

## Capítulo 2. Cartografía conceptual de la PAM (promoción, animación y mediación de la lectura)

*Johanna Catalina Serrano Archila  
Yenny Lorena Cetina Fuquen*

En este apartado se construye una propuesta cartográfica conceptual de la PAM (promoción, animación y mediación de la lectura), cuyo objetivo es la búsqueda de los fundamentos conceptuales que identifican cada definición. Se parte de la hipótesis de que la PAM es definida como una serie de prácticas sociales y pedagógicas que posibilitan mediante la lectura el acercamiento de comunidades al lenguaje escrito, visual y oral. Sin embargo, la extensión conceptual de la PAM dentro del campo sociológico y pedagógico abarca además campos políticos e institucionales como el educativo y el bibliotecológico, en donde se promueve lectura y escritura en las comunidades como forma democrática de acceso al lenguaje y a la cultura escrita. Así, se considera que la PAM tiende a lo transversal e incluso a lo múltiple en las definiciones de los componentes conceptuales mencionados; razón por la cual esta reflexión se basa principalmente en un recorrido descriptivo por los campos que fundamentan, trabajan y definen estas prácticas, en el que se van construyendo y trazando caminos hacia los conceptos que explican la PAM.

A través de la cartografía conceptual, metodología utilizada dentro de esta búsqueda, se dibujarán los caminos hacia las bases conceptuales, considerando que el uso de esta permite ordenar la información a partir de sistemas categóricos que nos aproximan a la forma en la que se puede definir cada concepto. Al respecto, Tobón *et al.* (2018) afirman que

La cartografía conceptual, es una estrategia de investigación centrada en analizar el conocimiento científico en torno a un concepto, teoría o metodología tomando como base ocho ejes, los cuales son: noción, categorización, caracterización, diferenciación, división o aplicaciones, vinculación, metodología y ejemplificación. (p. 33)

En consecuencia, el uso de esta metodología permite construir un sistema categórico conceptual, pues, como afirma Requena (2020), la cartografía conceptual es un estudio sistemático de información que se fundamenta en el recorrido realizado dentro de los ocho ejes temáticos que se construyen, durante el que se profundiza en las teorías y conceptos problematizados en la investigación. En este sentido, en el apartado se erige la propuesta cartográfica conceptual de la PAM alrededor de los siguientes tres ejes temáticos: noción, caracterización y diferenciación, considerándose que estos son los más funcionales para la presente investigación.

## Introducción

Si bien en la cartografía conceptual usualmente se utilizan ocho ejes temáticos, para este estudio nos vamos a centrar únicamente en tres. Tobón *et al.* (2018) presentan cada uno de los ejes temáticos de la cartografía conceptual, los cuales están organizados de la siguiente forma: el primero es el de noción, en este se cuestiona el *¿qué es?* del término, se buscan las definiciones de académicos que han trabajado en la PAM desde varios puntos de vista y se identifican elementos puntuales que dan identidad a la definición de cada concepto. Estas inferencias surgen de definiciones encontradas en los documentos consultados. El segundo es el de

la categorización, que se caracteriza por clasificar dentro de los campos de estudio las definiciones sobre la PAM. Y el tercero es el de la diferenciación, donde se hace una comparación entre conceptos cercanos y se halla el factor de diferencia entre estos.

Con los anteriores ejes temáticos se busca construir la cartografía conceptual de la PAM, cuyo objetivo es buscar los fundamentos conceptuales de cada uno de sus componentes. Como se mencionó, dada la multiplicidad de los campos desde los que está pensado cada uno de estos conceptos, sus definiciones tienden a ser transversales e incluso son vistas como sinónimos. Pero se parte de la hipótesis de que cada uno es un componente de una estructura conceptual, a pesar de que la promoción, la animación y la medición de la lectura se generalicen dentro de las prácticas pedagógicas y sociales que posibilitan (mediante la lectura) el acercamiento de las comunidades al lenguaje y la cultura escrita. Dentro de este marco podríamos entonces preguntarnos: ¿por qué se considera la PAM como una práctica pedagógica y social?

Primero, se considera que las prácticas pedagógicas se proyectan sobre la creación de sentido del mundo a partir de la difusión del conocimiento dentro de las comunidades; en otros términos, son procesos de formación. Así mismo, estas no solo están centradas en el campo cognitivo individualista de las teorías, sino que principalmente se conciben dentro de la “praxis social”, porque los conocimientos se dirigen hacia la formación de comunidades desde diferentes campos del saber. Tal como lo mencionan Duque *et al.* (2013), las prácticas pedagógicas se definen como acciones del pedagogo en el acceso a los procesos de formación y, a su vez, son reflexiones desde la experiencia en la que se evalúan los conocimientos dentro de las comunidades. En consecuencia, se considera que las prácticas pedagógicas son causa de la actividad del pedagogo, quien es considerado como sujeto-praxis por su rol de comunicador y socializador de contenidos teóricos. De ahí que las acciones de este recaigan en la apertura hacia el conocimiento por medio de la práctica, la comunicación y la reflexión misma del

conocimiento en la sociedad. En síntesis, las prácticas pedagógicas se definen desde el ejercicio del pedagogo, porque se establecen como relaciones entre los sujetos a través de acciones colaborativas que generan un intercambio de saberes entre diferentes entes sociales.

En conclusión, la PAM es una práctica pedagógica y social, es un trabajo de difusión, creación y mediación de lectura, escritura y diálogo en las comunidades. Desde su práctica, la lectura es parte de la transformación social que propicia la relación con uno mismo y con los demás, y genera tejido social, ya que su finalidad consiste en buscar que el conocimiento se difunda a través del acceso al lenguaje.

Igualmente, la PAM se proyecta como trabajo de intervención sociocultural, educativo y político del dominio del lenguaje, porque desde estas prácticas pedagógicas se diseñan estrategias que impulsan las capacidades de los sujetos respecto a la lectura, la cultura escrita e incluso oral. Por esta razón se piensa desde prácticas pedagógicas y sociales, porque se considera que, dentro de estas, los sistemas de acciones y procedimientos formativos son propuestas, actividades y procesos que tienen como finalidad suscitar, impulsar y promover (mediante el diseño de espacios y estrategias didácticas) el encuentro entre el conocimiento que se fundamenta en el lenguaje, el sujeto y la sociedad. De esta manera, la lectura, la escritura y la oralidad son procesos de familiarización dentro de la creación de la vida individual y social. De ahí que con estas prácticas se democratice la lectura y el diálogo en las comunidades, puesto que se promueve el acceso al lenguaje.

Sin embargo, es mediante el análisis de diferentes teóricos que, en esta cartografía conceptual, se explica cada uno de los componentes de la PAM y se dilucidan sus diferencias, porque estos son generalizados dentro de las prácticas pedagógicas y sociales, a pesar de que cada uno tiende a una definición distinta. Moretti (2004) afirma:

Qué hacen los mapas literarios... Primero, son una buena forma de preparar los textos para el análisis. Se elige una unidad –paseos, juicios, bienes de lujo, lo que sea–, se busca [sic] las veces que aparece, se localiza en el espacio... o en otras palabras: se reduce el texto a unos cuantos elementos, se abstraen y se construye un objeto artificial nuevo. (p. 62)

Tal como lo propone Moretti (2004), pretendemos en esta reflexión trazar un mapa, un camino, una cartografía, una búsqueda cronotópica (de espacio y tiempo) en la que se ha pensado cada componente conceptual de la PAM. De igual forma, los patrones señalados por dicho autor pueden ser considerados como componentes de cada uno de los ejes temáticos que se construyen dentro de esta cartografía, porque se da una mirada exploratoria desde la revisión teórica de los patrones de forma, relación y estructura que surgen de cada una de estas prácticas e inducen, mediante la abstracción, a la construcción de caminos conceptuales.

## **1. Noción de promoción, animación y mediación de la lectura**

La noción es el punto de partida de esta construcción cartográfica, puesto que, a partir de la misma, se ahondará en definiciones encontradas, mediante las cuales se puede identificar cada uno de los conceptos que componen la PAM. La promoción de lectura, primer concepto de esta, se define por Álvarez-Zapata (2020) en su ciclo de conferencias *Leer la PAM (Promoción, Animación y Mediación lectora) en clave pedagógica. Bases, tendencias y encrucijadas*, como “trabajo de intervención sociocultural, educativo y político en y desde dominios de lenguaje oral, escrito, visual, etc.” (2020). Su finalidad es difundir la lectura y la escritura en la sociedad. El mismo autor afirma que: “la finalidad de la promoción de lectura es motivar a la reflexión, transformación y construcción de espacios, y prácticas lectoras para generar cambios en las personas, en sus contextos y en sus interacciones” (2020). Consecuentemente, la

noción de promoción de lectura se origina como un compromiso social, en donde la difusión del lenguaje permite la creación de conocimientos y el pensamiento crítico de una comunidad.

