

ISSN: 0718 – 1701



**UTEM**

**Serie Bibliotecología y Gestión de Información N° 37, junio 2008**

**Web, Bibliotecas y Fomento de la Lectura**

**Enrique Ramos Curd**



**D · G · I**

Departamento  
de Gestión de  
Información  
Escuela de  
Bibliotecología

Serie Bibliotecología y Gestión de Información es publicada desde Octubre de 2005 por el Departamento de Gestión de Información de la Universidad Tecnológica Metropolitana. Dr. Hernán Alessandri, 722, 6º piso, Providencia, Santiago, Chile, [www.utem.cl](http://www.utem.cl)

Sus artículos están disponibles en versión electrónica en E-prints in Library and Information Science: <http://eprints.rclis.org> y están indizados e integrados en la base de datos "Fuente Académica" de EBSCO Information Services.

Está registrada en el Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal (LATINDEX)

Sitio Web: <http://www.bibliotecarios.cl/servicios/serie-bibliotecologia-y-gestion-de-informacion/>

### **Dirección Editorial**

- Héctor Gómez Fuentes, Director (s) Departamento de Gestión de la Información
- Carmen Pérez Ormeño, Directora Escuela de Bibliotecología

### **Editor Jefe**

Héctor Gómez Fuentes

### **Consejo Editorial**

Académicos del Departamento de Gestión de Información

- Mariela Ferrada Cubillos
- Cecilia Jaña Monsalve
- Guillermo Toro Araneda
- Alicia Ramírez González

### **Presidenta del Colegio de Bibliotecarios de Chile A. G.**

Paola Roncatti Galdames

### **Representante Legal**

Haydée Gutiérrez Vilches, Rectora (s)

### **Decano Facultad de Administración y Economía**

Enrique Maturana Lizardi

### **Secretaria del Departamento de Gestión de Información**

Carolina Osorio Silva

### **Autorizada su reproducción con mención de la fuente.**

LAS IDEAS Y OPINIONES CONTENIDAS EN LOS TRABAJOS Y ARTÍCULOS SON DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DE LOS AUTORES Y NO EXPRESAN NECESARIAMENTE EL PUNTO DE VISTA DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA.

## Web, Bibliotecas y Fomento de la Lectura

Enrique Ramos Curd  
Bibliotecólogo  
[ramoscurd@hotmail.com](mailto:ramoscurd@hotmail.com)

### Resumen

El objetivo del presente trabajo es reflexionar sobre la irrupción de la web 2.0 y como las nuevas tecnologías sociales inciden en el trabajo de los mediadores de la lectura. Se examinan los conceptos de brecha y exclusión digital, web 2.0 y biblioteca 2.0, y a la luz de estos se esboza una interpretación de lo que podría denominarse fomento de la lectura social o 2.0., ofreciendo una serie de propuestas como la formación de una comunidad virtual de mediadores de la lectura.

### Palabras Claves:

Web 2.0, Biblioteca 2.0, Brecha digital, Fomento de la lectura, Comunidad virtual, Mediador de la lectura.

### Abstract

The aim of the present work is to think about the irruption of the web 2.0 and as the new social technologies they affect in the work of the reading mediators. Examine the concepts of digital divide, web 2.0 and library 2.0, and through these interpretation is outlined what might be named a social promotion of reading or 2.0., offering a series of suggestion as the creation of a virtual community of mediators.

### Keywords:

Web 2.0, Library 2.0, Reading Mediators, Virtual Community.

## INTRODUCCIÓN

La expresión 2.0 se ha comenzado a extender hace un par de años, es decir desde el momento en que Internet comenzó un desarrollo sustentable como una plataforma para atender necesidades de las personas más que como un espacio de programación de software y hardware, ha permitido a un creciente número de personas –hasta ese momento- poco interesadas en las TIC's (gran parte de ellas haciendo uso de las nuevas tecnologías en forma marginal) volcarse hacia ellas en forma masiva, y tal vez algo más importante, de modo intuitivo, haciendo empleo de servicios orientados a sus necesidades (correo electrónico, compras, viajes, datos financieros y económicos, entretenimiento, entre muchas otras razones). Esto se verifica por ejemplo en el profundo impacto que ha tenido en las comunidades locales el Programa Biblioredes<sup>1</sup> de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), que en sólo cinco años ha permitido a muchas personas transformarse en sujetos activos de su propia habilitación informática y sobre todo en actores relevantes del desarrollo cultural y social de sus localidades, superando las naturales barreras de aislamiento tanto social como económico.

Internet desde sus inicios tuvo -y aún tiene- como objetivo fundamental servir como una red de redes que ofrece plataformas de conexión, y es precisamente esto lo que en muy corto tiempo ha producido realmente profundas transformaciones sociales y económicas.

Algunos ejemplos de estos cambios son la adaptación de los teléfonos celulares como herramientas de comunicación multimedia, la rebaja de la edad de las personas en la toma de decisiones, en Chile se ha hecho

---

<sup>1</sup> [www.biblioredes.cl](http://www.biblioredes.cl)

evidente el caso de los preadolescentes conocidos como “Tweens<sup>2</sup>”, es decir una nueva categoría de jóvenes, que ya dejaron de ser niños pero aún no son adolescentes. Los Tweens se encuentran entre los 8 y los 13 años (están al medio, "in between", entre los niños y adolescentes, de ahí su nombre) manejan gran cantidad de información, tienen opiniones claras y drásticas respecto del mundo que los rodea, saben que desean consumir y se lo hacen saber a sus padres (de hecho son la primera generación de hijos, en enseñarles conocimientos y habilidades informáticas a sus propios padres); o el rápido crecimiento de la banda ancha y el uso de tecnologías cada vez más adaptadas a los requerimientos de las personas. Todos estos cambios son en parte producto de la irrupción de las TIC's que han facilitado el despegue social y económico de segmentos de la población, de una manera más rápida y radical de lo que empezó en 1995, cuándo la Internet gráfica o web esbozó el escenario inicial de la economía del conocimiento<sup>3</sup>.

La “generación 2.0” tiene que ver con plataformas como Myspace.com, Youtube.com, Flickr.com, Facebook.com, entre muchos otros, es decir portales de información que son considerados más como fenómenos sociales y económicos con repercusión en todo el mundo, que herramientas informáticas. Estos portales abren posibilidades de interacción humana y van modelando la forma de establecer vínculos en Internet y en la vida real.

Hoy ya hablamos de “tecnologías sociales”, herramientas basadas en Internet que permiten la relación e interacción entre personas y la creación de redes sociales, tanto virtuales como presenciales, que además permiten compartir experiencias y emociones. En ese sentido cobra relevancia el mencionado “Programa Biblioredes” cuyos objetivos son consistentes con

---

<sup>2</sup> Consejo Nacional de Televisión. Informe 8/13 Tweens Chilenos, 2003. En: <http://www.cntv.cl/link.cgi/Publicaciones/402> (revisado en agosto, 2008)

<sup>3</sup> Eyzaguirre, Nicolás... et. al. Hacia la economía del conocimiento. En: [http://www.paisdigital.org/hacia\\_econom\\_conoci](http://www.paisdigital.org/hacia_econom_conoci) (revisado en agosto, 2008)

el fenómeno 2.0 e incluso se adelantan a su masificación al enunciarse en el año 2001:

- Generar acceso a los aparatos y la infraestructura tecnológica, para que las comunidades locales se comuniquen entre sí y con el resto del mundo.
- Generar acceso a la información y el conocimiento (consumo cultural), a través de las TIC's.
- Que este acceso sea gratuito y equitativo, independiente de la edad, género, raza, creencia política y religiosa, nivel de ingreso, nivel educacional, ubicación geográfica u otra característica de los usuarios.
- Entregar conocimientos y habilidades básicas para la utilización de las tecnologías de información. Esto incluye acceder a contenidos digitales nacionales e internacionales, crear contenidos locales e interactuar con otros, en forma remota usando Internet para conversar, aprender, enseñar, investigar y resolver problemas de manera colaborativa.
- Generar los medios necesarios para que las comunidades locales construyan, administren y utilicen contenidos, productos y servicios digitales que promuevan su presencia global en las redes virtuales.

