MODELO DE CAMPAÑA DE LECTURA EN UNA BIBLIOTECA

JAIME LUIS PEÓN PÉREZ

La toma en consideración de la importancia fundamental de la lectura en la sociedad contemporánea sometida al predominio de los medios audiovisuales como fuente primordial y frecuentemente única de información unida a las nuevas valoraciones del concepto de cultura y su consiguiente proceso de democratización en contraposición al eruditismo elitista, ha traído consigo que desde los organismos públicos o incluso desde instituciones privadas se planifiquen y desarrollen campañas en favor del libro y la lectura dirigidas especialmente hacia el público infantil en el entendimiento de que un buen lector se construye desde la infancia y de lo fundamental de la profundización del hábito lector desde su inicio.

Las teorías biblioteconómicas dan asimismo una gran importancia a la animación y fomento de la lectura infantiles. Los centros bibliotecarios en la actualidad han ido abandonando paulatinamente su papel de centros exclusivamente de conservación de colecciones bibliográficas relevantes y de acceso restringido, para, sin que ello suponga en modo alguno la dejación de sus funciones conservadoras del patrimonio, transformarse en centros de información y lectura pública, buscando no sólo la conservación de sus fondos, sino también su gestión y difusión, como servicio público, a todos los ciudadanos a través de los servicios de información y referencia.

A partir de estas concepciones, las bibliotecas toman un papel activo en la información y promoción de sus servicios y realizan políticas de atracción de usuarios. La tipología y características de las actividades de extensión bibliotecaria son muy variadas, pero quizás las más importantes de ellas sean las destinadas a la atracción hacia las bibliotecas del público infantil.

Dentro de ellas se podría distinguir entre las que se practican de una

forma continuada dentro del normal desenvolvimiento de las secciones infantiles de una biblioteca y con una periodicidad regular y frecuente, como pueden ser las lecturas comentadas, la hora del cuento, los clubes de lectores, etc., y de otro lado están las actividades de mayor envergadura que en torno a un objetivo o para un fin concreto trascienden el desarrollo del servicio bibliotecario habitual y movilizan durante un período de tiempo determinado, de actividad muy intensa a los usuarios reales del Centro y buscan especialmente captar a los potenciales, es lo que conocemos genéricamente bajo el nombre de Campaña.

Toda campaña, toda preparación de una actividad, exige previamente una planificación, esto es, la delimitación de las intenciones, el tiempo y los objetivos de lo que se pretende realizar ya que, fundametalmente, planificar es optar entre posibilidades; es el medio de alcanzar unos objetivos que han sido elegidos como idóneos entre una serie de posibles alternativas.

Por ello, en toda planificación existen una serie de fases sucesivas y conectadas entre sí:

a) El análisis previo de las condiciones y la determinación de la situación de partida.
b) La fijación de los objetivos que se pretenden lograr.
c) El estudio de los recursos y medios de que se dispone.
d) La disposición de los medios para llevar a cabo lo planificado de la forma más adecuada.

Junto con ello para un centro bibliotecario la planificación de una campaña debe partir además de tres premisas concretas:

a) El alcance, función, fines y objetivos de la Biblioteca.
b) La situación del equipamiento y medios con que la Biblioteca cuenta respecto del grupo de usuarios reales o potenciales a quien la Campaña va dirigida.
c) La utilización de los medios personales y normas profesionales adecuadas.

Partiendo de todo ello, la Biblioteca Pública del Estado de Santander se planteó en 1987 el desarrollo de campañas de animación a la lectura dedicadas al público infantil.

La situación de la que se partía era la de una biblioteca de importancia por su volumen y fondos, pero con instalaciones anticuadas e inadecuadas y con una dinámica de funcionamiento en la que la atención que se prestaba al público infantil era claramente deficiente.

De hecho en la concepción original de la biblitoteca no se preveían servicios de préstamo para adultos ni sección infantil, solamente tras veinte años de funcionamiento se procedió a la creación de esos servicios, pero por los imperativos de falta de espacio, al no haber sido previstos se crearon conjuntamente, esto es, compartiendo la Sección de préstamo de libros para adultos la misma dependencia que la sección infantil, sin separación física alguna y atendiéndose al mismo tiempo a los usuarios de ambas.

El resultado eran unos servicios infantiles muy deficientes, escasos de

espacios y de libros y que no podían ser atendidos adecuadamente al tener que atenderse en paralelo y al mismo tiempo a los usuarios adultos de la Sección de préstamo.

La lógica consecuencia de todo ello era una asistencia muy escasa y un desconocimiento generalizado de la biblioteca entre el público infantil.

