



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

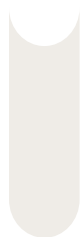


Identificación y
análisis de programas
de fomento de la
lectura lúdica
2019

Siadeco^x
ikerketa aplikatua

Berio pasealekua 11, 20018 Donostia
943 31 00 34
siadeco@siadeco.eus





Índice

Presentación del estudio.....	3
Alcance del estudio	7
Metodología	10
A. Análisis de programas de fomento de la lectura lúdica	13
1. Análisis de los agentes que han llevado a cabo acciones para fomentar la lectura lúdica.....	14
2. Mapa de acciones para el fomento de la lectura lúdica	38
3. Organización de acciones de fomento de la lectura lúdica.....	116
4. Acciones de fomento de la lectura lúdica desde el punto de vista económico	124
5. Participación en acciones de fomento de la lectura lúdica	133
6. Valoración de las actividades para la promoción de la lectura lúdica	135
B. Análisis cualitativo sobre la promoción de la lectura lúdica.....	143
7. Definición de la promoción de la lectura lúdica.....	144
8. Caracterización de las acciones de promoción de la afición a la lectura	154
9. Importancia reconocida a la promoción de la afición a la lectura	162
10. Responsabilidad del fomento de la afición a la lectura	170
11. Público objetivo de las acciones para la promoción de la afición a la lectura.....	176
12. Evolución de la afición a la lectura durante los últimos años.....	183
13. Oportunidades generadas por los recursos digitales y su contribución al fomento de la afición a la lectura	190
14. Principales problemas u obstáculos para la promoción de la lectura.....	196
C. Conclusiones	202



Presentación del estudio

Objetivo

El objetivo principal de este estudio es identificar y analizar los programas y actividades que los diferentes agentes de la CAPV han llevado a cabo durante el 2019 para el fomento de la lectura lúdica, es decir, realizar una radiografía detallada de dichos programas. Para la recogida de información se ha realizado un trabajo de campo, y tras asegurarse de la calidad de los datos obtenidos, éstos han sido cargados en una base de datos.

Para la consecución de este objetivo principal, la información recabada recoge, entre otros, los siguientes aspectos:

- **Datos de identificación del agente** que participa en el estudio.
- **Datos detallados de la acción** de fomento de la lectura lúdica.
- **Información sobre el fomento de la afición a la lectura.**

Con el fin de garantizar tanto la calidad como la efectividad del estudio, antes de iniciar el mismo es necesario realizar una definición del concepto “fomento de la lectura lúdica”, ya que se trata de un concepto bastante amplio.

Concepto de fomento de la lectura lúdica

Se entiende como fomento de la lectura lúdica el **fomento del hábito de lectura de todo tipo de textos de forma autónoma y con diferentes finalidades**. Esta promoción se puede llevar a cabo de diferentes maneras y las acciones que se organizan y llevan a cabo para este fin son muy variadas.

Antes de poner en marcha el trabajo, se han clasificado o agrupado los diferentes tipos de acciones, actividades o planes para fomentar la lectura lúdica, que han facilitado la labor de recogida de información a recibir a través de los agentes.

FERIAS Y FESTIVALES

En este grupo se incluirían acciones públicas dirigidas a fomentar la lectura lúdica: celebraciones, ferias, festivales, exposiciones, dramatizaciones, etc.

CERTÁMENES

Acciones dirigidas a premiar procesos de lectura/escritura: concursos, premios literarios, etc.

AUTORAS Y AUTORES

Acciones públicas que se realizan con autores: firmas de libros, encuentros, presentaciones de libros, conversaciones, charlas, etc.

PROMOCIÓN DE LIBROS

Acciones dirigidas a la promoción de libros: publicidad de libros, descuentos, regalar libros, bookcrossing, etc.

SESIONES DE LECTURA

Clubes de lectura, clubes de lectura online, ratos de lectura, cuentacuentos, lecturas en voz alta, intercambio de libros, etc.

ORIENTACIÓN

Acciones dirigidas a la orientación de lectura: guías de lectura, recomendación de libros, clasificaciones, boletines, etc.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Páginas web, blogs, aplicaciones, recursos digitales, catálogos, servicio de alertas de novedades... sobre literatura y lectura lúdica.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Programas de radio o televisión, entrevistas a los autores, reportajes literarios, crítica literaria, etc.

VISITAS

Acciones externas vinculadas a la lectura: visitas guiadas, paseos, etc.

La lectura va más allá del conocimiento de las palabras y la comprensión literal de los enunciados. Según el marco teórico del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos PISA (2010), la competencia lectora implica comprender, utilizar, reflexionar y comprometerse con textos escritos; pero también se entiende como medio para la consecución de los propios objetivos, para desarrollar el conocimiento y potencial personales, y participar en la sociedad.

Por ello, la construcción del hábito lector es un proceso complejo, que requiere de aprendizaje y esfuerzo continuos; ya que no se limita a la descodificación de símbolos escritos, también requiere de reflexión, pensamiento y análisis crítico (Yubero y Sánchez-García, 2015). Por lo tanto, la educación de la lectura busca formar a las personas lectoras, pero no solo para que lean cada vez mejor, sino para que, en la medida de lo posible, desarrollen la afición por la lectura, tengan motivación por leer e inserten dicho hábito en sus vidas.

Cabe destacar los beneficios que aporta la lectura lúdica a los jóvenes. Según estudios internacionales, existe relación directa entre la lectura, la amplitud de vocabulario y la velocidad de lectura. Informes como PISA concluyen que la motivación y la lectura autónoma juegan un papel fundamental en el proceso de lectura porque estimulan su frecuencia y influyen en las habilidades lectoras.

En este sentido, la afición a la lectura, la lectura lúdica, es un tema que preocupa generalmente, en territorios y comunidades lingüísticas de todo el mundo, también en el del euskera. En los últimos años, además, la preocupación ha aumentado dados los malos resultados que suelen dar los alumnos en las pruebas de lectura y comprensión, y con las oportunidades y amenazas que suponen los avances tecnológicos y el nuevo contexto digital. Aunque los datos sobre hábitos de lectura de la ciudadanía reflejan que actualmente se lee más que nunca, informes como PISA visibilizan que una gran parte de la ciudadanía tiene problemas de comprensión lectora. Por otro lado, cada vez es más evidente el impacto de internet, de las redes sociales, y en general, de las nuevas tecnologías. La industria del libro y las administraciones públicas ya han comenzado a ser conscientes de las oportunidades que este contexto digital ofrece al fomento de la afición a la lectura.

En este contexto, estudios internacionales de la última década destacan que el tema de la afición a la lectura requiere ser abordado de manera interdisciplinar, al menos si se trata de fomentar y potenciar hábitos de lectura estables. El objetivo del fomento de la afición a la lectura es crear y mejorar hábitos de lectura para estabilizarlos e integrarlos en la vida de los individuos. Para ello, es necesario abordar la lectura en contextos diversos y utilizando diferentes estrategias. Es decir, en el contexto de la escuela, y también fuera de él.

Las prácticas de fomento de la lectura nacieron en los años sesenta, sobre todo de la mano del mundo de la educación. Con el tiempo han ido desarrollándose, y hoy en día suelen incluir un diseño previo, un protocolo y una evaluación de los resultados obtenidos. En

concreto, la evaluación del proceso y los resultados es una parte primordial de la actividad (Martin-Barbero, 2011).

Además de los centros escolares, cada vez son más los agentes que intervienen en las labores de fomento de la lectura. Cabe destacar a las bibliotecas, que sean públicas, universitarias o escolares, son referentes en este sentido. Pero, por ejemplo, también se podrían mencionar los centros de salud o los servicios de pediatría, o los medios de comunicación. Y no podemos olvidar que la influencia del entorno familiar es fundamental. En todo caso, cualquiera que sea el ámbito del que provenga, el rol esencial lo juegan las personas mediadoras, promotoras de la lectura: profesoras y profesores, bibliotecarias y bibliotecarios, familiares...

Y es que, más que enseñar, la lectura se transmite. Por ello, es fundamental la preparación de las personas mediadoras, y hacer entender las responsabilidades individuales y colectivas de los agentes que se dedican a fomentar la lectura, tejiendo redes y posibilitando la colaboración y la acción cooperativa entre ellos.

La mayoría de las acciones que se organizan para el fomento de la lectura están dirigidas a acercar de forma atractiva los libros y la lectura a los y las más jóvenes. Sin embargo, sobre los resultados de estos intentos no hay conclusiones claras, ya que son pocos los estudios que analizan los resultados de estas intervenciones.

Además, no existe un modelo o indicador específico para la evaluación de acciones para el fomento de la lectura. Por tanto, generalmente, el principal indicador de éxito suele ser el número de público asistente, o si no, el grado de satisfacción de las personas usuarias. También se valora positivamente el hecho de que las personas usuarias pidan la repetición de una acción o que ésta haya atraído a público nuevo. Aun así, la evaluación no se realiza de modo sistemático, sobre todo, porque no existe una herramienta preparada, estandarizada y efectiva para ello. Por todo ello, es importante desarrollar líneas de investigación en torno al tema para saber qué se hace, cómo se hace, qué resultados obtiene y qué puede faltar para conseguir un fomento más eficaz de la afición a la lectura.



Alcance del estudio

El universo de identificación y análisis de los programas de lectura lúdica de la CAPV se ha estructurado en dos niveles: por un lado, los agentes integrados en el universo objeto de estudio a través de censo; y por otro, los integrados a través de una muestra¹.

Antes de dar comienzo al estudio, se ha realizado una clasificación de los agentes según sector y ámbitos de actuación. Los principales grupos formados y los subgrupos o subsectores definidos dentro de cada grupo son los siguientes:

BIBLIOTECAS

En este sector se han agrupado las bibliotecas de la CAPV que fomentan la lectura lúdica:

- Red de lectura pública de la CAPV
- Bibliotecas forales
- Bibliotecas de centros de estudios superiores
- Bibliotecas especializadas
- Bibliotecas de la administración

EDUCACIÓN

Las categorías dentro del sector educativo serán las siguientes:

- Centros escolares de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato (muestra)
- Universidades
- Otras enseñanzas no universitarias (educación para adultos...)
- Academias de idiomas

¹ En el caso de los centros escolares de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato de la CAPV se ha utilizado el sistema de muestreo.

FAMILIA

Aunque existen otros sectores fuera del sistema educativo formal (ocio, otro tipo de colectivos...), este sector se va a limitar a la familia, ya que el papel de la familia, y sobre todo, el de las madres y los padres, se considera muy importante en el fomento de la lectura. Conscientes de la dificultad de cuantificar las acciones que las familias realizar para el fomento de la lectura entre las niñas y los niños, sobre el concepto de familia se ha trabajado, principalmente, a través de las asociaciones existentes en la CAPV:

- Asociaciones de familias
- Asociaciones de madres y padres

INDUSTRIA DEL LIBRO

En el sector de la industria del libro se han detectado agentes privados que realizan acciones de fomento de la lectura lúdica. Se han detectado dos tipos de agentes:

- Editoriales
- Librerías

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para el fomento de la lectura resulta importante la labor del sector de los medios de comunicación; éstos se han dividido en los siguientes subsectores:

- Prensa escrita (diarios y revistas)
- Radio
- Televisión
- Medios digitales

ASOCIACIONES

Este sector lo componen las asociaciones privadas en torno a la literatura, la cultura y las lenguas, y se ha dividido en:

- Asociaciones del campo de la literatura
- Asociaciones culturales
- Asociaciones de euskera
- Otro tipo de asociaciones

ORGANISMOS PÚBLICOS

En este sector se encuentran los siguientes organismos de titularidad pública:

- Gobierno Vasco
- Diputaciones Forales
- Los Ayuntamientos de las capitales
- Los Ayuntamientos de municipios con más de 20.000 habitantes
- Organismos públicos vinculados a la cultura o al euskera (organismos autónomos, sociedades públicas y fundaciones)

En cada una de estas organizaciones se han identificado áreas y departamentos que cuentan con algún tipo de plan, actividad o acción orientada a promover la lectura lúdica. Se han recogido la estructura o sección desde la que se realizan o no dichas actividades dentro de la organización².

SISTEMA PÚBLICO DE SALUD

Dentro de este sector se han recogido los agentes que dentro del sistema público de salud de la CAPV fomentan la afición a la lectura, sobre todo, entre algún colectivo concreto (por ejemplo, entre los niños y las niñas). Estos agentes están ubicados en los centros o en las zonas principales del sistema público de salud de la CAPV. Se ha recurrido a los Centros Territoriales de Atención Educativa del Hospital para detectar si en el sistema sanitario se realizan actividades dirigidas a niños y niñas relacionadas con la lectura.

² Los planes o las actividades que se desarrollan desde las bibliotecas se han recogido en la sección de Bibliotecas.



Metodología

A continuación, se detallan las características principales de la metodología llevada a cabo para la identificación y el análisis de programas de fomento de la lectura lúdica:

- La metodología ha partido de **la premisa de intentar superar planteamientos puramente cuantitativos, incluyendo tareas cualitativas** que permitan profundizar en la lectura de las respuestas recibidas y darles importancia.
- La metodología aplicada ha permitido el **análisis individualizado de cada acción** de fomento de la lectura.
- Se ha realizado una **concreción del concepto** de “fomento de la lectura lúdica”. De esta manera, se ha garantizado que todas las fuentes de información lo han entendido de la misma manera, es decir, la homogeneidad estadística.
- El estudio se ha centrado en las actividades y acciones de fomento de la afición a la lectura que las fuentes de información han desarrollado durante el 2019. Por ello, se ha recogido **dos tipos de informaciones**: por un lado, **información acerca de los agentes** que destinan acciones para el fomento de la lectura (datos de identificación, información y datos de contacto de la persona responsable...); y por otro, **sobre las acciones y actividades** que estas entidades han orientado al fomento de la lectura.
- Para recoger, entender e interpretar la plenitud de la información, **además de información cuantitativa, se ha recopilado información cualitativa**.
- Para la recogida de información se han utilizado **cuestionarios estructurados**. El cuestionario se ha dividido dos apartados: uno basado en preguntas cualitativas sobre el fomento de la lectura lúdica, y otro, orientado a recoger información sobre las actividades o acciones que llevan a cabo las instituciones para el fomento de la lectura lúdica.
- Desarrollo del trabajo de campo:
 - El trabajo de campo se ha desarrollado **en dos fases**: la primera fase dio comienzo en junio de 2020, en este trabajo de campo participaron todos los sectores a excepción de Educación; la segunda fase, en cambio, se puso en marcha en septiembre de 2020 con los agentes educativos.

- Al comienzo del trabajo de campo Siadeco ha contactado con todos los agentes que componen el universo de estudio. Con este primer contacto se ha pretendido **identificar y obtener información de contacto de la persona que se encargará de facilitar la información.**
- **Envío del acceso al cuestionario y la contraseña, junto con la comunicación formal** de la Dirección de Patrimonio Cultural. Para poder cumplimentar el cuestionario de forma telemática, se envió a cada agente su propia contraseña y el acceso para poder rellenar el cuestionario online.
- **Desarrollo del trabajo de campo:** el trabajo de campo del estudio se ha desarrollado entre junio y diciembre de 2020. Se han registrado una media de 3,6 contactos con cada agente.
- En el sector de la Educación, en el caso de los centros escolares de Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria y Bachillerato, se ha trabajado con una muestra; por lo tanto, cuando un agente titular en la muestra se ha negado a responder al cuestionario, éste se ha sido sustituido por otro, respetando así el tamaño de la muestra planteado. En un principio se planteó una muestra de 450 centros escolares. Para garantizar este número de centros que organizan alguna acción de fomento de la lectura lúdica se ha tenido que recurrir a un total de 591 centros (442 titulares y 149 suplentes).
- **Validación del trabajo de campo:** para validar el trabajo de campo se ha realizado un proceso de codificación y depuración de la información. La validación de la información ha sido muy importante para garantizar la homogeneización de los datos.
- **Análisis de la información cualitativa:** se ha analizado y estructurado la información cualitativa recogida tanto a través de las preguntas cualitativas, como de las informaciones recibidas a través de los agentes a lo largo del trabajo de campo.
- **Exploración de datos cuantitativos:** Para el análisis cuantitativo de los datos se ha utilizado una estadística descriptiva: frecuencias absolutas, relativas y cruce de variables.
- Informe sobre el análisis de programas para el fomento de la lectura lúdica: este informe se divide en **dos apartados principales:**
 - *Análisis de programas de fomento de la lectura lúdica:* este apartado incluye el análisis, en gran medida cuantitativo, de los agentes que realizan acciones de fomento de la lectura lúdica, un mapa de acciones, que

acciones se han organizado, la perspectiva económica de las acciones, la participación en dichas acciones y la valoración de éstas.

- *Análisis cualitativo del fomento de la lectura lúdica:* en este apartado se ha trabajado la definición del fomento de la lectura lúdica, la caracterización de las acciones de fomento de la afición a la lectura, la importancia reconocida al fomento de la afición a la lectura, la responsabilidad del fomento de la afición a la lectura, los receptores de las acciones de fomento de la afición a la lectura, la evolución de los últimos años, oportunidades generadas por los recursos digitales y su contribución al fomento de la lectura, y principales problemas y obstáculos para el fomento de la afición a la lectura.



A. Análisis de programas de fomento de la lectura lúdica

1. Análisis de los agentes que han llevado a cabo acciones para fomentar la lectura lúdica

1.1. Universo de estudio

Para el análisis de programas y acciones de fomento de la lectura lúdica, se ha constituido un universo de estudio de 1.513 agentes. De ellos, 923 han sido incluidos a través del censo, y 590 a través de muestreo (centros escolares de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria y Bachillerato de la CAPV).

En cuanto a la distribución sectorial del universo, el sector mayoritario por número de agentes es el de la Educación con 671 agentes. Le siguen el sector de las Bibliotecas (271 agentes) y el de la industria del Libro (214 agentes).

Tabla 1. Universo de partida del estudio por sectores.

Sector	Absoluto	%
Bibliotecas	271	17,9
Educación	671	44,3
Familia	39	2,6
Industria del Libro	214	14,1
Medios de comunicación	160	10,6
Asociaciones	118	7,8
Organismos públicos	37	2,4
Sistema Público de Salud	3	0,2
TOTAL	1513	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

En cuanto a la distribución territorial de los agentes que componen el universo, destacan los agentes con sede en Bizkaia, un total de 708 agentes. 542 tienen su sede en Gipuzkoa, y en cambio, son 258 los agentes que la tienen en Araba.

Tabla 2. Universo de partida del estudio, por sectores y territorios.

Sector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Sin especificar		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Bibliotecas	59	21,8	110	40,6	101	37,3	1	0,4	271	100,0
Educación	117	17,4	326	48,6	228	34,0	0	0,0	671	100,0
Familia	10	25,6	21	53,8	8	20,5	0	0,0	39	100,0
Industria del Libro	27	12,6	116	54,2	70	32,7	1	0,5	214	100,0
Medios de comunicación	27	16,9	69	43,1	63	39,4	1	0,6	160	100,0
Asociaciones	13	11,0	43	36,4	60	50,8	2	1,7	118	100,0
Organismos públicos	4	10,8	22	59,5	11	29,7	0	0,0	37	100,0
Sistema Público de Salud	1	33,3	1	33,3	1	33,3	0	0,0	3	100,0
TOTAL	258	17,1	708	46,8	542	35,8	5	0,3	1513	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Si se analizan los sectores y subsectores que componen el universo, el grupo mayoritario lo componen los centros escolares de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria y Bachillerato del sector de la Educación (590 agentes, 39 % del universo), y le siguen las bibliotecas de la red de bibliotecas públicas de la CAPV (235 agentes, 16 % del universo).

Tabla 3. Universo de partida del estudio por sectores y subsectores.

Sector	Subsector	Abs.	% sobre el total	% sobre el sector
Bibliotecas	Red de bibliotecas públicas de la CAPV	235	15,5	86,7
	Bibliotecas forales	3	0,2	1,1
	Bibliotecas de centros de estudios superiores	17	1,1	6,3
	Bibliotecas especializadas	12	0,8	4,4
	Bibliotecas de la administración	4	0,3	1,5
Bibliotecas en total		271	17,9	100,0
Educación	Educación Infantil/Primaria/Educación Secundaria y Bachillerato (muestra)	590	39,0	87,9
	Otros (educación para adultos, extranjero...)	47	3,1	7,0
	Universidades	34	2,2	5,1
Educación en total		671	44,3	100,0
Familia	Asociaciones de familias	9	0,6	23,1
	Asociaciones de madres y padres	30	2,0	76,9
Familia en total		39	2,6	100,0
Industria del libro	Editoriales	70	4,6	32,7
	Librerías	144	9,5	67,3
Industria del libro en total		214	14,1	100,0
Medios de comunicación	Prensa escrita (diarios y revistas)	77	5,1	48,1
	Radio	44	2,9	27,5
	Televisión	36	2,4	22,5
	Medios de comunicación a través de internet	3	0,2	1,9
Medios de comunicación en total		160	10,6	100,0
Asociaciones	Asociaciones literarias	17	1,1	14,4
	Asociaciones culturales	15	1,0	12,7
	Asociaciones de euskera	77	5,1	65,3
	Otras asociaciones	9	0,6	7,6
Asociaciones en total		118	7,8	100,0
Organismos públicos	Gobierno Vasco	1	0,1	2,7
	Diputación Foral	3	0,2	8,1
	Ayuntamientos de capitales	3	0,2	8,1
	Ayuntamientos: municipios con más de 20.000 habitantes	19	1,3	51,4
	Organismos públicos vinculados a la cultura o al euskera	11	0,7	29,7
Organismos públicos en total		37	2,4	100,0
Sistema Público de Salud	Sistema Público de Salud	3	0,2	100,0
Sistema Público de Salud en total		3	0,2	100,0
TOTAL		1513	100,0	

Fuente: Siadeco, 2020.

1.2. Participación en el estudio

El grado de participación en este estudio ha sido del 64%; en total han participado 961 agentes. La participación ha variado según el sector: la participación más alta se ha dado en el sector de la Educación (78 %), seguido por el sector de las Bibliotecas (77 %). Por el contrario, solo han participado 10 de cada 4 Medios de comunicación y Asociaciones (39 % y 35 %, respectivamente).

Tabla 4. Número de agentes que han participado en el estudio y grado de participación (%)

Universo de estudio	Número de agentes que han participado	Grado de participación (%)
1513	961	63,5

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 5. Grado de participación de cada sector (%).

Sectores	Número de agentes que han participado	Grado de participación (%)
Bibliotecas	208	76,8
Educación	524	78,1
Familia	20	51,3
Industria del libro	96	44,9
Medios de comunicación	56	35,0
Asociaciones	46	39,0
Organismos públicos	9	24,3
Sistema Público de Salud	2	66,7
Total	961	63,5

Fuente: Siadeco, 2020.

Analizando el conjunto total de agentes que han conformado el ámbito de análisis del estudio por sectores, se observa que más de la mitad de agentes pertenecen al sector de la Educación (524 agentes, el 55 %); 208 agentes pertenecen al sector de las Bibliotecas (22 %), y 96 agentes son del sector de la Industria del libro (10 %).

Tabla 6. Agentes que han participado en el estudio según sector

Sectores	Número de agentes que han participado	Grado de participación (%)
Bibliotecas	208	21,6
Educación	524	54,5
Familia	20	2,1
Industria del libro	96	10,0
Medios de comunicación	56	5,8
Asociaciones	46	4,8
Organismos públicos	9	0,9
Sistema Público de Salud	2	0,2
Total	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

La distribución territorial de los agentes se asemeja a la distribución territorial del universo: 5 de cada 10 agentes (458 agentes, el 48 %) tiene su sede principal en Bizkaia; casi 4 de cada 10 la tienen en Gipuzkoa (367 agentes, 38 %) y 134 agentes, en Araba (14 %).

Tabla 7. Agentes que han participado en el estudio, según su sector y el territorio donde se ubica su entidad.