Estos objetivos son consistentes a la hora de perfilar las nuevas categorías sociales, entre las que podemos destacar los sistemas de mensajería instantánea, que fueron las primeras herramientas de tecnología social que surgieron en Internet, medios de comunicación pioneros en abrir un abanico de posibilidades de interacción de las personas, como por ejemplo Messenger de Microsoft y Yahoo Messenger. Posteriormente aparecieron las comunidades o listas de interés como Elistas (muy utilizada por los profesionales de las bibliotecas y la información en América Latina).

En 1999 se creó el primer sitio dedicado a blogs, Eaton Web Portal, y posteriormente el fenómeno se masificó con Blogger, servicio gratuito y al alcance de personas sin formación computacional. Esto significa que cualquier usuario de Internet puede tener su propio medio de comunicación y expresar sus opiniones sobre cualquier cosa y -casi- sin restricciones ni censuras, salvo las impuestas por los países (como por ejemplo en China Popular, algo muy patente durante la realización de las últimas olimpiadas en Beijing).

Posteriormente emergen otra serie de aplicaciones, hoy tremendamente populares, como Flickr.com y Fotolog.com, que ofrece a las personas la posibilidad de subir fotografías y compartirlas con cualquier usuario de Internet; y también porque no decirlo, aplicaciones que se concentran en el mercado de las citas a ciegas, como por ejemplo Match.com o Almas gemelas, servicios que desde Microsoft.com o Terra.com permiten a sus usuarios (eventualmente) encontrar a la mujer o el hombre de sus sueños. Sin embargo la aplicación más revolucionaria de este fenómeno 2.0 ha sido la que permite acceso a videos, Youtube.com<sup>4</sup>, en el último año se ha masificado de manera importante en la red, permitiendo a cualquiera compartir sus videos (caseros o profesionales) con otros usuarios de Internet.

### **Brecha y exclusión digital**

Antes de enfocarnos en el concepto 2.0 es necesario detenerse en una de las consecuencias de la irrupción de las TIC's, la aparición de nuevas formas de exclusión social que han agudizado las diferencias entre las personas, es decir entre los infoalfabetizados y los no habilitados computacionalmente. Las trabas para acceder y utilizar las TIC's son

---

<sup>4</sup> Porto Renó, Denis. YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio, En: Revista Latina de comunicación social, Nº 62, 2007.  
[http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.pdf) (consultado en agosto, 2008)

fundamentales para definir quienes “están dentro” y quienes “están fuera” de los procesos sociales, de este modo surge el fenómeno de la “brecha digital”.

Este se relaciona esencialmente con las desigualdades sociales antes que con las barreras de acceso tecnológico, por lo tanto es una forma de exclusión social; es decir es la segregación que existe entre las personas, comunidades, estados, que utilizan las TIC's como parte fundamental de su vida cotidiana y quienes no tienen acceso a ellas, o aunque las tengan, no saben cómo o para qué utilizarlas.

La superación de dicha barrera o exclusión social se produce cuando se cumplen a lo menos tres procesos:

- Acceso equitativo, supone que todas las personas tengan posibilidades de acceder a los beneficios de las TIC's.
- Uso con sentido, supone que las TIC's permitan la búsqueda de soluciones que cubran necesidades sociales concretas.
- Apropiación social, supone el uso cotidiano de las TIC's.

## **Contexto Web 2.0**

El concepto original de la web (ahora llamado Web 1.0) fueron páginas estáticas en lenguaje HTML, actualizadas de vez en cuando y con poco margen de movimiento e interacción. Los impulsores del concepto 2.0 creen que el uso de las TIC's estará orientado a la interacción y a la construcción de redes sociales, es decir actuando como puntos de encuentro. El término 2.0 fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media en una lluvia de ideas con Craig Cline de MediaLive para desarrollar ideas para una conferencia. Dougherty sugirió que la web se encontraba



en una etapa de evolución constante, con reglas que cambiaban diariamente y modelos de gestión que evolucionaban rápidamente.

En 2005, Tim O'Reilly definió el concepto de la web 2.0<sup>5</sup> "web como plataforma; datos como el "Intel Inside"; efectos de red conducidos por una "arquitectura de participación"; innovación y desarrolladores independientes; pequeños modelos de negocio capaces de syndicar servicios y contenidos; el perpetuo beta; software por encima de un solo aparato".

Por lo tanto 2.0 serán "todas aquellas aplicaciones, utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la que podrá ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente<sup>6</sup>."

### **¿Qué significa el término Web 2.0?**

Como dijimos Tim O'Reilly definió algunos de conceptos sobre esta "actitud 2.0". La web 2.0 no se centraría sólo en los que compran más, sino que esencialmente se enfocaría al mercado de las minorías, transformándose en un cómplice de ellas.

Del mismo modo la web 2.0 incorpora tecnologías teniendo como base la importancia del usuario como pilar básico y motor del sistema, por lo tanto se diseñan plataformas que permiten a las personas enriquecer, acrecentar el contenido y regular su propia participación (por ejemplo eBay, Wikipedia, Youtube, Myspace, Match.com, entre otros).

---

<sup>5</sup> Margaix Arnal, Dídac. Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales, En: El Profesional de la información, v.16, Nº 2, 2007. pp. 95-106

<sup>6</sup> Ribes, Xavier. Web 2.0: El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. En: <http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73> (Consultado en agosto, 2008)

Además surgen masivamente una serie de servicios que de estáticos se transforman en dinámicos, adaptándose a los requerimientos de la web 2.0:

- *Amazon*. Conocida inicialmente como Cdnw.com, esta librería virtual desde su centro de operaciones en Seattle, Estados Unidos, se constituye como uno de los modelos exitosos, consolidados y más estudiados de Internet, desarrollando según O'Reilly una "ciencia de la gestión del usuario".
- *Wikipedia*, la "gran" enciclopedia libre, donde los usuarios pueden consultar gratuitamente todos sus artículos, y que permite libremente crear, ampliar y modificar entradas, haciendo la salvedad de que a veces las modificaciones de contenidos efectuadas por los usuarios pueden inducir a errores. Actualmente hay versiones en 171 idiomas; su edición en inglés tenía 2.500.000 entradas (agosto 2008), su símil en español consultaba un total de 386.000 registros en el mismo período.
- *Google Maps*, sistema de búsqueda de localizaciones geográficas. Permite a los desarrolladores externos crear aplicaciones nuevas utilizando gratuitamente la información de *Google Maps*. Está considerada como una de las herramientas web más completas.

*Del.icio.us*, pionero en los marcadores sociales o "social bookmarking". Este servicio permite a los usuarios registrados guardar sus "bookmarks" en el servidor web y asignar libremente etiquetas o "tags" para describir y recuperar enlaces.

De acuerdo con O'Reilly<sup>7</sup>, Web 2.0 puede ser comparado con Web 1.0 según el siguiente cuadro:

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Enciclopedia Británica	Wikipedia
Webs personales	Blogging
Evite	Upcoming.org y EVDB
Especulación de nombres de dominios	Optimización de los motores de búsqueda
Páginas vistas	Costo por clic
Screen scraping	Servicios web
Publicar	Participar
Sistema de gestión de contenidos	Wiki
Directorios (taxonomía)	Etiquetas (folcsonomía)
Stickiness	Sindicación de contenidos

Es probable que en el corto plazo se hable de la Web 3.0, como la web semántica, y se diferenciará de la web 2.0 básicamente por el tipo de participantes. La web 2.0 tiene como protagonista al usuario que escribe

<sup>7</sup> <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>  
(Consultado en agosto, 2008)

artículos en su blog o colabora en un wiki. En la web 3.0 el requisito será que además emita parte de sus aportes en xml/rdf (rss, atom, etc.). La web semántica estará orientada hacia el protagonismo de procesadores que entiendan de lógica descriptiva en OWL<sup>8</sup> y concebida para que las máquinas hagan el trabajo de las personas, al momento de procesar el cúmulo de información publicada en Internet.

