

Promoció del llibre i la lectura

Jordi Llobet

Tots els lectors s'assemblen, però cadascun viu la lectura a la seva manera. En el nostre entorn cultural, nenes i nens, dones i homes, joves i grans han rebut les claus per obrir itineraris de lectura amb les competències adquirides a l'etapa escolar. La programació dels cicles educatius aspira a un cert anivellament de les habilitats bàsiques pel que fa al domini de la cultura escrita, a partir del qual les pràctiques de lectura en les nostres societats evolucionen cap a formes diverses, fruit d'uns usos instrumentals, fruit d'uns factors d'identificació cultural i distinció social, o fruit del gaudi i la passió lectora.

El capítol que ens ocupa se centra en les estratègies que desenvolupen els governs, els agents del sector editorial i les institucions del món del llibre i la lectura per captivar l'atenció dels lectors o ampliar-ne el nombre. Ambdues accions s'ajusten conceptualment amb dos verbs que s'utilitzen amb un sentit molt similar: fomentar o promoure la lectura.

Segons el *Diccionari de la llengua catalana* de l'IEC, *Fomentar* vol dir “Promoure la creixença (d'alguna cosa)”; i així es parla del foment de la indústria, del treball o del consum i també es diu que hi ha centres o societats dedicades al foment d'un fi literari, polític, recreatiu o esportiu. El significat del terme *Promoure* és “Donar la primera impulsió (a alguna cosa)”; amb aquest sentit es diu que es pot promoure un escàndol, es promou l'ús social del català, es poden promoure les vendes i els contactes amb altres grups i també s'organitzen actes per tal de promoure la cultura.

Fomentar i promoure són dos verbs complementaris que abasten el ventall de reptes assumits pels plans i els programes impulsats des de l'administració i la societat civil: fer créixer els hàbits de lectura i ampliar el territori lector. Per tal d'actuar amb eficàcia sobre les necessitats i les mancances de la comunitat, la suma d'esforços dels agents i institucions implicats en la promoció del llibre i la lectura s'ha de fonamentar en una anàlisi de les pràctiques reals de lectura i de les eines i recursos disponibles.

Saber què es llegeix i per a què es llegeix és un primer pas imprescindible que cal complementar amb un coneixement del perfil dels lectors (en funció del gènere o de l'edat) i de les seves inquietuds. De la lectura instructiva o instrumental a la lectura recreativa hi ha un salt de necessitats i d'utilitats que és irrellevant valorar a hores d'ara, ja que tots els usos poden ser contemplats en la mesura que es troben presents en les nostres societats. És evident que els contes, els relats i les narracions literàries juguen un paper determinant a l'hora de reforçar l'imaginari col·lectiu i de construir la tradició lectora d'una comunitat. Ara bé, això no ha de fer desestimar cap horitzó de

possibilitats lectores pel fet que totes elles poden convertir-se en oportunitats per obrir el ventall d'actuacions possibles i millorar els índexs de lectura.

Les diferents funcions de la lectura (instructiva, informativa o recreativa) s'adapten avui al nou ecosistema digital i el nou entorn de llibres electrònics, documents i biblioteques digitalitzades modifica els usos de la cultura escrita i condiciona els processos de recepció lectora. És palès que la cultura impresa i l'ordre tradicional del llibre perden força davant l'avenç de les noves formes i trames digitals de producció, reproducció i difusió del saber; el llibre veu afeblida, en aquest procés, la seva hegemonia i centralitat simbòlica. Caldrà veure fins a quin punt la lectura, en aquest procés de canvi paradigmàtic, veu limitades o ampliades les seves perspectives i oportunitats amb els nous suports i llenguatges digitals.

L'escenari lector que es dibuixa és ric en continguts, incert en les formes i arriscat per a uns actors (autors, editors, llibreters o bibliotecaris) delerosos d'assolir protagonisme en la recerca del públic lector, alhora que temorosos davant els canvis tecnològics que arriben.

Uns i altres proposen fórmules complementàries per respondre a una mateixa qüestió: com ampliar la comunitat de lectors de la nostra societat. En el decurs de la seva intervenció, els autors, les editorials o les llibreries poden veure afavorits els seus productes o serveis a través d'estratègies puntuals d'impacte immediat; ara bé, el guany fugisser a curt termini hauria de quedar relegat a un segon pla. Qualsevol intervenció hauria d'establir com a prioritat el servei a una estratègia a mig i llarg termini capaç d'estendre la comunitat lectora i reforçar els valors associats a la pràctica de la lectura.

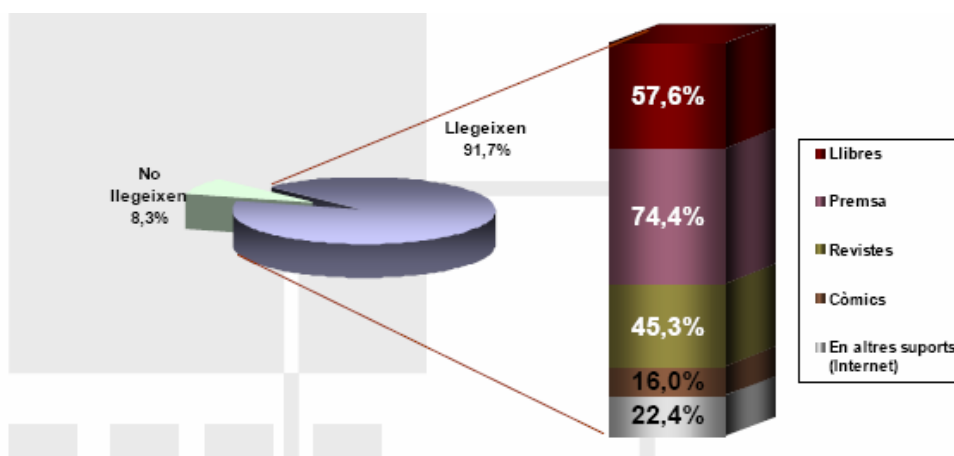
1. Llibres, lectors i, sobretot, lectores

Les dades sobre la producció editorial a Espanya, que publica anualment la Federació de Gremis d'Editors, confirmen any rere any la importància de l'oferta bibliogràfica i la potència d'una indústria cultural amb una gran tradició al país.¹

	2008		2009	
	Títols	%	Títols	%
Castellà	56.752	77,8	59.547	78,1
Català	10.110	13,9	10.217	13,4
Euskera	1.375	1,9	1.398	1,8
Gallec	1.687	2,3	1.577	2,1
Altres	3.057	4,2	3.474	4,6
Total	72.981	100,0	76.213	100,0

Font: [Comercio interior de libros 2009](#), FGEE

Els editors avaluen també de forma periòdica les dades relatives a la lectura de llibres. L'últim estudi encarregat per l'Associació d'Editors en Llengua Catalana i el Gremi d'Editors de Catalunya sobre [Hàbits de lectura i compra de llibres a Catalunya](#), corresponent a l'any 2009, descriu la següent panoràmica lectora: el 91,7 % de la població a partir dels 14 anys llegeix o bé llibres (57,6 %), o diaris (74,4 %) o revistes (45,3 %) o còmics (16 %) o en altres suports (22,4 %). Un 8,3 % de la població no llegeix en cap dels mitjans considerats.



Font: [Hàbits de lectura i compra de llibres a Catalunya, any 2009](#)

¹ Altres fonts estadístiques de referència sobre la producció editorial espanyola són: la [Panoràmica de la edició en España](#), que elabora anualment el Ministeri de Cultura en base a les dades de l'ISBN; les sèries estadístiques publicades per l'[Institut Nacional d'Estadística](#) i l'explotació de les dades del Dipòsit Legal que realitza la [Biblioteca Nacional d'Espanya](#).

L'evolució de les dades relatives a la lectura de llibres mostren la migradesa dels avenços assolits i les dificultats reals per fer créixer els índexs de lectura i la comunitat lectora del país:

Lectura de llibres (població de 14 anys i més)	Catalunya		Espanya	
	2008	2009	2008	2009
Lectors freqüents (llegeixen llibres tots els dies o alguna vegada a la setmana)	43,5	44,9	40,4	41,3
Lectors ocasionals (llegeixen llibres alguna vegada al mes o al trimestre)	14,4	12,7	14,2	13,7
No lectors	42,1	42,4	45,4	45,0

Font: [Hàbits de lectura i compra de llibres a Catalunya, any 2009](#)

L'últim estudi d'[El baròmetre de la comunicació i la cultura](#), dedicat a les audiències i els consums culturals del mercat de parla catalana, confirma alguns dels aspectes recollits en l'informe dels editors: la literatura (principalment la novel·la) és, amb molta diferència, la matèria més llegida (80,3 %), seguida dels llibres sobre humanitats i ciències socials (15,5 %); l'entreteniment és el principal motiu de lectura de llibres (74,6 %), independentment de la matèria llegida; i pel que fa a la procedència de l'últim exemplar llegit, la compra representa un 47 % del total i només un 6,3 % dels lectors han obtingut l'exemplar a través del préstec bibliotecari, xifra que indica el paper secundari d'aquest servei en la circulació de llibres.

