

# La difusión en los archivos: importante herramienta de proyección ante la sociedad

Jafeth Campos Ramírez\*

## RESUMEN

La difusión representa una estrategia fundamental de proyección de los archivos. Su aplicación en el ámbito archivístico debe abandonar tradicionalismos y hacer frente a oportunidades, retos y compromisos, incluso a una transformación de mentalidad por parte de los archivistas. El presente artículo analiza la importancia de la difusión como función primordial de los archivos en su relación intrínseca con la sociedad, fin último del quehacer de los archivos.

**Palabra clave:** difusión de archivos, compromisos y retos de los archivos, usuarios de los archivos, programas de difusión.

## ARCHIVES' DIFFUSION: AN IMPORTANT TOOL TO GET SOCIETY INVOLVED

### ABSTRACT

The diffusion represents a pivotal strategy for archives. Its use in archives should let traditional practices behind in order to create new opportunities and challenges including the transformation of archivists' way of thinking. This paper analyses the importance of diffusion conceiving it as the crucial function of archives.

**Keywords:** archives diffusion, archives challenges, archives users, diffusion programs.

---

\* Dirección General del Archivo Nacional de Costa Rica, Coordinador de Servicios de Referencia e Información; Universidad Estatal a Distancia, Profesor de la Cátedra Historia de la Cultura, Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades. Correo electrónico: jafethcr@costarricense.cr

Fecha de recepción: 19 de septiembre de 2009

Fecha de aprobación: 28 de octubre de 2009

## INTRODUCCIÓN

La difusión es una actividad que comúnmente utiliza la sociedad; es decir, es recurrida por un amplio ámbito de personas, instituciones y empresas para darse a conocer y entrar en contacto con los demás.

Los archivos como producto de la sociedad también han echado mano de la difusión, como herramienta de proyección, la cual les permite abandonar las cuatro paredes dentro de las cuales se han enclausurado, para mostrar su quehacer e importancia para la sociedad.

A nivel general cada vez son más los archivos que implementan la difusión como estrategia para darse a conocer y captar nuevos usuarios. Los ejemplos abundan en los archivos españoles, tal vez lo más adelantados de Iberoamérica, en particular los archivos municipales. También, en otras latitudes como los estadounidenses y australianos, la difusión se ha convertido en una poderosa herramienta. En el ámbito costarricense se han practicado pocos intentos; sin embargo, es una tarea pendiente de realizar por el amplio colectivo de los centros archivísticos que conforman el Sistema Nacional de Archivos.

En el contexto de la Sociedad de la Información, los archivos enfrentan nuevos retos. A la par de las funciones base (tratamiento archivístico), la actualidad exige otras tareas como la difusión, actividad que debe partir de un cambio de mentalidad de los archivistas. En consecuencia, la difusión permitirá crear el vínculo sociedad-archivo, el colectivo conoce los servicios y productos y el archivo se proyecta a la comunidad, último fin.

## LA DIFUSIÓN DE ARCHIVOS

La difusión corresponde a todas las actividades o acciones que permitan una mayor proyección y visua-

lización interna y externa a partir de servicios y productos archivísticos. Para su aplicación debe existir una serie de elementos o requisitos; en este sentido, es imprescindible contar con un archivo debidamente organizado, junto con usuarios, productos y servicios.

Difundir los archivos consiste en desarrollar, de manera práctica, el derecho que tienen los ciudadanos a acceder a la cultura (Martínez, 1999). En esta dirección, la difusión persigue como objetivo central atraer al ciudadano, sea conocedor o inexperto, al contenido de estos centros archivísticos: sus fondos documentales, las instituciones productoras de documentos, la evolución histórico-geográfica y la identidad que descansa en la información contenida en los documentos.

Todo esto con la finalidad de concienciar al ciudadano y a la sociedad en general, sobre la trascendental importancia que desarrollan los archivos, su utilidad y servicios que brindan en beneficio de la comunidad.

La difusión surge en los archivos por ley natural; es decir, al tratarse de un ente de cultura se presta para difundir el rico patrimonio que custodia y, en realidad, constituye un deber o función de todo archivo mostrar al colectivo social sus servicios y productos, pues en última instancia es la sociedad la que con sus impuestos hace posible su existencia.

Por otra parte, la difusión se encuentra inmersa en lo que se ha llamado la cultura o sociedad del ocio. La posibilidad de disfrutar de tiempo libre ha permitido desarrollar actividades de esparcimiento y recreación, que no sólo entretienen sino también contribuyen a la formación y al crecimiento de los individuos.