	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Otro		Sin especificar		Total	
	Ads.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Bibliotecas	29	13,9	91	43,8	88	42,3	-	0,0	-	0,0	208	100,0
Educación	79	15,1	265	50,6	180	34,4	-	0,0	-	0,0	524	100,0
Familia	4	20,0	9	45,0	6	30,0	-	0,0	1	5,0	20	100,0
Industria del libro	9	9,4	58	60,4	29	30,2	-	0,0	-	0,0	96	100,0
Medios de comunicación	7	12,5	16	28,6	32	57,1	1	1,8	-	0,0	56	100,0
Asociaciones	2	4,4	17	37,0	27	58,7	-	0,0	-	0,0	46	100,0
Organismos públicos	3	33,3	2	22,2	4	44,4	-	0,0	-	0,0	9	100,0
Sistema Público de Salud	1	50,0	-	0,0	1	50,0	-	0,0	-	0,0	2	100,0
Total	134	13,9	458	47,7	367	38,2	1	0,1	1	0,1	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

En cuanto al tamaño del municipio donde se ubica la sede central de los agentes, se puede afirmar que la distribución de los agentes entre los grupos por tamaño de municipio que se han definido es bastante equilibrada:

- 259 agentes (27%) tienen su sede central en municipios de menos de 5.000 habitantes.
- 246 agentes (26%) tienen su sede central en municipios de entre 5.000 y 20.000 habitantes.
- 181 agentes (19%) tienen su sede central en municipios de más de 20.000 habitantes.
- 273 agentes (28%) se ubican en las capitales.

El peso de los agentes que tienen su sede central en municipios de menos de 5.000 habitantes es significativamente mayor en el sector de las Bibliotecas (50%). En cambio, en el sector de la Familia y el de la Industria del libro predominan quienes tienen su sede en las capitales (70 % y 49 % de los agentes, respectivamente).

Tabla 8. Agentes que han participado en el estudio, según sector y hábitat.

	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 – 20.000 habitantes		> 20.000 habitantes		Capitales		Sin especificar		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Bibliotecas	104	50,0	61	29,3	17	8,2	26	12,5	-	0,0	208	100,0
Educación	138	26,3	128	24,4	123	23,5	135	25,8	-	0,0	524	100,0
Familia	2	10,0	3	15,0	1	5,0	14	70,0		0,0	20	100,0
Industria del libro	4	4,2	26	27,1	19	19,8	47	49,0	-	0,0	96	100,0
Medios de comunicación	7	12,5	13	23,2	8	14,3	26	46,4	2	3,6	56	100,0
Asociaciones	4	8,7	12	26,1	10	21,7	20	43,5	-	0,0	46	100,0
Organismos públicos	-	0,0	2	22,2	3	33,3	4	44,4	-	0,0	9	100,0
Sistema Público de Salud	-	0,0	1	50,0	-	0,0	1	50,0	-	0,0	2	100,0
Total	259	27,0	246	25,6	181	18,8	273	28,4	2	0,2	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 9. Agentes que han participado en el estudio, según sector y subsector.

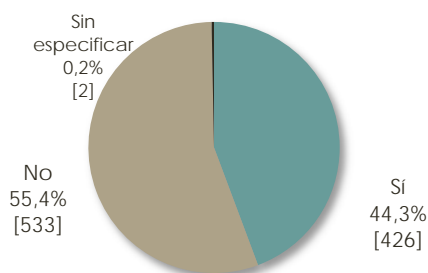
Sector y subsector		Número de agentes	% sobre total de agentes	% sobre agentes del sector
Bibliotecas	Red de bibliotecas públicas de la CAPV	186	19,3	89,4
	Bibliotecas de la administración	4	0,4	1,9
	Especializadas	1	0,1	0,5
	Bibliotecas especializadas	8	0,8	3,8
	Bibliotecas forales	3	0,3	1,4
	Bibliotecas de centros de estudios superiores	6	0,6	2,9
Bibliotecas en total		208	21,6	100,0
Educación	Educación Infantil/Primaria/Educación Secundaria y Bachillerato	477	49,6	91,0
	Universidades	12	1,2	2,3
	Otros (educación para adultos, extranjera...)	35	3,6	6,7
	Educación en total	524	54,5	100,0
Familia	Asociaciones de madres y padres	12	1,2	60,0
	Asociaciones de familias	8	0,8	40,0
Familia en total		20	2,1	100,0
Industria del libro	Editoriales	26	2,7	27,1
	Librerías	70	7,3	72,9
Industria del libro en total		96	10,0	100,0
Medios de comunicación	Prensa escrita (diarios y revistas)	26	2,7	46,4
	Radio	10	1,0	17,9
	Televisión	18	1,9	32,1
	Medios de comunicación por internet	2	0,2	3,6
Medios de comunicación en total		56	5,8	100,0
Asociaciones	Asociaciones del ámbito de la literatura	7	0,7	15,2
	Asociaciones de euskera	28	2,9	60,9
	Asociaciones culturales	5	0,5	10,9
	Otras	6	0,6	13,0
Asociaciones en total		46	4,8	100,0
Organismos públicos	Gobierno Vasco	1	0,1	11,1
	Diputación Foral	2	0,2	22,2
	Ayuntamientos de capitales	1	0,1	11,1
	Ayuntamientos (más de 20.000 habitantes)	3	0,3	33,3
	Organismos públicos del ámbito de la cultura o del euskera	2	0,2	22,2
Organismos públicos en total		9	0,9	100,0
Sistema Público de Salud	Sistema Público de Salud	2	0,2	100,0
	Sistema Público de Salud en total	2	0,2	100,0
Total		961	100,0	

Fuente: Siadeco, 2020.

1.3. Agentes que han desarrollado acciones para el fomento de la lectura: perspectiva general.

El 44% de los agentes (426 agentes) afirma haber llevado a cabo algún programa o acción para el fomento de la lectura lúdica en 2019. Según el territorio en el que se ubica la sede central del agente, el porcentaje de agentes que realizan acciones de fomento de la lectura lúdica es algo inferior en Araba (40%); el de Bizkaia es equivalente al dato general (44%), y algo superior en Gipuzkoa (47%). Según el tamaño del municipio, más de la mitad de los agentes de municipios pequeños han realizado alguna acción para el fomento de la lectura lúdica en 2019 (52%), siendo las capitales las que presentan un menor porcentaje de agentes que realizan acciones de fomento de la lectura (36%)

Gráfico 1. Agentes que han llevado a cabo actividades de fomento de la lectura lúdica



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 10. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica por cada territorio.

	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Besterik		Sin especificar		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Sí	54	40,3	201	43,9	171	46,6	-	0,0	-	0,0	426	44,3
No	80	59,7	256	55,9	195	53,1	1	100,0	1	100,0	532	55,5
Sin especificar	-	0,0	1	0,2	1	0,3	-	0,0	-	0,0	2	0,2
Total	134	100,0	458	100,0	367	100,0	1	100,0	1	100,0	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

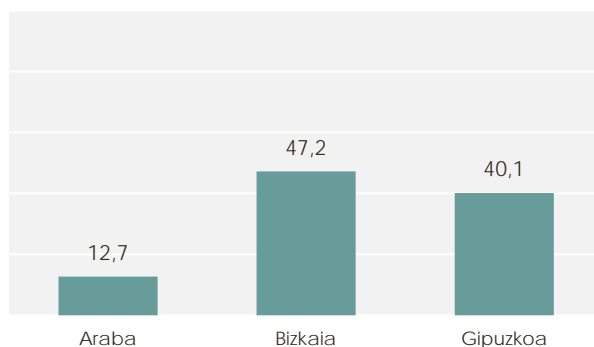
Tabla 11. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica en cada hábitat.

	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 y 20.00 habitantes		> 20.000 habitantes		Capitales		Sin especificar		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Sí	135	52,1	112	45,5	82	45,3	97	35,5	-	0,0	426	44,3
No	124	47,9	134	54,5	99	54,7	174	63,7	2	100,0	533	55,5
Sin especificar	-	0,0	-	0,0	-	0,0	2	0,7	-	0,0	2	0,2
Total	259	100,0	246	100,0	181	100,0	273	100,0	2	100,0	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

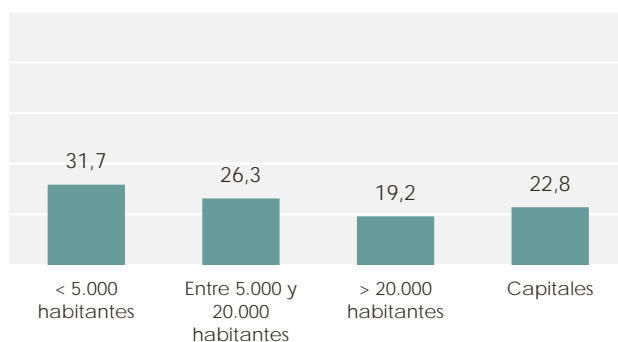
En cuanto a la distribución por territorios de los agentes que realizan acciones, el grupo principal se sitúa en Bizkaia (47% de los agentes). Y en municipios de menos de 5.000 habitantes (32%).

Gráfico 2. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica según territorio (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 3. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica según tamaño del municipio (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

1.4. Agentes que han desarrollado acciones de fomento de la lectura: perspectiva sectorial.

Desde la perspectiva sectorial, se observa que el porcentaje de agentes que realizan acciones de fomento de la lectura es muy variable entre un sector y otro. Destacan el sector de las Bibliotecas y el de los Organismos públicos; entre ellos, más de la mitad de los agentes desarrollaron acciones de fomento de la lectura en 2019 (74% y 67%, respectivamente).

La mitad de las asociaciones que han participado señalan haber hecho algo por fomentar la lectura a lo largo de 2019 (50%), y en el caso del sector educativo, 4 de cada 10 han organizado algo (40%).

Los agentes del Sistema Público de Salud no han organizado ninguna acción para el fomento de la lectura lúdica en 2019.

Tabla 12. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica según sector.

Sectores	Sí		No		Sin especificar		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Bibliotecas	153	73,6	53	25,5	2	1,0	208	100,0
Educación	211	40,3	313	59,7	0	0,0	524	100,0
Familia	2	10,0	18	90,0	0	0,0	20	100,0
Industria del libro	21	21,9	75	78,1	0	0,0	96	100,0
Medios de comunicación	10	17,9	46	82,1	0	0,0	56	100,0
Asociaciones	23	50,0	23	50,0	0	0,0	46	100,0
Organismos públicos	6	66,7	3	33,3	0	0,0	9	100,0
Sistema Público de Salud	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	100,0
Total	426	44,3	533	55,4	2	0,3	961	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

La distribución por sectores de los agentes que han llevado a cabo las acciones sitúa a una gran mayoría de los agentes en dos sectores: casi la mitad en Educación (50%), y el 36% en el sector de las Bibliotecas. Tras un gran salto cuantitativo, le siguen el sector de las asociaciones (5%) y el de la Industria del libro (5%).

Tabla 13. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica según sector

Sectores	Abs.	%
Bibliotecas	153	35,9
Educación	211	49,5
Familia	2	0,5
Industria del libro	21	4,9
Medios de comunicación	10	2,4
Asociaciones	23	5,4
Organismos públicos	6	1,4
Total	426	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

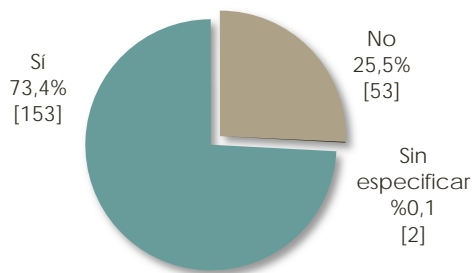
A continuación, se analizan las características de los agentes que realizan acciones de fomento de la lectura lúdica por sectores.

Bibliotecas

Casi tres cuartas partes de los agentes del sector de las bibliotecas ha participado en el estudio ha organizado alguna acción de fomento de la lectura en 2019 (153 agentes, 73%).

Si analizamos estos agentes según su ubicación, se observa que éstos se ubican, sobre todo, en Gipuzkoa y Bizkaia (cada uno con un 43%), y en cuanto al tamaño del municipio, en cambio, más de la mitad se ubican en municipios pequeños (el 52% de los agentes están en municipios de menos de 5.000 habitantes).

Gráfico 4. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector bibliotecario



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 5. Agentes del sector bibliotecario que han realizado acciones de fomento de la lectura según territorio (%)

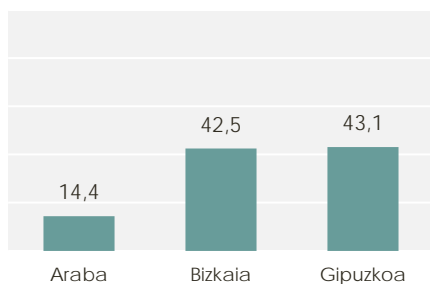
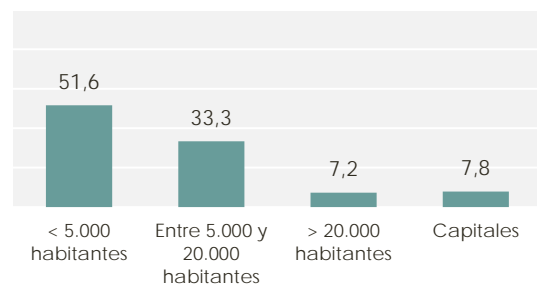


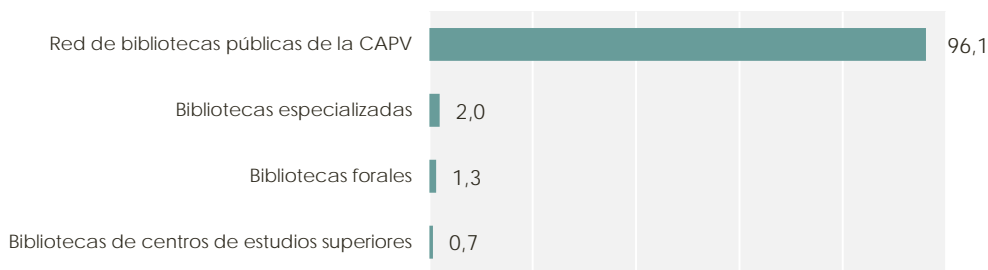
Gráfico 6. Agentes del sector bibliotecario que han realizado acciones de fomento de la lectura según el hábitat (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Dentro del sector de las bibliotecas, el subsector mayoritario es el de las bibliotecas de la red pública de la CAPV (96%). Asimismo, en este subsector se sitúa el mayor porcentaje de agentes que llevan a cabo acciones (79%).

Gráfico 7. Agentes del sector bibliotecario que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 14. Organismos del sector bibliotecario que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector

	Sí		No		Sin especificar		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Red de bibliotecas públicas de la CAPV	147	79,0	38	20,4	1	0,5	186	100,0
Bibliotecas forales	2	66,7	-	0,0	1	33,3	3	100,0
Bibliotecas de centros de estudios superiores	1	16,7	5	83,3	-	0,0	6	100,0
Bibliotecas especializadas	3	33,3	6	66,6	-	0,0	9	100,0
Bibliotecas de la administración	-	0,0	4	100,0	-	0,0	4	100,0
Total	153	73,6	53	25,5	2	1,0	208	100,0

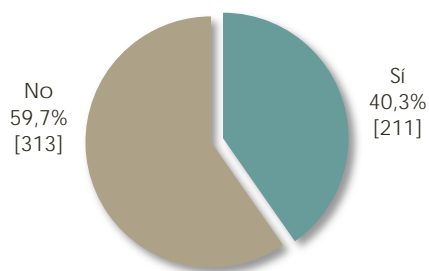
Fuente: Siadeco, 2020.

Educación

En el sector educativo, el 40% de agentes que ha participado en el estudio ha realizado alguna acción de fomento de la lectura en 2019 (211 agentes, 40%).

Si analizamos estos agentes, según su ubicación se observa que predominan los agentes ubicados en Bizkaia (54%), mientras que la distribución por tamaño del municipio es muy equilibrada entre los diferentes hábitats (entre el 23% y el 27%).

Gráfico 8. Agentes del sector educativo que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica.



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 9. Agentes del sector educativo que han realizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%)

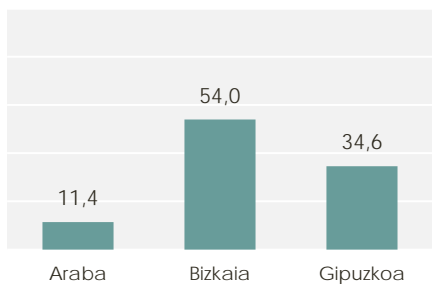
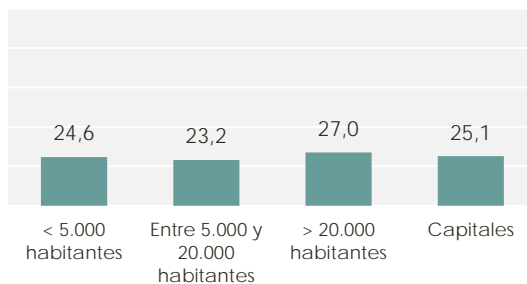


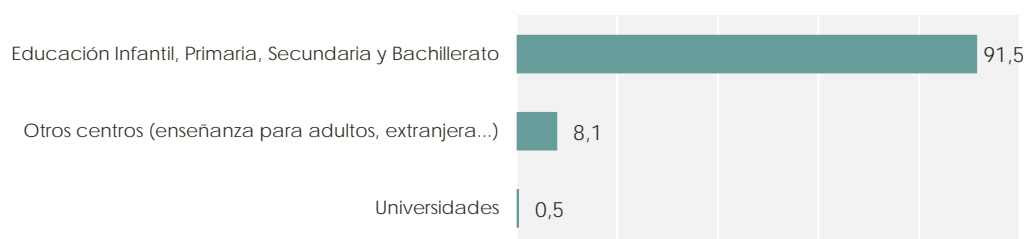
Gráfico 10. Agentes del sector educativo que han realizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Dentro del sector educativo, el subsector mayoritario es el de los centros de Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato (92%). Sin embargo, cabe destacar que entre Otros centros de enseñanza (de adultos, extranjeros...) el porcentaje de agentes que desarrollan acciones es mayor (49% de otros centros, frente al 41% de los centros de Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato).

Gráfico 11. Agentes del sector educativo que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 15. Organismos del sector educativo que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector

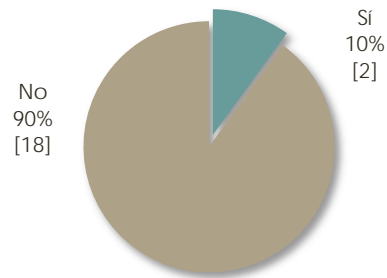
	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Educación Infantil/Primaria/Secundaria y Bachillerato.	193	40,5	284	59,5	477	100,0
Universidades	1	8,3	11	91,7	12	100,0
Otros centros (enseñanza para adultos, extranjera...)	17	48,6	18	51,4	35	100,0
Total	211	40,3	313	59,7	524	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Familia

Entre las asociaciones que han participado en este estudio, solo 1 de cada 10 señala haber organizado alguna acción de fomento de la lectura en 2019 (2 entre las asociaciones de madres y padres, 10%).

Gráfico 12. Agentes del sector de la familia que han organizado acciones de fomento de la lectura lúdica.



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 13. Agentes del sector de la familia que han organizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%)

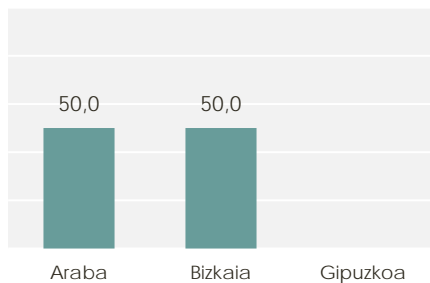
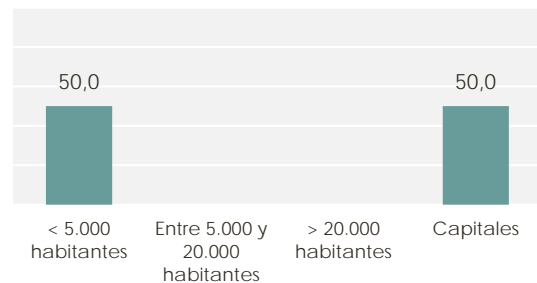
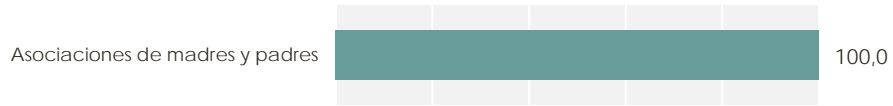


Gráfico 14. Agentes del sector de la familia que han organizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 15. Agentes del sector de la familia que han organizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 16. Organismos del sector de la familia que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector

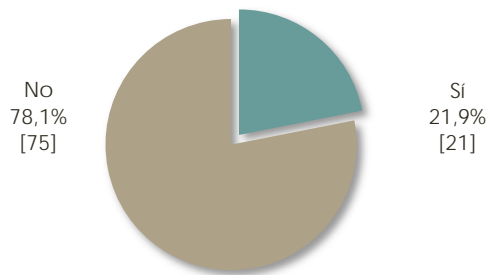
	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Asociaciones de familia	-	0,0	8	100,0	8	100,0
Asociaciones de madres y padres	2	16,7	10	83,3	12	100,0
Total	2	10,0	18	90,0	20	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Industria del libro

21 agentes de la industria del libro señalan haber organizado alguna acción de fomento de la lectura en 2019 (22%). En cuanto a la ubicación de la sede central de estos agentes, la mayoría se encuentra en Bizkaia (62%), y en las capitales (57%).

Gráfico 16. Agentes del sector de la industria del libro que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica.



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 17. Agentes del sector de la industria del libro que han realizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%).

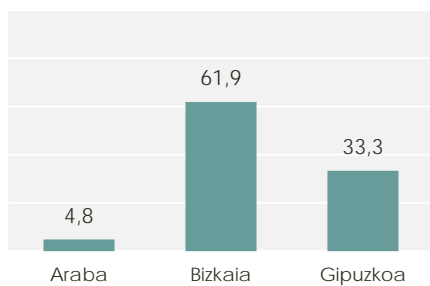
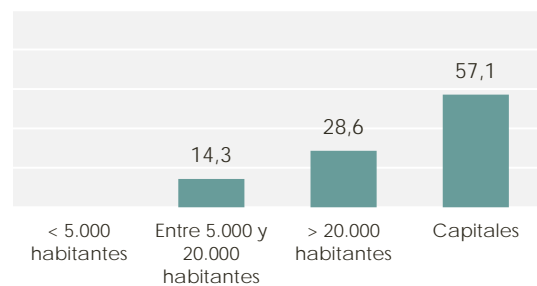


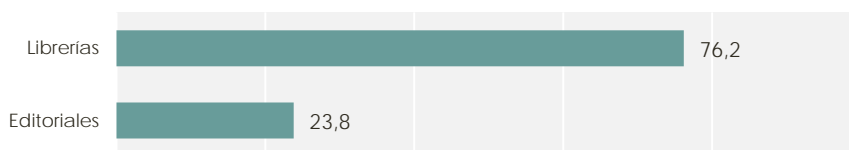
Gráfico 18. Agentes del sector de la industria del libro que han realizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%).



Fuente: Siadeco, 2020.

Si se analiza la naturaleza de los agentes de la industria del libro, algo más de tres cuartas partes de los que realizan alguna acción son librerías (76%), y el resto, editoriales (24%). Las librerías que han organizado alguna acción en las librerías no llegan a la cuarta parte del total de éstas que han participado en el estudio (23%), porcentaje aún más bajo en el caso de las editoriales (19%).