Por otro lado, *En la lectura y la función social de la biblioteca pública*, Riveros *et al.* (2011) afirman que a principios del siglo XIX se produjeron varias modificaciones en las concepciones de la biblioteca, determinadas por el interés de ampliar la esfera de acción bibliotecaria a públicos excluidos del acceso al libro; debido a esto, los modelos bibliotecológicos extendieron su influencia hacia las comunidades. Según los mismos autores, uno de los modelos se desarrolló en el marco de la sociedad democrática y el otro fue implementado por el orden socialista soviético. Se enfatiza únicamente en el primero, que es el modelo anglosajón, pensado dentro de los parámetros de noción ciudadana, participación y libre acceso a la información, y se fundamenta en su gestión social proyectada en educación, autoeducación y promoción de lectura.

A partir del fundamento de gestión social se piensa la construcción del concepto de promoción de lectura como práctica de intervención social, que se proyecta sobre la formación de conciencia social, con hábitos de lectura en diversas comunidades y creación de espacios de acceso a la información para todo sujeto y comunidad. Por ende, la promoción de lectura se define como prácticas sociales donde se construyen espacios de reflexión y profundización de la lectura y la escritura, enfocadas hacia la transformación del sujeto.

Igualmente, la promoción de lectura se proyecta como una misión; como afirman Riveros *et al.* (2011), “la promoción de lectura es un servicio que presta la biblioteca a la comunidad a través de diferentes estrategias y dinámicas, permitiendo ahondar en una práctica social con base en el fortalecimiento de criterios individuales” (p. 213). Por lo cual, la promoción de lectura es una práctica social con el objetivo de enriquecer y ampliar la subjetividad, en cuanto se encamina a la divulgación de conocimiento e información. Además es una práctica de transformación, porque los sujetos y las comunidades hacen de la lectura, la escritura

y la oralidad procesos en los cuales expresan su visión de mundo y de conocimiento.

También podemos identificar que la promoción de la lectura es un conjunto de actividades que buscan generar proyectos a gran escala para la formación de lectores. Tal como lo sostiene Yepes (1997), “La promoción de la lectura es en sí misma la macroacción con la cual un país, una comunidad, una institución o un individuo contribuyen a formar una sociedad lectora” (p. 12); se establece así una comunidad que privilegia la cultura escrita, en la que se transmite el conocimiento a través de la pedagogía de la lectura. Esta práctica se fundamenta en trabajar mediante el diseño de espacios y materiales para acercar a la sociedad al lenguaje. Igualmente, estas son prácticas pedagógicas, sociales y culturales en las que, mediante el diseño de espacios y actividades, se difunden en las comunidades experiencias de escritura y lectura para el acceso a diferentes dimensiones del lenguaje.

En conclusión, son acciones sociales que, a través de la pedagogía de la lectura, buscan la transformación del sujeto y la comunidad porque hacen accesible la lectura en diferentes espacios. Por lo tanto, la promoción de la lectura se define como actos de comunicación en los que se entra en constante diálogo, por medio de actividades, prácticas y espacios que se desarrollan dentro de los proyectos de difusión de lectura, y se vale de diferentes medios comunicativos que acercan a los sujetos al libro y al lenguaje, a fin de construir tejidos sociales que benefician a la comunidad con el fin de una transformación social.

Por otra parte, la noción de animación a la lectura comienza desde la concepción del dinamismo de la promoción de lectura, de la puesta en práctica de la estrategia creada dentro del espacio de la promoción. Yepes (2005) señala que “un grupo construido por los llamados empíricos ha centrado su accionar [sic] en la práctica. La persistencia en su trabajo les ha dado autoridad en el medio” (p. 29). Se considera así que la animación es la acción, la funcionalidad, la experiencia y la puesta en práctica de la estrategia, pensada por el promotor de lectura. A su vez, el animador es el sujeto que da “ánima” al texto, quien da vida a las propuestas, proyectos

y metodologías de la promoción de lectura. De igual forma, Yepes (2005) dice que “La animación a la lectura ofrece acciones que permiten crear un vínculo entre los materiales de lectura y el público o individuo que se tiene enfrente” (p. 30). Así, el dinamismo al que se alude en la animación reside en el vínculo del sujeto creador del material que contribuirá al acercamiento con el lector.

Por su parte, Álvarez-Zapata y Castrillón (2009) definen animación a la lectura como una estrategia central de la promoción, dirigida a permitir el encuentro significativo y positivo de los lectores con los materiales de lectura; es, por lo tanto, una práctica fundamental en la educación lectora de las personas, que comprende un fortalecimiento de los procesos de educación. En resumen, la animación es una táctica que posibilita un encuentro con la lectura. Del mismo modo, Cerrillo *et al.* (2002) plantean que la animación es un conjunto de actividades, técnicas y estrategias que persiguen la práctica de la lectura, a fin de formar lectores activos capaces de comprender los mensajes de los textos para relacionarlos con su propio contexto.

Se considera así que la animación es un dinamismo que se mueve dentro de la técnica y la estrategia; no obstante, más que en la actividad, reside en las acciones que se desarrollan dentro de los proyectos de promoción. De igual forma, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) y el Plan Nacional de Lectura y Escritura (PNLE) afirman que la animación se fundamenta en “el gusto por la lectura”, definición que también comparten otros autores como Poslianec (1999). Por consiguiente, la animación hace referencia a la creación de actividades, principalmente didácticas, que buscan la motivación y el acercamiento de los niños, los jóvenes y los adultos a la lectura.

En definitiva, es importante que se establezca (como requisito para que este ejercicio se dé de una manera satisfactoria) la búsqueda de métodos y técnicas oportunas dependiendo del contexto sociocultural, los intereses y las edades de los estudiantes, los



cuales sirven en la sociedad para animar una inclinación personal hacia la lectura. Se considera que los elementos que dan identidad al concepto de animación son, en primer lugar, el dinamismo, que es acción, técnica y estrategia; y en segundo lugar, la puesta en práctica de la promoción. Esta última se reconoce por ser la acción de las estrategias de intervención en las comunidades, que tienen el propósito de atrapar y generar lectores activos y constantes. Se infiere igualmente que la animación a la lectura es la acción estratégica que genera hábitos de lectura y escritura en las comunidades.

Ahora analizaremos el último elemento conceptual de la PAM (la mediación de lectura) y determinaremos su noción. Hay tres formas de lectura dentro de las cuales se manifiesta la función del mediador: *leer para ser*, porque el lector construye su propia sensibilidad y concepción del mundo; *leer para aprender*, ya que a través de la palabra se crean nuevos conocimientos; y *leer para vivir*, puesto que por medio de la imaginación se dibujan mundos posibles. Leer para ser, para aprender y para vivir, son las bases principales que delimitan las dimensiones del concepto de mediación, porque este se define como un proceso de acompañamiento, de origen político y ético, en el que los procesos de lectura, escritura y oralidad impulsan además la pedagogía de la cultura escrita y el conocimiento en la construcción de sentido, de mundo. Álvarez-Zapata y Castrillón (2009) afirman que

Mediar lectura es una práctica dialógica que encarna el hecho de relación con personas que pueden, mediante la acción comunicativa poner en conexión sus propias visiones de mundo, los universos simbólicos en los que y desde los cuales coordinan su acción con otros y despliegan ciertos proyectos. Sujetos que buscan entenderse entre ellos y conformar su propia identidad personal. Todo ello hace que la mediación de lectura sea, una práctica dialógica, una práctica histórica y autobiográfica. (p. 88)

En ese sentido, la mediación es principalmente el “puente” entre los materiales de lectura y el lector. Álvarez-Zapata y Castrillón (2009) afirman que, fundamentalmente, esta es una práctica de

intervención social, que se ubica dentro del campo pedagógico y político.

Por consiguiente, estos proyectos de intervención tienen por objetivo principalmente el acceso social de las comunidades a la cultura escrita, porque son el vínculo entre el material de lectura y el lector, que impulsa así la apropiación de la cultura escrita, que ayuda al conocimiento y la constitución de nuevas necesidades de comprensión de la vida y del mundo. Asimismo, se consideran como la construcción de ese proceso que acerca a los lectores a los textos, el objetivo social relacionado con la actividad de acompañamiento en la búsqueda de lectores autónomos donde se construye sentido, por cuanto se ve en los materiales de la cultura escrita un acercamiento a la vida propia. La mediación de lectura se presenta de dos formas: directa e indirecta. Directa, cuando se interviene en los procesos de lectura; e indirecta, cuando se proponen obras a los sujetos lectores con el objetivo de generar autonomía en ellos.

## **2. Categorización de promoción, animación y mediación**

Como ya se indicó, es pertinente hacer una revisión de lo que significa cada concepto desde múltiples miradas o campos del conocimiento. Por lo tanto, se desarrollará el eje temático de la categorización examinando el fundamento conceptual desde cuatro perspectivas que se proponen en esta investigación: *política, pedagógica, sociológica y bibliotecológica*.