La sociedad del ocio propicia el consumo de productos y servicios culturales, entre los que tienen cabida los ofrecidos por los archivos. Los archivos, según

José Bernal Rivas (2006), cumplen un importante papel en dicha sociedad, pues mediante su función cultural pueden desarrollar nuevas ofertas, productos y servicios, de interés para el consumo de una parte del mercado en el mundo globalizado de la actualidad (Rivas, 2006).

## EL ABANDONO DE LO TRADICIONAL

Los archivos son consustanciales al hombre y, por ende, a la sociedad; por tanto, su razón de ser es la disposición y servicio al colectivo social, a la comunidad. En efecto, el archivo y los archivistas invierten mucho tiempo y recursos en desarrollar los procesos que integran lo que se conoce como tratamiento archivístico, los cuales son trascendentales ya que representa la base de la disciplina; sin embargo, la finalidad última de un archivo son los usuarios y satisfacer sus necesidades de información, en otras palabras, la vocación de servicio es la misión de los archivos.

En este sentido, los archivos deben dinamizar su presencia ante la sociedad en general y ante su contexto geográfico inmediato, función que cumple la difusión. Para que la difusión sea exitosa resulta necesario transformar una serie de elementos que los archivistas han venido arrastrando por mucho tiempo.

Resulta fundamental propiciar un cambio de proyección en los ámbitos interno y externo. En lo interno de la organización se requiere que el archivo sea promocionado como una unidad de apoyo para satisfacer las necesidades de información de la entidad; es decir, que se dé a conocer, salir de las cuatro paredes y demostrar su valía.

Asimismo, es fundamental un cambio de actitud y visualizar los archivos como verdaderas unidades de apoyo logístico, decisorias en la planificación, en la transparencia de la gestión administrativa, en la ren-

dición de cuentas, en la toma de decisiones oportunas, en el servicio a los usuarios, en la proyección de una buena imagen institucional y en el valor para la democracia y la justicia social.

En cuanto al ámbito externo, es fundamental proyectarse adecuadamente a la sociedad. Es necesario que los archivistas abandonen el papel habitual de aislamiento e invisibilidad. Urge dejar de lado el conformismo, la apatía, la inercia y el letargo que por muchos años han caracterizado a los archivistas, así como la tradición y el historicismo y la tendencia a la autocompasión y al lamento constante (Jaén, 2006; Alberch, 2003).

Si se desea proyectar una adecuada difusión es necesario transformar lo tradicional, dinamizando las labores archivísticas, asumiendo nuevos retos y resolviendo obstáculos mediante la creatividad y el esfuerzo de los archivistas.

## NUEVAS OPORTUNIDADES, NUEVOS DESAFÍOS

Tal como se mencionó, para abordar la difusión en los archivos es necesario cambiar el ropaje, asumir nuevas oportunidades y en consecuencia nuevos retos. Para iniciar, el abandono del ostracismo, la invisibilidad y el aislamiento se lograría mediante la participación y colaboración con otros agentes potencialmente interesados (Verdú, 2003); es decir, con la interdisciplinariedad –al involucrar a otros profesionales atinentes como educadores, diseñadores gráficos, pedagogos, comunicadores, artistas, actores de teatro e informáticos, entre otros.

Asimismo, en este sentido resulta necesario que los archivistas actúen de forma psicológicamente equilibrada: sin complejos de inferioridad respecto a otras unidades dentro de las organizaciones, ya que como lo indica Ana Verdú (2003): “Como te ves te verán...”

En la actualidad todavía subsisten estereotipos en cuanto a la imagen de los archivos que desgraciadamente forman parte del imaginario colectivo, por ejemplo que el archivo es un lugar donde se amontonan grandes volúmenes de documentos desordenados y malolientes, instancia que se asocia con la oscuridad y el olvido.

La televisión, el cine y la literatura contribuyen, de alguna manera, a esta equivocada visión. Sin embargo, poco a poco se revierte el proceso debido a mejores condiciones de los archivos y a un proceso creciente de difusión de sus potencialidades. Superar esta visión estereotipada constituye uno de los desafíos de los archivistas.

Es determinante que los archivistas asuman riesgos, pues no debe haber temor de innovar. Además, la escasez de recursos es la realidad común en la mayoría de los archivos. Frente a este desafío es necesario echar a andar la imaginación y creatividad, buscar otras fuentes de ingresos como, por ejemplo, la colaboración, el patrocinio, la subvención o el mecenazgo y entre la ciudadanía la figura de socios o amigos (Piquer, 2003). De igual forma, la imaginación y la creatividad son indispensables para crear necesidades. El crear necesidades es una excelente estrategia, pues el mantenimiento está asegurado.