Ambdós estudis coincideixen a l'hora d'identificar els perfils del podi llibresc que, any rere any, està encapçalat per les lectores: les dones llegeixen més que els homes (61,2 % front a 54,1 %), especialment en la franja de 14 a 24 anys (85,1 % enfront 63,9 %) i es decanten, preferentment, per la novel·la; tant les unes com els altres perden interès per la lectura a mesura que incrementen l'edat; l'índex de lectura varia significativament en funció del nivell d'estudis i presenta taxes més elevades en els municipis més grans. En l'extrem oposat, es troba el perfil dels no-lectors: predominantment, homes; més grans de 55 anys; amb estudis primaris i residents en municipis menors de 50.000 habitants. Els jubilats, les mestresses de casa i els aturats són els que menys llegeixen.

El paisatge lector ben segur que és a punt de canviar. Les possibilitats de les noves tecnologies apareixen com un factor determinant en la configuració de la societat lectora, en la forma de transmetre el saber i en la manera de compartir els textos que identifiquen una comunitat. Certes dades apunten l'increment de l'hàbit lector entre els infants i els joves, els protagonistes de la societat lectora futura, que aprenen, es comuniquen i es perden pel bosc digital, com a espai natural.²

² Per conèixer els hàbits d'aquest segment de la població cal consultar la recerca realitzada pel Consell Català del Llibre per a Infants i Joves (CLIJCAT), [Hàbits de lectura dels infants i joves de Catalunya](#). El treball analitza l'evolució dels hàbits lectors entre els 6 i els 16 anys.

Davant d'aquesta realitat, el conjunt de les institucions implicades s'esforcen per aconseguir un increment significatiu dels índexs de lectura. Els editors, els llibreters o els bibliotecaris aporten la seva perspectiva sobre la realitat lectora i tracen propostes d'intervenció per modificar-la. Al mateix temps, els diferents governs i administracions, amb iniciatives pròpies o conjuntament amb els agents del sector, impulsen campanyes destinades a millorar les competències lectores de la ciutadania, com a camí indispensable per fer avançar la societat del coneixement, afavorir el progrés cultural i la cohesió social de la comunitat.

Les fórmules que s'articulen per assolir aquests objectius són molt diverses: programes i plans institucionals, premis, creació de comunitats virtuals de lectors, clubs de lectura de biblioteques, observatoris de la lectura i del llibre, elaboració d'informes i estudis sobre hàbits lectors, etc. Al llarg del capítol, es presenten i comenten algunes d'aquestes aportacions amb la intenció de distingir els interessos econòmics i els valors culturals que posen en joc els agents i les institucions que col·laboren en la promoció del llibre i la lectura.

2. Agents i valors al servei del foment de la lectura

2.1 Els autors

La distància que ha separat tradicionalment el creador dels seus fidels i atents seguidors s'ha vist escurçada arran dels altaveus digitals que amplifiquen l'obra de molts autors i dels nous canals de comunicació que permeten difondre-la. La pàgina de [Joan Margarit](#) és un exemple modèlic d'aquesta tasca d'apropament que contribueix a dinamitzar l'interès lector, talment com l'espai de l'escriptor [Jaume Cabré](#), Premi d'Honor de les Lletres Catalanes 2010.

Els autors obren els seus espais als comentaris del lectors que poden contactar amb ells a través de fórmules diverses: del correu electrònic (l'opció més estesa); d'un bloc, com seria el cas de [Bernardo Atxaga](#) o d'un fòrum obert al debat sobre el propi univers creatiu, com fa l'escriptor britànic [Philip Pullman](#). Les possibilitats de les noves tecnologies per apropar-se als creadors van més enllà d'aquest ampli ventall de fórmules de diàleg. El text escrit es carrega de nous significats gràcies a la gravació de la veu o d'un vídeo que permet mostrar l'expressivitat del polipoeta ([Josep Pedrals](#)) o les imatges que il·lustren o evoquen el món creatiu d'un autor ([Francesc Serés](#) o [Agustín Fernández Mallo](#)). El so i la imatge entren en el joc dels processos de recepció i acompanyen les formes poètiques i els relats dels creadors.

Les associacions d'escriptors procuren, amb la seva autoritat i capacitat crítica, destacar les figures de relleu del col·lectiu i impulsar la seva presència en la comunitat amb fórmules diverses. L'activitat de l'[Associació d'Escriptors en Llengua Catalana](#) (AELC) pot servir com a exemple. L'Associació, fundada l'any 1977 per defensar els interessos dels escriptors i escriptores en llengua

catalana, té com un dels seus objectius promoure la difusió dels autors i les autores. Per tal d'enfortir el reconeixement públic de la seva tasca literària, l'Associació impulsa un seguit d'actuacions que es poden agrupar en tres grans línies:

- a) Els programes destinats a apropar els autors als lectors: bé a través de la seva participació en lectures o tertúlies literàries, bé mitjançant la confecció i el manteniment de pàgines web que amplifiquen la presència dels autors a Internet.
- b) La convocatòria de congressos o seminaris dedicats a promoure la reflexió i el debat sobre el paper del creador i la creació literària, com ara el Congrés de Literatura Infantil i Juvenil o el Seminari sobre la Traducció a Catalunya.
- c) El lliurament d'un seguit de premis que prestigien els autors: els Premis de la Crítica, a través dels quals es distingeixen les millors obres de narrativa i poesia publicades durant l'any anterior; el Premi Aurora Díaz-Plaja, que premia el millor article d'anàlisi, estudi o investigació sobre la literatura infantil i juvenil catalanes, i el Premi Jaume Fuster dels Escriptors en Llengua Catalana, que distingeix un autor pel conjunt de la seva obra literària.³

La capacitat de consagració de les institucions reforça la figura dels autors i renova l'interès per una trajectòria creativa. Els premis que segueixen aquesta línia, tant en el camp de la ficció com en l'assaig o en d'altres matèries, atorguen un prestigi i una significació que depassa qualsevol estratègia comercial o interès editorial. És aquest valor específic el que permet una intervenció privilegiada en el camp de la promoció de la lectura, molt per damunt de la majoria dels premis que atorguen periòdicament les editorials, uns guardons que, tot i jugar un paper decisiu en la promoció dels autors i, en general, de la lectura, responen a unes estratègies comercials que sovint passen per davant de la qualitat o de l'excel·lència literària.⁴

El paper de l'autor en les tasques de promoció lectora es veu recolzat també des de l'Administració pública a través d'iniciatives com la de la [Institució de les Lletres Catalanes](#) (ILC), entitat autònoma del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya creada l'any 1987. La ILC té com a objectiu fonamental vetllar per la promoció de les obres dels autors catalans i difondre el patrimoni literari propi.

Amb aquesta finalitat, entre d'altres accions, programa unes campanyes de promoció dels escriptors a les escoles i centres culturals sota el nom d'[Itineraris de lectura](#) i [Al vostre gust](#), a més de col·laborar amb els centres que duen a terme activitats de difusió de la literatura i de foment de la lectura. El programa Itineraris de lectura, desplegat en col·laboració amb el Departament

³ Un inventari detallat dels programes i cicles desplegats arreu dels territoris de parla catalana es recull en el balanç anual que presenta l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana, *Memòria 2009* (Barcelona: l'AELC, 2010). És interessant d'observar en la memòria com un bon nombre d'aquests programes i cicles es realitzen en biblioteques públiques.

⁴ El Premi d'Honor de les Lletres Catalanes, el Premi Llibreter o el Premi Lletra d'Or formen part d'aquesta categoria, en què el reconeixement literari es resol gràcies a una equació fonamentada en la tradició i la crítica. La Institució de les Lletres Catalanes és la font de referència per obtenir informació actualitzada sobre l'evolució, les convocatòries i els palmarès dels [premis literaris en català](#).

d'Educació des de l'any 1998, promoció de la literatura catalana en l'àmbit de l'ensenyament primari i secundari, a través de la presència d'autors en els centres educatius, amb els quals els alumnes poden establir un diàleg obert al voltant de la creació i la lectura. A partir del curs 2009-2010, el programa ha ampliat la seva oferta amb una nova línia: els Itineraris de Lectura en veu alta que consisteix en la presència als centres d'un actor o actriu que llegeix una antologia de textos treballada prèviament a classe pels alumnes.

La Institució de les Lletres Catalanes recolza també, entre d'altres, el projecte [Espais escrits](#), Xarxa del Patrimoni Literari Català, una associació privada constituïda l'any 2005, amb l'objectiu d'articular els projectes de custòdia, recerca, i difusió del llegat dels escriptors de la literatura catalana i promoure'n la lectura i el seu estudi. La pàgina de l'associació enllaça amb els espais emblemàtics i els principals centres d'estudi del patrimoni literari integrats en el projecte i dona a conèixer les activitats que realitzen per conservar i projectar el llegat dels autors: rutes literàries, digitalització de fons, etc. La Fundació Joan Brossa, el Centre de Documentació i Estudi Salvador Espriu o la Casa Museu Llorenç Villalonga són alguns dels espais que formen part d'una xarxa que permet viatjar des de l'Empordà de Josep Pla fins a la Mallorca de Llorenç Villalonga, en un instant.

