



# PARA QUE LOS NIÑOS LEAN,

DE UN EXTREMO

AL OTRO DE AMÉRICA LATINA

**¿QUÉ ES IBBY?  
EN MUCHOS PAÍSES  
DEL MUNDO, EXISTEN  
INICIATIVAS PARA  
PROMOVER QUE LOS  
NIÑOS Y JÓVENES SE  
VUELQUEN Y DISFRUTEN  
DE ESA PRÁCTICA TAN  
ENRIQUECEDORA QUE ES LA  
LECTURA. HAY ESFUERZOS  
PUNTUALES, Y OTROS,  
CON MAYOR TRADICIÓN  
Y ORGANIZACIÓN. TODOS  
SON NECESARIOS. ENTRE  
LOS QUE REALIZAN  
CAMPAÑAS DE LARGO  
ALIENTO Y AMPLIO  
ALCANCE, SE ENCUENTRA  
IBBY (INTERNATIONAL  
BOARD ON BOOKS FOR  
YOUNG PEOPLE).**

**ANALÍA  
MELGAR**

**I**BBY, organización sin fines de lucro, nació en 1953. Desde su sede central en Basilea, Suiza, extiende sus redes hacia casi 70 países en todos los continentes. Las agencias nacionales de IBBY se asocian a la central, mediante el pago anual de una pequeña cantidad de dinero (proporcional a las economías de cada país), destinada a cubrir gastos operativos. El grupo que se hace cargo de cada nueva sección de IBBY recibe asesoramiento desde la Secretaría General y el derecho a participar en la designación del premio internacional de IBBY, el Asahi Award, y a nominar candidatos para el premio Andersen, el equivalente al Nobel en literatura infantil y juvenil.

La historia de IBBY comenzó con Jella Japman (1891-1970). Esta periodista alemana que escapó del nazismo en Londres comenzó a ser referente de la literatura infantil. Terminada la II Guerra Mundial, en Munich estableció la International Youth Library, bajo su dirección, con fondos de la Fundación Rockefeller. Luego, en 1951 organizó un encuentro que se llamó International Understanding through Children's Books. El éxito de la convocatoria, que atrajo interesados en la literatura infantil de todo el mundo, impulsó la creación, en octubre de 1953, de lo que fue IBBY: un consejo internacional sobre libros para gente joven, que fue acogido por el ETHZ, el Instituto Federal Suizo de Tecnología. En 1974, la oficina permanente de IBBY, inicialmente en Zurich, se asentó en Basilea. La cúpula organizativa está integrada por una Presidencia (cuyo mandato dura dos años) y un Comité Ejecutivo. La canadiense Patricia Aldana es la actual presidenta de IBBY.

#### **IBBY EN AMÉRICA LATINA. LOS CASOS DE MÉXICO Y DE ARGENTINA**

Las actividades de IBBY son abundantes y variadas. Todos los integrantes se reúnen en la Asamblea General bianual. Mientras tanto, en cada sección nacional se organizan seminarios, talleres, participaciones en ferias del libro, encuentros con la comunidad, diseñados con las preferencias, el ingenio y el capital humano locales.

Dos países de América Latina, a un extremo y otro del continente, demuestran especial dedicación a la promoción de la lectura entre niños y jóvenes.

Se trata de México y de Argentina. Allí funcionan secciones de IBBY, llamadas respectivamente A Leer/IBBY México y ALIJA/IBBY Argentina (Asociación de Literatura Infantil y Juvenil de la Argentina). Han asumido importantes responsabilidades. México fue el anfitrión de la primera reunión bianual de la región de América Latina. Argentina lo hará en 2011, cuando Buenos Aires sea Capital Mundial del Libro. Además, en 2014, México tendrá el enorme compromiso de ser la sede para la Asamblea General de IBBY. Así, A Leer y ALIJA se destacan en el panorama de IBBY, pese a ser organizaciones relativamente jóvenes desde su formal designación: en México, desde 1979; en Argentina, desde 1985.

Pero por delante de las instituciones, los nombres y los datos, IBBY existe y crece por el impulso de las personas que aman la lectura y que buscan dar la oportunidad a que más seres tengan acceso a ella. Y lo hacen venciendo dos limitaciones: los malos hábitos de lectura (o ausencia de ellos) y las carencias económicas.