Gráfico 19. Agentes del sector de la industria del libro que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 17. Organismos del sector de la industria del libro que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector

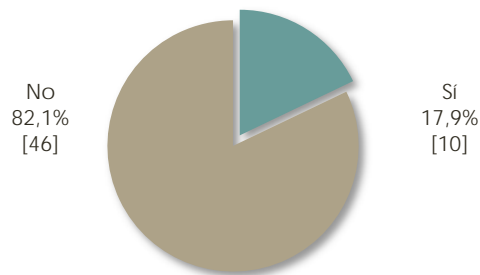
	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Editoriales	5	19,2%	21	80,8%	26	100,0
Librerías	16	22,9%	54	77,1%	70	100,0
Total	21	21,9%	75	78,1%	96	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Medios de comunicación

En el sector de los medios de comunicación, un 18% (10 agentes) declara haber organizado alguna acción de fomento de la lectura lúdica en 2019. Entre éstos predominan los medios de comunicación ubicados en Gipuzkoa (70%), y en especial, las capitales (60%).

Gráfico 20. Agentes del sector de los medios de comunicación que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica.



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 21. Agentes del sector de los medios de comunicación que han realizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%)

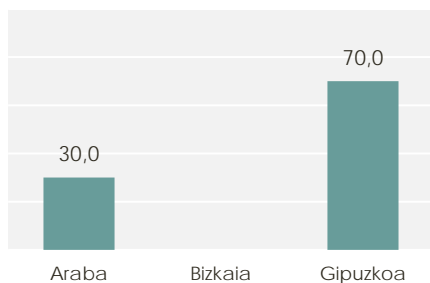
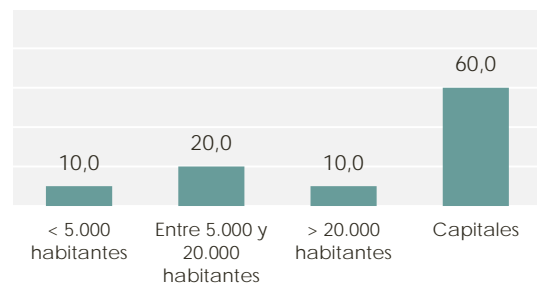


Gráfico 22. Agentes del sector de los medios de comunicación que han realizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%)

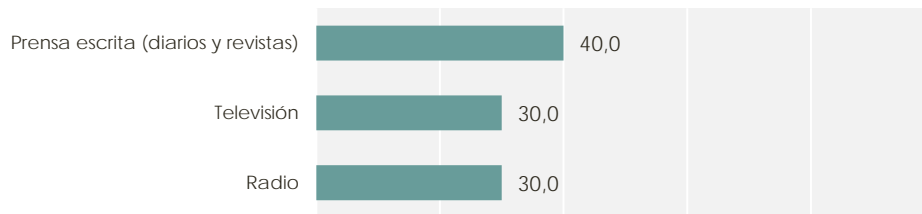


Fuente: Siadeco, 2020.

Según el subsector o el tipo de medio de comunicación, 4 de cada 10 medios de comunicación pertenecen a la prensa escrita, mientras que 3 son cadenas de televisión y otras 3 cadenas de radio.

En cuanto al porcentaje de medios de comunicación que han desarrollado acciones de fomento de la lectura en 2019, es superior en radio que en los otros dos subsectores (30% en radio, 17% en televisión y 15% en prensa escrita).

Gráfico 23. Agentes del sector de los medios de comunicación que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 18. Organismos del sector de los medios de comunicación que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector

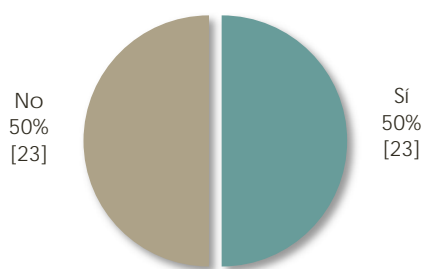
	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Medios de comunicación a través de Internet	-	0,0	2	100,0	2	100,0
Radio	3	30,0	7	70,0	10	100,0
Prensa escrita (diarios y revistas)	4	15,4	22	84,6	26	100,0
Televisión	3	16,7	15	83,3	18	100,0
Total	10	17,9	46	82,1	56	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Asociaciones

De las 46 asociaciones que han participado en el estudio, la mitad (50%) señala haber realizado alguna acción de fomento de la lectura. Entre las asociaciones que han desarrollado alguna acción, abundan las de Gipuzkoa (65%). En cuanto al tamaño del municipio, predominan los de las capitales (44%).

Gráfico 24. Agentes que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica.



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 25. Agentes del sector de las asociaciones que han realizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%)

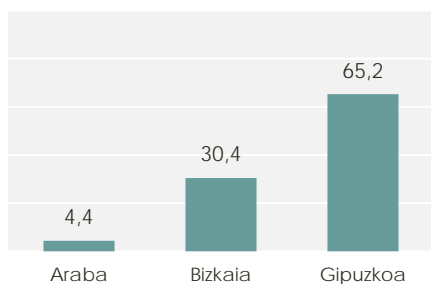
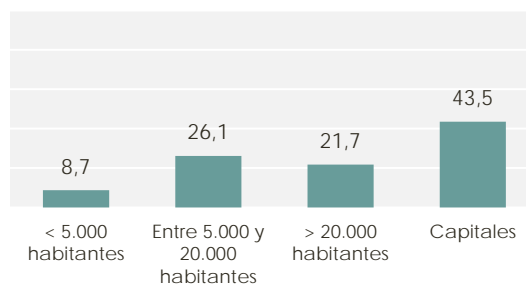


Gráfico 26. Agentes del sector de las asociaciones que han realizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%)

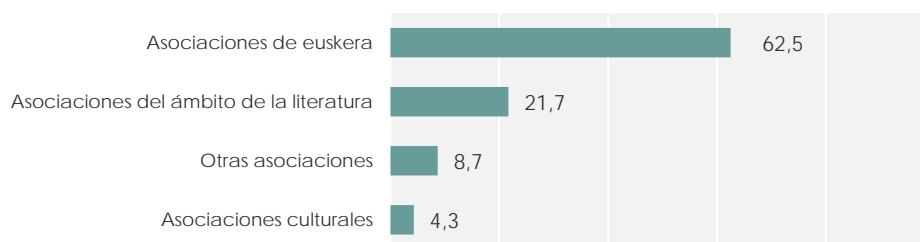


Fuente: Siadeco, 2020.

Si analizamos los tipos de asociaciones, se observa que, entre ellas, predominan las asociaciones de euskera (63%); le siguen las asociaciones del ámbito de la literatura (22%); otro tipo de asociaciones (9%); y las asociaciones culturales (4%).

Sin embargo, cabe destacar que el porcentaje de quienes organizan más acciones o acciones de fomento de la lectura es más alto entre las asociaciones del ámbito de la literatura (71%).

Gráfico 27. Agentes del sector de las asociaciones que han realizado acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 19. Organismos del sector de las asociaciones que realizan acciones de fomento de la lectura, según subsector

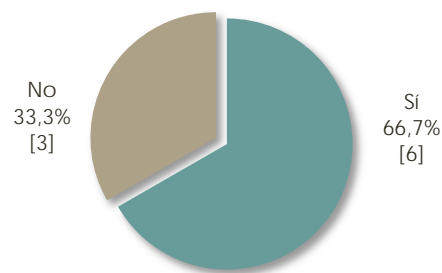
	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Asociaciones de euskera	15	53,6	13	46,4	28	100,0
Asociaciones culturales	1	20,0	4	80,0	5	100,0
Asociaciones del ámbito de la literatura	5	71,4	2	28,6	7	100,0
Otras asociaciones	2	33,3	4	66,7	6	100,0
Total	23	50,0	23	50,0	46	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Organismos públicos

En el caso de los organismos públicos, 2 de cada 3 (67%) organismos han organizado alguna acción de fomento de la lectura lúdica. La mitad de ellos se ubican en Gipuzkoa (50%); es el mismo porcentaje (50%) el que se tiene su sede en las capitales.

Gráfico 28. Agentes del sector de los organismos públicos que han realizado acciones de fomento de la lectura lúdica



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 29. Agentes del sector de los organismos públicos que han realizado acciones de fomento de la lectura, según territorio (%)

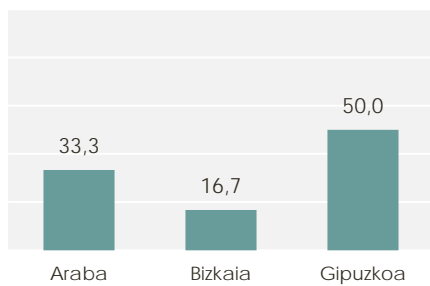
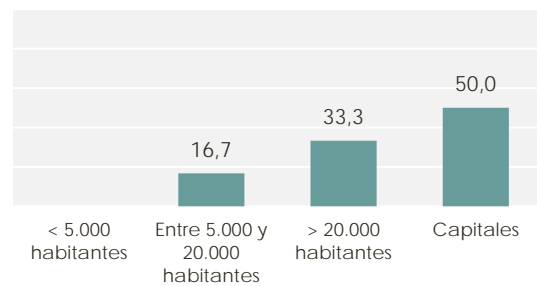
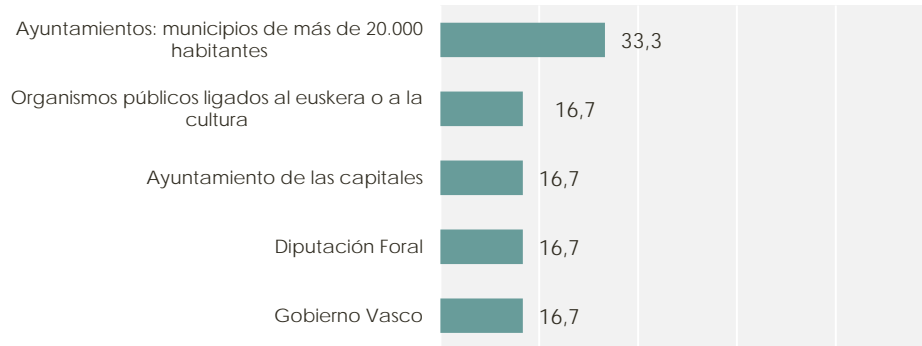


Gráfico 30. Agentes del sector de los organismos públicos que han realizado acciones de fomento de la lectura, según hábitat (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 31. Agentes del sector de los organismos públicos que realizan acciones de fomento de la lectura, según subsector (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 20. Organismos del sector de los organismos públicos que realizan acciones de fomento de la lectura, según subsector

	Sí		No		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Gobierno Vasco	1	100,0	-	0,0	1	100,0
Diputaciones Forales	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Ayuntamientos de las capitales	1	100,0	-	0,0	1	100,0
Organismos públicos ligados a la cultura o al euskera	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Ayuntamientos: municipios de más de 20.000 habitantes	2	66,7	1	33,3	3	100,0
Total	6	66,7	3	33,3	9	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

2. Mapa de acciones para el fomento de la lectura lúdica

En este apartado del informe se analizarán las acciones organizadas en 2019 por los diferentes agentes de la CAPV para fomentar la lectura lúdica. Aunque hasta ahora, a lo largo del informe, se ha hablado de los agentes organizadores de estas acciones, a partir de ahora la unidad de análisis será la misma acción, y todos los datos que se aportan son de éstas, no de los agentes organizadores de las mismas.

2.1. Acciones organizadas para el fomento de la lectura lúdica

En el apartado anterior se ha podido observar que en el 2019 han sido 426 los agentes de la CAPV que han organizado alguna acción de fomento de la lectura lúdica. En concreto, este apartado recoge información sobre las 1.436 acciones que han llevado a cabo estos agentes; por tanto, cada agente ha ofrecido información de una media de 3,4 acciones.

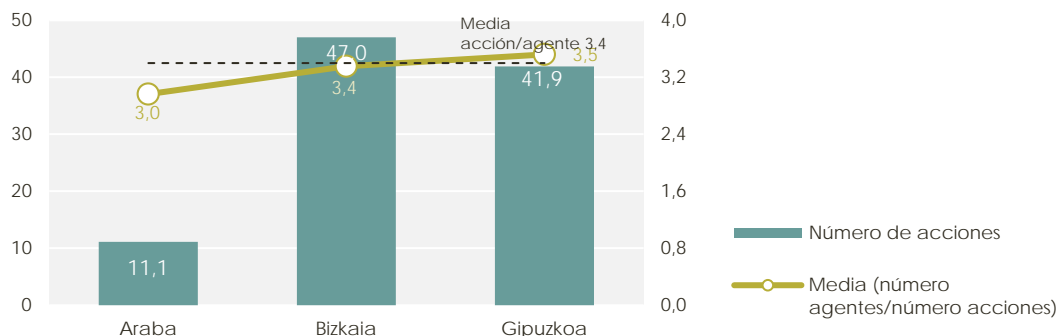
Tabla 21. Número de acciones que se han organizado para el fomento de la lectura lúdica (total y media)

Número de agentes que han organizado alguna acción	Número de acciones que se han organizado	Media (acción/agente)
426	1436	3,4

Fuente: Siadeco, 2020.

Si se analizan las 1.436 acciones según los tres territorios de la CAPV, se observa que predominan las acciones organizadas en Bizkaia (el 47% de las acciones se han organizado en este territorio). Le siguen las acciones organizadas en Gipuzkoa (42%); en cambio, es más bajo el porcentaje de acciones organizadas en Araba (11%). En cuanto a la media de acciones organizadas por agente, la media de acciones organizadas por agente es más alta en Gipuzkoa, con 3,5 acciones por agente, que, en Bizkaia, con 3,4, y en Araba, con 3.

Gráfico 32. El número de acciones para el fomento de la lectura lúdica, según territorio (número y media)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 22. Número de acciones, según territorio.

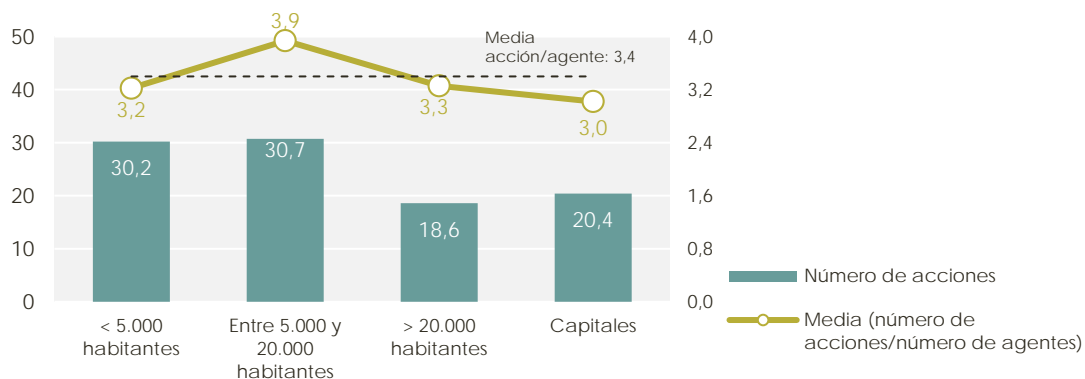
Territorio	Número de acciones organizadas	%	Media (acción/agente)
Araba	160	11,1	3,0
Bizkaia	674	46,9	3,4
Gipuzkoa	602	41,9	3,5
Total	1436	100,0	3,4

Fuente: Siadeco, 2020.

Según el tamaño del municipio, 6 de cada 10 acciones se han organizado en municipios de menos de 20.000 habitantes (31% en municipios de entre 5.000 y 20.000 habitantes, y el 30%, en municipios de menos de 5.000 habitantes). El 20% de las acciones se han organizado en las capitales, y el resto, el 19%, en cambio, en municipios de más de 20.000 habitantes.

En cuanto a la media de acciones que se han organizado teniendo en cuenta el tamaño del municipio, es en municipios de entre 5.000 y 20.000 habitantes donde se han organizado más acciones por agente, 3,9 acciones de media.

Gráfico 33. Número de acciones de fomento de la lectura, según tamaño del municipio (número y media)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 23. Número de acciones, según tamaño del municipio

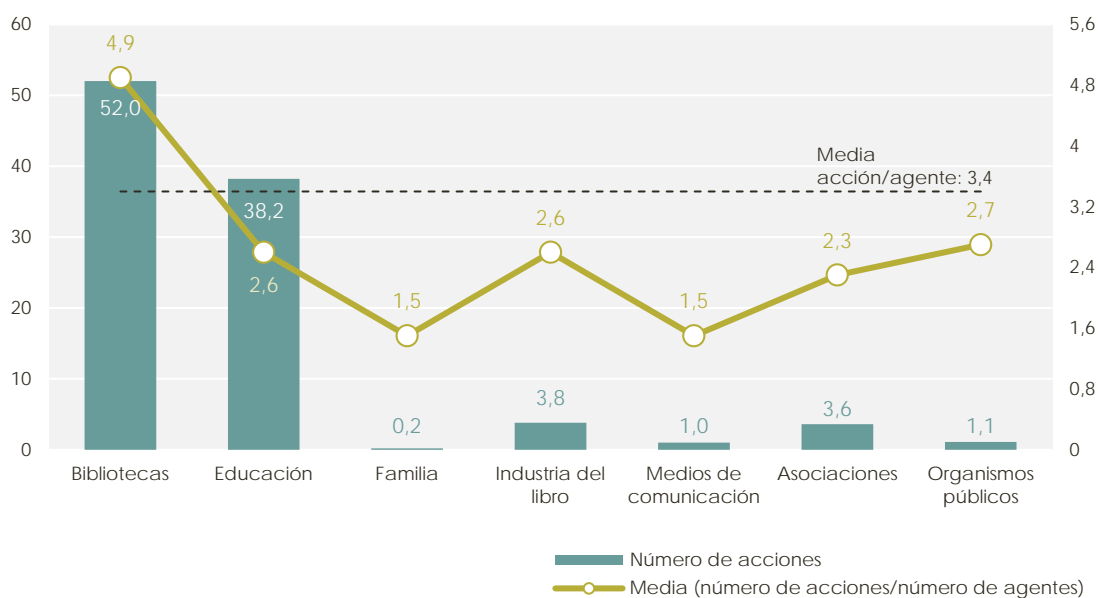
Territorio	Número de acciones organizadas	%	Media (acción/agente)
< 5.000 habitantes	435	30,3	3,2
Entre 5.000 y 20.000 habitantes	441	30,7	3,9
> 20.000 habitantes	267	18,6	3,3
Capitales	293	20,4	3,0
Total	1436	100,0	3,4

Fuente: Siadeco, 2020.

Atendiendo al sector en el que se han agrupado los agentes que han organizado las acciones, más de la mitad de las acciones han sido organizadas por agentes del sector Bibliotecario (747 acciones se han organizado en las bibliotecas, el 52% del total). Le sigue el sector educativo con 548 acciones (38% del total).

En cuanto a la media de acciones que se han organizado por sector, en este caso también predomina el sector de las bibliotecas, con una media de 4,9 acciones por agente. En los demás sectores dicho valor se sitúa por debajo de la media, entre 1,5 y 2,7 acciones.

Gráfico 34. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica, según sector (número y media)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 24. Número de acciones, según sector

Sector	Número de acciones organizadas	%	Media (acción/agente)
Bibliotecas	747	52,0	4,9
Educación	548	38,2	2,6
Familia	3	0,2	1,5
Industria del libro	55	3,8	2,6
Medios de comunicación	15	1,0	1,5
Asociaciones	52	3,6	2,3
Organismos públicos	16	1,1	2,7
Total	1436	100,0	3,4

Fuente: Siadeco, 2020.

2.2. Caracterización de las acciones de fomento de la lectura lúdica: perspectiva general

Como se ha mencionado en el apartado anterior, en el estudio se ha recogido información sobre 1.436 acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en 2019. En este apartado se realizará una caracterización general de éstas, teniendo en cuenta las siguientes características:

- El tipo de acción que se ha organizado para fomentar la lectura.
- El grupo objetivo de la acción de fomento de la lectura, según edad: en este apartado se analizará si las acciones están dirigidas, o no, a un grupo de edad concreto.
- Se analizará si las acciones de fomento de la lectura están dirigidas o no a un público específico.
- Se analizará si las acciones de fomento de la lectura están dirigidas o no a algún colectivo en situación de exclusión.

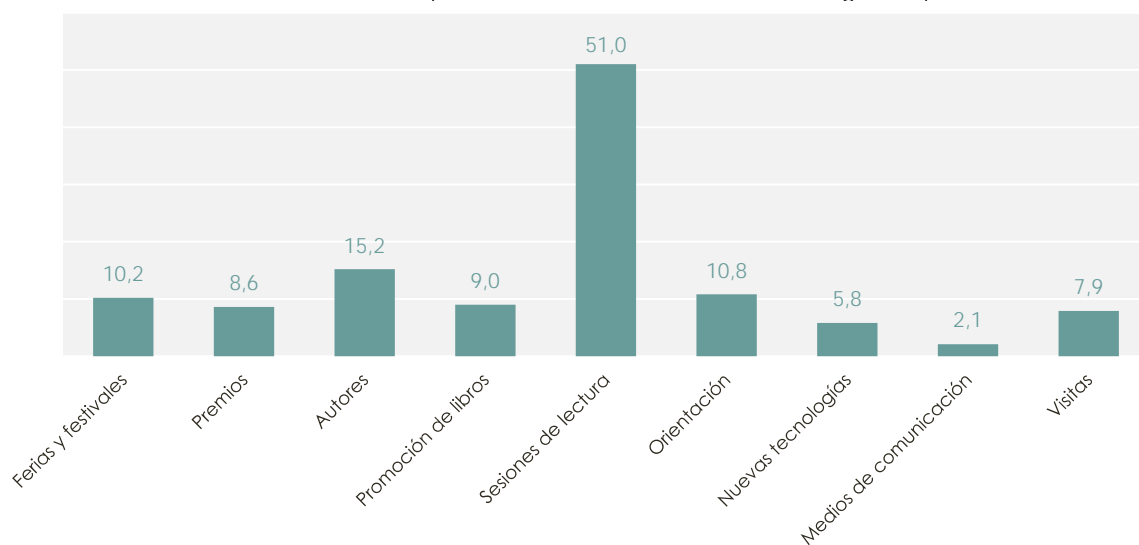
Tipos de acciones que se han organizado para el fomento de la lectura³

Más de la mitad de las 1.436 acciones incluidas en el estudio han sido clasificadas como sesiones de lectura (733 acciones). El predominio de este tipo de acciones es evidente, tanto es así que hay un salto considerable con el segundo tipo de acciones más organizadas: las acciones clasificadas en el apartado de Autores, con 218 acciones (15%). Las sesiones de lectura son mayoritarias, sobre todo, en el sector bibliotecario y en el educativo; por tanto, el gran número de agentes y de acciones en estos dos sectores hacen que este tipo de acciones sea muy abundante.

En tercer lugar, están las acciones denominadas acciones de Orientación (11%), y le siguen las ferias y los festivales (10%). La promoción de libros, los premios y las visitas se sitúan entre el 8% y el 9%; y, por último, están las acciones relacionadas con las nuevas tecnologías y los medios de comunicación (6% y 2%, respectivamente).

³ En la ficha para la recogida de información, la misma acción podía haber sido clasificada en más de un tipo de acción.

Gráfico 35. Clasificación de acciones para el fomento de la lectura lúdica, según el tipo de acción.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 25. Clasificación de acciones de fomento de la lectura lúdica, según tipo de acción

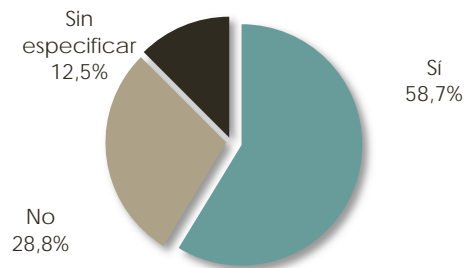
Tipo de acción	Número de acciones	% sobre el total de acciones (sobre 1436 acciones)
Ferias y festivales	146	10,2
Premios	124	8,6
Autoras y autores	218	15,2
Promoción de libros	129	9,0
Sesiones de lectura	733	51,0
Orientación	155	10,8
Nuevas tecnologías	84	5,8
Medios de comunicación	30	2,1
Visitas	113	7,9

Fuente: Siadeco, 2020.