L'associació Espais escrits ha cartografiat el patrimoni literari català en un [Mapa 2.0](#) que permet situar i enllaçar autors, obres i institucions de tot l'àmbit lingüístic català. El Mapa conté més de mig miler de fragments d'obres literàries, acompanyats amb fotografies, vídeos i locucions dels textos, i ofereix igualment la possibilitat de recórrer rutes literàries, tant virtuals com practicables.

L'estima dels autors i de les seves obres dins de la comunitat lectora es veu reforçada també, de forma indirecta, gràcies al ressò que arriba des de l'escena internacional. En aquest sentit, cal citar la tasca del [PEN Català](#) com a plataforma per a la projecció internacional dels escriptors i escriptores dels territoris de parla catalana. Com a membre del PEN Internacional, la plataforma té com a objectiu promoure el paper de la literatura en el desenvolupament de la cultura al món i contribuir en la defensa de la llibertat d'expressió i la lluita per a l'alliberament dels escriptors empresonats.

Una de les seccions més actives del PEN Català és el Comitè de Traduccions i Drets Lingüístics, que té com a objectiu principal la promoció de la traducció de la literatura catalana i de la literatura universal al català. Cal destacar, entre les seves actuacions, l'edició de la revista *Visat*, una tribuna digital dedicada al món literari i la traducció, en la qual es reserva un espai per a l'inventari de les [traduccions de la literatura catalana](#) que juntament amb la base de dades [Trac: traduccions del català](#), de l'Institut Ramon Llull, centre de referència de la projecció exterior de la cultura i de les lletres catalanes, són les fonts més completes per saber quins autors i quins llibres han estat traduïts a altres llengües.

2.2 Els editors

Els productors juguen la carta empresarial/industrial i reforcen la seva imatge amb premis diversos, campanyes de promoció dels autors o de col·leccions específiques. Algunes cases editorials, fins i tot, converteixen la promoció de la lectura en un dels eixos estratègics de la seva activitat comercial o cultural. Aquest seria el cas de l'editorial Bromera o del grup de comunicació Bertelsmann.

La [Fundació Bromera per al Foment de la Lectura](#) és una entitat cultural valenciana que té com a finalitat promoure la lectura, amb una atenció específica envers la població infantil i juvenil i el món de l'ensenyament, principalment del territori valencià. Entre els objectius prioritaris de la Fundació s'especifiquen els següents: a) promoure i donar suport a la investigació docent sobre pràctiques que generen interès i motivació real per la lectura entre els infants; i b) fomentar activitats relacionades amb la reflexió sobre el món del llibre i de la literatura. Per assolir aquests objectius, l'entitat segueix diverses línies de treball i actuacions que van des de l'assessorament i la col·laboració amb altres institucions en la realització d'activitats de foment lector fins a l'elaboració d'informes per emprendre actuacions o l'edició de guies d'animació a la lectura.⁵

Un altre exemple potent amb una línia similar serien els projectes que impulsa el grup de comunicació Bertelsmann AG, a través de la [Fundació Bertelsmann](#). Les intervencions, en aquest cas, se centren específicament en l'elaboració de programes innovadors per a la millora dels serveis de les biblioteques públiques i el foment de l'hàbit lector, especialment entre els joves. Una aposta recent en aquesta línia ha estat la creació de la [Biblioteca Cubit de Saragossa](#), un servei creat i pensat específicament per acollir i respondre als interessos d'un públic juvenil.

Ambdós casos són exemples excepcionals que han aconseguit posicionar-se en l'entorn cultural, sense patir i transmetre una dependència excessiva respecte als interessos del propi segell editorial. Cal tenir en compte que, en general, els esforços de les editorials per crear plataformes de promoció de la lectura acostumen a tenir poca eficàcia, atès que es tracta d'iniciatives que no deixen de veure's com estratègies comercials al servei dels interessos econòmics del segell editorial. Des d'aquest punt de vista, s'hauria de ponderar l'eficàcia de propostes com l'Àrea infantil del Grup Anaya o el Planeta lector del grup Planeta.

L'[Àrea infantil del Grup Anaya](#) dinamitza el seu espai de difusió bibliogràfica amb un seguit de fórmules per compartir lectures, notícies i reflexions sobre la literatura infantil, la il·lustració i la promoció de la lectura. L'Àrea inclou un bloc amb notícies i avenços editorials que permet la descàrrega de capítols o enllaça amb facebook on els lectors poden compartir comentaris, tot i que únicament hi trobareu els de la mateixa editorial.

⁵ Des de l'apartat de recursos de la Fundació es poden descarregar les dues guies editades fins ara: *Llegir per a créixer: guia pràctica per a fer fills lectors*, de Joan Carles Girbés i *Poemania: guia pràctica per a fer lectors i lectores de poesia*, d'Anna Ballester.

[Planeta lector](#) aposta per la creació d'una comunitat virtual de professors compromesa amb el foment de la lectura. La comunitat es planteja com un espai de trobada on compartir informació, experiències, inquietuds o recursos per tal d'incrementar els hàbits de lectura dels alumnes fins el batxillerat. Ara bé, l'escenari bibliogràfic es limita als títols que formen part del catàleg del Grup Planeta, a partir dels quals el professorat pot exposar les seves experiències i treballs.

Altres segells, en canvi, aposten simplement per dinamitzar la lectura projectant els continguts amb fórmules que exploten al màxim les potencialitats de la tecnologia digital. Així, el [Grup 62](#) busca captivar el lector amb un aparador virtual certament atractiu, tant pels avenços literaris que presenta, com pel ventall de recursos que empra per difondre'ls: entrevistes amb autors, enllaços a vídeos al youtube, reculls de notícies aparegudes a la premsa, tasts literaris, etc. La fórmula projecta la imatge i la identitat del grup, atorga visibilitat al seu discurs bibliogràfic i crea un espai obert on perdre's sense cap exigència de participació.

La plataforma [Me gusta leer](#) del grup Random House Mondadori és un altre altaveu potent per difondre informació sobre els autors i els diferents segells del grup. L'espai ofereix la possibilitat de fullejar els llibres i incorpora eines 2.0 per comunicar-se amb els lectors: et pots "subscriure" a un autor, rebre notificacions sobre la seva activitat literària o bé pots opinar sobre les lectures fetes. L'escenari limitat del catàleg es transcendeix amb propostes d'animació a la lectura com el [vídeo promocional](#) que el grup ha creat per a la presentació del seu espai a youtube.

Les intervencions de promoció de la lectura del sector editorial prenen una dimensió més valuosa quan provenen de les associacions representatives de les empreses editorials. El [Gremi d'Editors de Catalunya](#) o la [Federació de Gremis d'Editors d'Espanya](#), a més de defensar els interessos i impulsar la promoció dels editors agremiats, donen suport a iniciatives de relleu en el camp de la promoció del llibre i de la lectura i impulsen una sèrie d'actuacions que han tingut un impacte significatiu en el nostre entorn lector. Les accions més destacades es podrien concretar en l'elaboració periòdica d'estudis i en la creació del projecte SOL.

Pel que fa a l'apartat dels estudis, la Federació publica uns informes trimestrals i anuals que elabora des de l'any 2000 sobre els [hàbits de lectura i de compra de llibres](#). Els estudis, evidentment, se centren en la descripció i l'evolució de la demanda de llibres; ara bé, cada informe recopila també dades molt significatives sobre el perfil i els hàbits lectors. En aquest apartat, cal destacar també l'elaboració de dos informes publicats sota el mateix títol, [La lectura en España](#), corresponents als anys 2002 i 2008, coordinats per José Antonio Millán.

L'altra gran aposta de la Federació ha estat el projecte SOL, [Servicio de Orientación de Lectura](#) (SOL-e). El mes de maig de 2002, la Federació amb el suport del Ministeri de Cultura i la col·laboració de la Fundació Germán Sánchez Ruipérez aposta per crear un servei de recomanació de lectures dirigides tant a lectores i lectors –fins als 18 anys– com a les famílies, els mestres, els bibliotecaris i el conjunt dels professionals i especialistes en el camp del llibre infantil i juvenil. El servei neix amb l'objectiu d'oferir una selecció de títols de qualitat i una recopilació de propostes

de dinamització de la lectura, fet pel qual ha acabat orientant la seva implantació preferentment envers l'àmbit educatiu i el camp bibliotecari. La selecció del material informatiu va a càrrec fonamentalment del Centre Internacional del Llibre Infantil i Juvenil de la Fundació Germán Sánchez Ruipérez. Actualment, el SOL és una de les fonts informatives i prescriptores de referència a nivell de l'Estat i s'ha convertit en un referent bibliogràfic i metodològic en l'espai de la lectura dirigida als infants i els joves. El Projecte SOL s'ha ampliat l'any 2009 amb una nova secció dirigida específicament a l'àmbit educatiu: [Proyecto de lectura para centros escolares \(PLEC\)](#).