La rentabilidad social y cultural es otra oportunidad que tienen los archivistas. En este sentido, es necesario mencionar la importancia de los archivos en relación con la democracia y los derechos humanos. También, es innegable la contribución a la memoria histórica y a la preservación de la identidad. De igual forma, se debe aprovechar el potencial pedagógico y educativo de los archivos (Alberch, 2003).

En estos tiempos de cambio, es necesario conocer a los usuarios que acuden a los archivos, para planificar las políticas de *marketing* y comunicación. En esta dirección es importante mencionar como nue-

vos usuarios a médicos, dramaturgos, amas de casa y estudiantes de primaria y secundaria; es decir, los clientes de los archivos se han diversificado. Es trascendental identificar los usuarios para cubrir adecuadamente sus necesidades y de esta forma hacer visible las potencialidades de los archivos.

Los archivos siempre han enfrentado muchas limitaciones; sin embargo, a pesar de ello siempre persisten. Es determinante enfrentar las nuevas oportunidades y desafíos. Esta transformación inicia desde el interior; es decir, desde el cambio de actitud de los archivistas, y sólo de esta manera se cambiará la imagen que de los archivos tiene la sociedad en el imaginario colectivo. Es necesario actuar positivamente.

## IMPORTANCIA Y VENTAJAS DE LA DIFUSIÓN

La difusión constituye una de las actividades archivísticas menos desarrollada y practicada y en ello es preciso reconocer diversidad de factores. Por una parte, es importante mencionar causas exógenas como déficit crónico de recursos lo que ha generado un retraso de la dignificación de la profesión e indiferencia del colectivo o de la sociedad por los archivos; por otro lado, es necesario indicar causas intrínsecas como el apego a la tradición y al historicismo y la tendencia a la autocompasión y al lamento constante (Alberch, 2003).

En realidad, son escasos los archivos que practican la difusión, aunque es necesario reconocer que dicha actividad ha adoptado una nueva dinámica, pues poco a poco se mejoran las condiciones de estos centros de información y la formación académica de los futuros archivistas. Es decir, los archivos han logrado reflejar sus potencialidades:

- La importancia en relación con la democracia y los derechos humanos.

- La contribución a la memoria histórica y a la preservación de la identidad.
- El enfoque pedagógico y educativo.

En definitiva, la archivística es una ciencia de la información y de la administración que actúa equilibradamente, tanto en el ámbito de la memoria histórica como de la emergente sociedad de la información. Una ciencia aliada a la democracia y a la justicia social (toma de decisiones, planificación, transparencia administrativa, rendición de cuentas, acceso a la información, sentido de pertenencia e identidad) y un factor de eficiencia, eficacia y rentabilidad en las organizaciones sean públicas o privadas. Todo ello ha influido, para que la actividad archivística de la difusión, paso a paso, se muestre en franco auge.

La difusión es una trascendental herramienta de proyección ante la sociedad, un vehículo que muestra los archivos en su razón de ser y funcionalidad. Sus ventajas son importantes para el fortalecimiento y consolidación de dichos centros de información. Entre las principales ventajas de la difusión, Luis Fernando Jaén García (2006) cita las siguientes:

- Acercamiento de nuevos usuarios: la difusión atrae y capta nuevos clientes, en particular a potenciales usuarios.
- Proyección interna y externa: se logra un mejor posicionamiento del archivo y, por ende, reconocimiento y presencia institucional. Sin duda alguna, se crea el vínculo sociedad-archivo, el colectivo conoce los servicios y productos y el archivo se proyecta a la comunidad, último fin.
- Cambio de imagen: se logra que el archivo sea reconocido como unidad de apoyo logístico y cambie la imagen tergiversada y estereotipada. Esta fotografía estereotipada concibe el archivo como una bodega, donde se envían a los funcionarios

problemáticos. El archivo es sinónimo de castigo y este arcaico concepto queda patente en la ubicación de la mayoría de los archivos: el sótano: sitio oscuro, frío y húmedo, donde merecen ser “dignamente enterrados” los documentos (savia vital de la organización) con valor probatorio, legal, administrativo y científico-cultural, aquellos activos fundamentales que sirven a la eficiente y eficaz planificación, a la transparencia administrativa, a la toma de decisiones oportunas, al servicio de los usuarios, a la proyección de una buena imagen institucional que le aportan valor a la democracia y a la justicia social.

- Visibilidad: el archivo y, por ende, el archivista se da a conocer a la sociedad, adquiere mayor notoriedad de lo que realiza, las funciones, el acervo documental y la importancia, entre otros factores. Relega las cuatro paredes por una administración de “puertas abiertas”.
- Rentabilidad del archivo: se demuestra que los archivos son rentables y trascendentales para la sociedad.