## Biblioteca 2.0

Un concepto natural que surge del anterior es el de Biblioteca 2.0. Según Miller<sup>9</sup> y Crawford<sup>10</sup> el término fue acuñado en 2005 por Michael Casey en su blog *LibraryCrunch*, y estableció su primera definición en *Wikipedia*. El blog de Casey, junto al de Michael Stephens (*Tame the web*) y el de *ALA TechSource*, son las fuentes de información claves para ver como se ha desarrollado en el tiempo. El surgimiento del concepto y la posterior definición se ha discutido esencialmente en la “biblioblogosfera”, es decir en el conjunto de blogs relacionados con bibliotecología y ciencias de la información.

Crawford en 2006 recopiló los conceptos de los que puede derivar una definición de Biblioteca 2.0:

- La biblioteca 2.0 deriva de la web 2.0.
- La tecnología es importante, pero no es lo más importante.
- El usuario ha de tener un nuevo papel en la elaboración y gestión de los contenidos, se han de crear espacios para su participación.

---

<sup>8</sup> Abreviatura en inglés de Ontology Web Language, un lenguaje de marcado para publicar y compartir datos usando ontologías en la web. OWL tiene como objetivo facilitar un modelo de marcado construido sobre RDF y codificado en XML.

<sup>9</sup> Miller, P. 2006. Library 2.0: The challenge of disruptive innovation. En: [http://www.talis.com/resources/documents/447\\_Library\\_2\\_prf1.pdf](http://www.talis.com/resources/documents/447_Library_2_prf1.pdf) (Consultado en agosto, 2008)

<sup>10</sup> Crawford, Walt. "Library 2.0 and 'Library 2.0'" En: <http://cites.boisestate.edu/civ6i2.pdf> (Consultado en agosto, 2008)

- Biblioteca 2.0 hace referencia a los servicios y a las colecciones.
- Biblioteca 2.0 está en relación con el entorno virtual, pero también con el entorno físico.
- Para ser un bibliotecario 2.0 se ha de perder el miedo a las tecnologías y a innovar.

Habib<sup>11</sup> a partir de los conceptos de Crawford define biblioteca 2.0 como “la aplicación de las tecnologías y la filosofía de web 2.0 a las colecciones y los servicios bibliotecarios, tanto en un entorno virtual como real”.

El concepto biblioteca 2.0 se refiere fundamentalmente a la utilización de TIC's y de los principios básicos de la web 2.0 en el escenario de las bibliotecas y los bibliotecarios. La utilización de esta “fuerza inteligente colectiva” es el siguiente desafío para los profesionales de la información y las bibliotecas, y para hacer frente en forma exitosa a esto es imprescindible comprender el software social sólo como una herramienta, no como objetivo final, ya que no debemos olvidar que el objetivo fundacional de los bibliotecarios y de las unidades de información son las personas, es decir colaborar en el mejoramiento de la calidad de vida de los individuos. Por lo tanto el desafío consiste en apropiarse de un nuevo sistema de comunicación e interactuar con los usuarios, a objeto que éste enriquezca con su conocimiento nuestros productos y servicios, internalizar los canales y formas de comunicación y aplicarlos a nuestros servicios, crear nuevos espacios para los lectores, para que formen redes entre ellos y con los integrantes de los equipos de las bibliotecas, para que puedan juzgar, apreciar, hacer preguntas y eventualmente entregar respuestas.

---

<sup>11</sup> Habib, M. Conceptual model for academic library 2.0. En: <http://mchabib.blogspot.com/2006/06/conceptual-model-for-academic-library.html> (Consultado en agosto, 2008)

Fundamental es considerar que la biblioteca 2.0 no sólo se desarrolla en un entorno virtual, sino que principalmente en uno real, ya que 2.0 es principalmente una actitud, y si bien es cierto que la mayoría de los servicios serán a través de la web, no es menor poner el acento en que el desarrollo de éste dependerá esencialmente de las capacidades de los profesionales y personal de servicio de las bibliotecas, es decir como estos asumen el desafío (al igual que lo asumieron cuando pasaron rápidamente del catálogo de tarjetas a las bases de datos automatizadas), de cómo asumen las nuevas formas de comunicación e interacción con los usuarios (reales o virtuales), de su constante capacidad de innovar y de su dominio de las TIC's.

Pero hay una consideración adicional, la biblioteca 2.0 es esencialmente una fuente de proyectos exitosos desde el punto de vista de la participación, y por lo tanto hablamos de un nuevo modelo de biblioteca y de sistema de información que a lo menos:

- permita y fomente la participación del usuario/cliente no sólo como usuario, sino en su gestión.
- trabaje para el usuario, hable de compartir y no sólo de consultar o pedir un préstamo, de crear redes de usuarios, de comunicar y facilitar la comunicación entre usuarios y bibliotecarios y entre los propios usuarios.
- socialice la recuperación y arquitectura de información, en un sistema escalable, permitiendo descentralizar la clasificación de los contenidos.

## ¿Fomento de la Lectura 2.0?

Para comprender mejor el contexto debemos situarnos en 1993, año que marca un hito relevante en la historia de la promoción y fomento de la lectura en Chile, signo preclaro de una aguda transformación en la que ocurren tres hitos en forma casi simultánea:

- El Ministerio de Educación emprende una transformación radical en escuelas y liceos al abordar la implementación de las primeras bibliotecas de aula –en las escuelas básicas- y las colecciones iniciales de las bibliotecas de escuelas y liceos, las que actualmente son conocidas como CRA o Centros de Recursos para el Aprendizaje.
- La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos toma por una parte la decisión de comenzar a descentralizar la administración de las bibliotecas públicas traspasándolas a los municipios, lo que permite mejorar sustancialmente su gestión, y por otra determina que todas las bibliotecas públicas deben dar a los usuarios completo acceso a sus colecciones, pasando de un sistema de estanterías cerradas a un sistema de estanterías abiertas.
- La Ley Nº 19.277 crea el Fondo Nacional del Fomento del Libro y la Lectura que ha financiado la gran mayoría de los proyectos de fomento de la lectura que se han implementado en Chile en los últimos 15 años.

Estos procesos de innovación -sostenidos en el tiempo-, han permitido la participación de una gran diversidad de actores sociales: autores, editores, profesores, estudiantes, bibliotecarios, libreros, medios de comunicación, centros educacionales, bibliotecas, empresas, organizaciones sociales,

municipalidades, gobiernos regionales, ministerios, entre muchos otros. A su vez se originó un proceso de generación de contenidos inéditos en el país, al converger una gran diversidad de temas interrelacionados, lo que permitió enriquecer enormemente el trabajo. Del mismo modo y en forma natural se generó un trabajo interdisciplinario a objeto de comprender y gestionar este proceso.

Esta transformación generó liderazgos nuevos, basados en la capacidad de proponer y realizar -a través de la creación colectiva- cambios realistas y permanentes que modificaron el estado del arte del fomento de la lectura en Chile, posicionándolo nítidamente en el concierto iberoamericano.

El autor español Javier Celaya<sup>12</sup>, quien investiga sobre modelos de innovación en Fomento de la Lectura, ha llegado a la conclusión de que la innovación es quizás el principal desafío para quienes fomentan la lectura y quienes trabajan en la industria del libro, debido a que deben definir nuevas estrategias de fomento de lectura para atraer a más lectores, y es exactamente ese proceso el que se ha desplegado en el Chile a partir de 1993.