La tasca de la Federació es concreta també en una sèrie de Premis al Foment de la Lectura, que atorga des de l'any 2002, i que reconeixen la tasca realitzada per la premsa escrita, la ràdio i la televisió en la promoció de l'hàbit lector. Més recentment, la llista de reconeixements s'ha ampliat amb un [premi a la millor iniciativa de foment de la lectura en les biblioteques públiques](#) que vol destacar la tasca indispensable que realitzen a favor de la lectura. La valoració de les iniciatives presentades al premi es basa en els criteris següents: la novetat de l'enfocament o de l'estratègia metodològica per millorar la competència lectora i el foment de la lectura; la possibilitat d'aplicar l'experiència a d'altres biblioteques o la implicació de la comunitat en el projecte.

Cal fer esment, abans de tancar aquest apartat que tant la Federació espanyola com el Gremi català promouen la participació dels editors en fires i salons del llibre. Aquesta participació té un interès especial en l'àmbit de la promoció lectora quan es tracta d'esdeveniments en què l'interès lector passa davant de l'interès comercial, tal com succeeix a la [Setmana del Llibre Català](#) o a la [Fira del llibre de Madrid](#), festa del llibre per excel·lència a la capital de l'Estat, talment com la Diada del Llibre de Sant Jordi a Catalunya.⁶ En ambdós casos, la dimensió cultural dels esdeveniments supera els interessos comercials: és una oportunitat excel·lent per posar en contacte el públic lector amb els autors i una ocasió excepcional per compartir esforços entre tots els agents i les institucions del món del llibre.⁷

El paper dels editors catalans en les tasques de promoció lectora es veu recolzat des de l'Administració pública a través de l'[Institut Català de les Indústries Culturals](#). L'Àrea del Llibre i de les Arts Visuals de l'ICIC juga un paper central en la promoció del llibre i la lectura amb una intervenció estratègica en diferents àmbits: suport a la producció a través d'ajuts i subvencions destinats a impulsar el desenvolupament empresarial; suport a la promoció del llibre a través d'ajuts a esdeveniments del sector del llibre (fires, seminaris, etc.); suport al coneixement de l'evolució del sector a través de la recopilació de dades i documentació de referència per al sector.

⁶ La Fira del Llibre de Madrid s'ha convertit en un esdeveniment central en la promoció del llibre a la ciutat, assolint un gran èxit popular i uns índexs elevats de participació. La implicació en la Festa dels diferents sectors del món del llibre (editors, distribuïdors, llibreters i bibliotecaris) ben segur que ha contribuït al seu èxit. El mateix podríem dir de la Fira del Llibre Basc, [Durangoko Euskal Liburu eta Disko Azoka](#), que se celebra a Durango des de l'any 1965 i que, oberta al públic, aplega el sector editorial, distribuïdores, discogràfiques, institucions i agents culturals que editen en euskera o be tracten temes bascos en qualsevol idioma.

⁷ L'Institut Català de les Indústries Culturals ofereix dins de l'Àrea del Llibre una relació exhaustiva de les [fires del llibre de Catalunya](#). Per la seva banda, el Ministeri de Cultura a través de l'espai de l'Àrea del Llibre, Lectura i Lletres, enllaça les principals [fires del llibre d'Espanya](#) i de la resta del món, amb una atenció especial a l'àmbit europeu i hispanoamericà.

El suport al desenvolupament empresarial és l'eix central de l'activitat de l'ICIC però, la com s'ha dit, la seva intervenció s'estén a les tasques de promoció i difusió del llibre col·laborant de forma activa en l'organització de les fires i mercats que se celebren arreu del territori i que tenen al llibre com a protagonista: el [Saló del Llibre Infantil i Juvenil](#), la [Fira del Llibre de Muntanya](#) o el [Saló Internacional del Còmic de Barcelona](#).

2.3 Els llibreters

Els llibreters ocupen una posició privilegiada com a mediadors entre els llibres i els lectors. Amb una certa distància respecte al productor, sempre i quan la llibreria no formi part d'un grup de comunicació, el llibreter és un professional independent, amb un ampli coneixement de la producció editorial i la possibilitat de construir un discurs bibliogràfic propi a partir d'un acurat treball de selecció. Més enllà del comerç, la llibreria, amb una perspectiva general del mercat i des d'una posició d'enllaç entre el llibre i el lector, pot jugar un paper important en la dinamització i en la construcció de comunitats lectores.

El ventall d'experiències digitals del nostre entorn llibreter és prou significatiu. Un gran nombre de serveis limita la presència a la xarxa a un aparador bibliogràfic destinat a vendre o a orientar al lector més que no pas a convidar-lo a intervenir directament sobre l'oferta editorial. En aquesta línia estarien les propostes de [La Central](#) o [Llibres.cat](#). Altres serveis aposten per dinamitzar l'entorn lector de la llibreria a través d'apostes diverses, com és el cas d'[el Bloc de la Laie/CCCB](#) o el bloc de recomanacions lectores de la llibreria [Al·lots](#), una iniciativa singular que reforça l'oferta bibliogràfica de llibres infantils amb les valoracions d'un equip d'especialistes, majoritàriament bibliotecàries i bibliotecaris.

Evidentment, l'exemple paradigmàtic d'[Amazon](#) i els seus satèl·lits lectors es troba encara lluny de ser superat. La visió estratègica de la llibreria nord-americana es fa evident en el joc hiperbibliogràfic que connecta els prestatges virtuals de la llibreria amb les demandes dels lectors i que s'estén indirectament a través de xarxes socials com ara [Shelfari](#), una comunitat de lectors que pertany al mateix grup. L'única llibreria que manté un servei que s'apropa al model nord-americà és la [Casa del Libro](#).

Altres elements caracteritzen i reforcen la intervenció dels llibreters independents: una gran majoria assumeixen un compromís amb un projecte cultural i, en funció d'aquest compromís, adopten un discurs crític respecte a la producció específica en el seu camp d'interès que oferten amb un tractament de la informació molt acurat. El reconeixement d'aquesta posició crítica i independent els atorga un valor afegit o un crèdit especial a l'hora de fer recomanacions lectores. Per tal de reforçar aquest paper, la [Confederació Espanyola de Gremis i Associacions de Llibreters](#) (CEGAL) amb el suport del Ministeri de Cultura, va crear el [Premio Librero Cultural](#), que reconeix cada any

la tasca d'aquelles llibreries que converteixen el seu servei en una tasca constant de dinamització cultural i de difusió del llibre i de la lectura.

Un altre exemple de l'eficàcia de les llibreries com a mediadores de lectures es troba en la consolidació del Premi Llibreter que atorga el [Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya](#), des de l'any 1999. En poc temps, aquest guardó que reconeix, des de l'any 2010, la vàlua d'una narració catalana, una narració estrangera i un àlbum il·lustrat publicats recentment s'ha convertit en un dels premis de referència a Catalunya. El Gremi col·labora, a més, de forma decidida en la difusió i la promoció del llibre i de la lectura a través d'un seguit d'activitats prou conegudes per tothom com ara les presentacions de llibres o, més recentment, l'organització de clubs de lectura.

Fins aquí s'han destacat aportacions significatives o singulars que els autors, els editors, els llibreters i un bon nombre d'institucions realitzen al servei de la lectura. És el moment de conèixer una de les fórmules operatives destinades a complementar i millorar l'efectivitat dels projectes desenvolupats pels agents i les institucions del món del llibre i la lectura.

3. Programes i campanyes de promoció de la lectura

El canvi de segle marca un punt d'inflexió decisiu en el desenvolupament d'una sèrie de programes institucionals de llarga durada destinats a millorar els índexs i els hàbits de lectura. Els governs responen de forma decidida a les exigències de la nova societat del coneixement, a les necessitats dels ciutadans i als interessos del sector editorial a través del disseny de plans nacionals de lectura. El conjunt dels programes i campanyes comparteixen un mateix punt de partida: consideren la lectura com un element estratègic des del punt de vista econòmic, social, cultural i educatiu indispensable per al desenvolupament del país i de les persones.

L'estratègia del conjunt d'aquests programes és molt similar: d'una banda, articulen en un únic discurs institucional les necessitats i els interessos del món del llibre i la lectura; i de l'altra, defineixen les línies d'actuació prioritàries, a curt i mig termini, que han de construir un escenari lector ric i atractiu al servei dels ciutadans.⁸

Tal com s'ha vist, els agents del sector del llibre i les institucions públiques i privades compromeses en el desenvolupament d'una societat lectora aporten uns valors específics en les seves actuacions de promoció. Alhora, aquests mateixos agents i institucions es comprometen i participen en els programes i les campanyes que els governs despleguen per intervenir en la

⁸ El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) impulsa el desenvolupament dels plans de lectura de la regió. La seva tasca es complementa amb una sèrie de publicacions teòriques sobre la matèria, entre les quals cal destacar l'excel·lent guió metodològic redactat per Beatriz Helena Isaza Mejía i Carlos Sánchez Lozano, *Guía para el diseño de planes nacionales de lectura* (Bogotá: Cerlalc, 2006?).

comunitat. L'esforç compartit reporta un doble benefici: d'una banda, les experiències i el coneixement adquirit fonamenten i reforcen les línies d'actuació; i de l'altra, la diversitat de mirades enriqueix el diàleg entre els agents i les institucions.