Por ello y pese a toda la metodología anteriormente enunciada, a la hora de poner en marcha las campañas y por el propio imperativo de la situación y de los medios, el voluntarismo de la necesidad del desarrollo de la actividad fue sobreponiéndose a todas las dificultades ante las que una planificación metodológicamente rigurosa habría sucumbido.

La situación de partida era estimulante: se trataba de organizar una campaña de animación a la lectura en una biblioteca que no tenía espacio para hacerla, no tenía dinero para costearla y no había tampoco personal para llevarla a cabo.

Los medios económicos tras una serie de gestiones que supusieron un curso acelerado de teoría y práctica administrativa al mas alto nivel, acabaron apareciendo.

El espacio se creó a partir de cerrar al público la Sala de Lectura de la Biblioteca: esto es, cada vez que se desarrollaba una de las jornadas, todo el mobiliario se apartaba y apilaba en un extremo y tras la sesión volvía a colocarse en su sitio.

En cuanto a los encargados de la realización práctica de las jornadas de animación se contactó y contrató al colectivo Socios Organizados Para la Animación (SOPA), grupo proveniente de la Escuela del Profesorado de EGB y que pese a no tener experiencia previa en el terreno concreto de animación a la lectura aportaba dosis de ilusión y entusiasmo capaces de animar cualquier cosa susceptible de dejarse un poquito.

Contando ya con medios, espacio y grupo de animación, la aplicación pasaba ahora por fijar la periodicidad, calendario y contenido de cada una de las sesiones de las jornadas de animación.

La elección de las fechas de realización vino condicionada por la necesidad de disponer únicamente del espacio de la Sala de Lectura en horario de mañana; por ello, contando con la ausencia de clases y actividades escolares durante el verano y teniendo en cuenta que en una ciudad de las características de Santander es precisamente esa la época de mayor animación, se programó una campaña dilatada en la duración, con un día fijo de actividad a la semana, así se diseñó un modelo de actividad que incluía los 8 jueves correspondientes a los meses de julio y agosto.

No fue necesario un derroche de imaginación para llamarla «Los Jueves de la Biblio».

En cuanto a la programación del contenido, y remitiéndome a lo dicho anteriormente sobre la necesidad de tener en cuenta en la planificación de actividades en los Centros bibliotecarios, las normas y criterios profesionales más adecuados, uno de los objetivos más claramente sentidos era el de definir y asegurar el carácter específicamente bibliotecario de la actividad.

Esto es, evitar que la realización de las actividades se convirtiera en una mera escenificación, en una actividad genérica de animación cultural que cualquier grupo o colectivo pudiera sentirse inclinado a desarrollar en cualquier marco que nada tuviera que ver con las bibliotecas.

Para evitarlo, cada «Jueves de la Biblio» se planificaba en y desde la Biblioteca, partiendo de un tema central a desarrollar en cada jornada (Los cuentos, los monstruos, el circo, el hombrecito gris...) y siempre a partir de una selección bibliográfica realizada entre los libros relacionados con el tema existentes en la biblioteca. Luego el grupo de animación desarrollaba una serie de acciones en las que el libro, cada una de las historias de cada libro, eran los protagonistas de las distintas historias que los niños asistentes oían, imaginaban y por último llegaban a interpretar.

El final de la actividad de cada uno de los jueves pasaba por conseguir que cada uno de los participantes hiciera lo que era el objetivo de la campaña: leer.

Para ello, al acabar la sesión se organizaba un cortejo encabezado por los integrantes del grupo de animación, que se dirigía a la Sección Infantil y de Préstamo donde los niños ayudados por SOPA encontraban los libros de los que aquel jueves se les había hablado o cualquier otro por el que pudieran interesarse; pero, eso sí, se procuraba por todos los medios que ninguno se nos escapara sin llevarse algún libro para leer en su casa.

