

Elementos del taller de lectura, promoción y promotor de lectura

Dice Steiner (2007) que:

"El encuentro con el libro, como con el hombre o la mujer que va a cambiar nuestra vida, a menudo en un instante de reconocimiento del que no tenemos conciencia, puede ser puro azar [...] un libro auténtico nunca es impaciente. Puede aguardar siglos para despertar en sus lectores un eco vivificador".

Y es precisamente con esta idea del azar con la que en los talleres de lectura se propicia el encuentro significativo entre libros y lectores.

Todos los días de nuestra vida ejercemos el acto de leer. Si consideramos que leer es reconocer e interpretar signos de diversa índole, nuestros sentidos están leyendo permanentemente al interpretar lo que percibimos. Vemos el cielo y podemos reconocer si el día será cálido o lluvioso, si es de día o de noche, etc.; vemos las flores en la primavera o los árboles sin hojas en el invierno e interpretamos la época del año; oímos un instrumento musical y distinguimos su sonido; percibimos con el olfato y el gusto tipos de comida y podemos apreciar condimentos que nos son conocidos; en fin, nuestro entorno se convierte en una permanente invitación a descifrar de símbolos, ante lo cual podemos concluir que siempre leemos, aunque diversos lenguajes.

Sin embargo, la lectura de textos exige de habilidades y disposición, a diferencia de esa lectura que realizamos día a día. De ello dependen los diferentes significados que cada lector realiza; es decir, están determinados por el contexto y circunstancias del lector. La comprensión del texto está determinada por el nivel emocional y el nivel intelectual (Garrido, 1999), y tiene sus traspies cuando los textos son complicados, al no entender términos o palabras, cuando el tema no nos es atractivo o tenemos una resistencia a abordarlo, o cuando el contexto cultural del texto nos es ajeno (Garrido, 2005). Sin resolver estos inconvenientes será muy difícil que la lectura se integre a nuestros hábitos.

La escritura, a su vez, permite la trascendencia de nuestras experiencias y debe practicarse permanentemente. Un ejercicio que vale la pena experimentar, por ejemplo, es organizar nuestra experiencia lectora a través del discurso escrito y plasmar los encuentros trascendentales que hemos tenido con los textos (Diez, 2013); es decir, escribir sobre lo que leemos, sobre lo que nos hace pensar, lo que nos hace imaginar, qué emociones nos produce, etc. La lectura y la escritura nos facultan para apropiarnos del lenguaje y ello será un estímulo para continuar realizando el acto lector.

El taller de lectura es idóneo para promover la lectura. No es el único medio, pero sí el que ha mostrado efectividad para llenar de estímulos el acto lector, para crear un espacio de convivencia donde, con el acompañamiento necesario, se intercambien ideas con personas de variados intereses, se compartan visiones sobre libros y autores; es decir, se fomente la socialización del acto y la experiencia lectora.

Taller de lectura es el medio adecuado para la puesta en práctica de una enseñanza más dinámica y creativa de la lengua, un lugar para la heurística, para la creación conjunta de nuevos contenidos, en el caso de la escritura, de nuevas redacciones, nuevos textos, nuevas manifestaciones literarias: poesías, relatos, obras de teatro; un lugar en el cual es posible compartir y mejorar dicha destreza con la ayuda de un guía, pero a la vez con las aportaciones y enriquecimiento de lo expuesto por los compañeros. (López Valero, 2011, p. 624)

Elementos de un taller de lectura

La metodología empleada en los talleres de lectura varía de acuerdo al contexto y al público al que se enfoca. No obstante, existen características comunes en las propuestas y experiencias. Para un taller de lectura se requiere:

- a) Contar con un espacio cómodo, iluminado, silencioso y relajado.
- b) Establecer desde el inicio un vínculo de comunicación fluido; es decir, romper el hielo con los integrantes.
- c) Realizar estrategias que permitan un conocimiento profundo sobre sus gustos y aficiones.
- d) Integrar una gran variedad de textos para que estén disponibles y se tenga a la mano lecturas para ser leídas en cualquier momento y circunstancia.
- e) Preparar una serie de estrategias y dinámicas que giren en torno a los textos con el fin de hacer las lecturas más entretenidas y comprensibles.
- f) Utilizar la lectura en voz alta como herramienta indispensable para el contagio de las emociones que provocan los textos.
- g) Establecer desde un primer momento las características del taller, resaltando que su operación es gratuita y voluntaria.
- h) Establecer que todas las actividades y lecturas que se realicen, carecen de acciones que demanden un trabajo obligatorio. En los talleres de lectura no debe existir la palabra imposición.
- i) Pugnar por la realización de diversos tipos de tareas, para que se promueva la participación activa de los integrantes del grupo.
- j) Intentar siempre leer libros, no fotocopias, nunca resúmenes.
- k) Alentar la discusión de las lecturas y fomentar la capacidad de elección de temas y autores, respetando la decisión de cada integrante.
- l) Al finalizar el taller, realizar una evaluación del cumplimiento de los objetivos, cuáles fueron las lecturas que más interesaron, cuáles fueron los obstáculos que se presentaron, además de valorar si cambió la percepción del grupo sobre lo que es leer.

Promoción de la lectura

La promoción de la lectura no sólo se hace en los talleres de lectura. También se ejerce con la realización de otras actividades, todas relacionadas con el libro y el acto de leer; son acciones que permiten que los libros sean acercados a los lectores de una manera en que se perciba a la acción lectora como atrayente o seductora. De acuerdo a Álvarez (2008):

"La promoción de la lectura es una acción o conjunto de acciones sociales intencionadas que buscan generar, acercar, permitir y favorecer una relación de los lectores con las dimensiones culturales de la lectura y la escritura. La promoción de la lectura pretende transformar las comprensiones y prácticas de los sujetos y las comunidades con la lectura y la escritura" (p. 183).

El trabajo en el taller de lectura requiere de un programa flexible que integre variantes tanto en las lecturas como en los materiales que se utilizan. No sólo se deben considerar los textos impresos tradicionales, como los libros o revistas. Los objetos de lectura también pueden ser las canciones, las cartas, los avisos, fotografías, las páginas de internet, los blogs, las redes sociales, todo tiene un valor que, con creatividad e ingenio, se pueden convertir en extraordinarios aliados para la formación de lectores (Diez, 2013). De ahí la importancia de que el promotor de lectura cuente con los conocimientos y las competencias necesarios para fungir como verdadero agente de cambio.

Promotor de la lectura

No es lo mismo ser lector que ser promotor de la lectura. Si bien es cierto que quien quiera dedicarse a promocionar la lectura debe cubrir el requisito básico de contar con experiencia lectora, el lector requiere especializarse en el conocimiento de los fundamentos teóricos y prácticos que le permitan el uso adecuado de las herramientas. En México, la gran mayoría de promotores de lectura realizan esta actividad por gusto y compromiso y su formación es sobre todo empírica. Carecen de los conocimientos profesionales para desempeñarse, ya que en el ámbito educativo no se ofrecen programas de estudio que profesionalicen esta área. La Universidad Veracruzana es pionera, con un programa de posgrado desde 2014: La Especialización en Promoción de la Lectura. Se debe reconocer que en el ámbito docente existen esfuerzos importantes de profesores comprometidos con el tema. Aunque muchas veces su formación teórica no es suficiente para abordar de manera idónea la enseñanza de la práctica lectora.

El promotor de la lectura con su experiencia lectora es capaz de establecer un diálogo enriquecedor sobre las obras leídas. Por ello para transmitir o contagiar la lectura se debe partir de lo que se conoce. Debe ser un entusiasta oficioso de los libros, que además sabe elegir el tipo de obras que puede utilizar, dependiendo del grupo con el que trabaja. El promotor de la lectura promueve también la escritura, realizando ejercicios de crear historias, continuar algún texto, cambiar el final de las historias,

sustituir párrafos, entregar comentarios por escrito, entre otros. Steiner (1997, p. 28) establece que el buen lector siempre tiene un lápiz en la mano, ya que “... leer bien es contestar el texto... es participar en una reciprocidad responsable con el libro... (escribir) es el indicador activo de la corriente discursiva interior –laudatoria, irónica, negativa, potenciadora– que acompaña el proceso de lectura”.