## PROGRAMAS DE DIFUSIÓN

En materia de difusión en los archivos existe una variedad casi infinita de posibilidades, todo depende de la finalidad e imagen que se quiera proyectar, del público objetivo, de los recursos, de la creatividad del archivista, del tipo de archivo y de la naturaleza de la documentación, entre otros factores. A continuación se mencionarán algunas de gran importancia.

Las *exposiciones*, uno de los medios de difusión más utilizado, eficaz y ameno de proyección, pues según Luis Martínez García (1999) la repercusión social de una exposición entre el público y los medios de comunicación no tiene parangón con cualquier otra actividad.

Hace algunos años las exposiciones trascendían a ámbitos reducidos de expertos o personas con inquietudes culturales; no obstante, en la actualidad las exposiciones documentales conllevan a que se organicen viajes con la exclusiva finalidad de apreciar dichas exposiciones (Romero, 2000), ello es lo que hace de este medio divulgativo, uno de los principales.

Las temáticas que las exposiciones permiten abarcar son casi inagotables, pues este medio difusivo se utiliza para presentar acontecimientos históricos, homenajes, festividades nacionales, regionales o locales, y natalicios de personalidades, entre otros.

Existen dos tipos de exposiciones: reales y virtuales (Jaén, 2006). Las virtuales son diseñadas para instalar en Internet, en el sitio web del archivo o bien en soportes digitales (CD o DVD). Sus ventajas son muchas: no requieren local, seguridad o vitrinas; son de bajo costo económico, interactivas, perduran en el tiempo y en el espacio y llegan a un público más amplio (Jaén, 2006).

Las reales se dividen en permanentes, temporales e itinerantes (Cruz, 2003). Las exposiciones permanentes son la carta de presentación de los archivos, presentan los documentos más importantes. Para las temporales, como su nombre lo dice, su montaje es por un tiempo determinado y están dedicadas a temas monográficos de interés para la sociedad. Finalmente, las itinerantes se caracterizan por su fácil desplazamiento y traslado, por ello su impacto y difusión son más amplios.

Otro medio importante de difusión son las *visitas guiadas*. Su bajo costo económico, la relativa facilidad en desarrollarlas y el gran número de personas que asisten, las convierten en una actividad trascendental de difusión. Según Martínez García (1999), antes las visitas guiadas el archivo desempeñaban un papel pasivo, pero el público es el que ha decidido salir al encuentro del archivo, para enriquecer

su educación e incrementar y aprovechar su tiempo de ocio. Asimismo, manifiesta que existe una posición en contra de tales visitas, así como otros que las fomentan al estilo *tours operators*; sin embargo, se presenta una postura intermedia: la programación adecuada a las necesidades institucionales y de los usuarios (Martínez, 1999).

La finalidad de las visitas guiadas consiste en dar a conocer al archivo en el sitio propiamente, para lo cual se toman en cuenta los intereses de los usuarios. De igual forma, se están desarrollando visitas guiadas virtuales. En este caso, es necesario referirse al aporte de Internet y las páginas web, pues se ha convertido en un medio excelente, sencillo y económico de difusión. A la vez, es un medio que no encuentra obstáculos geográficos, económicos y técnicos, para sobrepasar el entorno del archivo y llegar a cualquier lugar de forma fácil y rápida. Internet rompe las típicas barreras de espacio y tiempo (Lara & Ruiz, 1998).

Otras actividades o programas propios para la difusión son las siguientes: servicios educativos, vídeos, vistas concertadas, jornadas de puertas abiertas, folletos, boletines, publicaciones, concursos y turismo histórico, entre otros. En fin, existe una amplia variedad de opciones para desarrollar la difusión en los archivos, y dar a conocer servicios y productos archivísticos, que buscan acercar el archivo a la sociedad.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN

La difusión permite mayor proyección y visualización interna y externa de los archivos. Difundir los archivos consiste en desarrollar, de manera práctica, el derecho que tienen los ciudadanos a acceder a la cultura. En efecto, la finalidad de la difusión es concienciar al ciudadano, en particular, y a la sociedad, en general, sobre la trascendental importancia que desarrollan los archivos junto con su utilidad y servicios que ofrecen en beneficio de la comunidad.

Para la difusión es fundamental propiciar un cambio de proyección en los ámbitos interno y externo. Resulta imperativo visualizar los archivos como verdaderas unidades de apoyo logístico. También, proyectarse adecuadamente a la sociedad mediante un cambio de actitud por parte de los archivistas. En síntesis, para abordar la difusión en los archivos es necesario cambiar el ropaje, asumir nuevas oportunidades y, en consecuencia, nuevos compromisos y desafíos.