### **2.1 Categorización de promoción**

El concepto de promoción nos permite identificar una serie de categorías que se determinan a partir de diferentes campos en los

que se integran las diversas definiciones de la PAM. La primera de las categorías es la política, porque –como ya se dijo– la definición de promoción se presenta como una serie de prácticas sociales que, mediante la lectura, la escritura y la oralidad, acercan comunidades a la cultura escrita. Baró *et al.* (2012) afirman que “(...) la promoción lectora requiere una gran variedad de propuestas dirigidas a los distintos públicos (...)” (p. 280); se considera así que la promoción es la difusión de la lectura y la escritura, mediante propuestas democratizadas en búsqueda de una transformación social.

Así pues, mediante la creación de espacios y estrategias de difusión del lenguaje se genera el acceso al conocimiento en todas las comunidades sin exclusión alguna. Desde su misma función social se crean espacios democráticos en donde se habilita el acercamiento al libro y al conocimiento. Esto se infiere desde el modelo anglosajón en el que se fundamenta esta práctica al ser la gestión social de las bibliotecas. Entonces, la promoción trasciende para hacer de la lectura y la escritura actividades públicas, que producen transformaciones sociales, puesto que trazan procesos de cuestionamiento, pronunciamiento y participación de los lectores.

La segunda categoría en la que se identifica la promoción es la pedagógica. Según Valera (1999, citado en Morales *et al.*, 2005), “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 acostumbra” (p. 201). Esta definición se desarrolla desde el campo educativo, porque la promoción de lectura es una actividad y estrategia pedagógica para la motivación del lector. Por lo tanto, se centra más en la formación del sujeto hacia la práctica lectora, lo que genera de este modo una apuesta por el hábito del lector. Autores como Geneviève (2005, citado en Cárdenas y Rodríguez, 2008) plantean que “la promoción de la lectura consiste en familiarizar e introducir los textos, transmitiendo curiosidad, pasión y propiciar el hallazgo de estos” (p. 7). Así, la promoción de lectura se define

como acto de formación, transmisión, conocimiento e incluso hallazgo y encuentro con la cultura escrita.

Igualmente, se considera que la promoción surge como proyecto pedagógico, por ende, educativo, en el que se encauza la construcción de hábitos de lectura. Según Núñez (2002, en Cárdenas y Rodríguez, 2008), la promoción de la lectura es “(...) la actividad encaminada a la formación de hábitos de lectura adecuados, la cual se logra con la orientación planificada a una población de lectores (en activo y potenciales) sobre qué leer, cuánto leer y cómo leer” (p. 7). Desde estas definiciones se induce la formación y transmisión de conocimiento mediante la lectura. Además, Petit (2001) afirma que

La promoción de lectura 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. (Petit, 2001, en Morales et al., 2006, p. 281)

Por consiguiente, podríamos decir que el mundo de los libros es infinito, y es trabajo de la promoción que el lector encuentre un significado de la vida a través del acto pedagógico de la lectura, como proceso formativo que le permita una adquisición del saber para crear posibilidades por medio de las funciones del lenguaje.

La tercera categoría en la que se puede identificar el concepto de promoción es la sociológica, porque “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” (Morales et al., 2006, p. 284). Es la acción de apropiación, de apertura del sujeto hacia la cultura escrita, también el surgimiento de espacios en donde se acerca y se hace accesible la lectura en la cotidianidad,

teniendo en cuenta que el acto de leer es un “movimiento del sujeto al texto y el texto al sujeto” (Larrosa, 2006, p. 20). Por lo tanto, la promoción es entendida como la actividad de expansión de espacios y propuestas, en que las personas se apropian dentro de su realidad y cotidianidad del acto de leer.

Martha Sastrías afirma que “la promoción de la lectura incluye todas aquellas prácticas que tienen como propósito hacer que las personas se acerquen a la lengua escrita y lean” (Sastrías, 1998, citado en Morales et al., 2006, p. 281). En otras palabras, se piensa que la promoción, en ese acercamiento a la lectura, busca la transformación del sujeto y de la sociedad a través de la cultura escrita. Riveros *et al.* (2011), por ejemplo, sugieren que

La promoción de lectura, fiel a sus propósitos enfocados en el desarrollo de una visión crítica respecto de la vida y la sociedad, debería contribuir a una lectura pluralista y deliberada de los materiales con que trabaja, y de las manifestaciones sociales y culturales que la trascienden, en la búsqueda de un modelo de lectura no necesariamente propagandista de la ideología oficial sino enfocado en la transformación del individuo. (p. 224)

Siguiendo la idea anterior, la promoción es considerada como la actividad de acercamiento de los textos a la vida de los sujetos y de las comunidades, y en ese sentido posibilita el acceso al conocimiento a través de la lectura. Tal como lo afirma Robledo (2010):

La promoción de lectura se entiende como: ‘trabajo de intervención sociocultural, con un compromiso político que busca impulsar la reflexión, la construcción de nuevos sentidos; que busca desarrollar una mirada crítica frente a la realidad y generar una transformación tanto personal como social’. (En Higuera, 2016, p. 192)

De esta forma, desde la categoría sociológica, la lectura (en su diversidad de definiciones) tiene como finalidad transmitir el conocimiento cimentado en los textos y en las culturas, porque leer permite descubrir el contexto cultural e histórico de una sociedad.

Asimismo, es transmisión, reflexión y búsqueda de sentido de los libros en las comunidades. Álvarez y Naranjo (2003) afirman que la promoción es

Un trabajo de intervención sociocultural que busca impulsar la reflexión, revalorización, transformación y construcción de nuevos sentidos, idearios y prácticas lectoras, para así generar cambios en las personas, con sus contextos y en sus interacciones. A partir de ello, intenta fortalecer a los lectores como actores sociales, para que sean capaces de afrontar los retos vitales, sociales, culturales, políticos y económicos. La promoción de la lectura parte del reconocimiento de las problemáticas de la vida individual y vida colectiva, dando a la lectura el valor histórico que le corresponde, y enfatizando en su íntima relación con la escritura. (Citados en Higuera, 2016, p. 194)

Ahora bien, para pensar el concepto de promoción desde la categoría literaria, tomamos como referente central a Mery Yolanda Sánchez en su obra *El Atajo*, en la que esta poetisa colombiana escribe a modo de diario su experiencia como promotora de lectura. Ella considera que las dinámicas de la promoción buscan potenciar a lectores funcionales que exploran la expresión por medio de la palabra escrita, como acto de libertad y derecho propio (Sánchez, 2014). Así pues, atender la definición de esta escritora, induce a reflexionar, desde el campo literario, las definiciones que se proponen respecto a la promoción. La noción que surge es: expresión de la palabra, y escritura como derecho y acto de libertad. El acto de expresión de la palabra está dentro de la construcción de mundos a partir de la experiencia, no solo de la vida, sino de los libros como descubrimiento y encuentro con el conocimiento de la cultura escrita, entendida como la expresión de visiones de la vida, ideales y valores en conflicto. Morales *et al.* (2006) recuerdan una cita de García Márquez al respecto, en la que considera que la promoción de 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 enamoran hasta al lector más reticente. (p. 281)

Aunque se limite la definición de promoción como una guía de lecturas, vemos que sus nociones se expanden a lo múltiple, y en cada campo hacen de la lectura una acción transversal. Por ejemplo, leer para aprender, leer para transformar, leer como experiencia, y leer como la acción de descubrir.

Por último, se identifica la promoción pensada desde la categoría bibliotecológica, en la cual se estudia un panorama más general y se define como un “conjunto de actividades que dan a conocer la actividad de la lectura y buscan motivar, despertar o fortalecer el gusto, y el interés por los materiales de lectura en general y su utilización activa” (Naranjo, 2007, en Salas, 2010, p. 27). Igualmente, pensando su definición desde la pluralidad expuesta anteriormente, es una práctica pedagógica y social porque se considera como una actividad de difusión, para incrementar el proceso y el acceso de lectura en las comunidades. En conclusión, hay que resaltar que en esta categoría la definición de promoción se fundamenta desde los postulados –como se mencionó anteriormente– del modelo anglosajón en el que esta es la misión y función social de las bibliotecas, y se somete a la creación de espacios que acercan a las comunidades al lenguaje y al conocimiento. Además de ser un conjunto de actividades para la difusión de lectura, y desde la multiplicidad de sus definiciones y formas, se caracteriza principalmente por ser una labor de encuentro, apertura y acceso hacia el saber transmitido por el libro.

Por ende, se comprende por promoción las prácticas –principalmente sociales– cuya finalidad es democratizar la lectura. A través de las definiciones expuestas se considera que esta es un conjunto de actividades que tienen como objetivo difundir y dar a conocer (dentro del campo de la praxis) la lectura y el lenguaje en su totalidad visual, oral y escrita; y su propósito es acercar, generar encuentros, diseñar espacios y herramientas para que los sujetos y las comunidades accedan al lenguaje que surge dentro de la cultura escrita, mediante la difusión de los libros. Igualmente, el fundamento de la promoción proviene de la idea de democratizar

la lectura en las diferentes comunidades que integran la sociedad sin exclusión alguna. La promoción de lectura se entiende como una política que tiene como propósito acercar el lenguaje y el conocimiento a la comunidad. Desde estas propuestas surge el encuentro entre lector, lectura y libro.