Tal com es veurà tot seguit, la gran majoria dels plans de foment de la lectura detallen amb precisió els objectius, les línies d'actuació i els agents implicats en la seva consecució. El punt de partida és clar, els mecanismes operatius també, però no es pot dir el mateix dels controls de seguiment i d'avaluació dels programes desenvolupats, tal com apunten la majoria d'anàlisis sobre la matèria.

3.1 El Pla de foment de la lectura, de Catalunya (2008-2011)

L'abril de 2008, dins de les celebracions de Sant Jordi, el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació del Govern català presenta un [Pla de foment de la lectura](#) destinat a millorar l'hàbit i la competència lectora entre la població. Per fer front a una realitat clarament millorable, es considera necessari potenciar la presència mediàtica i la projecció social de la lectura; tasca per a la qual es compta amb la fortalesa de la Xarxa de Biblioteques Públiques i amb la llarga experiència de bones pràctiques en promoció de la lectura que acumulen el món educatiu, les institucions locals i la societat civil de Catalunya.

Els objectius programats són els següents:

- Impulsar la lectura com a via fonamental d'accés al coneixement per part de la ciutadania.
- Assolir una millora dels índexs de població lectora, de l'hàbit de lectura i la seva intensitat en qualsevol tipus de suport.
- Implementar mesures que facilitin l'accés a la lectura al públic en general.
- Assolir una millora de l'hàbit i la competència lectora en llengua catalana.
- Conscienciar la societat catalana de la importància de la lectura com a eina de progrés nacional i de cohesió social.

El Pla disposa d'un calendari de treball plurianual amb la voluntat de donar continuïtat a les polítiques impulsades i busca la implicació del màxim nombre d'agents en la seva realització: administracions, entitats, empreses dels sectors vinculats a la lectura, etc.

Les línies de treball endegades per incrementar els índexs de lectura s'orienten, inicialment, cap al treball en entorns habituals de lectura (biblioteques, escoles, universitats, etc.), es promouen accions massives destinades a captar nous lectors, es dissenyen estratègies específiques de comunicació i difusió (*llegir ens fa + grans*) i s'incentiva la creació de recursos i eines per al foment de la lectura.

Per a cada una de les línies de treball es programen una sèrie d'actuacions per al període 2008-2009 i se'n detallen els objectius, les entitats implicades, l'aportació econòmica del Departament i l'indicador desitjable d'obtenir. Entre les dotze accions que conformen la fase inicial del Pla, es podrien destacar les següents:

- *Programa [Què Llegeixes?](#)*: una aposta per la creació a través d'Internet d'un espai de trobada i de debat de la comunitat lectora catalana, on expressar l'opinió sobre llibres, literatura, escriptors i món editorial. L'espai es divideix en tres fòrums segons les edats dels participants: fòrum llapis (fins als 11 anys); fòrum boli (de 12 a 16 anys) i fòrum ploma (a partir de 17 anys).
- *Programa de suport a plans de foment de la lectura per a municipis menors de 50.000 habitants*: adreçat a municipis que disposen d'una biblioteca integrada al Sistema de Lectura Pública de Catalunya, que s'encarregarà d'impulsar projectes destinats a la millora de les habilitats lectores i informacionals dels habitants del municipi.
- *Programa Tasta'm*: edició d'opuscles amb primers capítols o extractes de novetats editorials en llengua catalana i de diferents gèneres (narrativa, no ficció, divulgació, poesia, teatre, etc.) que són distribuïts periòdicament de manera massiva a través dels transports públics de Catalunya i les Balears. El tiratge de cada opuscle és d'uns 150.000 exemplars, dels quals 145.000 es distribueixen a Catalunya, i els altres 5.000, a les Balears. La iniciativa busca atreure l'atenció del gran públic sobre els llibres promocionats i convidar-lo a trobar-ne l'edició original i completa a les llibreries i a les biblioteques.
- *Programa de subscripcions a diaris i revistes per a joves de 18 anys*: ofereix una subscripció gratuïta a un mitjà de premsa escrita durant un període limitat, amb l'objectiu de promoure la lectura i el consum de diaris de pagament i revistes entre els joves catalans. La proposta ofereix l'opció de triar entre més de 70 publicacions periòdiques d'informació general, culturals o esportives, en català o castellà.

Un any després de la posada en funcionament del Pla, el mes de maig de 2009, el Govern català amplia o reforça la programació inicial amb dotze noves intervencions adreçades en aquesta ocasió de forma específica a l'àmbit educatiu i infantil. Les actuacions s'emmarquen en tres grans eixos: millorar la comprensió lectora, impulsar l'hàbit de l'escriptura i potenciar la formació de docents en l'àmbit del foment de la lectura.

Entre les intervencions programades en aquesta segona fase es podrien destacar les següents: el programa *Què llegeixes? A les escoles*, adaptació del fòrum virtual ja existent a les necessitats de les escoles i els instituts; el suport al programa *Nascuts per llegir*, que pretén apropar els llibres als nens i nenes d'entre 0 i 3 anys a partir d'un treball conjunt de pediatres, famílies i biblioteques;⁹ o

⁹ [Nascuts per llegir](#) és un projecte que té com a objectiu establir un vincle afectiu entre adults i petits al voltant del llibre i

l'aposta per l'elaboració de *bibliografies selectives*, que posin a disposició de les escoles i dels professionals uns repertoris que els orientin en el procés de constitució del fons d'una biblioteca escolar.

El Pla ha aconseguit implicar agents i institucions diverses del món del llibre i la lectura així com un bon nombre de municipis del país. La majoria d'accions s'han complert dins dels terminis previstos i la campanya de comunicació, sota el lema: *Llegir ens fa + grans*, ha tingut un bon ressó i molt bona acollida. Malauradament, a hores d'ara, mancaria el desenvolupament del Banc de recursos previst en el mateix Pla que havia d'oferir un recull de les bones pràctiques de foment de la lectura aportades per la Xarxa de Biblioteques, així com plantilles i indicadors d'avaluació per tal de facilitar el disseny i el desenvolupament dels plans municipals de promoció de la lectura. Tant el Banc de recursos com el cens de les activitats realitzades serien unes eines imprescindibles en el moment de fer el balanç del Pla de Foment i avaluar els resultats aconseguits al llarg dels seus quatre anys de vigència.

3.1.1 Plans locals de promoció de la lectura a Catalunya

Amb l'objectiu de millorar els índexs de lectura en les seves poblacions, una sèrie de municipis han impulsat els seus propis plans de lectura locals. Les iniciatives es podrien dividir en dos grans grups: d'una banda els projectes d'abast ciutadà, adreçats al conjunt del municipi, com és el cas del [Pla de Lectura del Prat de Llobregat](#), una de les iniciatives més reeixides del nostre entorn; i de l'altra, les iniciatives desplegades en l'àmbit educatiu, com és el cas del [Pla d'animació a la Lectura](#), de l'Ajuntament de Vilanova i La Geltrú.

L'Ajuntament del Prat de Llobregat, a través del Pla de lectura, dona suport a totes les actuacions culturals i educatives de la ciutat dirigides a millorar l'hàbit lector. En el desplegament del projecte, té un paper destacat la Biblioteca pública Antoni Martín i el grup de Biblioteques escolars del Prat.¹⁰

estimular el plaer d'escoltar, d'imaginar i crear. L'any 2002, un grup de professionals relacionats amb la literatura infantil i les biblioteques es fa seva la iniciativa italiana Nati per leggere, convençuts de l'interès de la proposta. El Projecte català reunirà diferents col·lectius que treballen al voltant dels infants i la lectura: el Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya, el Consell Català del Llibre per a Infants i Joves o la Secció d'Atenció Primària de la Societat Catalana de Pediatria entre d'altres. L'any 2010 el projecte compta ja amb l'adhesió dels serveis bibliotecaris de 31 municipis de Catalunya.

¹⁰ La iniciativa de l'Ajuntament de Barcelona de dedicar l'any 2005 al llibre i la lectura va suposar una fita important en l'evolució de les campanyes institucionals al servei de la promoció de l'hàbit lector. El compromís de tots els sectors implicats es va resoldre en la imatge d'una ciutat captivada o capturada per les lletres i la celebració de l'[Any del llibre i la Lectura](#) es va convertir en un exemple modèlic de col·laboració institucional. El Consorci de Biblioteques de Barcelona continua i actualitza el treball de promoció del llibre i la lectura a través de l'ampliació dels seus serveis d'un ambiciós programa d'activitats que té en els cicles de *L'aventura de llegir*, una de les seves fites més reeixides.

El paper capdavanter de les biblioteques públiques en el desplegament dels plans de lectura locals es troba present en altres iniciatives similars, com és el cas del projecte [Cornellà, Ciutat de la lectura](#) o les campanyes endegades en les localitats escollides dins del Programa Municipi lector. De fet, en els municipis que compten amb aquest servei, la biblioteca és l'encarregada de gestionar i canalitzar les intervencions dedicades a la promoció de la lectura, una funció que compleix des del mateix moment que obre les seves portes.