Sin embargo, para que se produzca un cambio cualitativo que justifique realmente el rótulo de “fomento de la lectura 2.0” se deben analizar los cambios que están surgiendo y las implicaciones que tendrán en el mundo del libro y la lectura, y como dice acertadamente Celaya “hay que innovar para posicionarse en los medios de comunicación, especialmente en la radio, la televisión, los suplementos culturales de diarios y revistas, y naturalmente en Internet”.

El autor hispano indica que las TIC's están provocando una mutación en la sociedad y que su impacto en el fomento de la lectura es irreversible. En la

---

<sup>12</sup> [http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion\\_lectura.htm](http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion_lectura.htm) (Consultado en agosto, 2008)



sociedad de la información estamos transitando hacia nuevos modos y formas de adquirir y transmitir el conocimiento, y la multiplicación de soportes de lectura nos entrega una serie de herramientas, pero a la vez una cantidad importante de desafíos.

### **Transformaciones de los actores de la cadena del libro**

Autores, editores, impresores, distribuidores, librereros, bibliotecarios y lectores experimentarán cambios con la masificación de la “lectura digital”, ya que esta produciría una transformación radical en los hábitos de lectura de las personas. Por ejemplo en España las editoriales están incorporando masivamente TIC's en sus estrategias de fomento del libro y la lectura, además de producir probablemente un quiebre en el circuito de compra y distribución del libro, ya que eventualmente comenzarán a desaparecer los intermediarios físicos, para transformarse en distribuidores virtuales, ahorrando costos a los usuarios finales, tal como lo hace hoy en día Amazon.com esencialmente con la música y las películas, y en menor medida con los materiales impresos de lectura.

Por otro lado, el fuerte incremento de las herramientas tecnológicas 2.0 ((Wikipedia, YouTube, Twitter, blogs) y las redes sociales subterráneas, hoy permiten y en el futuro se hará más evidente que las personas lectoras que participan en estas redes recomienden los libros que están leyendo o han leído, ofreciendo a la comunidad de cibernautas fotos y videos de sus autores favoritos, aportando con sus biografías en Wikipedia, con videos de sus comentarios en Youtube.com, con blogs dedicados a comentarios de libros, entre muchas otras estrategias intuitivas de fomento de la lectura.

Celaya señala que si autores, editores, distribuidores, bibliotecarios y mediadores no modifican su actual patrón de conducta para llegar al

usuario/cliente y no desarrollan procesos de innovación en su trabajo a objeto de modificar las estrategias de fomento de la lectura hacia las personas, quedarán irremediabilmente fuera de la “nueva cadena del libro”.

En el nuevo milenio los tradicionales soportes de lectura se complementan con los textos digitales. No es raro que una persona que lea el periódico en papel, complemente la noticia que le interesa con la versión digital del mismo o en su defecto, con la información adicional publicada por el portal que complementa a la versión impresa del medio de prensa.

Los tradicionales soportes de lectura, e incluso aquellos editados en forma electrónica desarrollarán transformaciones en la forma en que son editados y en la forma en que actualmente se distribuyen y promocionan.

Estos procesos de innovación son experiencias en si complejas, y este campo no es la excepción. La cantidad y diversidad de aspectos relevantes que presenta, exige el desarrollo de instrumentos adecuados para comprenderlo y para gestionarlo. Se trata por una parte de instrumentos conceptuales, que tengan la capacidad de reconocer su complejidad y describirla con un grado aceptable de fidelidad para sustentar una gestión legítima y eficaz y por otra parte de herramientas prácticas o propuestas innovadoras para enfrentar el enorme desafío que significa reconvertir la cadena del libro y adaptarla a las exigencias propias de las TIC's y de los movimientos sociales que la acompañan.

En ese sentido Javier Celaya ha generado una serie de propuestas innovadoras que habilitan a los actores de la cadena del libro a incorporar las TIC's en sus planes de fomento de la lectura y promoción del libro.

1. **Plan “Renove” de los sitios web de las editoriales y librerías.** A través de diversos estudios se ha detectado que la mayoría de los sitios web de este sector no están diseñados adecuadamente para una óptima visibilidad de sus contenidos en Internet. El autor plantea que es necesario diseñar sitios web que no sólo fomenten la lectura de sus contenidos, sino que deban ser “amigables” para los motores de búsqueda.
2. **Mejorar la visibilidad del contenido cultural en Internet.** Más del 90% de los internautas en España -y probablemente en América Latina también- utilizan sólo Google para acceder a la información publicada en la web, y además sólo consultan los 10 primeros resultados. Los actores de la cadena del libro han comenzado a percibir que la visibilidad de sus productos en el mercado digital depende de cómo este buscador ordene y muestre sus contenidos. Si se mantienen estos “limitados” hábitos de búsqueda por parte de los usuarios, y todo indica que será así, entonces se generará una lucha feroz entre las entidades culturales por aparecer entre los 10 primeros resultados. Conocer cómo funcionan los buscadores y cómo lograr una mayor visibilidad en los mismos debería ser una de las prioridades de estos actores.
3. **Formación, formación, formación.** Las innovaciones siempre conllevan un cambio de mentalidad. Las razones de un cierto “recelo” inicial por parte de algunos profesionales del libro hacia las nuevas tecnologías se deben a una combinación de motivos personales y profesionales. Por un lado, un alto número no tiene la formación necesaria para entender correctamente el funcionamiento y las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías. Entre los factores que se consideran como limitaciones para el uso de las mismas destaca la supuesta dificultad para gestionar estas herramientas o cómo encontrar la fórmula para integrar las nuevas tecnologías en el día a día. Pero,

principalmente, muchos profesionales no se animan a probar estas herramientas porque no saben por dónde empezar, cómo evaluar la eficacia de estas herramientas o cómo medir los resultados obtenidos. Con el fin de ayudar a estos profesionales a entender mejor las implicaciones de las nuevas tecnologías, todas las entidades deberían invertir en formación para reciclar a sus equipos con el propósito de ayudarles a ponerse al día.

4. **Digitalización de sus colecciones.** Durante la segunda etapa del Plan de Fomento de la Lectura en España se han llevado a cabo varias iniciativas de digitalización, como la creación de la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica y la puesta en marcha del Directorio y Recolector de recursos digitales, pero desgraciadamente muy pocas editoriales y bibliotecas<sup>13</sup> han digitalizado por su cuenta sus catálogos para permitir a los lectores visualizar los libros y fomentar su lectura, así como comercializarlos en la Red. Aquellas entidades que lleven a cabo una política de digitalización activa en la Red (libros, fondos de revistas, publicación online, etc.) obtendrán una mayor visibilidad en la misma.
  
5. **Inversión en medios digitales para fomentar la lectura.** Celaya plantea la poca efectividad de las campañas de fomento de la lectura en los medios de comunicación tradicionales. De hecho todo el mundo reconoce que los adolescentes no leen la prensa escrita y cada día ven menos televisión debido a Internet. Nuestros potenciales lectores están leyendo y escribiendo en blogs, conversando en redes sociales o subiendo vídeos a YouTube. ¿Por qué no utilizar estos canales para

---

<sup>13</sup> El autor de este texto diverge respecto del análisis de Javier Celaya en este punto. Hay que dividir el tema en dos partes, por una la digitalización de los catálogos, tema en el que España ha avanzado mucho en los últimos años, sobre todo en el catálogo unificado de las bibliotecas públicas (Rebeca) y por otra parte en la efectiva digitalización de los contenidos, donde a partir de la “socialización de las TIC’s” se ha adelantado un trabajo importante, no así respecto del tema del uso de los derechos de reproducción de textos en formato digital, que muchas veces se cruza con los derechos de autor, algo aún no zanjado y en pleno debate.

fomentar la lectura? ¿Qué parte del presupuesto de publicidad se dedica a los nuevos medios digitales? Según el último estudio de IAB y Pricewaterhouse, la inversión publicitaria en Internet en España -el medio que más crece respecto a otros convencionales- ha supuesto 482,42 millones de euros en 2007, frente a los 310,45 millones del año anterior, lo que implica un crecimiento del 55,39 por ciento.

