los tiempos y rutinas de las personas, así como las características del lugar donde pretende crear un escenario lector.
- Diseñar las estrategias en concordancia a los objetivos de las personas que desean formarse como lectoras. Cada persona tiene ritmos y niveles de comprensión distintos, el reto del promotor es brindar la posibilidad a que los equipos de trabajo accedan a todas las formas de lectura que puedan.
- Buscar una forma de integración donde participen miembros de diferentes rangos y jerarquías, para fomentar la interacción en los espacios laborales, garantizando que por medio de la lectura se podrán generar atmósferas más empáticas, que mejoren el desempeño y rendimiento de los participantes.
- Mantener la primicia de que nunca es tarde para concebir un hábito. Dar a entender a los participantes que las dificultades de leer (como de escribir) comprenden problemas esencialmente técnicos, que si son tratados a tiempo, evitan convertirse en problemas psicológicos.
- Planificar actividades en acuerdo con los coordinadores de los espacios laborales cuyos horarios sean fijos, para asentar una disciplina. En el promotor reposa la constancia y la humildad que transmite a los otros.
- Dejar establecido que los objetivos de dichas actividades de promoción son de carácter recreativo, donde se busca fortalecer o crear el hábito de la lectura. Descartar todo incentivo competitivo y formas de evaluación.
- Estimular a los directivos y gerentes posibles alianzas y propuestas para poner a disposición de los trabajadores libros de diversos temas y cursos personalizados, como parte de una gestión de capacitación profesional y ciudadana, haciendo posible escenarios de lectura tanto en grandes organizaciones como las pequeñas y medianas empresas (pymes).

4) La lectura como actividad para el desarrollo interdisciplinario.

- Los núcleos de promoción a la lectura, además de fomentar la empatía y sentido cooperativo en los participantes, como parte de un programa recreacional, también permite abrir nuevos campos laborales en las empresas y espacios educativos, permitiendo la entrada de nuevos expertos que fomenten el intercambio de saberes: como pedagogos, especialistas en el área de humanidades, comunicólogos, planificadores, sociólogos y antropólogos.

- Desde las diversas organizaciones se pueden documentar y sistematizar las experiencias exitosas de promoción para poder evaluarlas y replicarlas. Del mismo modo que se incite a la investigación y la reflexión sobre la lectura y el impacto de su puesta en práctica, otorgando premios y becas a la producción creativa. También habilitando espacios de divulgación para estimular la formación de promotores de la lectura.
- Los estudios sobre comportamientos lectores han servido para comprender el fenómeno desde dos posibles vertientes:
 - a) Por medio de sondeos estadísticos se pueden identificar patrones de consumo, precisar ciertos géneros y títulos, con el fin de elaborar estrategias de promoción y venta a niveles macro, con el auspicio de actividades culturales como ferias, suscripciones, convenios editoriales para la creación de clubes de lecturas, diseños de campañas extracurriculares que tengan como fin el esparcimiento de las industrias creativas, para estimular el desarrollo de las economías culturales (Guzmán Cárdenas, 2005).
 - b) La relación íntima y vivencial con la lectura, proporcionada desde enfoques cualitativos: como el discurso en primera persona (documentos personales, etnografías, técnicas introspectivas y entrevistas) sirven para indagar en la experiencia vivida de lector (Sanjuán, 2011). Funcionan para tener datos más específicos de los participantes, lo que permite al promotor ser más acertivo al momento de proponer nuevos vínculos textuales en la trayectoria del lector (Lahire, 2004; Papalini, 2016). Se pueden establecer vínculos más empáticos desde percepciones personales de los grupos en relación con la lectura.

Conclusiones

- Una sociedad que lee tiene mayor capacidad para la mediación y el consenso. La lectura no puede medirse exclusivamente por la cantidad de libros leídos, al contrario, se puede hacer una aproximación en función del estado en que tales lecturas nos dejan, es decir, lo que llegamos a interiorizar de ellas y del mismo modo capitalizar, en un mundo cada vez más competitivo y especializado, donde el conocimiento es el recurso más cotizable para el desarrollo de los países.
- El compromiso de los sectores privados en alianza con el Estado y gremios editoriales pueden establecer encuentros en cuanto a una política más responsable del libro y la lectura, con una mirada puesta en la superación o tratamiento de nuestras crisis sociales.