Quienes hacen IBBY han sido —y muchos continúan siéndolo— maestros, bibliotecarios, escritores, ilustradores. Su argumento más convincente para estimular a leer es la propia pasión que ellos experimentan, no hacia todos los libros indiscriminadamente, sino hacia los que les han dejado huella en su memoria e identidad. Saben que la relación con los libros es personal y que, si no hay placer en la lectura, el libro es, con todo derecho, abandonado. Recuerdos, reflexiones y algún consejo práctico, todas estas cosas son contadas aquí por Azucena Galindo Ortega, directora general de A Leer, y por Carlos Silveyra, presidente de ALIJA, con una compartida calidez, que contagian al describir su común vocación de promover la lectura en niños y jóvenes.

### **ALIJA CUENTA SU EXPERIENCIA**

Con Carlos Silveyra se habla de vos. Directo, sin vueltas, no esconde las vetas caseras de la labor de ALIJA que, sin embargo, implica un elevado compromiso profesional.

*Analia Melgar (AM) ¿Qué objetivos tiene ALIJA?*

Carlos Silveyra (CS): ALIJA es una institución que se creó como una ONG (Organización No Gubernamental) sin fines de lucro, es decir, todo lo que recauda lo reinvierte en promoción de la lectura, difusión de la literatura y capacitación

de mediadores. Buscamos desarrollar actividad de lectura donde sea y como sea. Así de fácil. Entonces, auspiciamos desde un plan de lectura en las plazas hasta un concurso de una editorial donde pueden aparecer nuevos y mejores escritores e ilustradores, de los cuales, en la Argentina, hay gran tradición.

*AM: ¿Qué particularidades tiene ALIJA en el presente?*

CS: En 2010 buscamos que ALIJA sea más federal, es decir, que no todo esté centralizado en Buenos Aires. Por eso, se están generando delegaciones y filiales en otras ciudades del país (Ushuaia, Mar del Plata, Rafaela). Actualmente, ALIJA está integrada por unos 250 socios, que pagan una cuota mensual de \$15 pesos al mes [menos de 4 dólares americanos]. Todos los interesados en promover la lectura y la literatura en niños y jóvenes pueden ser socios: un maestro recién recibido, cualquier ciudadano. Y ALIJA continúa entregando anualmente sus premios, llamados Destacados ALIJA, determinados por un jurado independiente que nombra la comisión directiva.

*AM: Contame un ejemplo de un proyecto reciente de ALIJA.*

CS: Por ejemplo, nos asociamos con un grupo de teatro que hace funciones en todo el país. Elegimos los diez lugares más humildes y carentes de libros, y una persona de ALIJA acompaña a ese grupo de teatro y lleva una dotación de treinta libros de regalo. Esos libros los compra ALIJA a las editoriales socias, con un descuento. En el lugar, hacemos lectura en voz alta con los nenes, un taller con los docentes para explicarles qué pueden hacer con el material que les entregamos, y nos volvemos. Es decir, dejamos una pequeña biblioteca, sembramos ganas de trabajar en los maestros y los chicos pasaron un lindo momento.

*AM: ¿Por qué hacés promoción de la lectura?*

CS: Nunca te vas a encontrar con ningún enemigo de la lectura, porque la lectura es más buena que el agua. *Está bueno* decir que apoyás a la lectura, te da *prestigio*, te ubica en el mundo de los *bien pensantes*. Lo digo así con cierta ironía, porque se da la situación hipócrita de que la sociedad les dice a los chicos que lean pero los adultos (papás, abuelos,

## **"UN LIBRO VALE LO MISMO QUE CUATRO PAQUETES DE CIGARRILLOS O CINCO PORRONES DE CERVEZA. SI TOMAN, POR SEMANA, UN PORRÓN MENOS, NO LES HACE NADA Y EN CINCO SEMANAS JUNTAN EL DINERO PARA COMPRAR ESE LIBRO"**

**CARLOS SILVEYRA**

maestros) no leen. Ahora bien, no alcanza con que se lea más. Después que encontramos ese material que al chico le dan ganas de volver a leer, hay que buscar el nivel más alto posible.