6. **Utilización de las herramientas Web 2.0 para fomentar la lectura.** A las nuevas generaciones les encanta leer y escribir en blogs, crear videos caseros y colgarlos en la web, descargar música para escucharla en su MP3, intercambiar fotografías en redes sociales como Flickr o escribir sobre sus experiencias personales en redes sociales como Myspace, Culturízame, Tuenti o Facebook. Hace ya mucho tiempo que estas herramientas electrónicas dejaron de ser tan sólo un pasatiempo al convertirse en los principales canales de comunicación e información de las nuevas generaciones. ¿Por qué los bibliotecarios escolares no ayudan a los jóvenes a crear un video con los personajes de un libro con los que se puedan identificar y de esta manera atraer su atención? ¿Por qué los editores no graban el primer capítulo de sus libros en un archivo MP3 para que puedan descargarlo en la Red y compartirlo con sus colegas? ¿Por qué los librereros no fomentan las conversaciones sobre libros en blogs y redes sociales? A través de estas tecnologías podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse, lo que motivará en el futuro su placer por leer todo tipo de textos en todo tipo de soportes.
  
7. **Definir posibles futuros modelos de negocio.** Ninguna entidad del sector del libro tiene ya una hoja de ruta con un esquema claro sobre cuál será su futuro modelo de negocio. Esta incógnita inquieta a muchos gestores culturales, pero no deben olvidar que parte de sus responsabilidades es evaluar los riesgos y las oportunidades que

ofrece el mercado. Pese al grado de incertidumbre existente, las entidades del sector deben empezar a reflexionar sobre los posibles futuros modelos de negocio: impresión bajo demanda, venta de libros en formato digital, alquiler anual de libros de texto en formato digital, venta de libros por capítulos, ingresos de la publicidad online derivados del tráfico que generan sus sitios web y sus redes sociales, venta de contenido en diferentes soportes electrónicos, etc. A nivel internacional, algunas entidades culturales han definido varios canales de ventas que complementan los ingresos derivados del negocio tradicional. Por ejemplo, en el sector discográfico el 15% de los ingresos obtenidos en 2007 procedieron de descargas legales (sí, legales) de música a través de Internet. No van a desaparecer los libros ni las editoriales, pero Internet, que puede describirse como un “tsunami creativo”, transformará radicalmente el sector del libro al igual que lo ha hecho en el modelo de negocio de otros sectores culturales como el cine, la música y el arte.

### **Fomento de la Lectura en Redes**

En Chile el trabajo de fomento y promoción de la lectura se ha extendido en redes de trabajo esencialmente presenciales. Invaluable ha sido el aporte del Consejo Nacional del Libro y la Lectura a través de su concurso de proyectos, que durante los últimos 15 años ha financiado la mayoría de los proyectos que se han realizado en el país.

Los protagonistas principales del trabajo de fomento y promoción de la lectura han sido los “Mediadores de la lectura”, quienes principalmente se han ocupado de la formación de lectores y lectoras. En el fomento de la lectura, como en la animación a la lectura, es muy importante la figura del mediador, papel que pueden cumplir personas en diferentes ámbitos (padres, profesores, bibliotecarios, editores, librerías, entre otros). El mediador es el puente o enlace entre los libros y materiales bibliográficos y

no bibliográficos y los potenciales lectores, es decir quien propicia y facilita el diálogo entre ambos. El objetivo básico de los mediadores es trabajar en el desarrollo de hábitos lectores y generar estrategias de animación a la lectura, entre otras. “Ser mediador significa acompañar a las personas en el descubrimiento y el desafío de leer en forma autónoma, en forma crítica e informada; contribuir a que adquieran confianza en los sentidos que van construyendo sin que la impaciencia lleve a clausurarlos con su propia interpretación. El trabajo del mediador consiste en una habilitación para que el otro viva la experiencia; se trata de apoyarlo y guiarlo para que ensaye, pruebe y desande los recorridos tantas veces como sea necesario, es decir, permitirle y estimularlo a que lea”<sup>14</sup>.

Para esto se deben proveer las herramientas adecuadas que produzcan el encuentro entre el mediador y el libro, a objeto de reflexionar sobre lo realizado para que haya transformaciones -y no solo entretenimiento- en los nuevos (y no tan nuevos) lectores pero también en los mediadores, que se sorprenden y descubren nuevas visiones. El mediador no debe obligar al lector a seguir definidas lecturas, sino que debe orientar necesidades, propone otras formas de abordar el texto y fomenta la lectura por placer y deleite, esperando que cada lector asimile los textos según su ritmo de lectura. Cada lector tiene tiempos de recorrido diferentes y la habilidad del mediador se concentra en descubrir y plantear estrategias para que todos accedan a la lectura. Debe facilitar el acceso a los libros y evitar los prejuicios frente a un autor poco leído o la censura previa sobre una elección específica. Deja que los demás escojan, observa sus preferencias, advierte sus deseos. Ya que el gusto no puede imponerse, sólo se comparten textos y autores. La multiplicación de ocasiones de acceso a la lectura y la disponibilidad de los textos favorecen el fomento de la lectura, (ferias del libro, encuentros con autores y sus obras, actividades de lectura en voz alta o de narración oral, debates, talleres,

---

<sup>14</sup> Plan Nacional de Lectura de Argentina.

<http://www.me.gov.ar/curriform/maslectura1.html> (Consultado en agosto, 2008)



visitas a bibliotecas y librerías y concursos para escritores incipientes o consagrados).

A partir de la pregunta inicial ¿Fomento de la lectura 2.0? debemos reflexionar respecto de cuáles serían las condiciones para que efectivamente se produjera un salto cualitativo en el área y generar un proceso de innovación que permita conectarse adecuadamente a las personas con competencias y trabajo efectivo en fomento lector.

La masificación de las TIC's han permitido visibilizar el conjunto indisoluble que representan tecnología, comunicación y sociedad y que permite de manera innovadora el trabajo digital colaborativo a través de las comunidades virtuales. Según Howard Rheingold<sup>15</sup> las comunidades virtuales son “agregaciones sociales” que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entabla discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio”.

Para desarrollar un trabajo en fomento de la lectura que pueda producir un saludable uso social de las TIC's, primero se debe vincular, articular, visibilizar y fortalecer a las personas con motivación y competencias en fomento de la lectura, a objeto de que movilicen con eficacia el potencial de la lectura y de la riqueza del trabajo de muchos años. Esta red debe permitir a estas personas vincularse, articularse, tener visibilidad y fortalecerse, con el fin de movilizar eficazmente el gran potencial de la lectura para el desarrollo de Chile.

Por lo tanto se hace imprescindible generar una “red de mediadores de la lectura” que se desenvuelva en dos sentidos, por una parte como una red de trabajo presencial y por otro como una red de trabajo virtual, que utilice

---

<sup>15</sup> Rheingold, Howard. La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras. Barcelona: Gedisa, 1996.



las potencialidades de Internet como un recurso para el desarrollo del fomento de la lectura en Chile. Esta red debe incorporar en principio a mediadores de la lectura con trabajo efectivo vinculado principalmente a las bibliotecas públicas, bibliotecas escolares y acciones de fomento y animación a la lectura y posteriormente de cabida a todas las personas interesadas en la materia.