El Programa [Municipi Lector](#) és una intervenció local que pretén involucrar a totes les institucions i serveis d'una població (escola bressol, escola de primària, biblioteca, llibreries, ajuntament, comerços, etc.) en el foment de la lectura. La iniciativa impulsada pel [Consell Català del Llibre Infantil i Juvenil](#) des de l'any 2006, es va veure reforçada amb la seva incorporació en la primera fase del Pla de Foment de la Lectura, tot i que actualment el programa no consta entre les accions del Pla.¹¹

Els projectes desenvolupats en l'àmbit escolar, tal com fa l'Ajuntament de Vilanova i La Geltrú, haurien de tenir com a eix de referència el servei bibliotecari de cada centre educatiu. Malauradament, els esforços esmerçats en el programa Puntedu del Departament d'Educació no s'han resolt en el desenvolupament d'una xarxa potent i articulada de biblioteques escolars als centres educatius de Catalunya; un objectiu que continua sent més una desig que una realitat. Per atorgar un paper central a la lectura dins de l'escola, més enllà del currículum educatiu, l'aposta del Departament d'Educació, impulsada també dins del programa Puntedu es concreta en l'elaboració de [Plans de Lectura de Centre](#) (PLEC). La iniciativa, fonamentada en un compromís de tots els membres de la comunitat educativa, pretén reforçar la competència lectora de l'alumnat, les seves habilitats en l'ús de la informació i els hàbits de lectura.

3.2 Plans institucionals de l'Estat

Els darrers anys, les diferents administracions de l'Estat han participat de forma decidida en la promoció de la lectura a través de diversos programes i campanyes que han comptat, molt sovint, amb la col·laboració i el compromís dels diferents agents i institucions del món del llibre per al seu desplegament. Un repàs de les principals iniciatives desenvolupades mostrarà els elements centrals d'aquests programes i els eixos estratègics de les intervencions efectuades.

¹¹ El Consell Català del Llibre Infantil i Juvenil (Clijcat) impulsa altres iniciatives destacades al servei de la promoció de la lectura i la difusió del llibre infantil i juvenil: l'organització del Saló del Llibre Infantil i Juvenil, campanyes d'animació de la lectura articulades al voltant d'un eix temàtic; publicació de la revista *Faristol*, etc. Altres organitzacions que treballen en el

3.2.1 El Pla de Foment de la Lectura de l'Estat: un punt de partida

El [Plan de Foment de la Lectura](#) impulsat pel Ministeri de Cultura del Govern d'Espanya a partir de l'any 2001 i consolidat entre els anys 2004-2007 precisa que la seva tasca va més enllà de la formació en l'habilitat de llegir, competència bàsica que correspondria transmetre des de la família i l'escola. El Pla especifica que la seva intervenció pretén el reforç d'uns hàbits i d'uns espais que facilitin l'apropament al llibre, a partir d'un compromís amb el conjunt de les institucions socials, culturals i educatives que comparteixen aquest mateix fi.

El Pla del Ministeri estableix com a objectius fonamentals de la seva intervenció:

- Conèixer, reflexionar i planificar millores sobre la realitat dels hàbits lectors i sobre la situació i els mitjans humans i materials de les biblioteques.
- Crear una consciència social sobre la importància de la lectura.
- Impulsar en col·laboració amb les administracions competents l'accessibilitat i dotació adequada de biblioteques públiques i biblioteques escolars.
- Realitzar o impulsar la realització d'activitats de promoció de la lectura en diferents àmbits.
- Atendre col·lectius amb dificultats (immigrants, tercera edat, discapacitats o població reclusa) a l'hora d'accedir al llibre i la lectura, recolzant iniciatives de les ONGs i altres institucions públiques i privades.

El Ministeri de Cultura va desplegar el conjunt de les activitats del Pla a través de sis àrees, amb uns objectius específics, que es resumeixen en la taula següent:

Projectes i activitats	Objectius
Instruments d'anàlisi	Obtenir dades sobre els índexs de lectura i compra de llibres; elaborar instruments d'anàlisi sobre l'estat i les intervencions de les biblioteques públiques i avaluar el paper de les llibreries
Projectes dirigits a centres docents	Promoure l'accés dels estudiants de secundària i de batxillerat a la lectura i la creació literària actual i a la lectura de les obres clàssiques
Potenciació de les biblioteques públiques	Millorar les instal·lacions i els equipaments de les biblioteques públiques de l'Estat, per fer-les més atractives als usuaris i per facilitar l'accés als seus serveis

mateix àmbit: l'Asociación Galega do Libro Infantil e Xuvenil ([Galix](#)), Galtzagorri Elkarte ([Galtzagorri](#)), la Organización Española para el libro infantil y juvenil ([Oepli](#)) i l'International Board on Books for Young People ([IBBY](#)).

Accions de comunicació:	Incidir sobre el paper decisiu de les famílies en l'increment dels índexs de lectura de nens i joves
Activitats d'animació a la lectura:	Donar suport a activitats ja existents com ara les campanyes Maria Moliner o Libros a la Calle, els salons del llibre infantil i juvenil o el SOL i donar suport a nous projectes de promoció de la lectura i a la participació en fires i festivals del llibre
Accions de conscienciació i col·laboració	Conscienciar de la importància de la biblioteca, establir fórmules de col·laboració amb les institucions privades i implicar el conjunt de les institucions públiques en el desenvolupament del Pla, especialment, el Ministeri d'Educació i Ciència

Per tal de donar a conèixer el conjunt de les activitats realitzades i facilitar informació bàsica, bé per avaluar-ne el desplegament o bé per servir de model a altres iniciatives, es va decidir crear un [cens d'activitats](#). La base de dades permet agrupar campanyes, exposicions, programes, publicacions, fires i celebracions reunits en el cens en funció dels agents que els organitzen o dels espais on es desenvolupen: biblioteques públiques, biblioteques escolars, editorials, llibreries, centres educatius, mitjans de comunicació, etc.

Un dels projectes emblemàtics impulsat des del Ministeri de Cultura i incorporat al Pla de Foment és la [Campaña de Animación a la Lectura María Moliner](#), concurs adreçat a municipis amb menys de 50.000 habitants que reconeix els millors projectes o activitats bibliotecàries de promoció de la lectura, adreçades, preferentment, als infants i als joves o bé que busquin la integració social dels col·lectius més desfavorits. Des de l'any 1998, el Ministeri de Cultura en col·laboració amb la Federació Espanyola de Municipis i Províncies, dona suport a través d'aquesta campanya als projectes dels municipis petits que comptin amb una biblioteca municipal dotada de personal.

El [balanç oficial del Pla de Foment de la Lectura](#) per al període 2004-2007 fa una valoració molt positiva de l'esforç pressupostari realitzat i dels resultats obtinguts, entre els quals destaca els següents:

1. Un millor coneixement de la realitat lectora del país, gràcies als estudis realitzats des de diferents plataformes, que tindran des d'aleshores un seguiment continuat de l'evolució del sector amb la creació de l'Observatori de la Lectura i del Llibre.
2. Una millora significativa dels serveis bibliotecaris, especialment pel que fa a la dotació de fons bibliogràfics i a la creació d'eines i recursos digitals que han millorat la visibilitat de les seves col·leccions i dels seus serveis.
3. Un reforç de les activitats d'animació a la lectura, especialment en els centres docents i en els municipis petits.

4. Un enfortiment de la valoració social de la importància de la lectura i les biblioteques, que tindria una expressió clara en l'increment, tot i que modest, dels índexs de lectura i de la població lectora.

3.2.2 Plans regionals de promoció de la lectura

Un dels resultats més interessants del Pla del govern espanyol ha estat l'efecte multiplicador que ha produït en les diferents administracions, amb el desplegament d'un nombre significatiu de plans de foment de la lectura impulsats a diferents comunitats autònomes i municipis.

Caldria distingir diferents estratègies en els programes institucionals que s'han desenvolupat a les comunitats autònomes en els darrers anys. D'una banda, es podrien agrupar els programes destinats a la promoció social de la lectura i el llibre:

Plans	Anys
Pacto Andaluz por el Libro , d'Andalusia	2001→
Plan de fomento de la lectura , d'Extremadura	2002→
Plan de lectura , de Castella i Lleó	2006-2010
Plan de fomento de la lectura , de la Comunitat de Madrid	2006-2018

De l'altra, es trobarien els plans de lectura desenvolupats de forma específica en l'àmbit educatiu:

Plans	Anys
Plan Lectura y Biblioteca , d'Andalusia	2006-2010
Plan de lectura , de Castella-La Mancha	2005-2010
Plan de Lectura y de Bibliotecas Escolares , <i>de les Illes Canàries</i>	2007→

El desenvolupament d'aquests programes regionals de foment de la lectura ha seguit pautes similars i ha comptat amb el compromís i la participació dels agents i institucions vinculades al món del llibre i la lectura de cada territori. Tots aquests programes estableixen fórmules d'intervenció dirigides a reforçar el paper dels diferents agents que participen en la cadena del

llibre, especialment els editors i les llibreries. Gairebé tots els plans preveuen mecanismes d'avaluació de les activitats realitzades que permetin ponderar la seva eficàcia i l'assoliment dels objectius proposats. Uns mecanismes que haurien de servir per identificar la diversitat d'experiències, els seus plantejaments i resultats, de manera que puguin servir de model o d'exemple per a futures actuacions.