## 2.2 Categorización de animación

Con el fin de abarcar el concepto de animación nos remitiremos a tres categorías. La primera desde una perspectiva política y sociológica, en países como Chile con *El Plan de Fomento de la Lectura*. En este, Ramos (2009) hace una interpretación del término animación como un proceso de construcción participativa, por lo que se puede deducir que de esta construcción hacen parte el mediador y el lector, cada uno con sus propias formas de participación y trabajo. Siguiendo esta idea, Yepes (2001) define la animación como acción dirigida a crear un vínculo entre un material específico de lectura y un individuo o grupo, en búsqueda de la creación de un gusto por la lectura. De este modo, vemos que la animación es una acción que tiene un propósito político, donde participan individuos de una sociedad con un fin esencial y claro: “dar vida o animación al libro”. Así, el libro y la vida que se le intenta dar, buscan que los lectores lean, interpreten, analicen y comparen con su cotidianidad; además, que salgan de su realidad por un momento e imaginen los mundos que se encuentran en los libros. Se constituye, por lo tanto, en una acción de transmisión de comunicación que hace de la animación parte del ejercicio pedagógico, relacionado principalmente en ese dinamismo en el que se infunden conocimientos adscritos en la cultura escrita como parte de la formación del sujeto y la comunidad a la que pertenece.

Ahora bien, la segunda categoría es la pedagógica, que va de la mano con la anteriormente mencionada, pero que está centrada en el campo didáctico porque este concepto alude a las acciones,



técnicas y estrategias de las prácticas de lectura que tienen como objetivo darle vida (ánima) a los libros, haciendo de este ejercicio un transmisor de mensajes dentro de los contextos de las comunidades. Yepes (2005) considera que

La animación de lectura no es una acción exclusiva de la modernidad. Quizá lo exclusivo en los últimos tiempos sea la búsqueda de una definición conceptual que reúna todo lo que se pretenda con ella en el actual momento histórico. Entender lo que se ha hecho con la lectura en el transcurso de la humanidad es la luz que ilumina lo que puede hacerse hoy. (...) Roger Chartier expresa: 'el recuperar de los lectores populares del renacimiento conduce necesariamente a interrogarse acerca de las estrategias de investigación que es posible desplegar para construir las prácticas'. (p. 38)

Por ello, desde sus mismos fundamentos, esta práctica es la búsqueda de lectores activos y autónomos que mediante estrategias hacen de la lectura un acto placentero. Por lo tanto, el animador, en el cumplimiento de su papel, debe buscar una didáctica que se adecúe a esta práctica social, que reviva y reivindique el valor de los libros a través de herramientas que interesen al lector, con la finalidad de ahondar en la construcción e investigación de estas prácticas.

La siguiente categoría que define la animación se centra en el contexto bibliotecológico. Jiménez (2012) asegura que el acto de la animación

Engloba un conjunto de actividades, estrategias y técnicas tendentes a favorecer, potenciar y estimular el acercamiento del usuario a los libros, mejorar los hábitos lectores, asegurar su crecimiento lector, pasar del saber leer al querer leer y a fomentar el aspecto lúdico de la lectura. No es sólo leer un libro. Abarca un amplio abanico de acciones, todas ideadas, diseñadas, organizadas y propuestas desde la biblioteca. (p. 65)

En pocas palabras, se reflexiona que la animación induce a la generación de espacios en pro de mejorar los hábitos lectores, mientras se edifica una sensibilidad y un swentido significativo

hacia los textos. Igualmente, teniendo en cuenta las afirmaciones de Consuelo Salas, bibliotecóloga chilena, la animación significa

(...) acciones destinadas a impulsar la participación de las personas en la actividad de la lectura y otras afines a la misma. Se refiere a la práctica de un conjunto de técnicas y estrategias que buscan desarrollar y despertar el interés, la actitud, las habilidades y la motivación de las personas por la lectura, y se entiende como una estrategia de la promoción de la lectura. (2010, p. 26)

De modo que las categorías que se identifican en este eje temático se entretujan, por cuanto la promoción de lectura –se repite– es la misión social de las bibliotecas. A través de estrategias didácticas, la animación es la acción pedagógica que se lleva al campo técnico de los proyectos de promoción, puesto que el objetivo es desarrollar o incitar el gusto por la lectura y la escritura. Más que pensar en el diseño del proyecto de creación del espacio de lectura, se deben privilegiar las metodologías con el fin de atrapar, pescar el gusto del sujeto por la lectura y provocar así un despertar del lector.

Siguiendo este orden de ideas, Calvo (1999) dice que la animación es apagar la luz y empezar a leer al resplandor de las linternas cuentos de miedo con los niños, presentar cada día a los alumnos un libro encontrado en cualquier sitio, hacer ruedas de prensa con los personajes de los clásicos, jugar con los niños a cambiarles los finales a los cuentos, convertir la biblioteca en restaurante y ofrecer a los usuarios manjares literarios. Por lo tanto, la animación a la lectura es todo eso y mucho más: “Según yo creo, comprende cualquier actividad orientada a aumentar el número de personas que disfrutan con los libros. Esa podría ser una definición, pero es tan amplia que resulta necesario perfilarla” (1999, p. 5).

Para Calvo (1999), la animación es afecto, artesanía, biblioteca, formación de equipos, centros de enseñanza, imaginación, narración oral (porque al leer se puede empezar con los oídos), soñar y transmitir lo que se siente. De ahí que desde las clases

pedagógica y bibliotecológica podemos definir como animación la estrategia didáctica de la promoción en la que se busca formar un disfrute por la lectura. Aunque varios autores utilizan la figura del animador para decir que también es quien media este proceso de promoción y animación, nosotros discrepamos de dicha concepción, como lo analizaremos en el siguiente apartado.

### 2.3 Categorización de mediación

Por último, para definir mediación encontramos las mismas categorías utilizadas anteriormente con promoción y animación. Desde la primera, la categoría política, en el marco de la ejecución del Plan Nacional de Lectura y Escritura “Leer es mi cuento” en Colombia, el Ministerio de Educación Nacional y el CERLALC (2014) crearon un manual de estrategias, diseñado para los intermediarios en el proceso de pedagogía de la lectura y la escritura, titulado *Componente de formación a mediadores (Documento de lineamientos conceptuales, metodológicos y operativos)*. Según las dos entidades coordinadoras de este proyecto, la mediación se define como el proceso de acercamiento de los niños y jóvenes a los libros, a la lectura y a su disfrute a través de la intervención pedagógica de un adulto que ayuda a crear una actitud positiva hacia los libros y a propiciar procesos de comprensión y diálogo con los distintos tipos de textos. Procesos de mediación son, por ejemplo, los planes de lectura que se desarrollan en establecimientos educativos y las actividades sistemáticas que organizan las bibliotecas escolares. Cerillo (2004) define mediación como

El puente o el enlace entre los libros y esos primeros lectores que propicia y facilita el diálogo entre ambos. Pero además, el mediador debiera poder legitimar la oferta editorial que el mercado actual pone a disposición de los lectores infantiles, diferenciando con claridad la lectura con fines escolares de aquella otra que no los tiene, porque mientras que la primera es obligatoria y se hace siempre “para algo más”: aprender, estudiar, saber... Incluso, en ocasiones, es una cierta “obligación social”, la segunda es voluntaria y se hace porque divierte, gusta, entretiene. (p. 248)

Esto indica que es crucial revisar las necesidades educativas de los estudiantes y sus intereses personales, para crear de manera adecuada un plan que sirva para tejer este puente entre el libro y el estudiante, y que luego el estudiante decida leer de manera autónoma sin necesidad de la ayuda del mediador.

Desde la segunda categoría, la política, Ramos (2009) dice que el mediador es el puente que facilita el diálogo entre las y los lectores. Su objetivo básico es trabajar en el desarrollo de hábitos y conductas lectoras, y generar, a su vez, estrategias de animación. El mediador es un ser único que puede servir de enlace para este maravilloso encuentro entre lector y libro, orientando necesidades, proponiendo formas distintas de abordar un texto y, principalmente, fomentando la lectura por placer y no por deber, ya que confía en que cada lector internalice los textos según sus propios ritmos, mientras que individualmente se utilizan tiempos de lectura diferentes, y así la magia del mediador es descubrir y plantear estrategias para que todas las personas puedan acceder al universo lector. De ahí que afirme que el rol del mediador de la lectura es

Propiciar la construcción de actitudes y valoraciones positivas hacia la lectura al interior del hogar; promover una nueva relación de los niños y niñas y sus profesores con la lectura, de forma que estos la conciban como una actividad íntimamente ligada a la vida individual y colectiva; animar el encuentro productivo entre el lector y los materiales de lectura; visualizar la lectura como un acto placentero. (Ramos, 2009, p. 7)

Se puede considerar a partir de lo anterior que la mediación de lectura pensada desde esta categoría genera el vínculo entre el lector y la lectura, porque es la actividad donde se crea la estrategia didáctica para acercar al lector.