### **Una comunidad virtual de mediadores**

La creación de esta red favorecería la participación creativa, la interacción y la colaboración entre los actores del fomento de la lectura facilitando entre otras las siguientes actividades:

- Presencia e identidad: Dar visibilidad directa a los actores del fomento de la lectura ante todos sus pares, actuales y potenciales, como un esfuerzo conjunto que cruzará a una gran cantidad y diversidad de actores.
- Información y difusión: Facilitar la difusión de actividades y noticias, y la actualización de todos los interesados sobre las actividades que desarrolle la red.
- Comunicación: Facilitar la comunicación abierta y múltiple entre los participantes sobre todos los temas de Fomento de la Lectura que el grupo decida levantar.
- Documentación: Generar una o varias bibliotecas virtuales y bases de mensajes, haciéndolas fácilmente accesibles.
- Seguimiento de proyectos: Facilitar el seguimiento de proyectos en marcha, actuales y futuros, al establecer comunidades específicas para cada uno.
- Gestión del conocimiento: Crear una base de conocimiento sobre fomento de la lectura, al estructurar temáticamente mensajes y

documentos publicados, y dar seguimiento a las contribuciones de cada participante.

Una comunidad virtuales de mediadores de la lectura debería trabajar a lo menos en dos modalidades:

- **Actualización permanente**

Desde una coordinación ejecutiva central se desarrollaría un proceso de diseminación diaria de información a objeto de realizar una actualización permanente en a lo menos los siguientes tópicos:

- Aportes e ideas
- Consultas y respuestas
- Información oficial
- Noticias de interés
- Publicaciones
- Eventos
- Capacitación

- **Comunidades internas**

La interacción diaria de la coordinación ejecutiva central con los miembros de la red y el proceso de actualización permanente permite la creación de comunidades internas, que de acuerdo al desarrollo que ha tenido el fomento de la lectura en Chile podría gestar los siguientes grupos:

- Estrategias de animación a la lectura
- Bibliotecas escolares
- Bibliotecas públicas
- Fomento de la Lectura en la Primera Infancia

- Fomento de la Lectura en los Jóvenes
- TICs para el Fomento de la Lectura
  - Club Virtual de Lectores
- Planes de Fomento de la Lectura

El inicio de esta comunidad virtual de mediadores de la lectura en Chile proporcionará en el mediano plazo los medios para que se transforme en una poderosa herramienta que permita:

- Incrementar el acceso a colecciones y recursos de información físicos y virtuales en fomento de la lectura.
- Estimular la innovación metodológica y la integración de las TIC's en los procesos de aprendizaje.
- Potenciar el rol de los mediadores de la lectura como actores claves en la formación para el buen uso de la información.
- Desarrollar un proceso de cambio de cultura organizacional y mejoramiento de las capacidades de los mediadores.
- Generar espacios físicos destinados al aprendizaje autónomo y permanente.
- Gestión del conocimiento científico y cultural.

### **Otros desarrollos posibles**

Javier Celaya en su documento antes citado enumera una serie de herramientas que pueden –potencialmente- tener protagonismo en los procesos de promoción y fomento de la lectura. De esta manera blogs, wikis, redes sociales, podcast, entre otros, permitirían una conversación en red entre lectores de libros y eventualmente entre mediadores y lectores al formar por ejemplo un club virtual de lectores.

Plantea además –y no sin razón- que se produce una doble brecha entre las personas que trabajan en el fomento de la lectura, una brecha

generacional y una brecha digital, sobre todo en librerías, profesores y en menor medida –según mi visión- bibliotecarios y editores que no han explorado la incorporación de herramientas como blogs, wikis, redes sociales, podcast, foros, entre otros, debido a una natural resistencia generacional, lo que dejaría a estos grupos desactualizados, y lo que es peor incomunicados.

A todo lo anterior se suma el hecho de que los modelos de trabajo tanto para la comunicación como para el marketing están cambiando, por lo tanto si no se adaptan al cambio en estos segmentos probablemente no solo trabajen con estrategias obsoletas, sino que definitivamente queden fuera del mercado.

Es entonces imprescindible para todos los actores de la cadena del libro comenzar a trabajar con las nuevas tecnologías sociales, ya que el trabajo que tradicionalmente se hacía “de boca en boca” a través de conversaciones unilaterales cambie drásticamente hacia un modelo de interacciones masivas, más fluidas y eficaces.

Y aún más, quienes actualmente trabajan con sitios web lo hacen todavía al “estilo 1.0” es decir con una interacción precaria con sus proveedores y probablemente con una nula interacción con sus potenciales usuarios/clientes. Como bien dice Celaya “la mayoría de sitios web de las editoriales (españolas) no permiten establecer una conversación en red sobre sus libros, no posibilitan leer ni descargar el primer capítulo de un libro, no enlazan con las páginas web de sus autores ni con las librerías que venden sus libros, no mencionan ni enlazan con las reseñas publicadas sobre sus libros en prensa escrita y suplementos culturales, etc.”

De lo anterior se desprende la necesidad de “adoptar” las tecnologías sociales de la web 2.0 al trabajo de fomento de la lectura es un imperativo para dar verdadero sentido a la pregunta central ¿Fomento de la Lectura

2.0?. Herramientas como los blogs, wikis, bookmarks sociales, podcast, tagging, listas de interés como Elistas, sitios que permiten compartir imágenes o videos como Fotolog o YouTube, redes sociales como Myspace, mundos virtuales como Second life y las nuevas herramientas que surjan otorgarán a los mediadores de la lectura mecanismos para crear redes cada vez más personalizadas, a objeto de hacer más preciso el intercambio de experiencias, opiniones y recursos y por otra parte estimular la participación e involucrar a los lectores-usuarios-clientes en los procesos y la toma de decisiones respecto de su propio proceso de formación como lectores.

## CONCLUSIÓN

A modo de conclusión abierta nos interesa poner en valor algunos de los diez principios que definen a la web 2.0 o web social según el bibliotecario y especialista español José Antonio Merlo<sup>16</sup>, y reinterpretarlos como principios efectivos para el fomento de la lectura 2.0 o fomento social de la lectura.

- **Los materiales de lectura como una herramienta.** El fomento social de la lectura no anula los esfuerzos anteriores, sino que los complementa mejorándolos, toma como base los importantes desarrollos en el campo producidos en los últimos 15 años, incorporándoles el elemento de la participación en redes eficientes.
- **La cooperación como método.** En este nuevo modelo de fomento de la lectura la participación en redes es fundamental y consustancial al trabajo, y permite que las opiniones de todas las personas sean tomadas en cuenta. El sistema permite que el trabajo se haga en forma distribuida vinculándose todos en forma directa y sin intermediarios. Esto facilita la construcción conjunta –y a veces a distancia- de proyectos de interés común o la implementación de experiencias que han demostrado ser exitosas (buenas prácticas en fomento de la lectura). En esta dirección cabe destacar la ejecución de proyectos chilenos exitosos en otras latitudes, como por ejemplo el “Casero del Libro” que fue replicado con éxito en otros países de América Latina y “Bibliometro” cuyo éxito ha sido corroborado con la creación de nuevos bibliómetros en los servicios de trenes metropolitanos de Sao Paulo (Brasil) y Madrid (España), ambos proyectos producto de la “inteligencia colectiva” desarrollada por las bibliotecas públicas en Chile.