Son diversos los beneficios que aporta la difusión a los archivos: acercamiento de nuevos usuarios, rentabilidad, origen y consolidación del vínculo archivo-sociedad-archivista, proyección interna y

externa, mayor reconocimiento y presencia institucional y un cambio de imagen: de una triste bodega cementerio de documentos a una unidad de apoyo logístico, en pro de la planificación, la transparencia administrativa, la toma de decisiones oportunas, el servicio de los usuarios, la proyección de una buena imagen institucional y en el valor para la democracia y para la justicia social.

En definitiva, el camino está trazado, solamente falta tomar voluntad y enfrentar los nuevos retos y compromisos, para que los archivos se proyecten con fuerza y puedan ser reconocidos como garantes de la estabilidad social de los pueblos.

## REFERENCIAS

- Alberch i Fugueras, R. "La dinamización cultural en el archivo, un reto futuro". *VII Jornadas Archivísticas. Aprender y enseñar con el archivo*. Huelva, 2003: 127-135.
- Cruz, J. (2003) *Manual de Archivística*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Jaén García, L. F. (2006) "La Difusión de Archivos: estrategias para su proyección". Convención Internacional de Archivistas. Mar del Plata, Argentina.
- Lara Navarra, P. y Ruiz Rodríguez, A. "La Difusión de Información en los Archivos: páginas Web". *Revista Tria* 6 (1998): 153-163.
- Martínez García, L. (1999) "La Difusión por la Difusión. Algunas reflexiones personales en el campo de la difusión de los archivos". *Archivos, Ciudadanos y Cultura*. Toledo: Anabad Castilla-La Mancha.
- Romero Cabot., R. "Los Archivos y la Difusión Cultural: el ámbito de las exposiciones". *ARCHIVUM*. XLV, 2000: 251-266.
- Piquer Adell, C. "El *merchandising* en los archivos: una propuesta económica y cultural, una visión global y humana". *VII Jornadas Archivísticas. Aprender y Enseñar con el Archivo*. Huelva, 2003: 111-125.
- Rivas Fernández, J. B. "La Sociedad del Ocio: un reto para los archivos". En: *CÓDICE Revista Facultad de Sistemas de Información y Documentación* 2. 2 (2006): 71-82.
- Verdú Peral, A. "Archivos, Dinamización y Formación. El Archivo Municipal de Córdoba". *VII Jornadas Archivísticas. Aprender y enseñar con el archivo*. Huelva, 2003: 89-103.

**INVESTIGACIÓN  
FORMATIVA**



# De ludoteca a biblioteca. El caso de la Fundación Bella Flor

Carolina Castillo Melo\*

## RESUMEN

El diseño del programa de promoción de lectura – llevado a cabo para la Fundación Bella Flor, ONG que funciona en los barrios Bellas Flor y Paraíso de Ciudad Bolívar en Bogotá– presenta diferentes estrategias de promoción de lectura, con base en las debilidades y fortalezas identificadas en la Fundación y en la población infantil entre 6 y 10 años de edad. Conocer dicha información se hizo posible a partir de la aplicación de dos herramientas básicas: el diagnóstico por observación calificada y la encuesta sobre lectura. Los resultados arrojados por estas herramientas se constituyeron en lo que serían los objetivos fundamentales del programa. Asimismo, se pretendió aprovechar el proyecto de la Fundación denominado “ludoteca”, para replantearlo desde una perspectiva bibliotecológica mediante el proyecto “La biblioteca de la Fundación” dentro del cual funcionaría la ludoteca. Además de las estrategias, se ofrecen herramientas que permitirán realizar la planeación, el seguimiento y los ajustes necesarios para dar continuidad a lo planteado en el programa.

**Palabras clave:** promoción de lectura, animación de lectura, estrategias de promoción de lectura, ludotecas y bibliotecas.

## FROM PLAYROOM TO LIBRARY. THE CASE OF FUNDACIÓN BELLA FLOR

### ABSTRACT

The design of the reading promotion program conducted by the NGO Fundación Bella Flor, presents different strategies to promote reading, based on the strengths and weaknesses identified in the Foundation and the child population between 6 and 10 years of age. Knowing this information was made possible through the implementation of two basic tools: diagnosis by skilled observation and survey reading. Results from these tools, constituted what would be the key objectives of the program. Also, they tried to take the Foundation project called the “Toy Library, to rethink librarianship from a perspective for the project” Foundation Library “within the toy library official. In addition to the strategies that will offer tools to perform planning, monitoring and adjustments needed to give continuity to the points made in the program.