Grupo objetivo de la acción de fomento de la lectura, según tramo de edad

De las 1.436 acciones de fomento de la lectura de las que se ha recibido información, en 843 se ha señalado que eran dirigidas a una edad concreta (59% de las acciones). 414 acciones (29%) no se han dirigido a una edad concreta, sino que han sido para el público general, y en 179 acciones no se ha recogido información al respecto (13%).

Gráfico 36. ¿La acción está dirigida a una edad concreta?



Fuente: Siadeco, 2020.

Si se analizan las acciones por sectores, la tendencia por sectores es la siguiente:

- En el caso del sector de la Familia, las 3 acciones organizadas por agentes de dicho sector están dirigidas a una edad concreta (100%): en este sector se organizan acciones dirigidas a menores de 16 años.
- En el sector educativo son casi 7 de cada 10 las acciones dirigidas a una franja de edad concreta (68%), de las cuales el 63% están dirigidas al alumnado de Educación Primaria (se ha recogido información sobre 234 acciones dirigidas a niños y niñas de 6 a 11 años).
- En el sector de las bibliotecas son 432 las acciones dirigidas a una franja de edad concreta (58% de las acciones del sector). Al igual que en el sector educativo, una gran parte de las acciones están dirigidas al alumnado de Educación Primaria (275 acciones, 64%). Casi la mitad de las acciones están dirigidas al segundo ciclo de Educación Infantil (210 acciones, 49%). Por último, En cuanto a las acciones dirigidas a personas adultas, el porcentaje de acciones dirigidas a diferentes franjas de edad se sitúa en todos los casos en torno al 20%.

- En los medios de comunicación el peso de las acciones dirigidas a una franja de edad concreta es de 47%; como en casos anteriores, el público objetivo de dichas acciones es, sobre todo, el del alumnado (especialmente los menores de 11 años).
- En el caso de las asociaciones 4 de cada 10 acciones están dirigidas a una franja de edad concreta (39%), y en el caso de los Organismos Públicos, casi 2 de cada 10 (19%). En ambos sectores se observa que la distribución de la franja de edad a la que va dirigida la acción es más equilibrada que en los otros sectores.
- Por último, en la Industria del libro casi 1 de cada 10 acciones está dirigida a una franja de edad concreta (9%); una vez más, el grupo objetivo principal es el del alumnado.

Considerando todas las acciones en su conjunto, se observa que la Educación Primaria es el grupo principal al que van dirigidas las acciones dirigidas a una edad concreta, es decir, el alumnado de 6 a 11 años (se ha recogido información sobre 533 acciones dirigidas a este grupo en la CAPV; el 63% de las acciones dirigidas a una edad concreta).

352 acciones están dirigidas al alumnado de segundo ciclo de Educación Infantil (42% de las acciones dirigidas a una edad concreta). Las acciones dirigidas al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria son 203, y las dirigidas a los niños y niñas de primer ciclo de Educación Infantil son 84 (10%).

El porcentaje de acciones dirigidas a la ciudadanía mayor de 16 años se sitúa entre el 11% y el 13% (es decir, unas 100 acciones por cada franja de edad).

Tabla 26. Si la acción está dirigida o no a una edad concreta, según sector.

Sector	Sí	%	No	%	Sin especificar	%	Total	%
Bibliotecas	432	57,8	238	31,9	77	10,3	747	100,0
Educación	373	68,1	107	19,5	68	12,4	548	100,0
Familia	3	100,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Industria del libro	5	9,1	38	69,1	12	21,8	55	100,0
Medios de comunicación	7	46,7	4	26,7	4	26,7	15	100,0
Asociaciones	20	38,5	19	36,5	13	25,0	52	100,0
Organismos públicos	3	18,8	8	50,0	5	31,3	16	100,0
Total	843	58,7	414	28,8	179	12,5	1436	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 27. Acciones dirigidas a una edad concreta, según franja de edad.

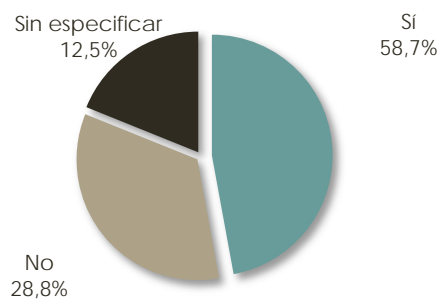
		0 - 2 E. Infantil 1er ciclo	3 - 5 E. Infantil 2do ciclo	6 - 11 E. Primari a	12 - 16 ESO	17 - 18 Bach./ FP grado medio	19 - 24 años	25 - 34 años	35 - 44 años	45 - 54 años	55 - 64 años	Más de 65 años
Bibliotecas	Abs.	45	210	275	61	61	79	84	83	84	87	87
	%	10,4	48,6	63,7	14,1	14,1	18,3	19,4	19,2	19,4	20,1	20,1
Educación	Abs.	30	126	234	127	35	6	7	7	7	7	5
	%	8,0	33,8	62,7	34,0	9,4	1,6	1,9	1,9	1,9	1,9	1,3
Familia	Abs.	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0
	%	33,3	66,7	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Industria del libro	Abs.	1	3	4	2	1	0	0	0	0	0	0
	%	20,0	60,0	80,0	40,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Medios de comunicación	Abs.	6	6	7	1	0	0	0	0	0	0	0
	%	85,7	85,7	100,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Asociaciones	Abs.	1	4	8	10	7	5	5	5	5	5	5
	%	5,0	20,0	40,0	50,0	35,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Organismos públicos	Abs.	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
	%	0,0	33,3	100,0	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3
Total	Abs.	84	352	533	203	105	91	97	96	97	100	98
	%	10,0	41,8	63,2	24,1	12,5	10,8	11,5	11,4	11,5	11,9	11,6

Fuente: Siadeco, 2020.

Grupo objetivo de la acción de fomento de la lectura, según público específico

Al preguntar sobre las características de la acción, también se ha preguntado a los agentes si la acción está dirigida a un público específico o no. Analizada la información recibida sobre las diferentes acciones, el 60% señala que la acción está dirigida a un público específico (677 acciones). En el 29% de las acciones (488 acciones) se ha indicado que no está dirigida a ningún público específico, y en cambio, en el 13% de las acciones (271 acciones) no se especifica información al respecto.

Gráfico 37. ¿La acción está dirigida a un público específico?



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 28. Si la acción está dirigida o no a un público específico, según sector.

Sector	Sí	%	No	%	Sin especificar	%	Total	%
Bibliotecas	286	38,3	336	45,0	125	16,7	747	100,0
Educación	354	64,6	88	16,1	106	19,3	548	100,0
Familia	3	100,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Industria del libro	4	7,3	39	70,9	12	21,8	55	100,0
Medios de comunicación	0	0,0	6	40,0	9	60,0	15	100,0
Asociaciones	27	51,9	12	23,1	13	25,0	52	100,0
Organismos públicos	3	18,8	7	43,8	6	37,5	16	100,0
Total	677	47,1	488	34,0	271	18,9	1436	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Se ha preguntado abiertamente a qué público específico se dirige la acción, por tanto, se ha realizado una clasificación de las respuestas recibidas para facilitar su análisis. La clasificación de públicos específicos creada es la siguiente:

- Comunidad escolar: diferenciando al alumnado y el profesorado.
- Familia
- Niños y niñas: menores de 12 años.
- Jóvenes: de entre 12 y 16 años.
- Jóvenes: mayores de 16 años.
- Personas adultas.
- Personas mayores.
- Personas extranjeras.
- Mujeres.
- Ocio
- Centros de salud
- Personas con diversidad funcional
- Un determinado grupo del pueblo o del barrio.
- Lectores vascos
- Biblioteca municipal
- Personas sin hábito de lectura que quieren acercarse a ella.

En total, en 662 acciones se ha señalado a qué público específico va dirigida (el 98% de las acciones que señalan que está dirigida a un público específico).

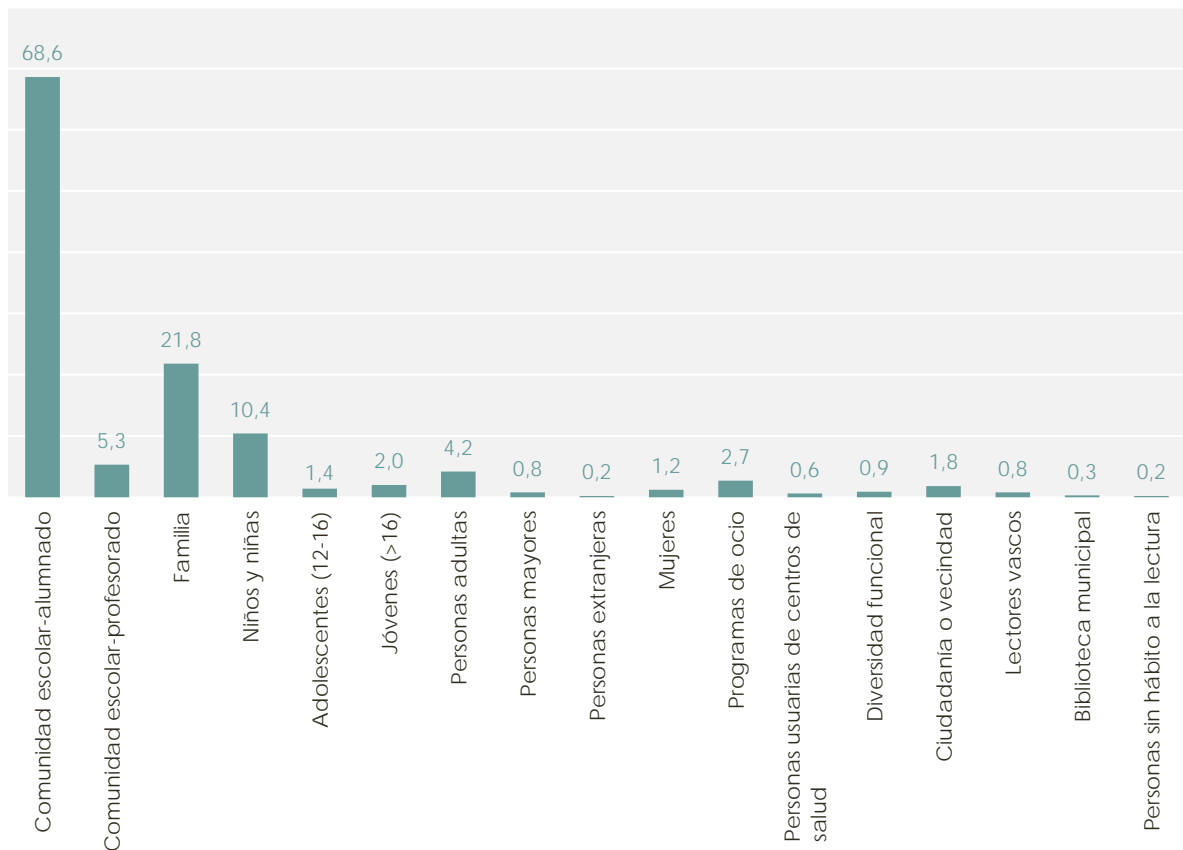
En este caso, sobre todo ha destacado el número de acciones que señalan que se están dirigidas al alumnado (el 69% de las acciones está dirigida a este público, 454 acciones). Como es de esperar, en el sector educativo es especialmente alto el peso de las acciones que están dirigidas a este público específico.

El 22% de las acciones está dirigida a las familias; en concreto, el peso de las acciones dirigidas a las familias es más alto en el sector bibliotecario (42%, 116 acciones).

El 10% de las acciones está dirigida a niños y niñas (fuera de la actividad escolar), en este caso también, en el sector bibliotecario el porcentaje es más alto que el de la media (23%, 63 acciones).

Las acciones del sector bibliotecario son las que abarcan públicos específicos más diversos.

Gráfico 38. Público específico al que se dirige la acción de fomento de la lectura (%).



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 29. Público específico al que se dirige la acción de fomento de la lectura, según sector.

	Bibliotecas		Educación		Familia		Industria del libro		Asociaciones		Organismos públicos		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Comunidad escolar: alumnado	109	39,4	319	91,7	3	100,0	3	75,0	18	66,7	2	66,7	454	68,6
Comunidad escolar: profesorado	15	5,4	18	5,2	0	0,0	0	0,0	2	7,4	0	0,0	35	5,3
Familia	116	41,9	27	7,8	0	0,0	0	0,0	1	3,7	0	0,0	144	21,8
Niños y niñas	63	22,7	6	1,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	69	10,4
Adolescentes (12-16 años)	8	2,9	1	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	1,4
Jóvenes (>16 años)	10	3,6	1	0,3	0	0,0	1	25,0	1	3,7	0	0,0	13	2,0
Personas adultas	24	8,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	11,1	1	33,3	28	4,2
Personas mayores	4	1,4	1	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	0,8
Personas extranjeras	1	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Mujeres	7	2,5	1	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	1,2
Programas de ocio	13	4,7	4	1,1	0	0,0	0	0,0	1	3,7	0	0,0	18	2,7
Personas usuarias de centros de salud	4	1,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,6
Diversidad funcional	6	2,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	0,9
Ciudadanía o vecindad	10	3,6	1	0,3	0	0,0	0	0,0	1	3,7	0	0,0	12	1,8
Lectores vascos	4	1,4	1	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	0,8
Biblioteca municipal	0	0,0	2	0,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,3
Personas sin hábito a la lectura	1	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Total	277	100,0	348	100,0	3	100,0	4	100,0	27	100,0	3	100,0	662	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

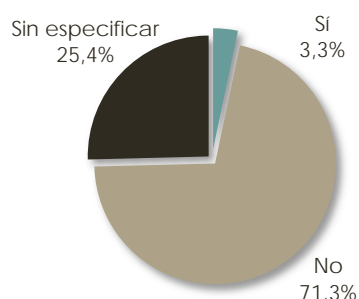
Grupo objetivo de la acción de fomento de la lectura, según grupo en riesgo de exclusión

Para finalizar con los grupos objetivos, también se ha recogido si la acción se dirige o no a algún grupo especial en riesgo de exclusión.

Según la información recogida, son muy pocas las acciones dirigidas a un grupo especial; únicamente se ha señalado en 47 acciones (3%). En 7 de cada 10 acciones se ha señalado que la acción no está dirigida a ningún grupo especial, y en el resto, no se ha respondido a esta cuestión (25%).

De estas 47 acciones, 30 pertenecen al sector bibliotecario (64%), y 14 al sector educativo (30%).

Gráfico 39. ¿La acción está dirigida a algún grupo especial en riesgo de exclusión?



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 30. Si la acción se dirige o no a un grupo especial en riesgo de exclusión, según sector.

Sector	Sí	%	No	%	Sin especificar	%	Total	%
Bibliotecas	30	4,0	542	72,6	175	23,4	747	100,0
Educación	14	2,6	403	73,5	131	23,9	548	100,0
Familia	0	0,0	1	33,3	2	66,7	3	100,0
Industria del libro	1	1,8	41	74,5	13	23,6	55	100,0
Medios de comunicación	0	0,0	6	40,0	9	60,0	15	100,0
Asociaciones	1	1,9	23	44,2	28	53,8	52	100,0
Organismos públicos	1	6,3	8	50,0	7	43,8	16	100,0
Total	47	3,3	1024	71,3	365	25,4	1436	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

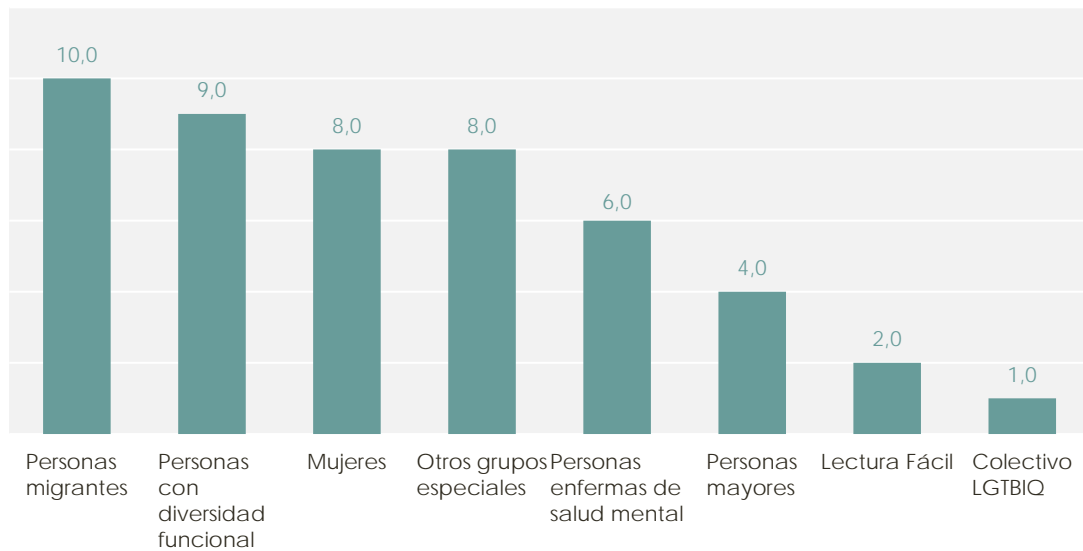
En este caso, también se ha preguntado de forma abierta a qué grupo especial está dirigida la acción y se han clasificado las respuestas recibidas, creando las siguientes categorías:

- Personas migrantes
- Personas con diversidad funcional
- Mujeres
- Personas enfermas de salud mental
- Personas mayores
- Lectura fácil
- Colectivo LGTBIQ
- Otros grupos especiales

De estas 47 acciones, 46 han especificado cuál es ese grupo especial. De ellas, la mayoría son acciones dirigidas a personas migrantes (10%), el 9% a personas con diversidad funcional y el 8% a mujeres.

En este caso también el sector de Bibliotecas es el que cuenta con un mayor número de grupos especiales diferentes.

Gráfico 40. Grupo especial en riesgo de exclusión al que se dirige la acción.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 31. Grupo especial en riesgo de exclusión al que se dirige la acción, según sector.

	Bibliotecas		Educación		Industria del libro		Asociaciones		Organismos públicos		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Personas mayores	2	6,7	2	13,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	8,7
Personas con diversidad funcional	7	23,3	2	13,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	19,6
Mujeres	2	6,7	6	40,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	17,4
Personas migrantes	8	26,7	0	0,0	1	100,0	1	100,0	0	0,0	10	21,7
Personas enfermas de salud mental	6	20,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	13,0
Lectura fácil	1	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	2	4,3
Colectivo LGTBIQ	1	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,2
Otros grupos	3	10,0	5	33,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	17,3
Total	30	100,0	15	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0	46	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

2.3. Caracterización de las acciones de fomento de la lectura: perspectiva sectorial.

En este apartado se analizarán las acciones de fomento de la lectura por sectores, con el fin de conocer más a fondo el tipo de acciones que ha organizado cada sector. En primer lugar, dentro de cada sector se abordará la distribución por subsectores de las acciones; a continuación, se realizará el análisis según el territorio y el tamaño del municipio, así como el tipo de acciones de fomento de la lectura organizadas, tanto de forma general como desde el punto de vista sectorial. Por último, dentro de cada sector, se realizará una descripción cualitativa de las acciones organizadas; se hará referencia a la descripción y los objetivos de las principales acciones, y de pondrán algunos ejemplos.

Bibliotecas

Teniendo en cuenta el número de acciones realizadas, dentro del sector de las bibliotecas predominan las bibliotecas que forman parte de la red de bibliotecas públicas; en total se ha recibido información sobre 706 acciones organizadas en la red de bibliotecas públicas de la CAPV. En cambio, el subsector que más acciones organiza es el de las bibliotecas forales, cada agente que pertenece a este subsector ha organizado de media 14 acciones.

Tabla 32. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector bibliotecario, según subsector.

Subsector	Número de acciones	%	Media Acción/Agente
Red de bibliotecas públicas de la CAPV	706	94,5	4,8
Bibliotecas forales	28	3,7	14,0
Bibliotecas de centros de estudios superiores	1	0,1	1,0
Bibliotecas especializadas	12	1,6	4,0
Total	747	100,0	4,9

Fuente: Siadeco, 2020.

En lo que se refiere a la organización de acciones, si se analiza según territorio hay mucha diferencia entre las acciones organizadas en Bizkaia o Gipuzkoa (347 y 307 acciones, respectivamente), y las que se han organizado en Araba (93 acciones). Sin embargo, esta distribución por territorios coincide con la de los agentes que las han organizado.

Por tamaño del municipio, la mayoría de las acciones (78%) se han organizado en municipios de menos de 20.000 habitantes. En comparación con la distribución territorial de los agentes (85%) el porcentaje es más bajo, ya que en municipios de menos de 5.000 habitantes la media de acciones que organizan es más baja.

Tabla 33. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector bibliotecario, según territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Red de bibliotecas públicas de la CAPV	72	10,2	342	48,4	292	41,4	706	100,0
Bibliotecas forales	19	67,9	0	0,0	9	32,1	28	100,0
Bibliotecas de centros de estudios superiores	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Bibliotecas especializadas	2	16,7	4	33,3	6	50,0	12	100,0
Total	93	12,4	347	46,5	307	41,1	747	100,0
Media (Acción/Número de agente)	4,2		5,3		4,7		4,9	

Fuente: Siadeco, 2020.

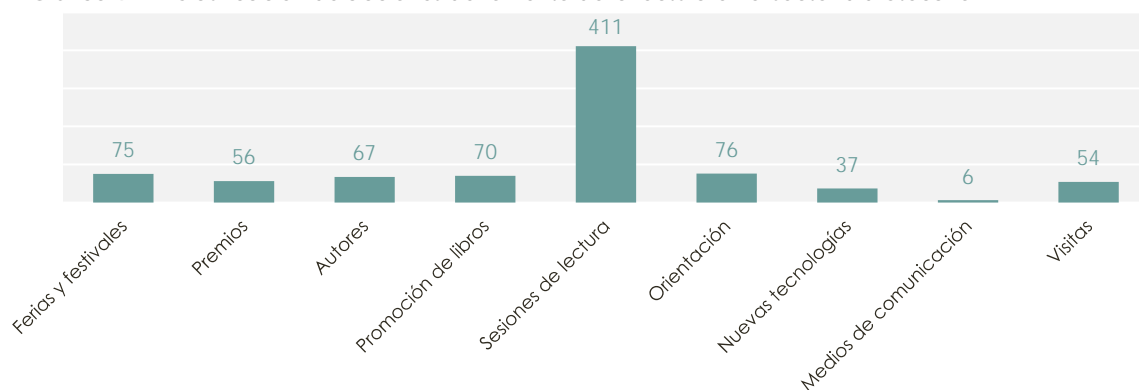
Tabla 34. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector bibliotecario, según tamaño y subsector.

Subsector	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 y 20.000 habitantes		> 20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Red de bibliotecas públicas	294	41,6	290	41,1	100	14,2	22	3,1	706	100,0
Bibliotecas forales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	28	100,0	28	100,0
Bibliotecas de centros de estudios superiores	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Bibliotecas especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	100,0	12	100,0
Total	294	39,4	290	38,8	100	13,4	63	8,4	747	100,0
Media (Acción/Número agentes)	3,7		5,7		9,1		5,3		4,9	

Fuente: Siadeco, 2020.

En cuanto a la clasificación de las acciones, más de la mitad son Sesiones de lectura (en concreto 411 acciones, 55% de las acciones que organiza el sector bibliotecario). En segundo lugar se sitúan las acciones clasificadas en las siguientes categorías: Orientación, Ferias y festivales, Promoción de libros, Autoras y autores, Premios y Visitas (entre 54 y 76 acciones en cada categoría).

Gráfico 41. Clasificación de acciones de fomento de la lectura en el sector bibliotecario.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 35. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector bibliotecario, según subsector y clasificación de acciones.