---

<sup>16</sup> Merlo, José Antonio. Las diez claves de la Web social. En: ThinkEPI, 18 de febrero, 2008. <http://www.thinkepi.net/las-diez-claves-de-la-web-social/> (consultado en agosto, 2008)

- **La interoperabilidad como fundamento.** Las “tecnologías de la participación” permiten la integración de herramientas diversas y vinculaciones a campos y especialistas muy heterogéneos, a esto se suma la interdisciplinariedad lo que permite enriquecer de manera sustancial el trabajo desarrollado hasta ahora por un grupo ciertamente limitado de profesionales y trabajadores de la promoción y fomento de la lectura. En el futuro la web social facultará a los especialistas entre otras cosas reproducir en webs personales contenidos externos y establecer interfaces con aplicaciones ejecutadas remotamente. Además el uso de protocolos comunes y de arquitecturas abiertas ofrecerá a los “especialistas y trabajadores de la lectura” el uso de internet de modo más amigable y efectivo.
- **La sencillez como pauta.** Las tecnologías sociales permiten que personas con conocimientos básicos de informática puedan crear y mantener blogs, listas de interés o wikis. El desarrollo de redes sociales (virtuales y presenciales) permitirá a personas con efectivo trabajo en el fomento de la lectura (mediadores y especialistas) fortalecer su trabajo, generar bancos de proyectos replicables y perfiles de “buenas prácticas” transferibles a otros actores.
- **La participación como principio.** En el Fomento de la Lectura 2.0 la información se compartirá naturalmente; asumiendo que es una temática donde los especialistas son escasos y la improvisación una práctica recurrente, es impensable que la información generada por las redes no se distribuya entre sus miembros y entre aquellos interesados en el fenómeno de la promoción de la lectura. El “software social” y el “software personal” permite que los recursos disponibles sean valorados y clasificados en función de la opinión de quienes los emplean. Esto favorecerá que los contenidos relevantes destaquen y se diseminen adecuadamente. Las TIC’s supondrán un trabajo que se traducirá en la

cooperación de los trabajadores de la lectura a través de sus aportes, sus conductas y sus opiniones, así como la participación efectiva de los usuarios/clientes como gestores y diseminadores de contenido e información relevante para los mediadores y el resto de los actores de la cadena del libro.

- **La variedad como realización.** Así como la Web 2.0 (o web social) este nuevo concepto no admite límites, ya que existe una gran diversidad de manifestaciones. Esta diversidad enriquecerá el concepto actual de fomento de la lectura, incorporando a lo menos cuatro elementos fundamentales<sup>17</sup>:
  - La lectura como factor de identidad. En nuestras escrituras y lecturas está la preservación de nuestro lenguaje, memoria e imaginario, fundamento y sostén del desarrollo de todas las culturas.
  - La lectura como factor de desarrollo humano. Nos permite adquirir las competencias necesarias para comprender, tener acceso y participar en el mundo de la información y el conocimiento.
  - La lectura como factor de inclusión social. La lectura es un aporte fundamental al desarrollo de una ciudadanía responsable y democrática.
  - La lectura como factor de calidad de vida. Aporta a un vivir placentero, al desarrollo de la imaginación y de nuestro mundo afectivo y ético.
  
- **La personalización como posibilidad.** Las personas deciden cómo emplear las “tecnologías de la participación”, qué servicios le serán útiles y bajo qué forma y condiciones los utilizará. La adaptación de las experiencias, el desarrollo de herramientas personales, la utilización de

---

<sup>17</sup> Conceptos propuestos por Jorge Montealegre Iturra – ex Secretario ejecutivo del Consejo Nacional del Libro y la Lectura- para el diseño preliminar del Plan Nacional de Fomento de la Lectura de Chile.



contenidos de otros modelos o sistemas, la integración de recursos informativos externos, son distintas piezas que el usuario empleará a partir de su creatividad y sus necesidades. Esto admitirá personalizar las líneas de trabajo a desarrollar para fomentar la lectura efectivamente en Chile, y sólo la práctica y sus resultados, determinarán las futuras direcciones y acciones concretas.

- **La experimentación como norma.** Elemento fundamental para producir un cambio significativo es la innovación, ya que permite continuar y profundizar el trabajo de fomento de la lectura, e impulsará una movilización nacional en torno al tema. Para que esta innovación sea efectiva debe profundizarse el camino de la participación, que garantice a las personas y actores sociales la opción de generar e implementar iniciativas, así como la posibilidad de tener control sobre el conjunto de los procesos. Un enfoque convencional, que sólo permita opinar y no intervenir, no tendrá capacidad alguna de lograr un resultado que mejore sustancialmente los índices actuales de lectura en el país<sup>18</sup>.
- **El desinterés como base.** El carácter social del sistema incluye como elemento definitorio la búsqueda del bien común. Los proyectos y las experiencias son abiertas, al igual que lo son los recursos. Ser parte de la ausencia de intención comercial, de la generosidad o el altruismo en el uso es imprescindible. Las comunidades y las iniciativas están en sintonía con el uso compartido de los recursos.

---

<sup>18</sup> La última "Encuesta de Consumo Cultural y uso del Tiempo Libre" realizada por CNCA – INE realizada en 2005, determinó que de un total de 10.255.976 habitantes mayores de 15 años sólo un 40,8% leyó a lo menos un libro en los últimos doce meses, un 13,8% no posee libros en su hogar, y de aquellos que tienen libros en casa un 44,4% sólo posee hasta diez libros.

## Corolario

¿Cómo poner en práctica las ideas anteriormente expuestas?

Entregamos para la discusión una serie de elementos que fortalecerán las prácticas actuales en fomento de la lectura y posiblemente le otorgarán sustentabilidad en el tiempo.

- **Identificar potenciales líderes.** Desarrollar estrategias para conocer el capital humano existente, que permita la adecuada identificación, análisis y gestión del conocimiento en el contexto del fomento de la lectura en el país.
- **Generar conocimiento y potencialidades.** El uso de las herramientas 2.0 permite ampliar y diversificar las redes sociales de las personas, a objeto de generar nuevo conocimiento y relevar las potencialidades de las diversas redes existentes.
- **Difundir programas y proyectos.** El conocimiento de los programas y proyectos que se desarrollan favorece la inclusión. En efecto, el desconocimiento limita la plena utilización de los beneficios otorgados a la comunidad por los proyectos y programas ejecutados en el marco de campañas y planes de fomento de la lectura. La web 2.0 se alza como una herramienta efectiva para producir este encuentro entre los programas y proyectos y los potenciales usuarios y beneficiarios.
- **Impulsar programas de formación y capacitación.** Se trata por una parte de lograr que los lectores y usuarios puedan ser autónomos en la elección de sus lecturas y en la búsqueda de información relevante a sus necesidades, en definitiva se busca aumentar el consumo cultural mediante el adecuado uso de las TIC's, además de generar las

condiciones para que el acceso a las TIC's sea equitativo; y por otra de habilitar a los mediadores para producir las sinergias entre los materiales de lectura y sus potenciales lectores.

- **Construir relaciones sustentables.** Se trata de desarrollar estrategias para identificar y construir relaciones sustentables, debido a la eventual dicotomía que puede producirse a través del uso de los medios electrónicos respecto de las relaciones en el medio presencial.
  
- **Desarrollar comunidades virtuales.** Son formas innovadoras que permiten la construcción de relaciones sociales sustentables utilizando los beneficios de la web 2.0, ya que promueven la formación de tejidos sociales para el intercambio de conocimiento y articulación de programas y proyectos colectivos.

## BIBLIOGRAFIA

1. **Celaya, Javier.** Innovación en fomento de la lectura. En:  
[http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion\\_lectura.htm](http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion_lectura.htm)  
(consultado en agosto, 2008)
2. **Consejo Nacional de Televisión.** Informe 8/13 Tweens Chilenos, 2003. En:  
<http://www.cntv.cl/link.cgi/Publicaciones/402> (consultado en agosto, 2008)
3. **Crawford, Walt.** "Library 2.0 and 'Library 2.0'". En:  
<http://cites.boisestate.edu/civ6i2.pdf> (consultado en agosto, 2008)
4. **Eyzaguirre, Nicolás...** et. al. Hacia la economía del conocimiento. En:  
[http://www.paisdigital.org/hacia\\_econom\\_conoci](http://www.paisdigital.org/hacia_econom_conoci) (consultado en agosto, 2008)
5. **Habib, M.** Conceptual model for academic library 2.0. En:  
<http://mchabib.blogspot.com/2006/06/conceptual-model-for-academic-library.html> (consultado en agosto, 2008)
6. **Margaix Arnal, Dídac.** Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales, En: El Profesional de la información, v.16, Nº 2, 2007. pp. 95-106.
7. **Merlo, José Antonio.** Las diez claves de la Web social. En: ThinkEPI, 18 de febrero, 2008. En: <http://www.thinkepi.net/las-diez-claves-de-la-web-social/>  
(consultado en agosto, 2008)
8. **Miller, P.** 2006. Library 2.0: The challenge of disruptive innovation. En:  
[http://www.talis.com/resources/documents/447\\_Library\\_2\\_prf1.pdf](http://www.talis.com/resources/documents/447_Library_2_prf1.pdf) (consultado en agosto, 2008)

9. **Porto Renó, Denis.** YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio, En: Revista Latina de comunicación social, Nº 62, 2007. En: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.pdf) (consultado en agosto, 2008)
  
10. **O'Reilly, Tim.** What is web 2.0? En: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (consultado en agosto, 2008)
  
11. **Plan Nacional de Lectura de Argentina.** En: <http://www.me.gov.ar/curriform/masplectura1.html> (consultado en agosto, 2008)
  
12. **Rheingold, Howard.** La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras. Barcelona: Gedisa, 1996.
  