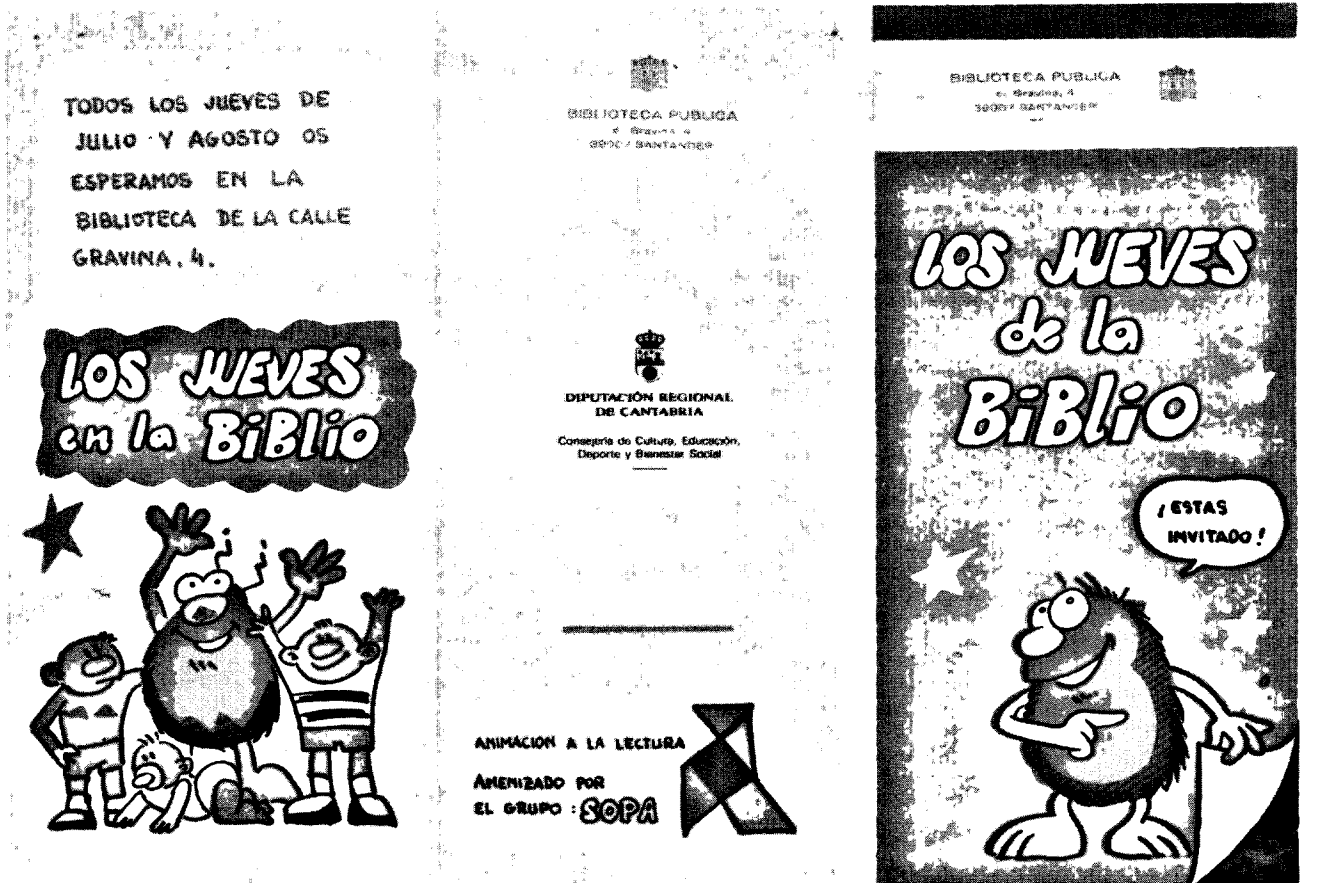
Así concebida la campaña, se diseñaron unos trípticos de propaganda con un diseño desenfadado y monstruo-mascota, y se puso en marcha la campaña, a la que se añadió sobre la marcha la colaboración del dibujante y realizador de programas infantiles de televisión José Ramón Sánchez que amablemente protagonizó de una forma espléndida la última de las sesiones.

El resultado final de la campaña fue satisfactorio, todas las sesiones se desarrollaron adecuadamente y la asistencia infantil, pese a la novedad y escasa repercusión en un primer momento de la campaña, fue aumentando desde los treinta asistentes de los primeros días, hasta superar el centenar en las últimas sesiones. Paralelamente a ello se produjo un aumento considerable del número de socios y de la actividad de la Sección Infantil.

Como resultado la actividad se estabilizó y se consiguió que para el siguiente año, el 88, ya hubiera una consignación presupuestaria específica para realizar de nuevo «Los Jueves de la Biblio».

Se hicieron de nuevo y repitiendo el mismo esquema del año anterior sólo que esta vez y buscando un mayor acercamiento directo hacia el libro se consiguió el disponer de una imprenta de tipos móviles en la que cada jueves y a partir del tema y las historias de cada sesión o incluso de lo que cada niño asistente quisiera aportar, se imprimían, con la colaboración de todos, los libros correspondientes a cada jueves.

El balance final volvió a ser alentador, y admitida y estabilizada la campaña, se planearon los jueves de la biblio del 89, dándose un paso de gigante. Se proyectan, asimismo, unos Encuentros en la Biblio en que por



Tríptico de «Los jueves de la Biblio»

(Interior del tríptico)

la mañana actores y escritores de Libros infantiles se reúnan con los niños para relatarles sus historias y por la tarde lo hagan con los mayores para contarles sus experiencias. Esto es lo que se proyecta, o se dice, pero de lo que salga o pueda pasar, ya se hablará en otro... jueves.