		Ferias y festivales	Premios	Autoras y autores	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Red de bibliotecas públicas de la CAPV	Abs.	67	56	64	66	393	70	35	5	52
	%	9,5	7,9	9,1	9,3	55,7	9,9	5,0	0,7	7,4
Bibliotecas forales	Abs.	4	0	3	4	11	5	2	1	1
	%	14,3	0,0	10,7	14,3	39,3	17,9	7,1	3,6	3,6
Bibliotecas de centros de estudios superiores	Abs.	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bibliotecas especializadas	Abs.	4	0	0	0	6	1	0	0	1
	%	33,3	0,0	0,0	0,0	50,0	8,3	0,0	0,0	8,3
Total	Abs.	75	56	67	70	411	76	37	6	54
	%	10,0	7,5	9,0	9,4	55,0	10,2	5,0	0,8	7,2

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las acciones organizadas en el sector bibliotecario:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Feria del libro	Poner a disposición de las personas lectoras una amplia oferta de libros. En algunos casos estas ferias suelen tener otros objetivos solidarios más allá de la promoción de la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la biblioteca municipal. • Dar a conocer las librerías del pueblo. • Fomentar el consumo de libros. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburu Azoka / Feria del Libro" GETXO – VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA » "Elkartasun Liburu eta Diska Azoka" GORLIZ – UDAL LIBURUTEGIA » "Liburu Azoka" MUNITIBAR UDAL LIBURUTEGIA » "Liburu erakusketa Euskaltzaindiaren Literatura Jardunaldiaren barruan" EUSKALTZAINDIKO LIBURUTEGIA
	Exposiciones bibliográficas	Exposiciones bibliográficas centradas en un tema o celebración concreta. En estas exposiciones de libros se expone el fondo bibliotecario correspondiente al tema.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el fondo bibliográfico de la biblioteca • Profundizar en el tema en el que se centra la exposición. • Acercar las bibliotecas a la ciudadanía. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Exposición bibliográfica con motivo del Día de la Mujer" ABANTO ZIERBBENAKO UDAL LIBURUTEGIA » "Interesgunea – Aniztasuna" / "Interesgunea – Negua" URRETXU UDAL LIBURUTEGIA
	Día del libro	Se organizan varias acciones con motivo del día del libro (23 de abril). En las bibliotecas también se celebra el Día Internacional del Libro Infantil.	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar los actos del día del libro para atraer a la ciudadanía a la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburuaren eguna" AJANGIZ – UDAL LIBURUTEGIA » "Día INTERNACIONAL del Libro" EIBAR – JUAN SAN MARTIN UDAL LIBURUTEGIA » "Día del libro" OROZKO – UDAL LIBURUTEGIA » "Haur Liburuaren Nazioarteko Eguna" TOLOSA – UDAL LIBURUTEGIA
	Día de la biblioteca	Se organizan varias acciones con motivo del día de las bibliotecas (24 de octubre).	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el día de las bibliotecas para atraer a la ciudadanía a la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburutegi Eguna" ANDOAIN – UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Festivales literarios	Dentro de los festivales literarios se organizan varias acciones de fomento de la lectura; en ocasiones, también se realizan actividades de otras disciplinas artísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de la afición a la lectura Unir diferentes disciplinas artísticas en un mismo festival. Acercar al público a la literatura a través de ofertas diversas. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Gutun Zuria – Bilboko Letren Jaialdia" AZKUNA ZENTROA – MEDIATEKA » "Hitz andana: hitzaren inguruko jaialdia" HERNANI – UDAL LIBURUTEGIA
	Festivales de poesía	Festivales para dar a conocer la poesía. Con motivo de estos festivales se organizan diversas acciones.	<ul style="list-style-type: none"> Acercar la poesía al público. Dar a conocer la creación de poesía. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Olerki topagunea" IGORRE – I. ZUBIZARRETA UDAL LIBURUTEGIA » "Cita con la poesía" IGNACIO ALDEKOA GASTEIZKO LIBURUTEGI PUBLIKOA
	Otro tipo de festivales organizados por las bibliotecas	Las bibliotecas también han organizado otro tipo de festivales. El objetivo es el fomento de la lectura, aunque no sea directamente a través de los libros (teatro, música...).	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la afición a la lectura de un modo lúdico. Hacer que la biblioteca sea un punto de encuentro. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Pijama festa" PASAI DONIBANEKO UDAL LIBURUTEGIA » "Baserriko porrusalda ikuskizuna" MUNDAKA – J.M. ETXEITA UDAL LIBURUTEGIA
	Acciones organizadas con libros de segunda mano	Acciones organizadas para dar una segunda vida a los libros: ferias del libro basadas en el intercambio de libros, feria del libro solidario de segunda mano...	<ul style="list-style-type: none"> Dar una segunda vida a los libros Fomentar la afición a la lectura intercambiando libros Difusión de la información de los servicios y programas de las bibliotecas 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburuak trukatzeko IX. Azoka" GASTEIZKO LIBURUTEGI SAREA » "Bigarren eskuko liburu azoka solidarioa" GETXO – VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Ampliación de la biblioteca a otros espacios	Con esta acción la biblioteca se lleva fuera de su ámbito habitual. Se ofrece el servicio de biblioteca en otros ámbitos del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> ● Sacar la biblioteca a la calle, acercarla a la gente. ● Atraer personas usuarias. ● Fomentar la lectura al aire libre ● Fomentar el uso de la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Biblioterraza"</i> ARTZINIEGA UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Biblioteca en la calle"</i> BERANTEVILLA UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Bibliopiszina"</i> BERGARA – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Liburutegia Plazara"</i> ELGETA – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Letren terrazak"</i> GETXO – VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Biblioparque"</i> ZUMARRAGA UDAL LIBURUTEGIA
Premios	Concursos literarios de ámbito municipal	Concursos organizados para premiar la labor creativa en el ámbito literario y dar visibilidad al trabajo de las personas creadoras. En algunos casos suelen ser concursos más específicos, dirigidos a un grupo de edad (especialmente a niños y niñas) o a otro grupo objetivo, o sobre un tema concreto (narrativa solidaria, mujeres...).	<ul style="list-style-type: none"> ● Premiar la creatividad. ● Dar a conocer la labor de las personas creadoras. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. ● Fomentar valores (solidaridad, igualdad...). 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Haur eta Gaztetxoentzako literatura lehiaketa"</i> ALTZO – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Bermeo Uria Narrazio lehiaketa"</i> BERMEO – JOXE MIEL BARANDIARAN UDAL LIBURUTEGIA » <i>"XXV. Irakurketa lehiaketa"</i> ELORRIO UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Certamen literario Villa de Ermua"</i> ERMUA – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Mikel Zarate Haur Literatura Saria"</i> LEZAMA UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Certamen narrativa solidaria OSmundo Bilbao"</i> MUSKIZ – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Lilako martia, emakume idazleak"</i> lehiaketa ZAMUDIO – UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concurso de cuentos breves	Concursos organizados para premiar la labor creativa en el ámbito literario y dar visibilidad al trabajo de las personas creadoras. En este caso se trataría de concursos de cuentos breves.	<ul style="list-style-type: none"> ● Premiar la creatividad. ● Dar a conocer la labor de las personas creativas. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Concurso de microrelatos” ARTZENTALES – UDAL LIBURUTEGIA » “Mikro ipuin lehiaketa” BERASTEGI – UDAL LIBURUTEGIA » “v. Nanoipuin lehiaketa” GASTEIZKO LIBURUTEGI SAREA » “Larraulgo Mikro ipuin lehiaketa” LARRAUL – UDAL LIBURUTEGIA » “OrriBakaR literatur lehiaketa” LEZO – UDAL LIBURUTEGIA
	Concurso de poesía	Concurso de poesía	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la afición a la poesía. ● Dar visibilidad a la poesía. ● Premiar la creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Olerki lehiaketa” PASAIA – TRINTXERPEKO UDAL LIBURUTEGIA
	Concurso de cuentos dibujados o concurso de ilustraciones	Acción que tiene como objetivo premiar la creación de ilustraciones además de la creatividad literaria.	<ul style="list-style-type: none"> ● Premiar la creatividad, tanto del ámbito de la literatura como de dibujo. ● Dar a conocer la labor de las personas creadoras. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Hizki-Marrazki literatur lehiaketa” ANOETA – UDAL LIBURUTEGIA » “Concurso de ilustración” ARTZINIEGA – UDAL LIBURUTEGIA
	Campaña Irakurri, Gozatu eta Oparitu	Es una iniciativa de Euskaltzaleen Topagunea. A todo el que lee un libro en euskera en las bibliotecas adheridas, se le ofrece la opción de participar en un sorteo de un vale para regalar un libro en euskera a otra persona.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar el uso de las bibliotecas públicas. ● Dar a conocer la literatura en euskera. ● Potenciar la producción del libro vasco ● Impulsar el consumo de productos en euskera 	<ul style="list-style-type: none"> » “Irakurri, Gozatu eta Oparitu Kanpaina” BEASAIN – LOINAZKO SAN MARTIN UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Otras actividades lúdicas o concursos para acercarse a la lectura	Se organizan otro tipo de concursos y premios basados en la literatura o la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la lectura entre la juventud del municipio. Conseguir la participación activa de la juventud. Acercar la lectura a la ciudadanía a través de actividades lúdicas. Acercar a la biblioteca a la ciudadanía (sobre todo, a la juventud) a través de otro tipo de concursos. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Gynkana literaria” ARTZENTALES – UDAL LIBURUTEGIA » “Cata literaria” BERANTEVILLA – UDAL LIBURUTEGIA » “Concurso Puz-lee” EIBAR – JUAN SAN MARTIN UDAL LIBURUTEGIA » “Orri markagailu lehiaketa” ELORRIO – UDAL LIBURUTEGIA » “Argazki lehiaketa” ZIZURKIL – PLAZIDA OTAÑO UDAL LIBURUTEGIA
Autoras y autores	Presentaciones de libros	Es habitual hacer presentaciones de libros con los autores (normalmente suelen ser presentaciones de libros nuevos). Se observa que las firmas de libros son cada vez más frecuentes.	<ul style="list-style-type: none"> Conocer de primera mano la labor creativa de los escritores. Fomento de la creación local. Atraer personas lectoras a la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Liburu aurkezpenak” ADUNA – UDAL LIBURUTEGIA » Presentación de libro” ARTZINIEGA – UDAL LIBURUTEGIA » Liburu aurkezpena” BAKIO – UDAL LIBURUTEGIA » “Encuentros con el autor” BALMASEDA – ENRIQUE BEDIA UDAL LIBURUTEGIA » “Presentación de libro” ZIGOITIA – UDAL LIBURUTEGIA
	Presentaciones de libros dirigidas a la población infantil y juvenil	Presentaciones de libros especialmente dirigidas a un grupo de edad concreto. Se fomenta previamente la lectura de libros de este escritor entre la población infantil y juvenil usuaria de la biblioteca.	<ul style="list-style-type: none"> Conocer de primera mano la labor creativa de las personas escritoras. Fomentar la afición a la lectura entre niños y niñas y personas jóvenes. Atraer personas lectoras a la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » “Haur eta gazteentzako hitzaldiak” ALTZO – UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Autoras y autores	Tertulias con los escritores y las escritoras	Las bibliotecas organizan tertulias con diferentes escritoras y escritores. Pueden ser sobre un libro concreto de la escritora o el escritor o un tema concreto. En colaboración con los centros escolares, es habitual que este tipo de actividades se desarrollen en ellos.	<ul style="list-style-type: none"> • Atraer personas lectoras a la biblioteca a través de personas autoras o temas favoritos. • Fomentar la participación activa de las personas lectoras: intercambio de ideas, de experiencias entre personas lectoras y escritoras. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Idazleak eskoletan"</i> ARETXABALETA – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Charla con los autores"</i> ARRAIA-MAEZTU UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Encuentros con escritoras y escritoras"</i> BILBAO BIDEBARRIETAKO UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Idazlearekin harixa emoten"</i> EIBAR – SAN JUAN MARTIN UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Encuentros literarios de escolares con escritoras/es"</i> ERMUA – UDAL LIBURUTEGIA » <i>"Kafe tertulia Hugo Enea"</i> PASAIA – DONIBANEKO UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres con personas escritoras e ilustradoras	Talleres prácticos con personas escritoras e ilustradoras. Acciones organizadas en colaboración con los centros escolares.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer de primera mano el trabajo creativo de personas escritoras e ilustradoras. • Dar paso a la creatividad del alumnado. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Making"</i> IURRETA – HERRI BIBLIOTEKA
	Lectura de libros	Las autoras y los autores leen un fragmento de un libro a las personas que se han acercado a la actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar la transmisión oral de la lengua. • Acercar al público a la lectura a través de lecturas. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Lectura de un libro por el autor"</i> MARURI – JATABE – UDAL LIBURUTEGIA
	Visitas guiadas con autoras y autores	Realizar visitas guiadas por las propias autoras y autores por los lugares y espacios ligados a una obra concreta.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer de primera mano el trabajo creativo de personas escritoras. • Fomentar la participación activa de las personas lectoras. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Bisita gidatua Donibanetik Sergio Pereiraren eskutik"</i> PASAIA – DONIBANEKO UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Promoción de libros	Promoción de la oferta literaria de la biblioteca	A través de diferentes medios se promociona la oferta de libros de la biblioteca	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la oferta de la biblioteca • Que la oferta llegue al máximo de personas usuarias posible. 	<p>» "Hileko ateraberiak" ERANDIO – ALTZAGA UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» "Guías de lectura" GETXO - VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» "Euskarazko produktuen katalogoa" ZEGAMA – UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Promocionar la oferta de la biblioteca a través de las nuevas tecnologías	Compartir recomendaciones de libros entre las personas usuarias haciendo uso de las nuevas tecnologías (especialmente con herramientas habituales de comunicación: whatsapp, telegram...).	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la oferta de la biblioteca. • Que la oferta llegue al máximo de personas usuarias posible. • Unir la lectura con las nuevas tecnologías. • Aplicar la potencialidad de las tecnologías en las bibliotecas. 	<p>» "Liburu bat opari" ELGETA – UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» "Bloga eta sare sozialak" IBARRA – UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Regalar libros	Esta acción consiste en regalar entre las personas usuarias de la biblioteca algunos de los libros que componen el fondo de la biblioteca. Suele coincidir con alguna celebración entorno a los libros (día del libro, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la biblioteca. • Premiar a la clientela que ha tomado en préstamo algún libro. 	<p>» "Liburutegiaren eguna ospatzeko liburuak opari" ELORRIO – UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Fomentar la compra de libros	Se han repartido bonos para la compra de libros entre las personas usuarias de las bibliotecas.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la compra de libros. • Premiar a las personas usuarias de las bibliotecas. 	<p>» "Irakurketa sustatzeko erosketa bonuak" EZKIO-ITSASO UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Ampliar la oferta de la biblioteca a otros espacios de la localidad	Con el fin de llegar a un público más amplio, la oferta bibliográfica de la biblioteca se amplía más allá del espacio de ésta. Normalmente suelen ser lugares sin ningún tipo de relación con los libros (establecimientos comerciales, bares, polideportivo...)	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar la lectura a nuevos espacios • Dar a conocer la biblioteca de la localidad y los servicios que se ofrecen en ella. 	<p>» "Leer y Compartir" ABANTO ZIERBENA – GALLARTAKO UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» "Rincón del parque" AMURRIO – UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» "Zaharren egoitzan eta anbulategian liburu en promozioa" BERGARA – UDAL LIBURUTEGIA</p>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Promoción de libros	Campaña Irakurri, Gozatu eta Oparitu	Es una iniciativa de Euskaltzaleen Topagunea. Por cada libro leído en euskera en una de las bibliotecas adheridas, se ofrece la opción de participar en el sorteo de un vale para la compra de un libro en euskera para regalárselo a otra persona.	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar el uso de las bibliotecas públicas. ● Conocer la literatura vasca. ● Potenciar la producción del libro vasco ● Impulsar el consumo de productos en euskera. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Irakurri, Gozatu eta Oparitu Kanpaina”</i> ATXONDO – UDAL LIBURUTEGIA » <i>“Irakurri, gozatu eta oparitu kanpaina”</i> GASTEIZKO LIBURUTEGI SAREA » <i>“Irakurri, gozatu eta oparitu egitasmoa (IGO)”</i> LEKEITIO – UDAL LIBURUTEGIA
	Promocionar la biblioteca a través de diferentes productos	Regalar un producto de merchandising a quienes tomen prestado algún libro en la biblioteca (tomando el día del libro como pretexto).	<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de la biblioteca ● Premiar a quienes hagan uso del servicio de préstamo de libros. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Poltsaren banaketa”</i> BARAKALDO – UDAL LIBURUTEGI NAGUSIA
	Intercambio de libros	Se organiza un bookcrossing o intercambio de libros, poniendo a disposición de la ciudadanía libro sen diferentes zonas de la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar a la ciudadanía la oferta de la biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Bookcrossing”</i> ERANDIO – ALTZAGA UDAL LIBURUTEGIA » <i>“Bookcrossing”</i> URNIETA – UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de cuentacuentos	Ipuin baten kontaketa bitartez, eta musika edo antzerkiak lagunduta kasu batzuetan, haur txikiak literaturaren mundura erakarri nahi dira.	<ul style="list-style-type: none"> • Etxeko txikiengan ipuinekiko grina eta zaletasuna sortzea • Bestelako arteak literaturarekin uztartuz ipuinen mundua erakargarri egitea • Baloreetan hezte 	<ul style="list-style-type: none"> » "Ipuin kontaldiak" ABADIÑO – UDAL MEDIATEKA » "Ipuin kontalariak" ADUNA – UDAL LIBURUTEGIA
	Grupos de lectura	Aurrez irakurritako liburu baten inguruan aritzen diren irakurleek osatutako irakurketa dialogikoko taldeak dira.	<ul style="list-style-type: none"> • Norberaren gaitasunak garatzea elkarrekin eginiko irakurketaren bidez. • Liburu jakin baten inguruko iritzia partekatzea • Irakurketaz gozatzea • Irakurketa bultzatzea 	<ul style="list-style-type: none"> » "Club de lectura Agurain" AGURAIN – LIZARRAGA UDAL LIBURUTEGIA » "Irakurketa kluba" AMOREBIETA-ETXANO UDAL LIBURUTEGIA » "Literatura solasaldiak" ANDOAIN – UDAL LIBURUTEGIA
	Grupos de lectura dirigidos a la población infantil y juvenil	Conversar con la población infantil y juvenil sobre un libro escogido previamente	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar las propias capacidades a través de la lectura conjunta. • Compartir opiniones sobre un libro concreto • Disfrutar de la lectura por parte de la población infantil y juvenil. • Impulsar la lectura entre la población infantil y juvenil. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Haur eta gazteentzat irakurketa" ALTZO – UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres de lectura	Son talleres para fomentar la motivación y la afición a la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> • Disfrutar de la lectura • Fomentar la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » "Irakurketarako motibazio tailerra" AMOREBIETA-ETXANO UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de cuentacuentos	Se pretende atraer a los niños y niñas al mundo de la lectura a través de la narración de un cuento, y en algunos casos con la ayuda de música o teatro.	<ul style="list-style-type: none"> ● Crear pasión y afición por los cuentos entre las personas más pequeñas de la casa ● Hacer atractivo el mundo de los cuentos combinando otras artes con la literatura ● Educar en valores 	<ul style="list-style-type: none"> » "Ipuin kontaldiak" ABADIÑO - UDAL MEDiateka » "Ipuin kontalariak" ADUNA - UDAL LIBURUTEGIA » "Cuentacuentos en inglés en carnaval: The paper bag princess" ARTZINIEGA - UDAL LIBURUTEGIA » "Cuentacuentos musical Ameli eta Irati: zazpi neska ausart" ARTZINIEGA - UDAL LIBURUTEGIA » "Cuentacuentos musical" LAGUARDIA - UDAL LIBURUTEGIA » "Irakurzaletasuna bultzatzeko ipuin kontalariak" ARAMA - UDAL LIBURUTEGIA » "Ostegun kontalariak" OÑATI - UDAL LIBURUTEGIA » "Nor zara zu?" SEGURA - UDAL LIBURUTEGIA » "Yoga ipuinak" ELGETA - UDAL LIBURUTEGIA » "Rol jokoak ipuin kontaketa" ZUMAIA - UDAL LIBURUTEGIA » "Ipuin kontaketa musikatua" LEGORRETA - UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Grupos de lectura	Son grupos de lectura dialógica con personas lectoras que giran en torno a un libro leído previamente.	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar las propias capacidades a través de lecturas conjuntas. ● Compartir opiniones sobre un libro concreto ● Disfrutar de la lectura ● Fomentar la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » "Club de lectura Agurain" AGURAIN – LIZARRAGA UDAL LIBURUTEGIA » "Irakurketa kluba" AMOREBIETA-ETXANO UDAL LIBURUTEGIA » "Literatura solasaldiak" ANDOAIN – UDAL LIBURUTEGIA » "Irakurzale klubak- Irakurketak elkarkidetzan" BERRIZ – UDAL LIBURUTEGIA » "Club lectura fácil" URRETXU – UDAL LIBURUTEGIA » "Jubilatuena elkarteko irakurketa taldea" ZEGAMA – UDAL LIBURUTEGIA » "Esploratzaileak" UBIK, TABAKALERA KO SORKUNTZA LIBURUTEGIA » "Irakurketa erraza saioak" KOLDO MITXELENA LIBURUTEGIA » "Club de lectura fácil APDEMA (Asociación a favor de personas con discapacidad intelectual de Álava)" IGNACIO ALDEKOA GASTEIZKO LIBURUTEGI PUBLIKOA
	Grupos de lectura dirigidos a la población infantil y juvenil	Conversar con la población infantil y juvenil sobre un libro escogido previamente	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar las propias capacidades a través de la lectura conjunta. ● Compartir opiniones sobre un libro concreto ● Disfrute de la lectura por parte de la población infantil y juvenil. ● Impulsar la lectura entre la población infantil y juvenil. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Haur eta gazteentzat irakurketa" ALTZO – UDAL LIBURUTEGIA » "Umeen irakurketa kluba" ARRATZU – UDAL LIBURUTEGIA » "Idazlearekin harixa emoten" ELGOIBAR - GOTZON GARATE UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Talleres de lectura	Son talleres para fomentar la motivación y la afición a la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> Disfrutar de la lectura Fomentar la lectura 	<p>» » <i>"Irakurketarako motibazio tailerra"</i> AMOREBIETA-ETXANO UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» » <i>"Irakurketa tailerra"</i> DEBA - OSTOLAZA UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» » <i>"ZIG tailerreko irakurketa errazeko taldea"</i> DEBA - OSTOLAZA UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Talleres para madres y padres	Son sesiones en las que se ofrecen recomendaciones y herramientas a padres y madres para contar cuentos a sus hijos e hijas.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la lectura entre las personas más pequeñas de la casa. Disfrutar de la lectura en familia. Ayudar a los padres y madres a contar cuentos a sus hijas e hijos. 	<p>» <i>"Gurasoen tailerrak"</i> ARETXABALETA - UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Grupo de lectura feminista	Son grupos de lectura dialógica con personas lectoras que giran en torno a un libro sobre temas de igualdad de género leído previamente	<ul style="list-style-type: none"> Disfrutar de la lectura. Fomentar la lectura Reflexionar sobre igualdad y feminismo 	<p>» <i>"Club de lectura feminista (castellano y euskera)"</i> ARRAIA-MAEZTU - UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» <i>"Solasaldi moreak"</i> ATXONDO - UDAL LIBURUTEGIA</p>
	Grupos de lectura en familia	Son grupos en los que madres y padres e hijos e hijas disfrutan en familia de la lectura y de la narración de cuentos.	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar la lectura entre los niños y las niñas. Dar herramientas a padres y madres para contar cuentos. Impulsar la oralidad. Disfrutar la de la afición a la lectura en familia. 	<p>» <i>"Irakurketa familian"</i> ARRIGORRIAGA-ABUSUKO UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» <i>"Gu ere kontalari"</i> DEBA - OSTOLAZA UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» <i>"Familien irakurketa kluba"</i> OTXANDIO UDAL LIBURUTEGIA</p> <p>» <i>"Kontuleku: ume eta gurasoen arteko irakurketa eta ipuin saioak"</i> BAKIO - UDAL LIBURUTEGIA</p>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Talleres de escritura	Son sesiones para formar a adultos en la producción y escritura de textos	<ul style="list-style-type: none"> Formar en la escritura de textos. Profundizar en la creatividad. Aprender a expresar con palabras lo que uno o una quiere (sentimientos, vivencias, opiniones) 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Taller de escritura personas adultas”</i> ARRIGORRIAGA-HERRIGUNEKO UDAL LIBURUTEGIA » <i>“Taller de escritura”</i> PORTUGALETE - UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres de poesía	Son sesiones de fomento de la afición a la lectura y la poesía.	<ul style="list-style-type: none"> Disfrutar de la lectura Impulsar la lectura Conocer la poesía y las personas poetas. Fomentar la poesía Disfrutar de la poesía 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Versadas, club de poesía/olerki taldea”</i> GETXO - VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres de poesía dirigidos a niñas y niños	Son sesiones para el fomento de la poesía entre los niños y las niñas a través del juego, y de otras artes expresivas en algún caso.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la poesía entre la población infantil y juvenil Disfrutar de la poesía de un modo lúdico Trabajar la poesía 	<ul style="list-style-type: none"> » » <i>“Poesía susurrada”</i> BERANGO - UDAL LIBURUTEGIA » » <i>“Rap ikastaroa”</i> ELORRIO - UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres de creación de cuentos	Fomentar la escritura creativa entre los y las jóvenes, a través del juego o de las manualidades.	<ul style="list-style-type: none"> Gaztetxoenen artean sormena sustatzea Gaztetxoak liburutegira erakartzea Irakurketa bultzatzea 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“NitikGura sormen tailerra”</i> DEBA - OSTOLAZA UDAL LIBURUTEGIA » <i>“Estampación”</i> DERIO - UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres de lectura en voz alta	Formar a las personas adultas en la lectura en voz alta, utilizando adecuadamente la voz y los demás recursos de expresión corporal.	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar la oralidad Ofrecer recursos para la lectura en voz alta 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Lectura expresiva”</i> KARRANTZA HARANA - UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Talleres de literatura vasca	Talleres de inmersión en la literatura vasca.	<ul style="list-style-type: none"> ● Poner en valor la literatura vasca. ● Impulsar la afición a la lectura de literatura vasca. ● Disfrutar con la literatura vasca. 	» <i>“Epeletan literatura tailerra” ELGOIBAR - GOTZON GARATE UDAL LIBURUTEGIA</i>
	Acciones para relacionar lectura y disfrute	Son acciones para que la población infantil y juvenil relacione la afición a la lectura con el disfrute.	<ul style="list-style-type: none"> ● Crear inquietud y afición a la lectura entre las personas más pequeñas de la casa. ● Relacionar la afición a la lectura con el disfrute. 	» <i>“Liburu en zuhaitza” BARAKALDO - UDAL LIBURUTEGIA</i>
Orientación	Boletines de noticias	Son boletines en papel o digitales (a través de redes sociales, email...) que se publican de vez en cuando e informan sobre las novedades de la biblioteca.	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar sobre las novedades a las personas usuarias. ● Orientar a las personas usuarias. 	» <i>“Boletines de novedades” ABANTO ZIERBENA - GALLARTAKO UDAL LIBURUTEGIA</i> » <i>“Hileko ateraberrak” ERANDIO - ALTZAGA UDAL LIBURUTEGIA</i>
	Guías	Publicaciones para la orientación de lecturas, recomendaciones y/o para informar sobre la biblioteca; pueden publicarse por temas, por edades, etc.	<ul style="list-style-type: none"> ● Animar a leer a las personas usuarias. ● Aconsejar o recomendar a las personas usuarias. ● Orientar a las personas usuarias. ● Animar a la lectura a las y los usuarios. 	» <i>“Gida gurasoentzat” ANDOAIN UDAL LIBURUTEGIA</i> » <i>“Irakurketa gidak” BARAKALDO - UDAL LIBURUTEGIA</i> » <i>“Biblioporrak eta neguko gida” BERGARA - UDAL LIBURUTEGIA</i> » <i>“Irakurri aurretik irakurri” ELGOIBAR - GOTZON GARATE UDAL LIBURUTEGIA</i> » <i>“Emakume idazleen gida” ZAMUDIO - UDAL LIBURUTEGIA</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Orientación	Formaciones	Sesiones formativas para conocer la biblioteca y su organización dirigidas a las personas usuarias en general, así como a la población infantil y juvenil y a padres y madres.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la biblioteca. • Orientar a las usuarias y los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Formación de usuarios" ETXEBARRI - SAN ANTONIOKO UDAL LIBURUTEGIA » "Gurasoentzako formakuntza" MUTRIKU-UDAL LIBURUTEGIA » "Bisitak liburutegira eta erabiltzaileen prestakuntza" MUXIKA - ZUBIETA ERROTA UDAL LIBURUTEGIA
	Rincones en la biblioteca	Instalar un rincón temporal de orientación a las personas usuarias en la biblioteca con libros relacionados con un centro de interés: un tema, un autor, una efeméride...	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las personas usuarias. • Animar a leer a las usuarias y los usuarios • Dar a conocer un centro de interés 	<ul style="list-style-type: none"> » "Interesguneak Liburutegian" KOLDO MITXELENA LIBURUTEGIA
Nuevas tecnologías	Concursos	Son concursos dirigidos a la juventud, que combinan la afición a la lectura y las audiovisuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear inquietud por la afición a la lectura entre la juventud • Acercar la biblioteca a la juventud • Que la juventud relacione la afición a la lectura con el disfrute 	<ul style="list-style-type: none"> » "Booktuber" AMOREBIETA-ETXANO UDAL LIBURUTEGIA » "Booktrailer lehiaketa" DURANGO-BIZENTA MOGEL BIBLIOTEKA » "Booktuber Boom lehiaketako kedada" IURRETA- HERRI BIBLIOTEKA » "Teodoro Hernandorena Booktrailer lehiaketa" ZIZURKIL-PLAZIDA OTAÑO UDAL LIBURUTEGIA
	Weblogs	Espacio de información de la biblioteca en la red.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las usuarias y los usuarios • Animar a leer a las personas usuarias • Dar a conocer la biblioteca 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburutegiko webloga" BERRIZ- UDAL LIBURUTEGIA
	Taller de videojuegos	Taller para aprender a crear videojuegos para los y las más jóvenes.	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la creatividad entre la juventud • Acercar la afición a la lectura entre la juventud • Que la juventud relacione la lectura con el disfrute. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Bideokokoak liburutegian" BALMASEDA-ENRIQUE BEDIA UDAL LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Nuevas tecnologías	Servicio de alerta de novedades	Es un servicio que ofrece la posibilidad de recibir las novedades de la biblioteca en el móvil.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las personas usuarias. • Animar a la lectura a las personas usuarias • Atención directa a las personas usuarias 	» <i>"Liburutegiko nobedadeen alerta zerbitzua"</i> KOLDO MITXELENA LIBURUTEGIA
	Videos para las redes	Liburutegiaren berri emateko bideoa, sareen bidez zabaltzeko.	<ul style="list-style-type: none"> • Acercar la biblioteca a las personas usuarias • Asegurar la presencia en la red 	» <i>"Biblioparretako bideoa digitala"</i> BERGARA - UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres para la creación de cuentos	Talleres para que niños y niñas creen cuentos con tecnologías innovadoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la afición y la pasión por la lectura entre el público infantil • Trabaja la creatividad con las y los más jóvenes. • Impulsar la afición a la lectura 	» <i>"Cuentos para leer en la oscuridad"</i> DERIO - UDAL LIBURUTEGIA
	Talleres para sumergir a las personas mayores en nuevas formas de lectura	Talleres para enseñar a las y los mayores a sumergirse en nuevas formas de lectura.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar nuevas formas de lectura entre las personas mayores • Adentrar a las personas mayores en las nuevas tecnologías. 	» <i>"Taller de lectura 2.0 para mayores"</i> ERMUA - UDAL LIBURUTEGIA
Medios de comunicación	Recomendaciones de lectura en la radio en verano	Hacer recomendaciones de lectura para verano a través de la radio.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las y los oyentes. • Animar a leer a las y los oyentes. 	» <i>"Euskadi Irratian irakurketa Gomendioak Udako asteburuetan"</i> KOLDO MITXELENA LIBURUTEGIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Visitas	Visitas guiadas con la población infantil y juvenil.	Visitas guiadas para que la población infantil conozca la biblioteca y su funcionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar la biblioteca a la población infantil y juvenil. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Visita escolar" ABANTO ZIERBENA-GALLARTAKO UDAL LIBURUTEGIA » "Bisita gidatuak" ARETXABALETA - UDAL LIBURUTEGIA » "De la Escuela a la Biblioteca" BALMASEDA - ENRIQUE BEDIA UDAL LIBURUTEGIA » "Ezagutu liburutegia-Haurtxoak" BERRIZ-UDAL LIBURUTEGIA » "Visitas escolares/Eskoletako bisitak" GETXO-VILLAMONTE UDAL LIBURUTEGIA » "Ikasle txikieen bisitaldiak" LEZO - UDAL LIBURUTEGIA » "Ezagutu zure liburutegia" URNIETA - UDAL LIBURUTEGIA » "Bisitak liburutegira" ZEGAMA - UDAL LIBURUTEGIA » "Visitas guiadas con escolares" ZUMARRAGA - UDAL LIBURUTEGIA » "Liburutegian bisita gidatuak" KOLDO MITXELENA LIBURUTEGIA