*AM: ¿Existen lugares de Argentina donde no hay libros?*

CS: Hay lugares donde sí hay libros pero no se usan. En las escuelas a veces hay libros en cajas, porque los maestros dicen "mirá si se rompen...". Pero si los libros se rompen cumpliendo sus funciones, eso no es un problema; el problema es que no se usen. Donde realmente no hay libros en Argentina es en los hogares. Después de la escuela, mucha gente no vuelve a tener ni tocar un libro. A los papás les explico con mucha crudeza: "Un libro vale lo mismo que cuatro paquetes de cigarrillos o cinco porrones de cerveza. Si toman, por semana, un porrón menos, no les hace nada y en cinco semanas juntan el dinero para comprar ese libro". Ahora bien, sí sucede que hay lugares donde no hay dinero para comprar libros, pero tampoco hay con qué comprar ni ropa ni alimentos. Ahí ALIJA lleva libros.

*AM: ¿A todos los chicos potencialmente les gusta leer?*

CS: No a todos los chicos les encanta leer. Y está muy bien que así sea. Si vos no leés, después cuando te morís no te vas al infierno. Hay chicos a quienes les gusta la plástica, la música; a otros, no. Lo mismo pasa con la lectura. Si tenés dos hijos, que uno te salga lector y otro salga deportista no tiene nada de malo. Lo malo es no haberles dado a ambos la oportunidad de leer. Lo que sí creo es que el 99,9 por ciento de esos chicos que dicen que no les gusta leer es porque en algún momento se les obligó a leer o porque se les proporcionó material fuera de sus intereses. Los adultos solemos creer que lo que nos gustó en nuestra infancia les tiene

que gustar a nuestros hijos. Pero ellos son otra persona, en otro mundo y con otros intereses. Si a vos te encantó *Mi planta de naranja lima*, no tiene por qué gustarle a tu hijo. Y si vos lo odiaste en la escuela cuando tu maestra te lo introdujo por vía endovenosa, a tu hijo a lo mejor le encanta. No hay una píldora para hacer leer. Hay un libro apropiado, para un niño apropiado, en un momento apropiado.

*AM: ¿Cuál es tu principal recomendación para los promotores de la lectura?*

CS: A los maestros y a los padres les digo: traten de pensar en la persona que tienen adelante y elijan libros en función de eso, no de sus propios gustos. A los chicos no les importa si es un premio Nobel, lo que les importa es que les diga cosas a ellos. No hay temáticas predeterminadas. Tienen que ser libros que movilizan, que conmueven y, por suerte, hay propuestas para todos los gustos.

*AM: ¿Qué es leer?*

CS: Leer es juntarse con uno mismo. Quien lee se está leyendo y quiere asomarse a otros mundos, a otras vidas. Yo recomiendo leer por las posibilidades que ofrece de escapar de tu mortalidad única e individual.

*AM: ¿Qué libro recordás como tu preferido en la infancia?*

CS: Yo me hice lector, debo decirlo, a pesar de la escuela. Me enganché mucho con Verne, London, Stevenson. Salgari era mi autor favorito. Me metía en un mundo de piratas y de naves y babor y estribor... No me hablaba de mi mundo, pero sí me hablaba de mi mundo. Hablaba de un mundo simbólico: sobre la valentía, sobre cómo te parás frente a la vida. Me hablaba a mí, aunque propusiera situaciones y palabras de las cuales yo, niño porteño, no tenía la menor idea.

## **A LEER CUENTA SU EXPERIENCIA**

Azucena Galindo Ortega describe su misión al frente de la dirección de A Leer. Ordenada, programática, no pierde, sin embargo, nada del convencido apasionamiento que la guía: “Los cambios individuales son los que van sumando a los procesos de cambio mayor: se empieza por los individuos y se incide en la sociedad”.

*AM: ¿Qué objetivos tiene A Leer?*

Azucena Galindo (AG): El objetivo central es que la lectura placentera esté presente en la vida de las personas, que sea un bien de la sociedad que estimule el diálogo, la construcción colectiva de soluciones, el autoconocimiento de las personas y el goce estético. Para promocionar la lectura placentera, los propios mediadores deben ser ellos mismos lectores convencidos del poder de la lectura. Las actitudes frente a la lectura son aprendidas y dependen del medio en el que cada niño o cada adolescente se desenvuelve. Por ello tenemos que incidir en las familias y en las escuelas, para que en ambos espacios la lectura se despliegue en su sentido gozoso. Buscamos que nuestros planes se ejecuten de manera sistemática y sostenida en espacio y tiempo: las acciones esporádicas no contribuyen mayormente a la formación de lectores.