El promotor debe ser partícipe de actividades artísticas en general; debe saber utilizar el cine, el teatro, música, pintura, etc., para conectarlas con los textos literarios y así expandir las posibilidades de apreciación de las lecturas y asimismo de las otras manifestaciones culturales. Debe conocer y distinguir los géneros literarios: ensayos, cuentos, novelas, poesía, ficción, obras científicas, pero además promoverlos desde los distintos formatos y soportes a los que hoy tenemos acceso: libros, revistas científicas, de entretenimiento, cómics, en el formato impreso o en los distintos soportes de lectura electrónicos: en teléfonos celulares, computadoras, tabletas, libros electrónicos, etc., manejando los distintos elementos discursivos en estos dispositivos. De aquí que para el promotor de lectura se requiere la formación y actualización continua en el uso de las nuevas tecnologías. También debe recabar información permanentemente. Buscar textos acorde a las necesidades del grupo y no sólo debe leer los libros; es importante que en cada lectura, tome notas, se haga preguntas, rescate frases subrayando lo que sea importante en el texto; al descubrir el espíritu que envuelve los textos, tendrá la suficiente capacidad para transmitirlo a quienes lo escuchan y entonces provocará placer por lo que se está leyendo.

No debe descartarse la importancia sobre el conocimiento del mundo editorial, ya que muchas veces la edición de una misma obra varía de acuerdo a quien la trabaja, y eso marca la diferencia en contenido. Steiner (1997), en este sentido, considera que un buen lector sabe diferenciar los textos que encuentra en el mercado. Incluso considera que fuera de los circuitos comerciales, existen obras relevantes y que grandes autores no siempre están en los escaparates, los que hoy en día están plagados con material trivial e innecesario.

El promotor de lectura debe trabajar de manera coordinada con los padres de familia, maestros, bibliotecarios, instituciones educativas, pero además con especialistas con otros mediadores, y con escritores, con el fin de crear vínculos de colaboración que le permitan una retroalimentación sobre las actividades que se desarrollan en los distintos grupos de intervención, o bien para el diseño y ejecución de propuestas institucionales de programas de lectura.

Como conclusión podemos decir que los talleres de lectura son espacios donde se utilizan estrategias para propiciar el contagio, la sorpresa, el conocimiento de autores y obras, y el diálogo y debate, todo con la finalidad de incidir en la formación de lectores que desarrollen la pasión por los libros y por el hábito de leer. Si se logra lo anterior, es decir, si se logra incorporar a la vida cotidiana la lectura de textos, podremos formar lectores con las competencias necesarias para concentrarse, comprender, inferir información y realizar análisis críticos. La capacidad de análisis y de creación como proceso, permite integrar el conocimiento adquirido, con lo que se va conformando un nuevo aprendizaje.

Referencias:

- Álvarez, D., Ocampo, Y., Giraldo, N., Guerra, L. M., Melgar, L., & Gómez, M. (2008). *La promoción de la lectura en las bibliotecas públicas de Medellín*. Scielo.org. <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v31n1/v31n1a08.pdf>
- Díez, C. (2013) Yo como lector. En *Jóvenes lectores, caminos de formación*. Ministerio de Educación y Cultura/CERLALC.
- Garrido, F. (1999). *El buen lector se hace, no nace. Reflexiones sobre lectura y formación de lectores*. Ariel.
- Garrido, F. (2005). *La necesidad de entender*. Grupo Editorial Norma.
- López Valero, A. (2011). Talleres de lectura y escritura. En E. Martos y M. Campos. *Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura* (pp. 624-626). RIUL / Santillana.
- Steiner, G. (1997). *Pasión intacta. Ensayos 1978-1995*. Siruela.
- Steiner, G. (2007). *Los logócratas*. Fondo de Cultura Económica.