En cuanto a la tercera categoría de definición del concepto de mediación, se puede hacer un análisis desde lo sociológico, pues como lo afirma Sánchez, “la lectura es un acto de construcción

sociocultural porque los genes humanos no transmiten la información necesaria para ser lector” (2018) Así, se considera que todo ser humano necesita un agente de mediación que le permita convertirse en lector. El mismo autor afirma que entre los principales agentes mediadores se encuentran tres figuras fundamentales: los padres, los maestros y los bibliotecarios. Esa consideración se complementa con su visión:

Mediar en la lectura es esencialmente jalonar, crear andamiajes y dar piso para avanzar en el aprendizaje. Dicho en pocas palabras, lo que hace el mediador es un ejercicio hermenéutico y cultural: transmitir su interpretación de los textos e invitar a los niños y jóvenes a tener una actitud asertiva hacia la lectura y el entorno del mundo del libro. (2018)

Por su parte, desde la categoría bibliotecológica apoyando lo anteriormente dicho, Álvarez y Castrillón (2009) asumen por mediación una práctica que siempre debe “ir más allá” y desplegar una clara voluntad por ampliar el acceso de las personas a la cultura escrita, ayudándolas a cuestionar los órdenes simbólicos que limitan su experiencia consigo mismas, con otros y con el mundo. Es decir, la humanización se convierte en el telón de fondo de una mediación lectora éticamente responsable con un proyecto social incluyente, consciente y constructivo. En este sentido, se infiere que la labor del mediador es una práctica de intervención profundamente comprometida y siempre dirigida a impulsar la vida social en tres esferas críticas: la personal, la subjetiva social y la ciudadana.

Por ende, el mediador debe pensar en el acceso a todos los libros y evitar prejuicios frente a autores poco leídos para no establecer una censura sobre elecciones que él no considera acertadas. Debe darle libertad al lector para que con su propio discernimiento seleccione un libro que tenga una temática que le parezca llamativa; puesto que el gusto no puede imponerse, entonces la noción de mediación se origina en la función del mediador, y este debe darle autonomía al lector. En *La Guía de mediación lectora* del Ministerio de Educación de Ecuador (2019), se afirma que el acompañamiento que se hace durante todo el proceso –antes de la

lectura, durante la lectura y después de la lectura—, es el proceso que se define en sí mismo como la mediación.

### 3. Diferenciación de los conceptos de la PAM

Es normal que, expuestas las nociones anteriores acerca de las definiciones de la PAM, surja la siguiente pregunta: ¿qué factores son trascendentes e indican la diferencia entre promoción, animación y mediación de lectura? Con el objetivo de responder a esta pregunta, se buscarán elementos que marquen diferencias razonables entre dichos conceptos, ya que al ser transversales y existir una vinculación entre uno y otro, tienden a confundirse en la academia. Por ejemplo: erróneamente promoción se define como mediación de textos, porque se acerca el libro a la comunidad, y por esta razón se presenta una acción de mediación; incluso promoción podría definirse como animación, porque allí se generan estrategias y materiales de lectura. Asimismo, afirman Álvarez y Naranjo (2003), la animación se entiende como “una práctica de pedagogía social, dirigida al acercamiento sistemático de las personas a la lectura y la escritura, de forma que desarrollen una apreciación positiva general por éstas y puedan usarlas en sus vidas, para la vida misma” (citados en Higuera, 2016 p. 194). Entonces, en esta cita vemos una definición de animación muy similar a la noción general de promoción que se ha propuesto en este texto.

Es por esta razón que el objetivo de esta propuesta conceptual cartográfica es dilucidar una base conceptual mediante estos ejes temáticos o caminos, considerando que dentro de la misma transversalidad hay elementos que determinan la diferencia de cada concepto. Ya expuesta esta problemática, para poder realizar una oportuna diferenciación, en primer lugar, se hará una caracterización de cada concepto, luego se mencionarán metodologías de cada uno y, por último, se ejemplificará con el propósito de detallar los proyectos que se han llevado a cabo

en Colombia y en otros países. Es importante mencionar que las definiciones encontradas dependen principalmente de la concepción de lectura y de lector, desde el campo de conocimiento del promotor, animador o mediador.

### **3.1 Diferenciación de promoción**

En cuanto al primer concepto, la promoción de lectura no responde a políticas institucionales y estatales ni a proyectos empresariales, como sí sucede con la promoción del libro, práctica que se fundamenta en la comercialización de este. De esta manera, la promoción es una labor social, cuya finalidad es contribuir al beneficio de las comunidades.

Por otro lado, la animación a la lectura se define como

Acciones destinadas a impulsar la participación de las personas en la actividad de la lectura y otras afines a la misma. Se refiere a la práctica de un conjunto de técnicas y estrategias que buscan desarrollar y despertar el interés, la actitud, las habilidades y la motivación de las personas por la lectura, y se entiende como una estrategia de la promoción de la lectura. (Naranjo, 2007, p. 118)

En este sentido, pensamos que la promoción, más que acción, técnica, estrategia y didáctica, es un conjunto de actividades múltiples en las que se piensan y se dan a conocer los proyectos y las acciones, con el propósito de buscar motivaciones, intereses y usos activos de los materiales de lectura.

Ahora bien, para analizar las metodologías que se utilizan en la promoción de lectura, nos remitimos a proyectos relativos a dicha práctica; por lo tanto, se presentarán los elementos metodológicos que se desarrollan en cada uno de estos de manera general. Se pueden clasificar en los siguientes tres componentes:

- **Método crítico-analítico:** consiste principalmente en hacer una caracterización y representación de la lectura. Por ende, se pretende que surjan reflexiones críticas. “Recibiendo en privado, o yendo de paseo, pero sobre todo conversando aparte con cada uno mientras el resto de la clase lee en silencio” (Bamberger, 1975, p. 68). Consideramos que esta metodología de la promoción de lectura apunta hacia el debate y la representación sujeto-texto que surge dentro del diálogo con lo leído.
- **Método recomendativo:** busca lograr interés y motivar al lector por los contenidos de los textos. Temas y contenidos son presentados a los lectores de la obra para, de esta forma, “engolosinar por la lectura”, en una búsqueda de placer por el acto de leer, en la que el lector descubre nuevos mundos.
- **Método positivo-ilustrativo:** se utiliza para que el lector conozca al autor y a la obra por medio de una presentación del contexto sociohistórico al que pertenecen. Para ello, se expone acerca de los temas, el autor, las características, los valores inmersos en la obra, con el propósito de suscitar una invitación al lector y que se efectúe la acción de leer.

Para ejemplificar este concepto explicaremos algunas propuestas de promoción de lectura que se han implementado en algunos países hispanoamericanos, las cuales muestran cómo surgen y se desarrollan estos proyectos.

En *Lectura, biblioteca e inclusión social. Importancia de la promoción de la lectura en comunidades ribereñas en Amazonas, Brasil*, De Souza (2016) señala que

En el año 2006 surgió el proyecto Leer para crecer (LPC), con el objetivo de crear espacios alternativos para el desarrollo de actividades de lectura de incentivos en los barrios de las afueras de la ciudad de Manaus, donde



la gente en su mayoría sufre algún tipo de exclusión social; dicho proyecto se instrumentó, no obstante, surgió la necesidad de hacer algo más por los beneficiarios. (p. 99)

Para enfrentar estas olas de discriminación, siguiendo este mismo fin, surgen más propuestas como el proyecto “Barco Biblioteca” de 2012, que visita a las comunidades cercanas al río Solimões y les lleva el libro para “sembrar la semilla del gusto por la lectura” (De Souza, 2016, p. 100), con el propósito de estimular la actividad de lectura y disminuir la exclusión y el distanciamiento con la cultura escrita. Al mismo tiempo, se busca no quebrar las tradiciones orales correspondientes a las comunidades que residen en estas zonas (De Souza, 2016, p. 100). Así, el acceso al conocimiento se democratiza porque es llevado a todas las comunidades que integran la sociedad, para la transformación, apropiación, comunicación y expresión de las culturas y, por ende, de los sujetos. El proyecto desarrollado en Brasil tiene como propósito viajar por los ríos de la Amazonía “llevando a lugares de difícil acceso actividades de promoción de la lectura, especialmente para los niños, destacando la importancia de los libros en la vida cotidiana y el trabajo, en particular con los temas que realzan la conciencia ambiental» (De Souza, 2016, p. 100).

Estos proyectos de promoción tienen como objetivo aumentar el gusto por la lectura y la escritura como parte de la comunicación, facilitar el acceso al arte de la palabra, y la expresión y recopilación de tradiciones orales de las comunidades a las que se induce la actividad de lectura, con el fin de buscar transformaciones culturales y sociales desde la democratización del libro como parte del conocimiento humano.