*AM: ¿Cómo variaron los objetivos de A Leer desde sus inicios hasta hoy?*

AG: Cuando se fundó A Leer, hace treinta y un años, en México no existía oferta editorial propia para los niños y jóvenes del país. La mayoría de los libros provenían de España y de Argentina. A pesar de su calidad, no reflejaban las realidades de los niños mexicanos. Por ello, primero, nuestra tarea fue promover la creación de libros para niños en México,

escritos por mexicanos, ilustrados por mexicanos y editados por empresas mexicanas. Ahora, una vez superada la falta de propuestas editoriales, nuestro enfoque está en formar comunidades lectoras, en profesionalizar mediadores, y en buscar espacios alternativos de promoción de la lectura, además de fortalecer los ya existentes —escuelas, bibliotecas y librerías— y de propiciar que los hogares se conviertan en núcleos lectores.

*AM: ¿Cuáles son las actividades de A Leer en la actualidad?*

AG: Tenemos programas variados, para públicos distintos. Hacemos análisis de la literatura infantil en nuestra biblioteca especializada, y trabajo directo con niños, adolescentes y adultos. Nuestro programa Nosotros Entre Libros lleva lectura en voz alta a primarias públicas, a través de voluntarios, en su mayoría madres de familia. Hemos abierto más de cincuenta bibliotecas comunitarias en distintas zonas del país, donde ofrecemos préstamo de libros, en lugares de difícil acceso a la cultura escrita, por su situación geográfica o social. También tenemos un proyecto para adolescentes, que vincula a la literatura con el cine y la plástica.

*AM: Se escucha decir: “los niños de ahora leen menos, por la televisión, la computadora...”. ¿Es cierto?*

AG: No veo una conspiración contra la lectura. Hay nuevos soportes para realizarla y hay nuevas formas a través de las cuales niños y jóvenes se comunican y se divierten. Hace algunos años, se había perdido la escritura de mensajes y cartas. Ahora, con el correo electrónico y las redes sociales, hay una nueva dimensión de escritura. Hoy, un mediador de la lectura tiene que explorar los nuevos medios y volverlos sus aliados.

**“UN NIÑO QUE LEE TIENE MÁS Y MEJORES HERRAMIENTAS PARA ENFRENTAR EL MUNDO ACTUAL, MÁS PUNTOS DE VISTA PARA COMPRENDERLO, CUESTIONARLO E INTENTAR MODIFICARLO, TIENE MÁS FORMAS DE COMUNICARSE CON LOS DEMÁS Y DE EXPLORAR SU PROPIO INTERIOR”**

**AZUCENA GALINDO**

AM: *¿Qué caracteriza a la buena literatura infantil?*

AG: La buena literatura infantil, como todo el arte, puede tocar las fibras más íntimas del ser, poner a las personas en contacto con su esencia, a través de la calidad literaria, el cuidado en las palabras y la construcción de la obra. Por el contrario, no recomendamos libros que tienen un mensaje unívoco, que carecen de trama, que redundan en el lugar común.

AM: *¿Qué es leer?*

AG: La oportunidad de adentrarse en el infinito mundo que ofrecen los libros. Tener el refugio y la compañía de la palabra escrita y dialogar con los personajes nos enriquece. En lo personal, he tenido muchas experiencias de lectura: momentos entrañables, reflexiones profundas, amigos de aventuras, amores platónicos, personalidades repulsivas, pasajes incomprensibles. Quien tiene una vida interior rica está bien equipado

para la vida. La lectura brinda oportunidad de enfrentar múltiples realidades y, a partir de ellas, confrontar la propia. La lectura quizá no modifique el mundo, pero sí puede modificar la forma en que lo vemos. Un niño que lee tiene más y mejores herramientas para enfrentar el mundo actual, más puntos de vista para comprenderlo, cuestionarlo e intentar modificarlo, tiene más formas de comunicarse con los demás y de explorar su propio interior.

AM: *¿Qué libro recuerdas como tu preferido en la infancia?*

AG: Recuerdo a Salgari; adaptaciones de autores rusos que mi papá me dio; pasé por *Corazón: diario de un niño*, *Marcelino pan y vino*, y toda la colección de audiocuentos de Disney. El que fue una lectura entrañable: *El país de las sombras largas*, de Hans Ruesch, cuando lo leí en la secundaria. Todos ellos me han tocado, me han dejado algo, me han hecho vivir y, por ello, les estoy muy agradecida.