Educación

La mayoría de las acciones en el sector educativo (95%) se han organizado en centros escolares de Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato. En cada centro escolar cada agente ha organizado en 2019 una media de 2,7 acciones.

Tabla 36. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector educativo, según subsector.

Subsector	Número de acciones	%	Media acción/agente
Infantil/Primaria/Secundaria y Bachillerato	520	94,9	2,7
Universidades	1	0,2	1,0
Otros centros (enseñanza para adultos, extranjera...)	27	4,9	1,6
Total	548	100,0	2,6

Fuente: Siadeco, 2020.

En los centros escolares de Bizkaia es donde más actividades de fomento de la lectura se han organizado (290 acciones; 53%); entre las acciones organizadas en Bizkaia destaca el predominio de las organizadas en centros en los que se imparte otro tipo enseñanza (63%).

Tabla 37. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector educativo, según territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Infantil/Primaria/Secundaria y Bachillerato	50	9,6	273	52,5	197	37,9	520	100,0
Universidades	-	0,0	-	0,0	1	100,0	1	100,0
Otros centros (enseñanza para adultos, extranjera...)	5	18,5	17	63,0	5	18,5	27	100,0
Total	55	10,0	290	52,9	203	37,0	548	100,0
Media (Acción/agente)	2,3		2,5		2,8		2,6	

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 38. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector educativo, según tamaño del municipio y subsector.

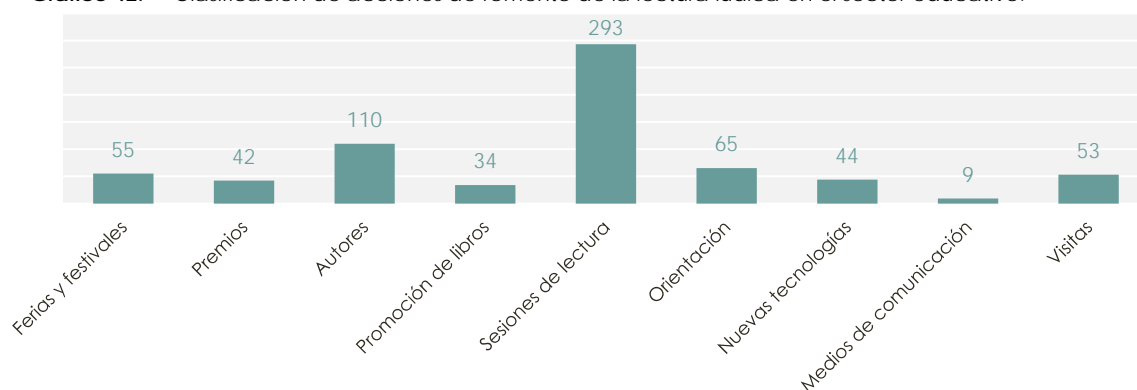
Subsector	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 y 20.000 habitantes		20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Infantil/Primaria/Secundaria y Bachillerato	130	25,0	122	23,5	134	25,8	134	25,8	520	100,0
Universidades	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Otros centros (enseñanza para adultos, extranjera...)	6	22,2	7	25,9	6	22,2	8	29,6	27	100,0
Total	136	24,8	129	23,5	140	25,5	143	26,1	548	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	2,6		2,6		2,5		2,7		2,6	

Fuente: Siadeco, 2020.

En los centros escolares se han organizado, sobre todo, sesiones de lectura (en total se ha recibido información sobre 293 acciones de este tipo). Las acciones relacionadas con los autores también son bastante numerosas en las acciones recibidas de los centros; concretamente 110 acciones han sido clasificadas en esta categoría.

En un tercer lugar se encuentran acciones de Orientación, Ferias y festivales, y Visitas (65, 55 y 53 acciones, respectivamente); y en un cuarto grupo, Nuevas tecnologías, Premios, y Promoción de libros (con 44, 42 y 34 acciones, respectivamente).

Gráfico 42. Clasificación de acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector educativo.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 39. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector educativo, según subsector y clasificación de las acciones.

		Ferias y festivales	Premios	Autores	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Infantil/Primaria/ Secundaria y Bachillerato	Abs.	52	38	101	31	275	57	39	9	47
	%	10,0	7,3	19,4	6,0	52,9	11,0	7,5	1,7	9,0
Universidades	Abs.	0	0	0	0	1	1	1	0	0
	%	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Otros centros (enseñanza para adultos, extranjera...)	Abs.	3	4	9	3	17	7	4	0	6
	%	11,1	14,8	33,3	11,1	63,0	25,9	14,8	0,0	22,2
Total	Abs.	55	42	110	34	293	65	44	9	53
	%	10,0	7,7	20,1	6,2	53,5	11,9	8,0	1,6	9,7

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las acciones organizadas en el sector educativo:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Semana de la lectura	Se trata de una semana organizada con el objetivo de fomentar la lectura, en la que se realizan diferentes actividades relacionadas con la lectura: charlas con escritores y escritoras, concurso de cuentos... Aunque a veces el único tema de la semana no sea la lectura, puede haber actos en el que se trate este tema (por ejemplo, la semana cultural, la feria solidaria...)	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la lectura ● Dar visibilidad a la literatura infantil y juvenil ● Acercar al alumnado a la lectura ● Fomentar la participación activa del alumnado en lo que ese refiere a la lectura ● Conocimiento de otras culturas: diversidad e inclusividad 	<ul style="list-style-type: none"> » "Irakurketa astea" CPI KARMELO IKASTOLA IPI » "Liburuaren astea" CEIP ELATZETA HLHI » "Semana de la lectura" CEIPS CARMELITAS-SAGRADO CORAZON HLBHIP » "Literatura astea" CEIP LEKA ENEA-ANAKA HLHI » "Kultur astea" CEIP ZAMAKOLA-JUNADELMAS HLHI » "Liburuaren azoka solidarioa" CPEIPS EL KARMELO HLBHIP
	Ferias del libro organizadas en los centros escolares	Las ferias del libro en los centros escolares suelen organizarse teniendo en cuenta los contenidos de cada curso. El alumnado es el grupo objetivo de estas ferias del libro. En algunos casos esta acción suele girar en torno a un tema concreto (ciencia, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer la oferta de libros adaptada a cada curso ● Acercar al alumnado a la lectura ● Trabajar la lectura de diferentes tipos de textos 	<ul style="list-style-type: none"> » "Feria del libro" CPE COLLEGE FRANCAIS DE BILBAO AIP » "Liburu zientifikoen erakusketa" CEIP LUZARO HLHI
	Día del libro	Para celebrar el día del libro se organizan diferentes actividades: charlas con escritores y escritoras, concursos de cuentos...	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la lectura ● Dar visibilidad a la literatura infantil y juvenil ● Acercar al alumnado a la lectura ● Fomentar la participación activa del alumnado en cuanto a la lectura se refiere 	<ul style="list-style-type: none"> » "Liburuaren eguna" CPI MENDIALDEA IPI » "Liburuaren eguna" CEIP KATALIN ERAUSO HLHI » "Liburuaren eguna" CPEIPS SAN VIATOR HLBHIP

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Días específicos del libro	Celebraciones de días de libro más específicos (por ejemplo, día de las mujeres escritoras en castellano...). Con motivo de este día se organizan diversas actividades para trabajar la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer a las mujeres escritoras ● Acercar al alumnado a la lectura 	» <i>“Día de las escritoras en lengua castellana” IES ARTABE BHI</i>
	Participar en otro tipo de ferias del libro	Se trata de participar en ferias organizadas fuera del centro escolar, para enseñar al alumnado que fuera del recinto escolar, la lectura también tiene presencia (Durangoko Azoka, Feria del Cómic de Getxo...).	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer la creación literaria ● Promocionar libros ● Acercar al alumnado la lectura, fuera del recinto escolar 	» <i>“Durangoko azoka” CEIP LEARRETA-MARKINA HLHI</i> » <i>“Liburu eta diska azoka” CPEIPS KURUTZIAGA IKASTOLA HLBHIP</i> » <i>“Getxoko komik azoka bisitatu” IES MENDEBALDEA BHI</i>
	Organización de concursos cuyo objetivo es el fomento de la lectura	Este tipo de acción pretende organizar concursos sobre literatura.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar al alumnado a la lectura a través de actividades lúdicas. 	» <i>“Quiz del día del libro” CEIP SERANTES HLHI</i>
	Actos en torno al libro basados en celebraciones de otros países	Se fomenta la lectura de idiomas extranjeros, sobre todo el inglés, coincidiendo con celebraciones extranjeras (Halloween, St. Patrick’s Day, Thanks Giving Day...)	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la lectura de idiomas extranjeros ● Acercar al alumnado a la lectura a través de actividades lúdicas. ● Dar a conocer otras culturas 	» <i>“Reading Skills” IES JULIO CARO BAROJA BHI</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concursos de cuentos en el centro escolar	En algunos centros escolares es bastante habitual organizar concursos literarios o de cuentos en el mismo centro. El objetivo de éstos es, entre otros, fomentar la creatividad del alumnado.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Concursos de relatos” CEPA TOLOSALDEA HHI</i> » <i>“Premios de lectura y escritura” CPE COLLÉGE FRANCAIS DE BILBAO AIP</i> » <i>“Concurso de micro relatos” IES KANTAUARI BHI</i>
	Concursos de cuentos específicos en el centro escolar	Concursos de cuentos o de escritura que se organizan habitualmente sobre un tema concreto.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. ● Trabajar el tema del que trata el concurso con los alumnos y las alumnas. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Concurso Argumentos contra la Pena de Muerte” CPEIPS NTRA. SRA. DE LAS MERCEDES HLBHIP</i> » <i>“Lugaritz Ikertze ipuin lehiaketa” CPEIPS STO. TOMAS LIZEOA HLBHIP</i>
	Otro tipo de concursos	Aunque el objetivo principal de estas iniciativas no sea trabajar la escritura o la lectura directamente, se trata de trabajarla indirectamente a través de otro tipo de concursos o de juegos (adivanzas, retos...)	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de actividades lúdicas 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Asmakizun lehiaketa” CEIP ANTONIO LÓPEZ DE GUEREÑU-JOSÉ MARDONES HLHI</i> » <i>“Erronkak” CEIP LEKA ENEA-ANAKA HLHI</i>
	Concursos de cuentos o literarios a nivel local	A través de los centros escolares se anima al alumnado a que participen en concursos de cuentos o de literatura organizados a nivel local.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Koldo Mitxelena Lehiaketa” CPEIPS STO. TOMAS LIZEOA HLBHIP</i> » <i>“Koldo Elizalde Literatur Lehiaketa” CEIP ANGIOZAR HLHI</i> » <i>“Irun Lehiaketa” CEIP KOLDO MITXELENA HLHI</i> » <i>“Ipurterre ipuin lehiaketa” CEIP SAN ANDRÉS HLHI</i> » <i>“Julene Azpeitia Literatur Sariak” CPEIPS KURUTZIAGA IKASTOLA HLBHIP</i> » <i>“Antia lehiaketa” IES EGAPE IKASTOLA BHI</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concursos supramunicipales de cuentos y literatura	A través de los centros escolares se anima al alumnado a que participen en concursos de cuentos o de literatura organizados a nivel comarcal, territorial o a más alto nivel.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. 	» <i>“Erreneriako Madalen Saria Literatur Lehiaketa” CPEIPS EGLUZE HIJAS DE LA CRUZ ERRENERIA HLBHIP</i> » <i>“ELKAR argitaletxeak antolatutako ipuin lehiaketa” CPEIPS UDARREGI HLBHIP</i>
	Concursos de cuentos en otros idiomas	Se trata de concursos de cuentos y de lectura escritos en lenguas distintas al euskera o al castellano. Normalmente se organizan en centros que basan su enseñanza en lenguas extranjeras.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad del alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. ● Fomentar la lectura a través de la escritura. ● Trabajar la capacidad de escritura y de lectura en idiomas extranjeros 	» <i>“Lesewettbewerb” CPIPS DEUTSCHE SCHULE SAN ALBERTO MAGNO HLBHIP</i>
	Concursos basados en las nuevas tecnologías	Son concursos que tienen como objetivo acercar al alumnado a la escritura y a la lectura a través de nuevas tecnologías (booktubers, booktrailers...).	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar el uso de las nuevas tecnologías al alumnado. ● Combinar la lectura con las nuevas tecnologías. ● Fomentar la creatividad entre el alumnado. ● Premiar la creatividad del alumnado. 	» <i>“Booktuber boom eta booktrailer lehiaketak” CPEIPS EGLUZE HIJAS DE LA CRUZ HONDARRIBIA HLBHIP</i> » <i>“Booktuber lehiaketa” CPEIPS EL CARMELO HLBHIP</i> » <i>“Booktrailer lehiaketa” IES BOTIKAZAR BHI</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Autoras y autores	Tertulias y charlas con escritoras y escritores en los centros escolares	Los centros escolares escogen un libro y tras trabajarlo con el alumnado, el autor o la autora de éste acude al centro para hablar del libro y su proceso de escritura. La iniciativa "Idazleak Eskolan" de la Asociación de Escritores Vascos (EIE) se desarrolla en muchos centros escolares de la CAPV; esta iniciativa se lleva a cabo con alumnos y alumnas tanto de Educación Primaria como de Secundaria.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la creatividad y la afición a la lectura del público infantil y juvenil. ● Trabajar la transmisión de la literatura vasca. ● Que el alumnado conozca de cerca la labor creativa. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Idazleak Eskolan" CPI ANTONIO TRUEBA IPI » "Autoreak" CPI JUAN ZARAGUETA HERRI ESKOLA IPI » "Idazleak ikastetxean" CPI MENDIALDEA IPI » "Idazleak ikastetxean" CEIP ARANTZAZUKO AMA IKASTOLA HLHI » "Idazleak eskolan" CEIP DUNBOA HLHI » "Encuentros con el autor" CEIP GOIKO-LANDA HLHI » "Encuentros con Ibon Martin" IES KANTAUARI BHI
	Tertulias y charlas con ilustradores e ilustradoras en los centros escolares	El centro escolar escoge una obra de ilustración o un ilustrador o una ilustradora, y acude al aula para informar al alumnado de su trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar la transmisión de la literatura vasca ● Fomentar entre el alumnado la lectura/ilustración ● Que el alumnado conozca de cerca la labor creativa. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Ilustratzailea eskolan" CEIP ARRIGORRIAGA HLHI » "Komikilaria eskolan" CEIP BIZARAIN IKASTOLA HLHI
	Tertulias y charlas con poetas en los centros escolares	El centro escolar escoge un o una poeta, y acude al aula para informar al alumnado de su trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar la poesía ● Trabajar la creatividad poética con el alumnado ● Que el alumnado conozca de cerca la labor creativa. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Poetak Maiatzan" CEIP VÍCTOR TAPIA HLHI