Así como la propuesta anterior, *La Tricicloteca* tiene como objetivo la creación de la biblioteca móvil, en la cual se ofrecen libros y revistas a los usuarios de este servicio durante el recorrido. Giordano de Souza (2016) afirma que esta “surge entre los años 2009 y 2011, pensando en la problemática de falta de incentivos

en las comunidades lejanas” [a las ciudades principales] (p. 102) en donde el acceso al libro es más restringido y, por ende, los índices de lectura son bajos y los de analfabetismo, altos.

Igualmente, se evidencia que gracias a la búsqueda de difusión, socialización y motivación en la misión social de estas propuestas de promoción, surgen proyectos como *Jitanjáfora* en Argentina. Esta propuesta nace en la localidad de Mar de Plata, una provincia de Buenos Aires, como una asociación de carácter civil que, mediante las redes sociales, tiene como objetivo favorecer la difusión de las prácticas de lectura y escritura como medio de promoción social. Igualmente, busca fortalecer la formación de mediadores culturales. De este modo, la asociación pretende establecer nexos entre el campo de la investigación y los agentes sociales que se encuentran en los espacios comunitarios. Además, produce y diseña materiales en su plataforma web (tales como folletos o boletines), principalmente como una retroalimentación para los integrantes de la asociación. Estos son materiales de consulta sobre lectura y escritura, enfocados en la literatura como discurso de la imaginación para las personas e instituciones comprometidas con la temática. Finalmente, hay que decir que en esta asociación se organizan cursos, seminarios, ciclos de charlas, jornadas, talleres y sistema de préstamo de libros, con la finalidad de crear espacios de encuentro entre personas e instituciones interesadas en investigaciones sobre la valorización del lenguaje como bien simbólico.

Asimismo, en Colombia, Uribe *et al.* (2008) ejecutaron un proyecto llamado *De leer, un viaje por la promoción de la lectura*, como resultado de una investigación aplicada, en la que usaron medios como la radio cultural y educativa, con apoyo de la Escuela Interamericana de Bibliotecología, la Emisora Cultural y la Dirección de Regionalización de la Universidad de Antioquia. Allí se habla de temas referidos a la lectura, al lector, las bibliotecas y, principalmente, a la promoción de la lectura. Este proyecto está dirigido a los actores participantes en la formación social de quienes

leen, es decir, a los padres de familia, maestros, bibliotecarios y otros trabajadores culturales presentes en Antioquia. Desde un principio el objetivo fue trabajar por el mejoramiento de la calidad educativa del departamento. El artículo categoriza conceptos y cita a otros autores que participaron en el programa en diferentes sesiones. Entre ellos es pertinente mencionar la definición de Didier Álvarez, uno de los coautores en Uribe *et al.* (2008), quien plantea que la promoción de la lectura es una práctica social, educativa, cultural y política, fundamental en la pretensión de expansión del derecho a la lectura y la escritura, así como es esencial en la formación escolar y el servicio bibliotecario. Esta práctica integra diferentes espacios y actores como el hogar, la escuela y la biblioteca, y genera un vínculo en sus propósitos de transformación de las representaciones y prácticas sociales de la lectura y la escritura.

De igual modo, Giraldo y Álvarez (2009), en el trabajo llamado *Propuesta de un observatorio para la promoción de la lectura en Colombia* presentan las fases de creación de un observatorio que analiza, sigue y evalúa el impacto de distintas estrategias de promoción, y revisa las prácticas y representaciones de estas estrategias en la vida social y cultural. Plantean este ejercicio como un escenario de reflexión, acción y construcción colectiva de conocimiento sobre la promoción y la vida ciudadana. Se trata pues de una herramienta para la generación, recolección y difusión de información de iniciativas de promoción de las bibliotecas y del libro, con el fin de facilitar procesos de seguimiento, evaluación y monitoreo de la promoción en el ámbito nacional y regional. En este sentido, dicho laboratorio menciona algunos referentes y antecedentes importantes en el mundo y en Colombia.

En un plano más moderno, en la ciudad de Cali se implementaron unas prácticas de promoción de literatura infantil a través de las redes sociales por una niña *booktuber*, cuya página es *AventurArte con Manu* (López y Franco, 2021). Para este trabajo se usó como metodología la sistematización de experiencias que, desde la

práctica del relato de sus participantes, produjo un diálogo entre ellos con la perspectiva teórica de los nuevos estudios de literacidad. Es importante mencionar que las prácticas de la *booktuber* muestran el potencial de los medios digitales para la animación y la promoción de la lectura; en este caso integrando actores como la familia, las bibliotecas públicas y otros escenarios locales con canales de difusión masiva y de interacción en línea.

Por otro lado, hablando de un ámbito escolar, Dueñas (2019) presentó como hipótesis un ambiente caracterizado por un lugar físico dotado de libros y manejo de textos cercanos a las vivencias diarias de los estudiantes. En esta experiencia pedagógica, ella obtuvo como resultado un aula llena de libros, que logró despertar una cultura lectora en los estudiantes. Después de reconocer el libro como objeto de entretenimiento, los estudiantes poseían un mayor conocimiento de diversos autores y obras literarias.

Ahora bien, con el aporte significativo que ha traído el acceso a Internet, es crucial mencionar algunas organizaciones que se encuentran en plataformas web y que trabajan como asociaciones diseñadoras de metodologías para la promoción. Igualmente, en estas hay propuestas de animación y fomento porque tienen como propósito comunicar, brindar información y proporcionar material a todos los sujetos e incluso a otras instituciones que investigan prácticas sociales usando los medios de comunicación como Internet.

En primer lugar, encontramos *Amigos del Libro* que, como su nombre lo dice, es una asociación española de personas familiarizadas con el libro infantil y juvenil. Allí se recoge un catálogo de tres boletines o revistas con una misma finalidad: la promoción de la lectura y la literatura infantil y juvenil.

En segundo lugar, Center for the Book, Library of Congress, que es un centro para los libros fundado en el año 1977 en Estados

Unidos, en donde se utilizan los recursos y el prestigio de la Biblioteca del Congreso para promover libros, lectura, bibliotecas y literatura; además, en este sitio se puede encontrar información sobre proyectos de promoción de la lectura, entre otros recursos.

En tercer lugar, CERLALC, creado en 1971 a través del Acuerdo de Cooperación Internacional entre Colombia y la UNESCO, al cual se han adherido países como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, y Venezuela. En este centro regional se trabaja en la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras en Iberoamérica (Mantilla, 2007, p. 8)

En cuarto lugar, *Chicos y escritores*, una página dirigida a niños hispanoparlantes con el propósito de ofrecer un espacio para que estos escriban textos, compartan sus escrituras con otros niños y aporten ideas a un autor, entre otras actividades.

En quinto lugar, *Chile Lee*, boletín electrónico que permite adquirir información y actualizaciones sobre el acontecer literario en Chile, y los proyectos que se realizan para el fomento de lectura.

En sexto lugar, la *Fundación Alonso Quijano*, una institución privada española e independiente, sin ánimo de lucro, que nace con la intención de contribuir al desarrollo integral del ser humano mediante la promoción de iniciativas culturales y educativas, especialmente de aquellas orientadas al fomento de la lectura.

Y en séptimo lugar, *Leer es mi cuento*, proyecto nacional que surge ante la problemática de los bajos porcentajes de lectores, derivada principalmente del reducido acceso a libros y bibliotecas en Colombia. En este, los ministerios de Educación y de Cultura crearon en el 2004 el Plan Nacional de Lectura y Escritura (PNLE)

con el propósito de incrementar la cifra de lectores, el número de lecturas y su calidad. De modo que, teniendo en cuenta que leer es el vehículo que dirige a los estudiantes al progreso personal y a la calidad de vida de todos, este se constituye en una herramienta para la equidad. Este Plan está destinado a todas las edades, tanto para niños, jóvenes y adultos, y pretende que la lectura se convierta en un ejercicio cotidiano, que abra espacios de disfrute para la población colombiana, y al mismo tiempo es una vía para lograr mejores oportunidades en los ámbitos económico, social y cultural.

### **3.2 Diferenciación de animación**

La animación es la puesta en práctica de la promoción, debido a que está fundamentada en la creación de materiales de lectura y es la parte funcional de la pedagogía de la PAM.

Como se mencionó, la finalidad de esta propuesta es establecer las diferencias entre los conceptos que conforman la PAM, teniendo en cuenta, como lo afirman Cerrillo *et al.* (2002), que los conceptos de promoción, animación y mediación se confunden y en ocasiones se malinterpretan. En ese sentido, la connotación de cada concepto difiere y aunque se entretujan los conceptos, cada uno en sí mismo, como lo hemos venido desarrollando en esta cartografía conceptual, alude a una definición distinta.