**Keywords:** promoting reading, animation, reading, reading promotion strategies, playgrounds and libraries.

---

\* Profesional en Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística de la Universidad de La Salle.  
Correo electrónico: carolinecasme@hotmail.com  
Fecha de recepción: 8 de septiembre de 2009  
Fecha de aprobación: 26 de octubre de 2009

## INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos, el concepto de promoción de lectura se ha incluido de forma masiva en el léxico de bibliotecólogos, educadores y profesionales interesados en la construcción de sociedades lectoras. Inclusive en el ámbito nacional e internacional se han adelantado planes y proyectos sobre el tema que, enmarcados dentro de una normatividad, buscan garantizar el respaldo que los gobiernos han decidido brindarle.

La lectura y su promoción son conceptos que, en primera instancia, pueden ser tomadas por algunos con cierta ligereza, ya que a simple vista parece tratarse de una actividad sencilla. Sin embargo, al realizar esta investigación fue posible observar que detrás de su engañosa simpleza, existe un tremendo andamiaje que hoy en día entrega como resultados, los diferentes avances logrados a nivel nacional y distrital, como la creación de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBPP), el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas (PNLB), el Plan Distrital de Lectura y Escritura (PDLE) y, en materia normativa, el Decreto Distrital 133 de 2006 por medio del cual se adoptan los lineamientos de la política pública de fomento a la lectura del periodo 2006-2016.

Todos estos logros tienen antecedentes en el trabajo realizado por el gobierno nacional y distrital, así como en los esfuerzos de varios bibliotecólogos que, convencidos de la importancia de la práctica lectora para el desarrollo de los individuos, lucharon por conseguir lo que hoy en día posee la sociedad: una política distrital de lectura. Así, con este panorama en mente, se logra de manera significativa despertar el interés de diferentes instituciones para contribuir a la formación de una sociedad lectora. Tal es caso de la Fundación Bella Flor<sup>1</sup>, que dentro de sus pro-

pósitos posee el proyecto denominado “Ludoteca”, cuyo objetivo primordial consiste en permitir que los niños puedan disfrutar y aprovechar su tiempo libre, debidamente orientados por personal capacitado y haciendo uso de material, de tal manera que les permita aprender jugando y, asimismo, aprovechar este espacio para hacer refuerzos escolares. Las actividades que involucra el proyecto, contemplan el aprendizaje a partir de la lúdica y la animación con base en la lectura.

Desde una perspectiva bibliotecológica, para lograr la formación de hábitos lectores en la población infantil de la Ludoteca, es necesario que los esfuerzos sean encaminados correctamente, es decir que indiscutiblemente deben intervenir conceptos y lineamientos profesionales que contribuyan a la causa.

Partiendo de lo anterior, se propuso que a partir de la construcción de un programa de promoción de lectura –dirigido a niños entre 6 y 10 años de edad– se replanteara el proyecto “Ludoteca” mediante la creación de “La biblioteca de la Fundación”, dentro del cual funcionaría la ludoteca. La importancia de esta propuesta radica en que permitirá a la ONG tener claridad sobre las funciones que desempeñará la nueva biblioteca, junto con los recursos físicos, humanos, tecnológicos y financieros necesarios para su funcionamiento y, lo más importante, dar a sus actividades –que hasta el momento se encontraban aisladas– un marco dentro del cual pueda haber continuidad, realizar ajustes y conocer los resultados y avances alcanzados.

El objetivo principal de la investigación fue entregar a la Fundación Bella Flor un documento que le per-

---

Ciudad Bolívar, Bogotá, con participación asimismo de un grupo de estudiantes y profesionales de diferentes áreas, quienes unen sus esfuerzos y saberes para impulsar una transformación social dentro de la comunidad, teniendo como eje de sus esfuerzos a la población infantil. El trabajo de la Fundación se construye con base en la motivación de creer posible un mejor país, con base en los principios de libertad y responsabilidad, que puede lograr el trabajo conjunto de hombres y mujeres comprometidos.

---

1 La Fundación Bella Flor es una ONG, institución sin ánimo de lucro, conformada por personas de los barrios Bella Flor y Paraíso de

mita implementar estrategias sólidas de promoción de lectura, acorde con su ideal de ofrecer a los niños espacios para el aprovechamiento del tiempo libre, es decir, no pretendería trastornar su ideal sino buscaría estructurar adecuadamente desde la perspectiva bibliotecológica.

## LA PROMOCIÓN DE LECTURA

Definir la promoción de lectura involucra concebirla desde una óptica integral, teniendo en cuenta cada uno de los actores y factores que involucra en sí el concepto. Éste puede definirse como la macroacción de intervención social y cultural, que busca impulsar la reflexión, la revalorización, la transformación y la construcción de nuevos sentidos, idearios y prácticas lectoras, para así generar cambios en las personas, en sus contextos y en sus interacciones. Además de contribuir con el fortalecimiento de los lectores como actores sociales para que sean capaces de afrontar los retos vitales, sociales, culturales, políticos y económicos (Álvarez & Naranjo, 2003).