Tots ells comparteixen també, entre les seves línies estratègiques la necessitat de millorar la dotació bibliogràfica i els serveis de les xarxes de biblioteques públiques, com a peces fonamentals per facilitar l'accés ciutadà als llibres, així com la millora de les biblioteques escolars, com a eines indispensables del procés educatiu per fomentar els hàbits de lectura entre l'alumnat.

Dins de l'apartat dels plans regionals, cal fer una menció especial a la proposta [Praza das letras](#), de la Conselleria de Cultura e de Deporte, de la Xunta de Galicia. En aquest cas, més que per una campanya, s'ha apostat per la creació d'un espai permanent de trobada de les institucions i de difusió del conjunt de les actuacions que contribueixen a la promoció de les lletres gallegues i de l'hàbit lector.

Per assolir aquest objectiu, Praza das Letras compta amb la participació de diferents col·lectius professionals i institucions públiques que comparteixen interessos al servei del foment del llibre i de la lectura. La suma d'esforços l'han convertit en el portal més complet i actiu de difusió de les lletres gallegues i en un model a seguir. L'àgora virtual ben segur rebrà un impuls decisiu aquest any 2010, amb la celebració de l'Any del Llibre i la Lectura a Galícia.

Exemples internacionals

Els plans i le campanyes institucionals desenvolupades en altres països aporten models experiències exemplars de fàcil aplicació i adaptació a altres realitats.

[Cerlalc, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe](#): organisme intergovernamental que té com a objectius el foment de la producció i la circulació del llibre i la promoció de la lectura i l'escriptura. La seva actuació, a través de la [Red regional de responsables de polítiques y planes nacionales de lectura, Redplanes](#), ha tingut un impacte decisiu en el desenvolupament de plans de foment de la lectura arreu de l'Amèrica Llatina.

[México lee; PNLL, Plano Nacional do Livro e Leitura](#) (Brasil)

[The National Literacy Trust](#) (Gran Bretanya): entitat governamental que dóna suport als governs locals, als programes i a les organitzacions que fomenten la lectura. La seva intervenció es concreta en accions com el [National Young Readers' Programme](#) o [Reading For Life](#).

[The Reading Agency](#) (Gran Bretanya): servei de promoció de la lectura a través de les biblioteques. Impulsa programes nacionals de lectura com [The Summer Reading Challenge](#) (per a nens/es de 4 a 11 anys) o [The Vital Link Programme](#) un projecte que enllaça les biblioteques i els centres de formació d'adults per apropar la lectura al públic adult.

[National Reading Campaign](#) (Canadà): programa que aplega bibliotecaris, autors, editors i altres agents culturals compromesos en el desenvolupament d'una estratègia conjunta al servei del foment de la lectura.

[The Big Read](#) (Estats Units): programa de l'agència pública National Endowment for the Arts que té com a objectiu situar la lectura en el centre del desenvolupament de la cultura nord-americana.

4. Promoció de la lectura i biblioteques

Segons dades del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, les biblioteques públiques catalanes van dur a terme, durant l'any 2008, més de 32.000 activitats de foment de la lectura. Les xifres poden semblar aclaparadores, però deixen de ser-ho quan es té present que una de les missions dels serveis bibliotecaris és, justament promoure l'hàbit lector, en el marc d'una missió més àmplia de facilitar l'accés a la informació i el coneixement i afavorir l'aprenentatge permanent i el creixement personal dels ciutadans.

Més enllà de l'àmbit educatiu, l'espai de la biblioteca pública dóna continuïtat a l'actualització i la millora de les competències lectores dins d'un ordre institucional al servei de la democratització de la cultura i l'accés al saber. Cada un dels serveis bibliotecaris desenvolupa una col·lecció determinada i programa una sèrie d'activitats per difondre-la o per atraure nous lectors, en funció de la realitat social i cultural del municipi i de les necessitats i els interessos dels seus usuaris reals o potencials.

Les biblioteques públiques, com a servei d'àmbit local, col·laboren en la política cultural del municipi a través de la seva programació i, tal com s'ha observat anteriorment, assumeixen un paper capdavanter en el desplegament dels plans de lectura o d'altres iniciatives de promoció de la lectura impulsades des dels governs locals. Per tal de reforçar aquesta funció, tant la Generalitat de Catalunya com la Diputació de Barcelona han obert línies d'ajuts específiques amb l'objectiu de recolzar la programació d'accions a les biblioteques públiques de Catalunya.

Les convocatòries d'ajuts de la Generalitat de Catalunya per a la programació d'activitats de promoció de la lectura corresponents als anys [2009](#) i [2010](#) estan destinades als municipis de fins a 50.000 habitants amb prestació de serveis de lectura pública. Amb aquests ajuts es pretén impulsar projectes que tinguin per finalitat la millora de les habilitats lectores i informatives dels ciutadans, així com l'increment dels usuaris de les biblioteques públiques. Els criteris de valoració dels projectes tenen en compte, entre d'altres aspectes: la innovació; la vinculació amb la planificació estratègica del municipi; la cooperació amb altres agents -especialment centres educatius i mitjans de comunicació-; la cerca de nous públics i la vocació de permanència i continuïtat de les propostes.

La Gerència de Serveis de Biblioteques de la Diputació de Barcelona, per la seva banda, gestiona una línia d'ajuts sota el nom de [Programa de foment de la lectura](#). Amb el lema "Tot l'any lectura", la campanya s'adreça a tots els ajuntaments que disposen d'una biblioteca pública integrada dins de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la província (a excepció de la ciutat de Barcelona). El Programa té com a objectiu donar suport a les biblioteques perquè actuïn com a motor cultural del municipi, tot facilitant l'accés a una programació d'activitats destinades a mostrar els avenços del pensament, les ciències i les arts, així com el coneixement de la història i la cultura catalanes. Les biblioteques poden escollir les activitats a partir d'un catàleg amb més de 200 propostes en funció del nombre d'habitants de cada municipi.

Per tenir una visió més precisa sobre les accions de foment de la lectura a les biblioteques públiques de Catalunya, la Direcció General de Cooperació Cultural de la Generalitat de Catalunya va encarregar l'elaboració d'un [informe](#) a Mònica Baró i Teresa Mañà, com a membres de l'Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona. El diagnòstic destaca la inversió de temps i recursos esmerçats des dels serveis bibliotecaris en les activitats de promoció, però, és crític respecte a la manca de planificació i la falta d'indicadors que permetin avaluar l'impacte de les activitats en el desenvolupament dels hàbits de lectura de la població.

Les activitats programades a les biblioteques públiques prenen formes molt diverses (hora del conte, conferències i presentacions, lectures literàries, etc.), però de totes elles caldria esmentar una activitat específica que pren cada dia més ressò: els clubs de lectura, presencials i virtuals. En poc més de deu anys aquests espais de tertúlia i de debat s'han multiplicat arreu de Catalunya i del conjunt de l'Estat, convertint-se en tot un fenomen lector. Segons dades de la Subdirecció General de Biblioteques del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, a finals de 2008 hi havia prop de 400 clubs de lectura repartits entre les 333 biblioteques públiques existents a Catalunya en aquells moments.

Els clubs de lectura reuneixen a un grup de persones interessades a compartir la lectura i el comentari d'obres diverses: novel·les, poesia, literatura juvenil, còmics, etc. La lectura transcendeix l'espai privat i es converteix, a través d'unes sessions periòdiques conduïdes per un expert, en una activitat col·lectiva en què unes persones amb ganes de llegir i intercanviar opinions debaten sobre el contingut o la qualitat literària d'un llibre, a través d'un diàleg enriquidor personalment.

Les biblioteques han apostat fort per una activitat que la majoria de professionals valoren de forma molt positiva, en funció dels objectius que assoleixen:

- Fomentar el gust per la lectura.
- Proporcionar un espai acollidor als lectors de diferents estrats culturals, on aquests puguin compartir les seves vivències i les seves opinions.
- Promoure l'ús de la biblioteca i donar-la a conèixer com a equipament cultural.
- Crear un punt de trobada per a persones interessades en la lectura.
- Proposar una guia bàsica de lectures.

Les noves tecnologies han ofert la possibilitat d'estendre les comunitats lectores més enllà de les parets de la biblioteca a través de tertúlies literàries virtuals. Així, alguns serveis bibliotecaris han creat xarxes molt actives de lectors que comparteixen lectures i que, fins i tot poden comentar-les amb els seus autors, com és el cas del [Club de lectura virtual de les Biblioteques de Barcelona](#).

Cal destacar també en l'àmbit de les biblioteques públiques, la creació del [Sistema d'Adquisició Bibliotecària](#) (SAB), un procediment d'adquisicions d'obres en català destinat a cooperar en el desenvolupament de les col·leccions de les biblioteques públiques de Catalunya. La Subdirecció General de Biblioteques impulsa, des de l'any 2005, aquesta línia estratègica que té com a objectiu donar suport a l'edició en català i aranès mitjançant el foment de la lectura i una major presència de les novetats editorials a les biblioteques públiques. El SAB s'ha convertit en una de les iniciatives més dinàmiques i reeixides del treball de cooperació entre les biblioteques públiques i el sector editorial.