“La promoción es algo más amplio que está muy relacionado con las políticas culturales de las colectividades de que, en cada caso, se trate” (Cerrillo *et al.*, 2002, p. 81). La promoción se define como la acción macro, porque es el proyecto, la “política” que tiene como objetivo democratizar y hacer accesible el arte de la palabra a todo ente social. Es así como el libro, la lectura y la escritura hacen parte de la formación de los sujetos y las comunidades a través de la puesta en marcha de acciones sociales tanto de instituciones

como de investigadores, que ahondan en la creación y desarrollo de estas prácticas.

En cambio, la animación se define como las técnicas, las estrategias que activan a los lectores. Se considera que esta práctica es el dinamismo de la promoción de lectura, por cuanto busca atrapar y generar (mediante las metodologías empleadas en la promoción) el placer, el gusto y el despertar del lector. Igualmente, se resalta que la animación tiene como objetivo formar lectores autónomos, por medio de la generación de acciones que crean vínculos entre los materiales de lectura, los sujetos y las comunidades, y reflejan sensibilidad por la actividad de lectura y escritura. De esta forma, se intenta hacer del acto de leer algo placentero, ameno, transformador de la conciencia que se tiene sobre el libro.

La diferencia entre los conceptos de promoción y animación reside en que la primera se podría definir como “una multiplicidad de acciones, en comunidades, países, instituciones, e individuos que contribuyen para formar sociedades lectoras”, mientras que la animación se define como “una acción que se dirige al público para vincular el material de lectura, el individuo y la comunidad” (Yepes, 2005, p. 32).

Sin embargo, la animación no debe ser vista únicamente como una lúdica, sino más bien como una formación y un despertar del gusto por la lectura. Se debe tener cuidado de no caer en los riesgos que conlleva este proceso y olvidar su verdadero enfoque. Así como lo afirman Cerrillo y Yubero (2007), los riesgos de la animación podrían ser muchos, entre ellos: confundir la animación con actividades que giren en torno al libro, usar fragmentos de obras para realizar las animaciones, transformar la animación en una clase más, pedir a los niños que realicen un trabajo sobre ese libro y, por último, seleccionar los libros en función de la subjetividad del docente o desde el punto de vista comercial.

Como lo señalamos previamente, este eje temático versa sobre los elementos que se emplean para desarrollar la práctica de la lectura. En cuanto a las diferentes metodologías que se pueden utilizar, consideramos que son elementos que funcionan principalmente como estrategias didácticas. Entre ellas, están las siguientes: generación de actividades libres, gratuitas y continuas; pertinencia de los libros: selección adecuada del material de lectura según las edades y la calidad literaria; comunicación con los otros: actividades de lectura y escritura proyectadas desde lo individual (lectura del silencio) y hacia lo social (lectura en voz alta).

### 3.3 Diferenciación de mediación

Para hablar de las características principales de la mediación es clave mencionar que Ramos (2013), en su propuesta *Estrategias para alcanzar nuevos lectores*, afirma que para llegar a ser un excelente mediador, la persona debe ser un lector permanente, conocer al grupo o al individuo que se quiere encantar, motivar a que utilice su creatividad, asumir el compromiso con entusiasmo, buscar información actualizada y, además, tener una actitud literaria, psicológica y didáctica. En dicho trabajo, el mismo autor afirma que la mediación empieza desde el vientre, cuando la madre espera a su hijo, leyéndole en voz alta: “el oído es el primer órgano de los sentidos que se desarrolla en el bebé a partir del cuarto mes de gestación, de tal manera que las informaciones sonoras ya son accesibles a su aparato auditivo” (Ramos, 2013, p. 8).

Al respecto, podemos decir que los mediadores de lectura pueden ser, en el hogar: padre, madre, abuelos, tíos, hermanos, primos; y en un ámbito escolar: profesores, bibliotecarios, editores, ilustradores o cualquier compañero del niño, joven, adulto que lo invite a leer y le muestre un camino viable para que esta actividad se vuelva repetitiva autónomamente.



Por consiguiente, aunque cualquier persona puede llegar a desempeñar este papel de mediador, cabe destacar que es importante que se tengan unos objetivos para llevar a cabo con éxito dicha tarea, como lo propone Jiménez (2012), quien hace una lista de objetivos que cualquier mediador de lectura debería tener en cuenta para desempeñar satisfactoriamente su labor:

- Desarrollar la imaginación y la creatividad.
- Crear un clima positivo, ameno, lúdico y favorable hacia la lectura, fomentando el interés hacia ella y los libros.
- Hacer que se tome conciencia de la importancia de los libros como fuente de entretenimiento y de información.
- Mejorar los hábitos lectores, la calidad y la comprensión lectora.
- Ampliar sus horizontes culturales.
- Desarrollar su capacidad creativa y recreativa a partir de la lectura.
- Experimentar el juego como herramienta de aprendizaje.
- Enseñar a valorar, respetar y cuidar el material bibliográfico de la biblioteca.
- Acercar e implicar al personal bibliotecario y a las familias.
- Desarrollar la capacidad lectora.

- Aumentar el universo léxico y adquirir mayor competencia lingüística y comunicativa.
- Utilizar el diálogo, la puesta en común.
- Ejercitar el pensamiento, formar lectores críticos que reflexionen sobre los valores y actitudes que transmiten los libros.
- Desarrollar la capacidad de escuchar, comprender y retener un mensaje o texto oral o escrito. (p. 67)

Aunque Jiménez (2012) enumera estos objetivos como lineamientos, el mediador se debe enfocar principalmente en la creatividad y la libertad que el lector debe tener a la hora de seleccionar los libros, según sus gustos e intereses. Sin embargo, en la *Guía de mediación lectora* del Ministerio de Educación de Ecuador (2019), se puede encontrar que sus autores establecen tres fases que se deben seguir en la tarea de mediación: *un antes*, como primera fase con un establecimiento del propósito de lectura, una formulación de predicciones, una activación de los conocimientos previos relativos al tema, y un reconocimiento de vocabulario. *Un durante*, como segunda fase donde se haga una audición de lectura, lectura en voz alta, lectura compartida, lectura comentada, lectura en parejas y lectura independiente o individual. Y como última fase *un después*, donde se dé una comprensión global y específica de fragmentos o del tema del texto, una recapitulación; una formulación de opiniones, una expresión de experiencias y emociones personales; una aplicación de las ideas leídas en la vida cotidiana y, finalmente, una construcción de textos.

Por lo tanto, se puede ver que estas fases, a su vez, involucran varios pasos que construyen un proceso y que imposibilitan una libertad en el mediador como lo propone Jiménez (2012). Aunque si bien

los pasos pueden traer un orden y una ayuda para el mediador, nosotros concordamos con Jiménez en que la mediación debe ser un ejercicio creativo, donde el mediador piense y actúe según sus instintos, siguiendo una didáctica libre.

Por último, es conveniente anotar que las habilidades de comunicación, lectura y escritura forjan, a su turno, la oralidad y la escucha, lo cual indica que desempeñan un papel político importante en la construcción de la sociedad. Cuando estas habilidades se desarrollan apropiadamente en los ciudadanos, se edifica en el discurso propio de cada uno y se aporta en el pensamiento crítico, participativo y democratizado.

Por lo tanto, el libro es un elemento significativamente transformador, que puede dar herramientas de análisis para distintos asuntos. Por esta razón, se debe valorar la importancia del mediador. Que a una persona no le guste leer, no significa que haya nacido con este criterio; así que no se le puede simplemente culpar. El problema radica en que él o ella no ha contado con una figura mediadora que de forma oportuna le apoye en este proceso; por lo tanto, creemos que sin un mediador no hay formación de lectores.

Este es el pilar importante que nos permite llevar a cabo la mediación, es la persona que conoce textos literarios en profundidad y cumple con el propósito de animar a otras personas a que conozcan el valor de la palabra y se sumerjan en la infinidad de universos que se encuentran dentro de los libros. Es quien imparte conocimientos y ayuda a la formación de lectores críticos que sean capaces de leer, interpretar, deducir y explicar el texto que deseen, puesto que el mismo disfrute los lleva a querer ahondar más en esta tarea de lectura. Sin la aptitud propositiva del mediador, resulta ilógico que exista promoción, animación y mediación, porque son tres elementos que trabajan mutuamente.

## 4. Conclusiones

La cartografía conceptual de la PAM que se presentó, es una metodología que funciona como una apuesta por la construcción de las definiciones de cada una de estas prácticas. Se parte de la problemática según la cual tanto la promoción, la animación, como la mediación de lectura, al estar sujetas al campo de la “praxis” social, tienen diversas nociones conceptuales. Sin embargo, las investigaciones recientes dilucidan la distinción entre cada concepto, pues es evidente que las definiciones se entretajan, pero se diferencian.

A partir de esto, se presentan tres ejes temáticos –noción, categorización y diferenciación–, considerando que estos son los ejes centrales dentro de los cuales hallamos el fundamento de cada concepto.