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

- El sector cultural contribuye al desarrollo de los aspectos sociales e identitarios; la práctica de la lectura hace posible la cohesión de la sociedad civil, la organiza, y produce las condiciones necesarias para el estímulo del sector económico.
- La empatía encontrada en el texto, la lectura como forma de felicidad y refugio, es donde podemos “revisarnos a nosotros mismos como entes emisores y autoevaluarnos desde una perspectiva franca y constructora [...] Encontrar un modo de reconocer la realidad desde la emoción palpable” (Antillano, 2018, p.31).
- El acto de leer no pretende dar soluciones absolutas a las crisis sociales, pero hace posible el maniobrar de la inteligencia. Las diferentes formas de leer en un contexto de narrativas transnacionales, despiertan los debates para dar con soluciones más acordes a nuestros contextos particulares.
- La ventaja de nuestros tiempos es la esperanza renovable. No se trata de invocar con delirio impulsivo el pasado y el futuro para justificar el presente, sino que el futuro difiera del presente de la misma forma en que el presente mismo difiere del pasado. Para eso es preciso que la lectura se estimule como práctica imprescindible para la construcción del conocimiento y comprensión de nuestra memoria, donde el sector cultural contribuya al desarrollo de los rasgos sociales e identitarios que sustenten economías más democráticas.

Referencia bibliográfica

- Alatríste, S. (1999). El mercado editorial en lengua española. En N. García Canclini, & C. J. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* (págs. 283-310). Grijalbo.
- Antillano, L. (2018). *Las alas de la lectura*. Instituto Autónomo Centro Nacional del Libro (CENAL).
- Brunner, J. J. (1981). *La cultura autoritaria en Chile*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Castillo E, M. A. (2011). Transformación de la cultura lectora en Venezuela: política y praxis. *Anuario GHRIAL*, 125-168.
- Díaz Souza, E. (2007). *Criterios Metodológicos para la formulación de planes de fomento de la lectura desde la biblioteca pública*. Universidad Central de Venezuela.
- Duszynski, M. (2006). L'identité de lecteur chez les professeurs des écoles en formation initiale, *Carrefours de l'éducation*. 1(21), 17-29.

- Guzmán Cárdenas, C. E. (Octubre-Diciembre de 1999). De la cultura popular a la galaxia bit de la economía. *Revista venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 5(4), 145-158.
- Guzmán Cárdenas, C. E. (2005). La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto. En E. G. (Compilador), *Ensayos sobre políticas públicas culturales para la región andina*. Fundación Bigott. Corporación Andina de Fomento.
- Guzmán Cárdenas, C. E. (Diciembre de 2016). Debates sobre la institucionalidad cultural en Venezuela 1991-2016. Gobernanza, pensamiento y políticas culturales en tiempos de autoritarismo. *Anuario ININCO/Investigaciones de la comunicación*, 28(1), 195-238.
- Jaffé, V. (1991). *El relato imposible*. Monte Ávila Editores.
- Kozak Rovero, G. (Enero-Junio de 2013). Lectura y hegemonía en la Revolución Bolivariana. *Cuadernos de literatura*, XVII(33), 35-51.
- Lahire, B. (2004). Conclusión. Del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria. En B. Lahire, *Sociología de la lectura* (págs. 179-197). Gedisa.
- Lluch, G. (2004). *Cómo analizamos relatos infantiles y juveniles*. Grupo editorial Norma.
- Lozada, M. (Mayo-Agosto de 2004). El otro es el enemigo: imaginarios sociales y polarización. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 10(2), 195-209.
- Martínez, M. E. (2012). La narrativa venezolana actual: ¿un sistema periférico? En VV.AA, *Leer la realidad: Estudios sobre el contexto en la narrativa Venezolana* (págs. 131-142). Universidad Central de Venezuela. Ediciones de la biblioteca - EBUC.
- Medina, R. (2014). *A leer se aprende leyendo*. Instituto Autónomo Centro Nacional del Libro.
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (Enero-Diciembre de 2008). Documentos. Plan Nacional de Lectura (2002-2012). *Acción Pedagógica*(17), 106-117.
- Papalini, V. (2016). *Forjar un cuarto propio: aproximaciones autoetnográficas a las lecturas de infancia y adolescencia*. Editorial Universitaria Villa María.
- Quintero, I. (2011). Las causas de la independencia: un esquema único. En I. Quintero, *El Relato Invariable. Independencia, mito y nación* (págs. 95-124). Editorial Alfa.
- Revesz, B. (2004). ¿Qué significa pensar la lectura. En *Agendas de políticas públicas de lectura* (págs. 35-64). Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe - CERLALC.
- Sanjuán, M. (2011). De la experiencia de la lectura a la educación literaria. Análisis de los componentes emocionales de la lectura literaria en la infancia y la adolescencia. *Ocnos*(7), 85-100.

ALEXANDER JM URRIETA SOLANO

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual metodológico*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación.

Yunes, E. (Marzo de 2005). Políticas públicas de lectura: modos de hacerlas. *Pensar el libro*(3).