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Promoción de libros	Rincones de biblioteca en las escuelas	En las aulas de los centros escolares ponen a disposición del alumnado un rincón o una zona con libros adecuados a la edad del alumnado del aula.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la oferta de libros de la escuela. • Fomentar la responsabilidad entre el alumnado. 	» <i>"Jolasgaraiko liburutegi txokoa"</i> CEIP ELATZETA HLHI
	Sistemas de préstamo en las bibliotecas escolares	Los libros de la escuela se ponen a disposición del alumnado a través de un sistema de préstamo, que se les da a conocer. De esta manera se ofrecen libros que de otro modo el alumnado no tendría a su disposición.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la oferta de libros de la escuela. • Enseñar a los alumnos a utilizar el sistema de préstamo. • Fomentar la responsabilidad entre el alumnado. 	» <i>"Eskolako liburutegiko mailegu sistema"</i> CEIP ARRATEKO ANDRA MARI HLHI » <i>"Irakurketa mailegua"</i> CPEIPS EL CARMELO HLBHIP
	Iniciativa Liburuen Altxorra/Liburu Ibiltaria	Se trata de una actividad organizada en colaboración con Galtzagorri Elkartea. Liburuen Altxorra (en Gipuzkoa) y Liburu Ibiltaria (en Bizkaia) son iniciativas de Galtzagorri Elkartea, con las que pone a disposición de los centros escolares algunos libros por un mes (los traen dentro de una caja). Además, recomiendan libros al profesorado, según edades.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la literatura vasca. • Impulsar la creación de libros vasca. • Poner recursos a disposición de los centros escolares. 	» <i>"Altxorraren Kutxa"</i> CEIP ANGIOZAR HLHI » <i>"Liburu ibiltaria"</i> CEIP GATIKA HLHI
	Promoción de libros de bibliotecas locales	Es una actividad organizada en colaboración con las bibliotecas locales, con el objetivo de acercar la oferta de libros de la biblioteca al alumnado a través del profesorado o de la familia. En colaboración con la biblioteca local también se promocionan libros de un género concreto (por ejemplo, el cómic).	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la oferta de las bibliotecas locales. • Aprender el funcionamiento de las bibliotecas. • Convertir a las familias mediadoras entre el centro y la biblioteca. 	» <i>"Liburu Kutxa Ibiltaria"</i> CEIP TXINGUDI-IRUNGO IKASTOLA HLHI » <i>"Liburu Motxila Ibiltaria"</i> CEIP TXINGUDI-IRUNGO IKASTOLA HLHI » <i>"Promoción de comic"</i> CPIPS SAN PELAYO HLBHIP
	Promoción de libros a través de otro tipo de actividades	Utilizando algunas acciones más lúdicas se realiza, indirectamente, la promoción de libros. A modo de ejemplo, los alumnos y las alumnas recomiendan a un "amigo invisible" un libro que han leído y les ha gustado.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de libros entre el alumnado a través de actividades lúdicas. • Implicar al alumnado en la recomendación de libros. 	» <i>"Amigo invisible"</i> IES JULIO CARO BAROJA BHI » <i>"Elkartruke"</i> CPEIPS AXULAR LIZEOA HLBHIP

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura libre	Se realizan sesiones para trabajar la lectura libre en los centros escolares, donde cada alumno o alumna lee un libro distinto, por su cuenta y a su ritmo. El tiempo que se le dedica a este tipo de sesiones varía según el curso.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar la lectura con el alumnado ● Ofrecer un tiempo al alumnado para el disfrute de la literatura 	<ul style="list-style-type: none"> » "Irakurketa librea" CEIP ADURZA IKASTOLA HLHI » "Irakurketa momentuak" CEIP GORBEA HLHI » "Irakurketa isila" CEIP INTXIXU IKASTOLA HLHI » "Duti duti" CEIP SALBURUA HLHI
	Lecturas dialógicas	El alumnado lee el mismo libro y se toma como referencia para después compartir en el aula reflexiones, dudas y discusiones sobre él. Cada alumno o alumna da su opinión sobre lo leído. Se trata de un tipo de actividad o sesión muy habitual tanto en centros escolares con alumnado infantil y juvenil como en la enseñanza de adultos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la lectura de libros. ● Formar al alumnado en la capacidad de comunicación en público ● Compartir opiniones y trabajar la empatía y el respeto hacia los demás. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Tertulias literarias" CEPA GERNIKA-LUMO HHI » "Irakurketa saioak" CEPA LAUDIO HHI » "Elkarizketa dialogikoak" CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » "Ir a Kurrin Kurrin" CEIP SAN MARTÍN HLHI » "Club de los leones" IES KANTAUARI BHI
	Lecturas en voz alta	El profesor o la profesora lee en voz alta un cuento o el fragmento de un libro a sus alumnos y alumnas. Los fragmentos leídos en voz alta pueden ser tanto sesiones de literatura como de poesía. En algunos centros son los alumnos y las alumnas quienes leen en voz alta. En otros centros, estas sesiones de lectura suelen ser en diferentes lenguas, y el alumnado suele tener opción a elegir en qué lengua quiere oírlos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar la capacidad auditiva y de comprensión. ● Trabajar la atención ● Impulsar la afición a la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » "Irakurketa ozena irakasleak" CEIP ARRATIA HLHI » "Ozen Oz" CEIP BEKOBENTA HLHI » "Pipitaki-Papataki" CEIP BEKOBENTA HLHI » "Irakasle irakurle" CEIP INTXIXU IKASTOLA HLHI » "Irakurketa flash" CEIP LAUKIZKO LAUAXETA HLHI » "Irakasleok irakurle" CEIP SAN MARTÍN HLHI » "Lectura en atril" CEIP VIRGEN DE ORO HLHI

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Campana JUUL	Se trata de una serie de actividades organizadas en las ikastolas de toda Euskal Herria para impulsar la afición a la lectura su alumnado infantil. Se realizan actividades para impulsar la afición a la lectura durante el curso en el aula, en casa, en la ikastola, en la localidad... Al final se organizan una especie de 'elecciones' a nivel de Euskal Herria, donde el alumnado elige por votación el libro preferido.	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar la afición a la lectura entre el alumnado. ● Fomentar el intercambio de opiniones sobre libros 	<ul style="list-style-type: none"> » "JUUL hauteskunde literarioak" CPEIPS TXANTXIKU IKASTOLA HLBHIP » "Juul" CPEIPS KURUTZIAGA IKASTOLA HLBHIP » "Juul Kanpaina" CPEIPS ELORRIOKO TXINTXIRRI IKASTOLA HLBHIP
	Iniciativa 'Bularretik mintzora'	Es una iniciativa para fomentar el hábito lector entre niños y niñas. Dentro de la iniciativa, Galtzagorri Elkarte organiza actividades en los centros escolares para crear un ambiente de lectura adecuado. Los recursos que ofrece el proyecto se basan en la literatura infantil vasca; y su objetivo es que los niños y las niñas interioricen de una manera natural y agradable hábitos de escuchar, contar y cantar.	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer la literatura infantil y juvenil vasca. ● Formación del profesorado. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Bularretik mintzora" CEIP ZAMAKOLA-JUAN DELMAS HLHI » "Bularretik mintzora" CPEIPS TXANTXIKU IKASTOLA HLBHIP
	Sesiones de lectura entre alumnado de distintas edades	Los alumnos y las alumnas de diferentes cursos de un mismo centro escolar se juntan en grupos o parejas y realizan sesiones de lectura entre ellos y ellas. En algunos casos, en vez de sesiones de lectura, se narran cuentos a través de obras de teatro al alumnado más pequeño.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajar las relaciones entre alumnado de distintas edades ● Desarrollar la competencia lectora del alumnado más joven 	<ul style="list-style-type: none"> » "Sesiones de lectura" CEPA BERMEO HHI » "Nagusiak txikien gelan" CEIP ADURZA IKASTOLA HLHI » "Bikoteka irakurtzen" CEIP ANTONIO LÓPEZ DE GUEREÑU-JOSÉ MARDONES HLHI » "Irakurketa txikiagoen gelan" CEIP ARRATIA HLHI » "Irakurlaguna" CEIP ARROA HLHI » "Artista bat naiz nil" CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » "Amabitxi-Aitabitxi" CEIP BEKOBENTA HLHI » "Kontu kontari saioa" CEIP ELATZETA HLHI

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura de padres y madres	Padres y madres de alumnos y alumnas de los centros escolares acuden a las aulas a turnos a contar cuentos e historias a los alumnos y las alumnas. En algunos centros se realiza con ex-alumnos y ex-alumnas.	<ul style="list-style-type: none"> Atención a otra persona adulta no docente. Trabajar la transmisión oral con el alumnado. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Helduekin irakurri"</i> CEIP ADURZA IKASTOLA HLHI » <i>"Gurasoen eskutik ipuin kontaketak"</i> CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » <i>"Gurasoek eta ikasle ohiak irakurle"</i> CEIP SAN MARTIN HLHI » <i>"Familiak kontalari"</i> CEIP TXINGUDI-IRUNGO IKASTOLA HLHI
	Sesiones con cuentacuentos	Se trata de una iniciativa organizada, especialmente, en los niveles más bajos de los centros escolares. A través de la narración de un cuento, y en algunos casos acompañado de música o teatro, se pretende atraer al público infantil al mundo de la literatura.	<ul style="list-style-type: none"> Generar pasión y afición por los cuentos en el alumnado más joven. Hacer atractivo el mundo de los cuentos combinando la literatura con otros artes. Educar en valores 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Ipuina musikaz lagunduta"</i> CEIP ABETXUKO IKASTOLA HLHI » <i>"Antzerkiak"</i> CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » <i>"Txontxongiloak"</i> CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » <i>"Ipuin musikatuak"</i> CEIP GANDASEGI HLHI » <i>"Berdinola programa"</i> CPEIPS LA INMACULADA HLBHIP
	Compartir información sobre lecturas	Se trata de una actividad en la que cada persona comparte información sobre aquello que ha leído. Se pone a disposición del alumnado la siguiente información: el libro, cuándo se ha leído, en cuánto tiempo y la opinión. Se observa que tener información sobre las lecturas de otras personas, despierta el deseo de lectura de uno mismo o de una misma.	<ul style="list-style-type: none"> Compartir opiniones sobre lecturas entre el alumnado. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Irakurmetroa"</i> CPI MENDIALDEA IPI » <i>"Árbol de la lectura"</i> CPIPS DEUTSCHE SCHULE SAN ALBERTO MAGNO HLBHIP
	Sesiones de lectura relacionadas con un tema concreto	En ocasiones se realizan sesiones de lectura relacionadas a un tema concreto. El objetivo de éstas es doble: por un lado, trabajar la lectura, y por otro, profundizar en ese tema concreto.	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar la lectura con el alumnado. Ofrecer un tiempo al alumnado para el disfrute de la literatura Despertar el interés del alumnado sobre el tema tratado 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Natur irakurketak"</i> CEIP CONCHA HLHI » <i>"Lectura navideña ininterrumpida"</i> IES ARTABE BHI

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura fuera de las aulas	El momento de lectura se extiende a otros espacios fuera del espacio habitual del aula: otras zonas del mismo centro (aula de psicomotricidad...) o de fuera del centro (barrio, localidad...).	<ul style="list-style-type: none"> Disfrutar de la lectura en otros espacios Trabajar la lectura fuera del recinto escolar 	<ul style="list-style-type: none"> » "Ipuina psikogelan" CEIP DIMA-UGARANA HLHI » "Auzoan irakurriz gozatu" CEIP MAESTRO GARCIA RIVERO HLHI » "Ipuin solidarioa" CEIP PEDRO M. OTA » "Irakurkedi" CEIP TXIRRITA HLHI
	Trabajar la lectura a través de otras actividades	En este apartado se incluyen actividades que no son sesiones de lectura en sí mismas, pero que indirectamente buscan trabajar la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> Acercar al alumnado a la lectura a través de otro tipo de actividades lúdicas. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Izan zaitez detektibe" IES ETXEBARRI BHI » "Liburu batetik hasi eta..." IES ETXEBARRI BHI
Orientación	Recomendaciones de libros dirigidos a madres y padres	Se desarrollan diferentes acciones para recomendar los libros más adecuados para cada edad; algunos están dirigidos a temporadas concretas del año: vacaciones de verano, Navidades...	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer el catálogo de literatura infantil y juvenil Recomendaciones de libros más adecuados para cada edad. 	<ul style="list-style-type: none"> » "Gabonetarako gomendatutako liburuak" CPI DEUSTUKO IKASTOLA IPI » "Orientazioa" CEIP AIETE HLHI » "Liburuak aholkatu" CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI » "Orientación lectora" CPIPS LAURO IKASTOLA HLBHIP
	Asesoramiento a madres y padres que no saben euskera	Cursos de recomendaciones y consejos sobre cuentacuentos para padres y madres castellanoparlantes	<ul style="list-style-type: none"> Que padres y madres castellanoparlantes cuenten cuentos en euskera 	<ul style="list-style-type: none"> » "Sorgina txirulina" CPEIPS EL CARMELO HLBHIP
	Formación para el profesorado	Para completar los planes lectores de los centros escolares se ofrece orientación al profesorado a través de los Berritzegunes o de Galtzagorri Elkartea	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar con el profesorado modelos, estrategias... para que el alumnado disfrute con la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » "Irakurzaletasuna bultzatzeko irakasleentzako formazioa" CEIP ARRATIA HLHI » "Formakuntza" CEIP GOIZEKO IZARRA IKASTOLA HLHI » "Galtzagorriko aholkularitza" CEIP SAN ANDR

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Nuevas tecnologías	Páginas web, blogs... de la biblioteca de los centros escolares	Son espacios para dar a conocer las novedades de las bibliotecas y compartir información sobre las novedades que hay en el centro escolar en torno a la lectura	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar la biblioteca del centro escolar a las familias ● Combinar lectura y nuevas tecnologías 	» <i>"Bibliotekaren bloga"</i> CPI DEUSTUKO IKASTOLA IPI » <i>"Blogean liburuen txokoa"</i> CEIP GANDASEGI HLHI »
	Plataformas para la lectura digital	Se trata de plataformas de lectura digital que ofrecen la posibilidad de leer cuentos y libros en diferentes idiomas.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercarse a la lectura a través de las actuales nuevas tecnologías 	» <i>"Antolin"</i> CIPS DEUTSCHE SCHULE SAN ALBERTO MAGNO HLBHIP » <i>"Fiction Express"</i> CPEIPS LAURO IKASTOLA HLBHIP
	Doblajes de voz	Poner voz a los cuentos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Combinar lectura y nuevas tecnologías ● Fomentar la participación activa del alumnado 	» <i>"Ipunein ahotsak ipini"</i> CEIP AZPEITIKO IKASTOLA-KARMELO ETXEGARAI HLHI
	Booktrailer y Booktuber	Se preparan booktrailers en los centros escolares para participar en diferentes concursos	<ul style="list-style-type: none"> ● Combinar lectura y nuevas tecnologías ● Fomentar la participación activa del alumnado 	» <i>"Booktrailer"</i> CPEIPS AXULAR LIZEOA HLBHIP » <i>"Booktrailer"</i> CIPS DEUTSCHE SCHULE SAN ALBERTO MAGNO HLBHIP » <i>"Booktuber boom eta booktrailer lehiaketak"</i> CPEIPS EGILUZE HIJAS DE LA CRUZ HONDARRIBIA HLBHIP
Medios de comunicación	Radio del centro escolar	Se hace uso de las radios del centro escolar para fomentar la lectura y promocionar libros.	<ul style="list-style-type: none"> ● Hacer uso de la radio escolar para fomentar la lectura 	» <i>"Radio escolar"</i> CEIP OTXARKOAGA HLHI » <i>"Irratia"</i> CEIP PEDRO M. OTAÑO HLHI
Visitas	Visitas que se realizan a la biblioteca de la localidad	Sesiones para que el alumnado se acerque a la biblioteca y conozca los servicios que ofrecen, para impulsar su conocimiento y uso.	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer la biblioteca ● Fomentar la lectura 	» <i>"Liburutegira goaz"</i> CPI ANTONIO TRUEBA IPI » <i>"Auzoko biblioteka publikoa bisitatu"</i> CPI DEUSTUKO IKASTOLA IPI » <i>"Udal liburutegira irteerak"</i> CEIP GOBE HLHI » <i>"Bisitak liburutegira"</i> CEIP ZAMAKOLA-JUAN DELMAS HLHI » <i>"Visitas a la biblioteca municipal"</i> CPEIP SAN JUAN BAUTISTA HLHIP

Familia

En el trabajo de campo se ha recogido información relativa a tres acciones llevadas a cabo por asociaciones de madres y padres. Dos de las acciones se han clasificado en la categoría de Premios, y la otra, en cambio, en la de Sesiones de lectura.

Tabla 40. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector familia, según subsector.

Subsector	Número de acciones	%	Media Acción/Agente
Asociaciones de madres y padres	3	100,0	1,5
Total	3	100,0	1,5

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 41. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector familia, según territorio y subsector

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Asociaciones de madres y padres	2	66,7	1	33,3	0	0,0	3	100,0
Total	2	66,7	1	33,3	0	0,0	3	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	2,0		1,1		0,0		1,5	

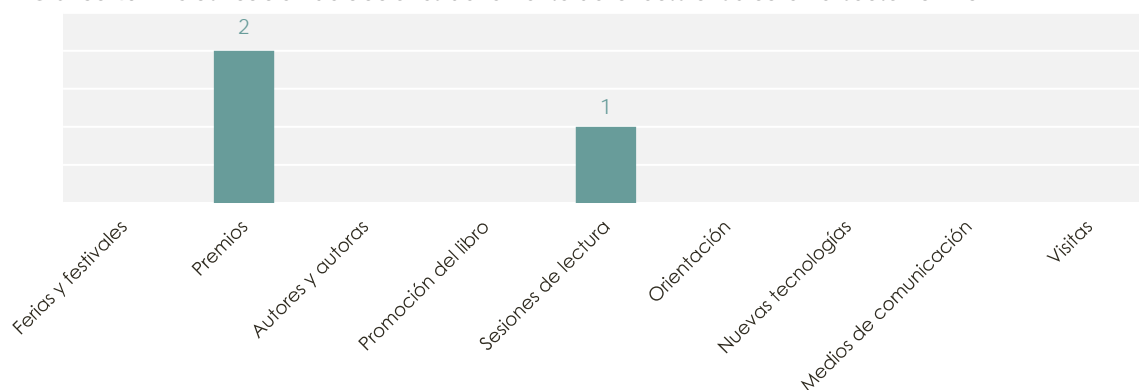
Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 42. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector familia, según tamaño del municipio y subsector.

Subsector	< 5.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Asociaciones de madres y padres	1	33,3	2	66,7	3	100,0
Total	1	33,3	2	66,7	3	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	1,0		2,0		1,5	

Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 43. Clasificación de acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector familia.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 43. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector familia, según subsector y clasificación de las acciones.

		Ferias y festivales	Premios	Autores y autoras	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Asociaciones de madres y padres	Abs.	0	2	0	0	1	0	0	0	0
	%	0,0	66,7	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	Abs.	0	2	0	0	1	0	0	0	0
	%	0,0	66,7	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las acciones organizadas en el sector familia:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos (nombre/agente)
Premios	Maratones de lectura	Lectura de libros clásicos planteado a modo de maratón. Además de leer libros, a los participantes realizan comentarios sobre ellos. Se trata de una actividad dirigida al alumnado de la ESO.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar a la juventud a la lectura de libros clásicos. 	» <i>“ Maratón de lectura ”</i> FAPACNE
	Concursos de dibujo sobre libros y cuentos	Concursos basados en dibujos sobre un libro leído o escuchado (en el caso de audiolibros).	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar a los niños y las niñas a la lectura a través del dibujo. 	» <i>“ Audiolibros para soñar ”</i> FAPACNE
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura teatral	Actividad para acercar a través del teatro al público infantil a los cuentos y los libros y para fomentar la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar a niñas y niños a la lectura 	» <i>“ Kontu kontari ”</i> A.P.A. COLEGIO PÚBLICO OROZKO

Industria del libro

A través de los agentes de la Industria del libro se ha recibido información relativa a 55 acciones de fomento de la lectura. Los agentes de este sector han organizado una media de 2,6 acciones en 2019, con una media algo más alta en el caso de las librerías (2,8).

Tabla 44. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de la Industria del libro, según subsectores.

Subsector	Número de acciones	%	Media Acción/Agente
Editoriales	11	20,0	2,2
Librerías	44	80,0	2,8
Total	55	100,0	2,6

Fuente: Siadeco, 2020.

La mayor parte de las acciones se han organizado en Gipuzkoa (58%); además, en el caso de las librerías es más alto el peso de las acciones organizadas en este territorio (61%). En cuanto al tamaño del municipio, predominan las acciones organizadas en las capitales (67%).

Tabla 45. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de la Industria del libro, según territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Editoriales	0	0,0	6	54,5	5	45,5	11	100,0
Librerías	1	2,3	16	36,4	27	61,4	44	100,0
Total	1	1,8	22	40,0	32	58,2	55	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	1,0		1,7		4,6		2,6	

Fuente: Siadeco, 2020.

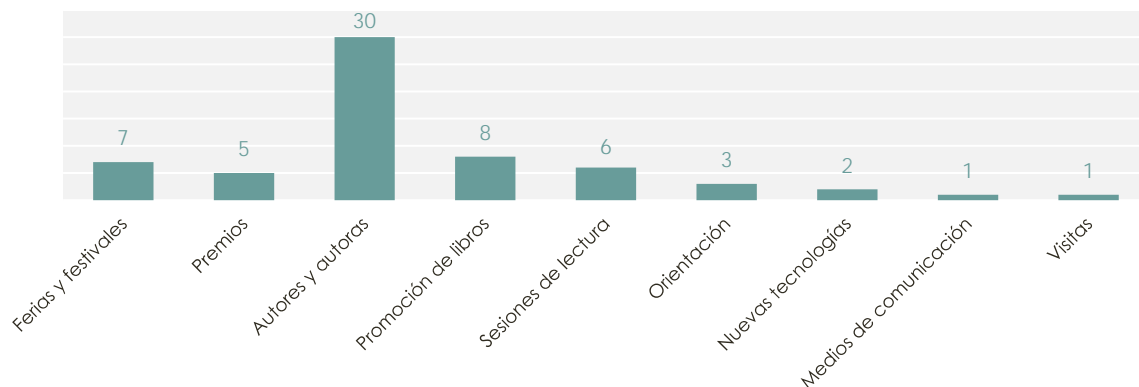
Tabla 46. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de la Industria del libro, según tamaño del municipio y subsector.

Subsector	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 y 20.000 habitantes		20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Editoriales	0	0,0	0	0,0	6	54,5	5	45,5	11	100,0
Librerías	0	0,0	5	11,4	7	15,9	32	72,7	44	100,0
Total	0	0,0	5	9,1	13	23,6	37	67,3	55	100,0
Media (número de acciones/agentes)	-		1,7		2,2		3,1		2,6	

Fuente: Siadeco, 2020.

Al analizar el tipo de acciones de fomento de la lectura que organiza la Industria del libro se observa que predominan las acciones relacionadas con Autores y autoras; en total son 30 las acciones clasificadas en esta categoría.

Gráfico 44. Clasificación de acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector de la Industria del libro.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 47. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de la Industria del libro, según subsector y clasificación de las acciones.