El primer eje temático de esta cartografía es la noción, en la cual se encuentran las ideas generales de cada una de las definiciones de los conceptos de la PAM.

El segundo eje es la categorización, aquí se da una mirada exploratoria desde cada uno de los campos de estudio que han definido estos conceptos como lo son la bibliotecología, la sociología, la política, la pedagogía y la literatura.

El tercer eje temático es la diferenciación, en donde a partir de analizar las nociones y categorizar las definiciones, se construyen las características desde las cuales pensamos cómo se identifica cada concepto, además del factor de diferencia de cada uno.

Finalmente, consideramos que dentro de los conceptos de la PAM hay algunos conceptos cercanos como el de fomento a la lectura, que decidimos no abordar, ya que podría englobar de forma general todas estas prácticas, pero solo está sujeto a lo institucional y a lo comercial. Estos conceptos giran en torno a ella, pero no

forman parte de esta, porque, como vimos en este estudio, las bases conceptuales nos muestran de forma clara cómo se puede estructurar la PAM.

## Referencias

- Álvarez-Zapata, D. (Sep. de 2020). *Leer la PAM (promoción, animación y mediación lectora en clave pedagógica; bases tendencias y encrucijadas)*. Facebook. <https://www.facebook.com/maliteuptc/videos/636011867301527/>
- Álvarez-Zapata, D. y Castrillón, S. (2009). De la mediación de la lectura o de cómo «ir más allá». En I. Miret y C. Armendano (eds.), *Lectura y bibliotecas escolares* (pp. 83-92). OEI y Fundación Santillana.
- Bamberger, R. (1975). *La promoción de lectura*. Ediciones de Promoción Cultural y Editorial de la Unesco.
- Baró, M., Mañà, T., Barrios, M. y Baena, J. (Mayo-junio de 2012). Promoción de la lectura en las bibliotecas públicas de Cataluña: evaluación y resultados. *El Profesional de la Información*, 21(3), 277-281.
- Calvo, B. (1999). *Animación a la lectura*. *Educación y Biblioteca*, 11(100), 5-7.
- Cárdenas, C. y Rodríguez, L. (2008). Aspectos teóricos conceptuales dirigidos a la promoción de la lectura en niños y jóvenes. *Ciencias de la Información*, 39(2), 3-14.

- Cerrillo, P. (2004). Promoción y animación a la lectura: la importancia del mediador. En E. López Encabo (coord.), *Didáctica de la literatura. El cuento, la dramatización y la animación a la lectura* (pp. 247-259). Octaedro.
- Cerrillo, P., Larragaña, E. y Yubero, S. (2002). *Libros, lectores y mediadores. La formación de los hábitos lectores como proceso de aprendizaje*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Cerrillo, P. y Yubero, S. (Coord.) (2007). *La formación de mediadores para la promoción de la lectura: contenidos de referencia del Máster de Promoción de la Lectura y Literatura Infantil*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- De Souza, G. (2016). Lectura, biblioteca e inclusión social: importancia de la promoción de la lectura en comunidades ribereñas en Amazonas, Brasil. *Información, Cultura y Sociedad*, (34), 93-106.
- Dueñas, C. (2019). *Una experiencia de promoción de la lectura literaria en el grado noveno de la Institución Educativa Técnica Rafael Uribe de Toca*. [Tesis de Maestría en Literatura, UPTC] Repositorio UPTC.
- Duque, P., Vallejo, S. y Rodríguez, J. (2013). Prácticas pedagógicas y su relación con el rendimiento académico. [Tesis de Maestría en Desarrollo Humano, Universidad de Manizales]. Repositorio digital CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20140805022434/paulaandreaduque>
- Giraldo, Y. y Álvarez, D. (2009). Propuesta de un Observatorio para la Promoción de la Lectura en Colombia. Universidad de Antioquia, Medellín. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 32(2), 287-309. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179016347010>

- Higuera, G. (Ene.-jun. de 2016). De la estética de la recepción a la animación a la lectura: consideraciones teóricas para una propuesta de animación de la lectura literaria en espacios no convencionales. *La Palabra*, (28), 187-199. <http://dx.doi.org/10.19053/01218530.4815>
- Larrosa, J. (2006). Leyendo en Babel. Lectura, educación y ciudad. En J. Larrosa, L. Fernández, H. Delgado, F. Van der Huck, F., S. Castrillón, A. Rodríguez y T. Oviedo (eds.) *Leer (enseñar a leer) entre lenguas 20 fragmentos (y muchas preguntas) sobre lectura y pluralidad* (pp. 9-32). Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad de Cali.
- López, K. y Franco, F. (2021). Promoción de literatura infantil en línea: prácticas de una niña booktuber. *Ocnos*, 20(1), 50-64. [https://doi.org/10.18239/ocnos\\_2021.20.1.2437](https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2437)
- Jiménez, L. (2012). La animación a la lectura en las bibliotecas La construcción de un camino hacia la lectura. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 27(103), 59-78.
- Mantilla, S. (2007). *La promoción de lectura: estrategia para la paz y la convivencia*. Corporación Cultural Biblioteca Pública de Cúcuta.
- Ministerio de Educación de Ecuador. (2019). *Guía de mediación lectora*. <https://educacion.gob.ec/>
- Ministerio de Educación Nacional MEN y Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y Caribe CERLALC. (2014). *Componente de formación a mediadores. Documento de lineamientos conceptuales, metodológicos y operativos*. Colombia Aprende. [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/micrositios/1752/articles-344155\\_recurso\\_1.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/micrositios/1752/articles-344155_recurso_1.pdf)

- Miret, I. y Armendano, C. (2009). *Lectura y bibliotecas escolares*. Fundación Santillana.
- Morales, O. Rincón, A. y Tona, J. (Ene.-dic., 2005). Consideraciones pedagógicas para la promoción de la lectura dentro y fuera de la escuela. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (10), 195-218.
- Morales, O., Rincón, A. y Tona, J. (2006). La promoción de la lectura en contextos no escolares y sus implicaciones pedagógicas: estudio exploratorio en Mérida, Venezuela. *Educere*, 10(33), 283-292. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35603312>
- Moretti, F. (Jun. de 2004). *Gráficos, mapas, árboles. Modelos abstractos para la historia literaria II*. New Left Review. <https://newleftreview.es/issues/26/articles/franco-moretti-graficos-mapas-arboles-2.pdf>
- Naranjo, E. (2007). ¿Debe tener bases pedagógicas el bibliotecólogo dedicado a la promoción de lectura? *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 28(1), 113-145. <http://eprints.rclis.org/archive/00008913/>
- Poslianec, C. (1999). Les animations lecture: rôle et efficacité. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 44(3), 1-5. <http://bbf.enssib.fr/consulter/06-poslianec.pdf>
- Ramos, E. (2009). Plan de fomento de la lectura en Chile: un proceso de construcción participativa. *Revista Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (45), 1-57. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3048922>



- Ramos, E. (2013). Estrategias para alcanzar nuevos lectores. *Revista Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (80), 1-39.
- Requena, M. (2020). *La cartografía conceptual: fundamentos, características y aportes*. Research Gate. [https://www.researchgate.net/publication/344306033\\_La\\_cartografia\\_conceptual\\_Fundamentos\\_y\\_caracteristicas](https://www.researchgate.net/publication/344306033_La_cartografia_conceptual_Fundamentos_y_caracteristicas)
- Riveros, J., Salamanca, O., Moreno, P., García, A., Urbina, D. y Lancharos, E. (2011). La lectura y la función social de la biblioteca pública. En M. Montoya Castillo (ed.), *Giros de palabra, lectura y escritura en BiblioRed* (pp. 175-234). Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Salas, C. (Junio de 2010). El rol del Estado en el fomento del libro y la lectura. *Bibliotecología y Gestión de Información*, (58), 1-57.
- Sánchez, L. (23 de abril del 2018). *Mediadores de lectura: los protagonistas secretos de la transformación lectora que vive Colombia*. Razón Publica para saber lo que pasa en Colombia. <https://razonpublica.com/mediadores-de-lectura-los-protagonistas-secretos-de-la-transformacion-lectora-que-vive-colombia/>
- Sánchez, M. (2014). *El Atajo*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://es.scribd.com/document/410494749/El-Atajo-Mery-Yolanda-Sanchez>
- Tobón; S., Martínez, J., Valdez, G. y Quiriz, T. (2018). Prácticas pedagógicas: análisis mediante la cartografía conceptual. *Espacios*, 39(56), 31-47.

Uribe, A., Álvarez, D. y Jaramillo, J. (2008). De leer, serie radial sobre la promoción de la lectura. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 31(1), 67-83.

Yepes, L. (1997). *La promoción de la lectura: concepto, materiales y autores*. (1.a ed.). Comfenalco.

Yepes, L. (2001) *La promoción de la lectura: concepto, materiales y autores*. (2.a ed.). Comfenalco.

Yepes, L. (2005). *No soy un gángster, soy un promotor de lectura y otros textos*. Comfenalco.