13. **Ribes, Xavier.** Web 2.0: El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. En: <http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73> (consultado en agosto, 2008)

**Serie Bibliotecología y Gestión de Información.**

*Títulos publicados 2008*

Nº 35 Leer y escribir en la web social: uso de blogs, wikis y multimedia compartida en educación. Cristian Cabezas Mardones.

Nº 36 Lecturas sobre la profesión de bibliotecario, las bibliotecas, los libros y la lectura, Mariela Ferrada Cubillos.

**Edición Limitada : treinta ejemplares**  
**Disponible en : <http://eprints.rclis.org>**

## NORMAS DE PUBLICACION

### • Objetivos

La **Serie Bibliotecología y Gestión de Información** tiene por objetivo difundir la productividad, académica, las investigaciones y las experiencias de profesionales del área de la de Bibliotecología y Ciencia de la Información y del sector afín al mundo del libro y la lectura.

### • Alcance y política editorial

Los trabajos a ser considerados en la Serie Bibliotecología y Gestión de Información, deben ser inéditos, no publicados en otras revistas o libros. Excepcionalmente el Comité Editorial podrá aceptar artículos que no cumplan con este requisito.

- **Arbitraje:** Los artículos recibidos serán sometidos a evaluación, a recomendación del Director de la Serie, donde el Comité Editorial enviará los trabajos a árbitros independientes para su aceptación o rechazo. En este último caso, se emitirá un informe al autor/a donde se señalen las razones de la decisión. El Comité Editorial podrá solicitar trabajos a autores de reconocido prestigio, quienes no serán sometidos al proceso de evaluación por árbitros.

### • Forma y preparación de manuscritos

- **Extensión:** El artículo deberá tener una extensión entre 12 y 100 páginas, tamaño carta, espacio 1,5, cuerpo 12, incluidos gráficos, cuadros, diagramas, notas y referencias bibliográficas.

- **Idiomas:** Se aceptan trabajos en castellano, portugués e inglés, los cuales serán publicados en su idioma original.

- **Resumen y palabras claves:** El trabajo deberá tener un resumen en español e inglés en la primera página, de no más de 200 palabras, que sintetice sus propósitos y conclusiones más relevantes. De igual modo, deben incluirse tres palabras claves, que en lo posible no se encuentren en el título del trabajo, para efectos de indización bibliográfica.

- **Nota biográfica:** En la primera página, en nota al pie de página, deben consignarse una breve reseña curricular de los/as autores/as, considerando nacionalidad, título y/o grados académicos, desempeño y/o afiliación profesional actual y sus direcciones de correo electrónico, para posibles comunicaciones de los/las lectores/as con los autores/as.

- **Referencia bibliográfica:** Utilizar para las referencias bibliográficas la modalidad de (Autor, año) en el texto, evitando su utilización a pie de página. Ejemplo: (González, 2006). Agregar al final del texto, la bibliografía completa. Sólo con los/las autores/as y obras citadas, numeradas y ordenadas alfabéticamente. Para el formato de la bibliografía, utilizar la "Guía para la presentación de referencias bibliográficas de publicaciones impresas y electrónicas" disponible en formato electrónico en : <http://eprints.rclis.org/archive/00005163/01/ReferenciasBibliograficas.pdf>

- **Derechos:** Los derechos sobre los trabajos publicados, serán cedidos por los/as autores/as a la **Serie**.

- **Investigadores jóvenes:** El Comité Editorial considerará positivamente el envío de trabajos por parte de profesionales y/o investigadores/as jóvenes, como una forma de incentivo y apoyo a quienes comienzan su carrera en investigación.

- **Ejemplares de cortesía:** Los/as autores/as recibirán un ejemplar de cortesía del trabajo publicado.

### • Envío de manuscritos

• Todas las colaboraciones deberán ser enviadas impresas en duplicado. Los autores/as podrán remitir sus artículos en CD, o al correo electrónico: [hector.gomez@utem.cl](mailto:hector.gomez@utem.cl) , en programa Word (office).

## **XIII Conferencia Internacional de Bibliotecología**

### **“Acceso a la información y ciudadanía: experiencia e innovación”**

**CONVOCATORIA PRESENTACION DE TRABAJOS.** El Colegio de Bibliotecarios de Chile, A.G. invita cordialmente a la comunidad bibliotecaria, a presentar trabajos a la XIII Conferencia Internacional de Bibliotecología “Acceso a la información y ciudadanía: experiencia e innovación” a realizarse en noviembre de 2008 en el marco de la 28ª Feria Internacional del Libro de Santiago, en el Centro Cultural Estación Mapocho.

Este Encuentro tiene como fin conocer y compartir con la comunidad bibliotecaria nacional e internacional los desarrollos y experiencias en el contexto de la Lectura y las Bibliotecas, aportando datos relevantes del estado de las bibliotecas, recursos de información, formación y desarrollo de los profesionales; asimismo la gestión y políticas de información. El eje principal de la Conferencia será el **Acceso a la información y ciudadanía**, sin embargo se considerarán los mejores trabajos presentados, además en los siguientes temas y subtemas.

Los temas y subtemas de la Conferencia son:

#### **I. Acceso a la información y ciudadanía: experiencia e innovación**

1. Democratización de la información
2. Las bibliotecas como agentes democratizadores del conocimiento
3. Agentes participativos en la brecha digital: inclusión/exclusión
4. Información pública, el rol de los profesionales de la información

#### **II. Promoción y fomento de la Lectura**

1. Comportamiento lector
2. Experiencias y proyectos
3. Lectura y Sociedad, bibliotecas públicas
4. Animación lectora

#### **III. Las Bibliotecas como Gestores de Transformación Social y Cultural**

1. Gestión Cultural
2. Bibliotecas Infantiles, Escolares y Públicas en el contexto sociocultural
3. La Biblioteca en el Sistema Educativo
4. Archivos de Prensa

#### **IV. Aplicaciones y Desarrollos Tecnológicos en la Gestión del Conocimiento**

1. Alfabetización Digital e Infoalfabetización
2. Arquitectura de la Información
3. Repositorios y Bibliotecas Digitales
4. Web Semántica

#### **V. Proyectos de Fomento Bibliotecario y Políticas de Información**

1. Proyectos Financiados con Fondos Concursables
2. Políticas Nacionales de Información y/o para el Fomento Bibliotecario
3. Consorcios y Redes Cooperativas

#### **VI. Educación Bibliotecaria en la Sociedad del Conocimiento**

1. Desarrollo y Tendencias Curriculares
2. Docencia y Formación de Profesionales
3. Investigación en Ciencias Bibliotecológicas

Las consultas se pueden realizar al teléfono (56 2) 222-5652 o al correo electrónico [cbc@bibliotecarios.cl](mailto:cbc@bibliotecarios.cl)

Colegio de Bibliotecarios de Chile A. G