De acuerdo con lo anterior, la promoción de lectura constituye una acción con la cual un país o los individuos contribuyen a generar una sociedad lectora, involucrando cualquier acción que genere un vínculo permanente, productivo y cotidiano entre la trilogía individuo/comunidad y la palabra escrita (Yepes, 2005).

## ANIMACIÓN A LA LECTURA

La animación a la lectura es un concepto a menudo confundido dentro de la definición de promoción de lectura. Sin embargo, la *animación* debe entenderse como una de las estrategias más importantes con las que cuenta la promoción de lectura que, al igual que ésta, también busca crear un vínculo entre el individuo y la lectura. Una de sus características es que para su desarrollo indispensablemente

deben estar presentes la lectura silenciosa o la narración (Yepes, 2005).

## PROMOTOR DE LECTURA

El papel de promotor de lectura va mucho más allá de la mera realización de actividades de animación a la lectura. Tal y como su nombre lo expresa, el promotor es aquel profesional que gestiona los recursos necesarios para lograr los objetivos establecidos y asimismo desarrolla planes y proyectos de lectura (Yepes, 2005). Los conceptos gestión y desarrollo enseñan la amplia responsabilidad y las características que posee el promotor de lectura. El concepto de *gestión* es sinónimo de *administración*, y esto implica que el promotor debe poseer competencias administrativas, de tal manera que le permitan definir objetivos, cumplirlos y realizar seguimiento. Por otra parte, el concepto de *desarrollo* implica tener capacidad de transformar y optimizar los recursos que posea, tendientes a la generación de planes y programas que permitan obtener los objetivos propuestos.

## MEDIADOR DE LECTURA

El papel de mediador de la lectura que posee el bibliotecólogo debe entenderse como su función de facilitador, ya que es el responsable de transmitir la pasión por leer a su comunidad. Sin embargo, para cumplir con esta responsabilidad, es necesario que el bibliotecólogo enseñe, con su propio ejemplo, el amor por la lectura; en esta medida podrá hablar con autoridad y enviar correctamente el mensaje a la comunidad.

## LA LUDOTECA

Etimológicamente, *ludoteca* proviene de las raíces griegas *ludos* que significa juego y *teca* que significa espacio, es decir, puede definirse como un espacio destinado al juego, dirigido especialmente a la pobla-

ción infantil, aunque también puede involucrar adolescentes y adultos. Su generación permite el acercamiento de la comunidad al aprendizaje a partir de la lúdica, mediante el desarrollo de la imaginación y la creatividad.

Según Raimundo Dinello (2005), las ludotecas son un espacio social de expresión ludocreativa, cuya principal finalidad consiste en favorecer el desarrollo de la persona, estimulando el proceso de estructuras afecto-cognitivas del niño, socializando creativamente al joven y conservando el espíritu de realización del adulto.

De acuerdo con lo anterior es evidente que la definición de ludoteca no puede limitarse a “un lugar donde el niño únicamente pasa su tiempo libre jugando”, sino que su funcionalidad debe contribuir a la construcción de ciudadanos conscientes de sus derechos y deberes, estimulando y desarrollando valores y principios, así como capacidades cognitivas, expresivas y sociales, de tal manera que le permiten al individuo ser sociable, respetuoso, con valores y principios para vivir en comunidad.

## EL JUEGO

Este concepto necesariamente está involucrado cuando se habla de ludotecas. Johan Huizinga (1968), en su libro *Homo Ludens*, expresa que el juego es una actividad que se realiza de manera voluntaria, enmarcado dentro de un tiempo, espacio y con reglas establecidas. El juego está presente en la vida de todos los seres humanos y algunos etólogos lo consideran un posible patrón de comportamiento humano, que generalmente se asocia con la infancia, aunque sin embargo se manifiesta durante toda la vida del individuo inclusive hasta la vejez, por ejemplo, juegos como el ajedrez o el dominó, o actividades como las manualidades, hacen parte de la vida de todo ser humano sin importar su edad.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron dos instrumentos: la elaboración de un diagnóstico mediante observación calificada, cuyo análisis fue aplicado en la Ludoteca de la Fundación y, por otra parte, el diseño y la validación del instrumento de recolección de datos para la aplicación de la encuesta a la población objeto.