Per acabar, caldria remarcar els esforços dels serveis bibliotecaris per apropar la lectura a diferents col·lectius amb necessitats especials. En aquesta línia cal destacar com a models exemplars el programa *Leo para ti*, de la Biblioteca Municipal de Peñaranda de Bracamonte, destinat a apropar la lectura a persones grans o persones amb dificultats que no poden llegir per ells mateixos; o la [Telebiblioteca](#) de la Subdirecció General de Biblioteques de la Comunitat de Madrid, un servei de préstec de llibres a domicili, adreçat fonamentalment a dos col·lectius: les persones més grans de 70 anys i les persones amb discapacitats físiques, una iniciativa que aspira a convertir-se, a curt termini, en un servei d'acompanyament i lectura a domicili.

En una línia similar, cal situar l'esforç que s'està fent per impulsar des de l'àmbit bibliotecari els llibres de lectura fàcil com a eina per facilitar la lectura a col·lectius amb dificultats lectores. En aquest àmbit, cal citar la tasca de l'[Associació de Lectura Fàcil](#) una entitat que busca apropar la lectura a les persones que tenen dificultats lectores i de comprensió.

5. Més enllà de les institucions i els programes

L'itinerari seguit fins aquí mostra com el conjunt dels agents i les administracions s'esforcen per aconseguir un increment significatiu de la població lectora. Uns i altres aporten valors i recursos al servei d'un mateix objectiu: promoure el llibre i la lectura. Tanmateix, la realitat és tossuda, tal com observa Luis González, en l'informe *La lectura en España* de l'any 2008. Després de constatar que les xifres sobre el comportament lector en el període 2000-2007 no han sofert canvis significatius tot i les accions realitzades, Luis González considera més operatiu planificar estratègies de llarg recorregut:

... esto debería incitar a la formulación de políticas de lectura, también de largo aliento, basadas en los fundamentos de una sociedad lectora: comenzando por el

sistema educativo y continuando por la red bibliotecaria, hasta llegar a aspectos menos estratégicos pero con un valor complementario, en lugar de acciones esporádicas con una visibilidad inmediata.

Les apostes de futur han de preveure també a partir d'ara una nova qüestió: com poden afavorir les noves eines digitals la difusió i la promoció del llibre i la lectura. Els llibres electrònics i les trames digitals reuneixen una sèrie de virtuts atractives per a les noves generacions, a la vegada que ofereixen grans possibilitats de comunicació i d'intercanvis literaris.

Els autors guanyen visibilitat, escolten i es deixen sentir a través de la xarxa; les editorials juguen amb els continguts i els difonen a través de tots els escenaris possibles (Facebook, Youtube, etc.), d'on també obtenen informació molt valuosa sobre els gustos lectors; els llibreters, des d'una posició menys avantatjosa, intenten explotar el seu paper de mediadors i el seu discurs crític a través d'unes eines que permeten crear ofertes bibliogràfiques més ben articulades i atentes a la demanda lectora; la Institució de les Lletres Catalanes s'ocupa de difondre l'actualitat del món de les lletres catalanes a través d'una presència constant en les principals xarxes socials (facebook, twitter o youtube) i les biblioteques aposten per la creació de clubs de lectura virtuals.

Agents i institucions a la recerca del lector prenen posicions en tots els espais, físics o virtuals, i despleguen les seves estratègies i habilitats en un escenari digital en què comencen a sorgir noves fórmules de creació i, especialment, nous espais de comunicació.

Una mostra d'aquests nous espais són les comunitats de lectors com ara [Mi Literaturas!](#) o [Entrelectores](#), dues xarxes socials del llibre i la lectura del nostre entorn cultural que intenten reproduir l'èxit obtingut en d'altres iniciatives del món anglosaxó, com ara [Shelfari](#), [Goodreads](#) o [Librarything](#), accessible aquesta última també en català. La difusió i l'intercanvi d'opinions i recomanacions lectores troben en aquestes xarxes un espai obert a totes hores i a tothom. Des del punt de vista de la promoció del llibre i la lectura, el dubte que es planteja és si aquestes xarxes atrauen a nous lectors o bé convoquen només a aquelles persones que ja tenien l'hàbit lector.

En qualsevol cas, aquestes comunitats apunten en una direcció que amb molt d'encert traça l'escriptora argentina Graciela Montes a l'hora de proposar nous escenaris per a la lectura:

El lector busca al lector, y los vínculos entre lectores generan lectura; hay que habilitar la construcción de redes y ciudades lectoras, ricas, variadas y flexibles, siempre en obra.

Tal com s'ha vist, la construcció d'aquestes xarxes i ciutats es podrà resoldre de forma més eficaç si els agents i les institucions del món del llibre i la lectura comparteixen experiències i coneixement a l'hora de dibuixar-ne el traçat. Ara bé, tal com observa l'antropòloga francesa i especialista en el camp de la lectura Michèle Petit, els escenaris lectors que es construeixin haurien de facilitar experiències i descobriments singulars. I la millor manera de fer-ho, diu ella, passa per

multiplicar les possibilitats d'encontres amb el llibre, “de encuentros y hallazgos, encuentros inéditos, imprevisibles, con una parte de azar”. El repte consisteix, doncs, en obrir temps i espais en què el desig de llegir pugui obrir-se camí, espais de llibertat on puguin perdre's els lectors i traçar camins que només ells reconeixeran.

Bibliografia¹²

Aranda Palacios, Jesús; Galindo Lizaldre, Belén. *Leer y conversar: una introducción a los clubes de lectura*. Gijón: Trea, 2009.

Baró, Mònica; Mañà, Teresa. [Estudi sobre les accions de foment de la lectura a les biblioteques públiques de Catalunya](#). Informe encomanat per la Direcció General de Cooperació Cultural de la Generalitat de Catalunya, 27 de Juliol de 2009. Barcelona: Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona. Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura, 2009.

Barvo, Carmen... [et al.]. *Nuevos espacios para la lectura en el siglo XXI: II encuentro iberoamericano*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2007.

Bundó, Dolors... [et al.]. [Pla de Lectura de Centre: document de formació: curs 2007-2008](#). Barcelona: Departament d'Educació, 2008.

Carrillo, Mercè. *Llegim plegats: històries dels clubs de lectura*. Barcelona: Angle, 2008.

Chartier, Roger. "[Aprender a leer, leer para aprender](#)". En: Millán, José Antonio (coord.). *La lectura en España: informe 2008...*, p. 23-39.

Chartier, Roger. "[Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique](#)". A: *Écrans et réseaux, vers une transformation du rapport à l'écrit?: colloque virtuel*. Paris, Bibliothèque publique d'information Centre Pompidou, 2001.

Conecta. [Comercio interior del libro 2009: informe de resultados](#). Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2010.

Conecta. [Hábitos de lectura y compra de libros en España 2009](#). Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2010.

Conecta. [Hàbits de lectura i compra de llibres a Catalunya 2009](#). Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana: Gremi d'Editors de Catalunya, 2010.

Consell Català del Llibre Infantil i Juvenil. [Hàbits de lectura dels infants i joves de Catalunya: principals conclusions i recomanacions](#). Barcelona: Clijcat, 2010.

Fèrriz Roure, Teresa. [La internet literària catalana: balanç i prospectiva](#). Barcelona: UOC, 2009. Edició digital de l'article publicat a *Item: revista de biblioteconomia i documentació*, núm. 51 (juliol-desembre 2009), p. 30-46.

¹² Tots els documents electrònics de la bibliografia (referències amb els títols subratllats) es van consultar el 7 de setembre de 2010.

Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura. [*La dieta cultural dels catalans: maig de 2009 a abril de 2010: El baròmetre de la comunicació i la cultura*](#). Barcelona: Fundacc, 2010.

González, Luis. "[*La lectura de la lectura: hábitos y políticas*](#)". En: Millán, José Antonio (coord.). *La lectura en España: informe 2008...*, p. 137-150.

Isaza Mejía, Beatriz Helena; Sánchez Lozano, Carlos. [*Guía para el diseño de planes nacionales de lectura*](#). Bogotá: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc, 2006.

Mañà, Teresa. "La promoció de la lectura a Catalunya (2008-2009)". A: *Anuari de l'Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura*. Barcelona: Universitat de Barcelona, Facultat de Biblioteconomia i Documentació, 2010.

Millán, José Antonio (coord.). [*La lectura en España: informe 2008: leer para aprender*](#). Madrid: Federación de Gremios de Editores de España: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2008.

Petit, Michèle. *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica, 2001.

Soares Neves, José; Lima, Maria João; Borges, Vera. [*Práticas de promoção da leitura nos países da OCDE*](#). Lisboa: Ministério da Educação. Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE), 2008.

[*Una región de lectores: análisis comparado de planes nacionales de lectura en Iberoamérica*](#) / Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Bogotá: Cerlalc, 2005.

[*To read or not to read: a question of national consequence*](#) / produced by the Office of Research & Analysis, National Endowment for the Arts; director, Sunil Iyengar. Washington, DC: National Endowment for the Arts, 2007.