La recolección se llevó a cabo entre niños de 6 a 10 años de edad de la Fundación, con el fin de identificar los datos sociodemográficos, educativos, hábitos lectores, gustos y necesidades de información. Con estos elementos se logró identificar las variables más relevantes para la formulación de las estrategias de promoción de lectura.

El diagnóstico fue realizado teniendo en cuenta los ítems sugeridos por Luis Fernando Yepes (1998). La aplicación de la encuesta sobre la lectura, se realizó con el fin de conocer, desde el punto de vista del usuario, las necesidades de lectura que presentan y así plantear las posibles soluciones. Por una parte, la población infantil total que asiste a la Fundación se encuentra conformada por 92 niños, donde 62, es decir, 67% tiene entre 6 y 10 años de edad, de los cuales 14 niños asisten a la Ludoteca y 48 niños no lo hacen.

De acuerdo con esta información inicial, se aplicó la encuesta a los 14 niños inscritos en la Ludoteca y se tomó el 55% de la población que no se encontraban inscritos, pero que sí asisten a la Fundación, para un total de 40 niños entrevistados. Luego, se decidió aplicar la encuesta al 55% de los niños que no asisten, porque es el promedio de niños que asisten constantemente a dicha ONG.

En cuanto a la recolección de información entre los niños que asisten a la Ludoteca, ésta se realizó los

martes y jueves en el horario de atención correspondiente. Para los niños que no asisten a la Ludoteca se llevó a cabo los sábados, en los que asisten generalmente a las actividades programadas por la Fundación.

## RESULTADOS

La realización del diagnóstico mediante observación calificada y la aplicación de la encuesta sobre lectura, permitió identificar las debilidades y las fortalezas que presenta la población objeto en cuanto a la lectura. Dichas debilidades y fortalezas se constituyeron en la base para definir los objetivos del programa de promoción de lectura. A continuación, los resultados obtenidos:

El diagnóstico por observación calificada permitió establecer que la ludoteca de la Fundación Bella Flor tiene asignadas funciones de biblioteca y ludoteca, lo que impide que exista claridad en cuanto a la delimitación del alcance y ejecución de sus funciones y actividades. Desde el punto de vista bibliotecológico y de acuerdo con las necesidades identificadas, es preciso concebir la biblioteca como una unidad de información en la que la ludoteca puede estar inmersa como uno de sus programas.

De acuerdo con lo anterior y a sus características, asimismo, fue posible determinar que la ludoteca cumple funciones de biblioteca escolar, debido al tipo de población a la cual está dirigida, es decir, no atiende al público en general como lo realizaría la biblioteca pública y debido a que ofrece material de aprendizaje, tal como lo realiza la biblioteca escolar, con el fin de contribuir a que los niños en edad escolar se formen como ciudadanos críticos en un sector vulnerable. Desde este punto de vista, puede considerarse que la Ludoteca de la Fundación Bella Flor realiza funciones de biblioteca escolar dentro de una institución sin ánimo de lucro que atiende a la población infantil.

La falta de conocimientos bibliotecológicos trajo como consecuencia que, a pesar de los esfuerzos por contribuir a la formación de niños lectores –con base en sus actividades de lectura en voz alta y silenciosa de diversos materiales, entre ellos, vida y obra de autores– no se enmarcaran dentro de un programa que tuviera en cuenta el qué, el cómo, el cuándo, el dónde y quién(es) lo habrían de realizar. Por esta razón se encuentran actividades temporales y aisladas, de las cuales es difícil garantizar su continuidad, evaluación y mejoramiento, contrario al ideal que persigue un programa de promoción de lectura.

Debido a este desconocimiento, la ludoteca no ha diseñado apropiadamente los servicios y los programas que debería tener desde una perspectiva bibliotecológica. Por ejemplo, únicamente tiene servicio de consulta e información, no existe el servicio de préstamo a domicilio ni préstamo interbibliotecario. En lo referente a salas, todos los servicios se prestan en un solo espacio, pues lo ideal sería que –a pesar del espacio reducido– existieran diferentes ámbitos para lectura y consulta y para actividades programadas en la biblioteca.

Con respecto a la colección, si bien se realizan campañas de donación y concursos para adquirir material, el inventario que actualmente posee y los textos escolares para estudiantes de grados mayores, denotan la inexistencia de criterios para la realización de un desarrollo adecuado de colecciones, de acuerdo con las características de los usuarios, de tal manera que incluya la selección, la adquisición y evaluación de éstas.

Por otra parte, su gestión se ha visto entorpecida por la inexistencia de un sistema de información que permita tener un correcto inventario bibliográfico, la realización del procesamiento técnico para la clasificación y descripción del material, ubicación en estantería, consulta y préstamo. Por esta razón, es importante realizar la adquisición de *software* biblio-