		Ferias y festivales	Premios	Autoras y autores	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Editoriales	Abs.	3	0	5	2	0	1	1	1	0
	%	27,3	0,0	45,5	18,2	0,0	9,1	9,1	9,1	0,0
Librerías	Abs.	4	5	25	6	6	2	1		1
	%	9,1	11,4	56,8	13,6	13,6	4,5	2,3	0,0	2,3
Total	Abs.	7	5	30	8	6	3	2	1	1
	%	12,7	9,1	54,5	14,5	10,9	5,5	3,6	1,8	1,8

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las acciones organizadas en el sector de la industria del libro:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Participar en ferias del libro	Las editoriales y las librerías afirman participar en diferentes ferias del libro que se organizan. Además, otorgan especial importancia a participar en este tipo de acciones, ya que las consideran fundamentales para dar a conocer el trabajo editorial que realizan. Son espacios de encuentro con la clientela, y los consideran imprescindibles para recoger la opinión de las personas lectoras directamente.	<ul style="list-style-type: none"> Exponer obras tanto de la propia editorial como de autoras y autores que trabajan con ellos. Fomentar la cultura vasca. Contacto presencial con las personas lectoras. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Durangoko Azoka”</i> IBAIZABAL ARGITALETXEA » <i>“Durangoko Azoka”</i> ELKAR LIBURU-DENDAK » <i>“Feria del Libro”</i> GUANTES ORIBE LIBURUDENDA
	Festivales que combinan literatura y otros tipos de arte	Junto a la literatura también se organizan festivales en los que se combinan otras artes, como las artes escénicas.	<ul style="list-style-type: none"> Combinar la literatura con otras artes Acercar el público a la literatura a través de otras artes 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Ja! Bilbao Umorezko Literaturaren eta Artearen Nazioarteko Jaialdia”</i> CÁMARA LIBRERÍA
	Exposiciones para el fomento de la afición a la lectura	Se trata de exposiciones itinerantes organizadas en centros culturales, bibliotecas o centros escolares.	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la comprensión lectora del alumnado Crear un ambiente entretenido y lúdico hacia la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Exposiciones de animación a la lectura”</i> IKEDER, SL
Premios	Concursos literarios a nivel local	Suelen ser concursos literarios dirigidos especialmente al público infantil. Se fomenta su participación a través de los centros escolares.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la afición a la lectura Fomentar la creatividad literaria Premiar la creatividad literaria 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>“Concursos de escritura de Ispaster”</i> ARALDE LIBURUDENDA CB » <i>“Certamen literario relato corto Urrike”</i> URRIKE LIBURUDENDA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concursos supramunicipales de literatura e ilustración	También se organizan concursos supramunicipales de literatura e ilustración. Suele haber diferentes categorías por edades.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la afición a la literatura y la ilustración. ● Fomentar la creatividad literaria ● Premiar la creatividad literaria 	» <i>"elkar ilustrazio eta ipuin lehiaketa"</i> ELKAR LIBURU-DENDAK
	Concurso de poesía	Concurso de poesía	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la afición por la poesía ● Dar visibilidad a la poesía ● Premiar la creatividad 	» <i>"Concurso poesía"</i> TROA DONOSTIA
Autores y autoras	Tertulias, charlas y mesas redondas con autores y autoras	En el caso de las editoriales y librerías, las tertulias y charlas con escritoras y escritores giran, generalmente, en torno a novedades.	<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de libros ● Conocer de cerca la labor creativa de la persona escritora ● Fomentar la lectura 	» <i>"Charlas" CASA DEL LIBRO - URQUIJO</i>
	Participación de autores y autoras en actividades culturales	Se organizan diferentes charlas con escritores y escritoras dentro de programas culturales más extensos	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer las obras de la editorial o de escritoras y escritoras en un contexto inusual (integrado en otro evento cultural) 	» <i>"Astiberri Show" ASTIBERRI EDITORIAL</i>
	Presentaciones de libros	Es habitual organizar con los autores y las autoras presentaciones de libros que son novedad. Pueden ser sesiones preparadas específicamente para la presentación del libro o estar integradas en eventos de otro nivel (por ejemplo, en ferias). Las librerías señalan que a través de estas presentaciones se intenta dar visibilidad a escritoras y escritores locales	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer las obras tanto de la editorial como de las personas escritoras 	» <i>"Presentación de libro" DESCLEÉ DE BROUWER, SA</i> » <i>"Promoción y venta de libro en el Aquarium de Donostia" ARITZ LIBURUDENDA</i> » <i>"Liburu aurkezpena" PITXINTXU LIBURUDENDA</i> » <i>"Durangoko Azoka" IBAIZABAL ARGITALETXEA</i> » <i>"Presentación de libros con autores locales" CASA DEL LIBRO - URQUIJO</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Promoción de libros	Día de las librerías	El día de la librería se organiza todos los años, el día que establece CEGAL, la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros. Ese día se realizan promociones especiales para que la clientela compre libros.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar visibilidad a las librerías • Fomentar la compra de libros 	» <i>“Liburu-denden eguna” ELKAR LIBURU-DENDAK</i>
	Día del libro	Todos los años se celebra el día del libro (23 de abril). Además de organizar diversas actividades en torno al libro, las librerías realizan diferentes promociones para la compra de libros.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la compra de libros • Acercar los libros a las personas lectoras • Dar especial importancia en los diferentes medios tanto a la literatura como a los libros. 	» <i>“Liburu-eguna” ELKAR LIBURU-DENDAK</i>
	Día del cómic	En el día del cómic se regalan cómic especialmente diseñados para ese día entre la clientela.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar visibilidad al cómic. • Acercar a las personas lectoras al mundo del cómic • Premiar a las personas lectoras de cómics 	» <i>“Día del comic gratis” CARACOLA COMICS</i>
	Bonos cultura	Ayudar para que la ciudadanía pueda adquirir productos culturales, y al mismo tiempo, reforzar las empresas del sector cultural y dinamizar el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento del consumo de productos culturales • Premiar a los consumidores de cultura 	» <i>“Bono kultura” URKI LIBURUDENDA</i>
Sesiones de lectura	Cuentacuentos	Suelen ser sesiones de cuentacuentos dirigidas al público infantil. El objetivo es despertar la afición de los niños por la literatura contando o representando un cuento.	<ul style="list-style-type: none"> • Acercar a la población infantil al mundo de los cuentos y la literatura. • Desarrollar la creatividad de niños y niñas. 	» <i>“Cuentacuentos” CASA DEL LIBRO – URQUIJO</i> » <i>“Cuenta cuentos” ZAZO LIBURUDENDA</i>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Grupos de lectura	Son grupos de lectoras y lectores organizados por las librerías para charlar sobre un libro concreto.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar capacidades propias a través de lecturas compartidas. • Compartir opiniones sobre un libro concreto. • Disfrutar de la lectura • Impulsar la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Paperekoak"</i> GAROA » <i>"Club de lectura"</i> GUANTES ORIBE LIBURUDENDA » <i>"Taller de lectura"</i> LOUISE MICHEL LIBURUDENDA » <i>"Club de lectores"</i> URRIKE LIBURUDENDA
Orientación	Orientar a lectores y lectoras sobre libros en las ferias	En el caso de las editoriales, en el trato directo con lectores y lectoras de las ferias es habitual hacer recomendaciones de libros, de escritores y escritoras...	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las personas lectoras en el mundo de los libros • Dar visibilidad a la oferta literaria • Fomentar la relación entre la clientela y la editorial. 	» <i>"Durangoko Azoka"</i> IBAIZABAL ARGITALETXEA
	Ofrecer orientación a la clientela	En el caso de las librerías, el lugar para hacer recomendaciones cara a cara suele ser el propio establecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a las personas lectoras en el mundo de los libros • Dar visibilidad a la oferta literaria • Fomentar la relación entre la clientela y la librería. 	» <i>"Bezeroei laguntza"</i> URKI LIBURUDENDA
Visitas	Visitas de los centros escolares a las librerías	El alumnado acude a la librería y se da visibilidad a la oferta literaria.	<ul style="list-style-type: none"> • Acercar al público infantil al mundo de los libros • Fomentar la lectura entre niñas y niños • Dar visibilidad a las librerías y dar a conocer su funcionamiento. • Fomentar el consumo cultural 	» <i>"Visitas librería"</i> ARALDE LIBURUDENDA CB

Medios de comunicación

A través de los medios de comunicación se ha recibido información sobre 15 acciones: 7 acciones de televisión, 5 de prensa escrita y 3 de radio. De media, cada medio de comunicación ha organizado 1,5 acciones.

Tabla 48. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de los Medios de comunicación, según subsector.

Subsector	Número de acciones	%	Media Acción/Agente
Prensa escrita (diarios y revistas)	5	33,3	1,3
Radio	3	20,0	1,0
Televisión	7	46,7	2,3
Total	15	100,0	1,5

Fuente: Siadeco, 2020.

Según el territorio y el tamaño del municipio, se observa que la mayor parte de las acciones del sector de los Medios de comunicación se han organizado en Donostia.

Tabla 49. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de los Medios de comunicación, según territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Prensa escrita (diarios y revistas)	1	20,0	0	0,0	4	80,0	5	100,0
Radio	2	66,7	0	0,0	1	33,3	3	100,0
Televisión	0	0,0	0	0,0	7	100,0	7	100,0
Total	3	20,0	0	0,0	12	80,0	15	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	1,0		-		1,7		1,5	

Fuente: Siadeco, 2020.

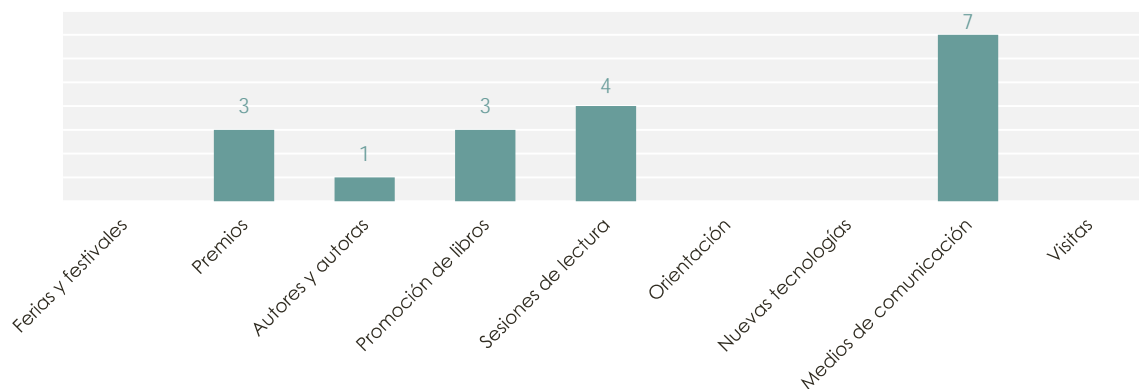
Tabla 50. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de los Medios de comunicación, según tamaño del municipio y subsector.

Subsector	< 5.000 habitantes		Entre 5.000 y 20.000 habitantes		20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Prensa escrita (diarios y revistas)	0	0,0	3	60,0	1	20,0	1	20,0	5	100,0
Radio	1	33,3	0	0,0	0	0,0	2	66,7	3	100,0
Televisión	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	100,0	7	100,0
Total	1	6,7	3	20,0	1	6,7	10	66,7	15	100,0
Media (Número de acciones/agentes)	1,0		1,5		1,0		1,7		1,5	

Fuente: Siadeco, 2020.

La creación de una categoría especial de Medios de Comunicación entre los tipos de acciones ha supuesto que muchas de las acciones de este sector estén clasificadas en este apartado (7 acciones); por lo demás, el resto de acciones están relacionadas con Sesiones de lectura, Premios, Promoción de libros y Autores y autoras.

Gráfico 45. Clasificación de acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector de los Medios de comunicación.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 51. Número de acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en el sector de los Medios de comunicación, según subsector y clasificación de las acciones.

		Ferias y festivales	Premios	Autores y autoras	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Prensa escrita (diarios y revistas)	Abs.	0	0	0	1	1	0	0	3	0
	%	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0	0,0	0,0	60,0	0,0
Radio	Abs.	0	1	1	1	0	0	0	3	0
	%	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Televisión	Abs.	0	2	0	1	3	0	0	1	0
	%	0,0	28,6	0,0	14,3	42,9	0,0	0,0	14,3	0,0
Total	Abs.		3	1	3	4	0	0	7	0
	%		12,7	9,1	54,5	14,5	10,9	5,5	3,6	1,8

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las acciones organizadas en el sector de los medios de comunicación:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concurso de relatos y cuentos	Se organizan concursos de cuentos para acercar a la población infantil al mundo de los cuentos	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de la creatividad Acercar a la lectura a la población infantil 	» <i>"Concurso de relatos"</i> CADENA SER VITORIA
	Sorteo de libros	Sorteos de lotes de libros dirigidos a niñas y niños	<ul style="list-style-type: none"> Acercar a niños y niñas a la lectura a través de los libros sorteados 	» <i>"Hiru Klubeko liburu zozketak"</i> EUSKAL TELEBISTA
Autores y autoras	Entrevistas a escritores y escritoras	En varios programas de radio se entrevista a autores y autoras sobre libros que han escrito	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer la labor de escritores y escritoras Promocionar libros 	» <i>"Elkarrizketak"</i> ARROSA IRRATI SAREA FEDERAZIOA
Promoción de libros	Promoción de libros en prensa escrita	En la prensa escrita se promocionan libros del catálogo, en colaboración con las editoriales. En ocasiones, se facilita la compra de estos libros.	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar el catálogo de las editoriales 	» <i>"Euskal kultur ekoizpenen erakusleihoa"</i> BERRIA » <i>"Irakurraldia"</i> ARABAKO ALEA
	Promoción de libros en televisión	En los programas de televisión se promocionan libros del catálogo, en colaboración con las editoriales.	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar el catálogo de las editoriales 	» <i>"Ene kantak saioko Atxa Mitxa atala"</i> EITB
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura a través de televisión	Programas de televisión basados en la lectura de libros	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la lectura entre el público infantil Entretener a niños y niñas Promocionar libros 	» <i>"Yeti kontu kontari"</i> EUSKAL TELEBISTA » <i>"Zuhaitz etxeke historioak"</i> EITB
Medios de comunicación	Sesiones de literatura o de lectura en los medios de comunicación	Programas cuyo tema principal es la literatura o la lectura	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la lectura Promocionar libros y autoras y autores 	» <i>"Ithaka"</i> RADIO SEGURA - SEGURA IRRATIA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Medios de comunicación	Medios de comunicación con contenidos dirigidos a un público específico	La creación de contenidos dirigidos al público infantil en los medios de comunicación y especialmente en la prensa escrita (artículos, cómics, textos, imágenes, etc.) fomenta de forma indirecta la lectura infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la lectura • Acercar a niños y niñas a la prensa escrita • Impulsar la afición a la lectura en euskera • Educar en valores 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Mantangorri gehigarria"</i> BERRIA » <i>"Iria aldizkaria"</i> IRRIEN LAGUNAK
	Noticias relacionadas con la literatura	Publicar noticias relacionadas con la literatura en los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Acercar a las personas consumidoras de los medios de comunicación a la literatura. • Informar sobre noticias y sucesos del ámbito de la literatura. 	<ul style="list-style-type: none"> » <i>"Albisteak internet atarian zein papereko edizioan"</i> OIARTZUALDEKO HEDABIDEAK » <i>"eitb.eus guneko Literatura atala"</i> EITB

Asociaciones

Las diferentes asociaciones que han participado en el estudio han aportado información sobre 52 acciones dirigidas a fomentar la lectura lúdica en 2019. Se trata de actividades organizadas principalmente por asociaciones literarias y de euskera (24 y 23 actividades respectivamente).

En cuanto al número de acciones que organiza cada agente, se observa que esta media es alta en las asociaciones literarias: de media, las asociaciones literarias han organizado 4,8 acciones para fomentar la lectura en 2019. En las asociaciones culturales se han organizado una media de 3 actividades y en las asociaciones de euskera 1,5 actividades.

Tabla 52. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en el sector de las asociaciones, por subsector.

Subsector	Nº acciones	%	Media Nº acciones /Agente
Asociaciones literarias	24	46,2	4,8
Asociaciones culturales	3	5,8	3,0
Asociaciones de euskera	23	44,2	1,5
Otro tipo de asociaciones	2	3,8	1,0
Total	52	100,0	2,3

Fuente: Siadeco, 2020.

Casi 8 de cada 10 acciones se han organizado en Gipuzkoa (ese porcentaje es superior en el caso de las asociaciones literarias y asociaciones culturales) y especialmente en los grandes municipios: el 77% de las acciones (56% en las capitales y 21% en las de más de 20.000 habitantes).

Tabla 53. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en el sector de las asociaciones por territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Asociaciones literarias	0	0,0	1	4,2	23	95,8	24	100,0
Asociaciones culturales	0	0,0	0	0,0	3	100,0	3	100,0
Asociaciones de euskera	1	4,3	8	34,8	14	60,9	23	100,0
Otro tipo de asociaciones	0	0,0	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Total	1	1,9	10	19,2	41	78,8	52	100,0
Media (Nº acciones / agente)	1,0		1,4		2,7		2,3	

Fuente: Siadeco, 2020.

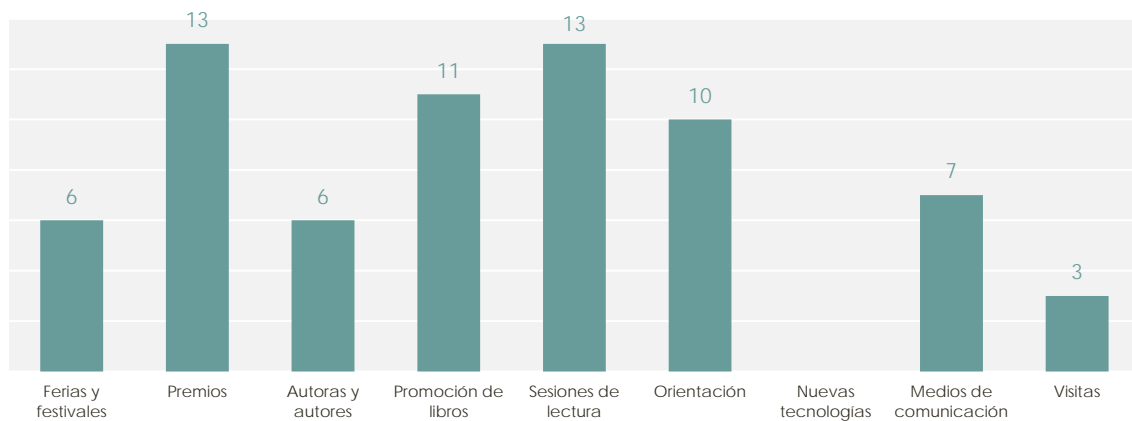
Tabla 54. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en el sector de las asociaciones, desgregado por tamaño de municipio y subsector.

Subsector	< 5.000 habitantes		5.000 – 20.000 habitantes		20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Asociaciones literarias	0	0,0	0	0,0	0	0,0	24	100,0	24	100,0
Asociaciones culturales	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Asociaciones de euskera	3	13,0	6	26,1	11	47,8	3	13,0	23	100,0
Otro tipo de asociaciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Total	3	5,8	9	17,3	11	21,2	29	55,8	52	100,0
Media (Nº acciones / agente)	1,5		1,5		2,2		2,9		2,3	

Fuente: Siadeco, 2020.

Teniendo en cuenta el tipo de actividades organizadas por las asociaciones, se observa que predominan las sesiones de lectura y los premios (con 13 actividades en cada categoría). En un segundo nivel se sitúan las actividades dirigidas a la promoción de libros y la orientación (con 11 y 10 acciones respectivamente); este tipo de actividades están organizadas sobre todo por asociaciones literarias.

Gráfico 46. Clasificación de las acciones de fomento de la lectura lúdica en el sector de las asociaciones.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 55. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en el sector de las asociaciones por subsector y clasificación de las acciones.

		Ferías y festivales	Premios	Autoras y autores	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Asociaciones literarias	Abs.	3	5	4	6	2	6	0	4	2
	%	12,5	20,8	16,7	25,0	8,3	25,0	0,0	16,7	8,3
Asociaciones culturales	Abs.	0	1	0	1	1	1	0	1	0
	%	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0
Asociaciones de euskera	Abs.	3	6	2	4	10	2	0	2	1
	%	13,0	26,1	8,7	17,4	43,5	8,7	0,0	8,7	4,3
Otro tipo de asociaciones	Abs.	0	1	0	0	0	1	0	0	0
	%	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Total	Abs.	6	13	6	11	13	10	0	7	3
	%	11,5	25,0	11,5	21,2	25,0	19,2	0,0	13,5	5,8

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las actividades organizadas por las asociaciones:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Ferias de Libro y Disco de Euskadi	Campaña itinerante de las Ferias del Libro y Disco que se celebran a lo largo del año	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la creatividad literaria • Promoción de libros 	» <i>“Euskadiko Liburu eta Diska Azokak”</i> LIBURU GANBARA
	Dar visibilidad a la traducción	Mediante diferentes ferias o festivales se intenta dar especial importancia a la traducción literaria	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la literatura traducida • Traducción y visibilización de personas traductoras • Promoción del euskera y normalización lingüística 	» <i>“Literatura itzuliaren sustapena”</i> EUSKAL ITZULTZAILEEN ELKARTEA (EIZIE)
	Ferias infantiles	Se trata de ferias o actividades dentro de la feria que pretenden acercar a la población infantil y juvenil a la cultura vasca.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la producción infantil y juvenil en euskera • Acercar a la población infantil y juvenil a la cultura vasca • Fomentar la lectura activa • Posibilitar una relación directa entre personas creadoras y personas lectoras 	» <i>“Saguganbara”</i> BERBARO ELKARTEA
	Ferias de intercambio de libros	Dar un segundo uso a los libros y fomentar las relaciones entre las diferentes personas lectoras	<ul style="list-style-type: none"> • Dar un segundo uso a los libros • Promoción de libros 	» <i>“Euskarazko liburuen truke azoka”</i> JARDUN EUSKARA ELKARTEA
Premios	Premios literarios	En estas actividades se premian obras literarias. Algunos premios son específicos para obras en euskera.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar el premio como señuelo para fomentar la lectura • Prestigiar y dar visibilidad a la creación literaria en euskera 	» <i>“111 Akademiaren Saria”</i> MANUEL LARRAMENDI KULTUR BAZKUNA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Premios	Concursos de literatura/cuentos/cartas dirigidos al alumnado	Se organizan diferentes concursos de literatura o de cuentos dirigido al alumnado. En unos casos centrados en un tema y en otros abiertos o generales.	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar al alumnado a la creatividad y despertar la pasión por la escritura ● Impulsar la creación en euskera ● Educar en valores al alumnado ● Fomentar la lectura 	<ul style="list-style-type: none"> » “Concurso de narrativa para escolares Ramón Rubial” FUNDACIÓN RAMÓN RUBIAL » “Arrasate literatur lehiaketa” ARRASATE EUSKALDUNDU DEZAGUN (AED) » “Ipurterre ipuin lehiaketa” ETA KITTO EUSKARA ELKARTEA) » “Amodiozko gutunen eta esaldien lehiaketa” JARDUN EUSKARA ELKARTEA
	Premios de literatura e ilustración	Premios creados para premiar obras de personas escritoras e ilustradoras.	<ul style="list-style-type: none"> ● Premiar el trabajo de personas escritoras y dibujantes ● Atraer a la población infantil a la literatura a través de la ilustración 	<ul style="list-style-type: none"> » “Bikoteka” GALTZAGORRI ELKARTEA
	Concursos de traducción	Son concursos que premian la actividad de traducción. El propio concurso puede establecer cuál es la obra o el trabajo a traducir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar la traducción al euskera ● Ofrecer la posibilidad de leer literatura extranjera en euskera 	<ul style="list-style-type: none"> » “Jokin Zaitegi itzulpen sariketa” ARRASATE EUSKALDUNDU DEZAGUN (AED) » “Literatura Unibertsala itzulpen lehiaketa” EUSKAL ITZULTZAILEEN ELKARTEA (EIZIE)
	Integración de la literatura y las nuevas tecnologías	Hacer uso de las nuevas tecnologías para atraer a la literatura y a la lectura, especialmente al público joven: concursos de vídeos basados en comentarios de libros...	<ul style="list-style-type: none"> ● Estimular la lectura de la juventud convirtiendo a la propia juventud en promotores de libros ● Combinar la potencialidad de Youtube y sus posibilidades con la promoción de la lectura ● Crear una comunidad vasca de booktuber 	<ul style="list-style-type: none"> » “Booktuberboom” GALTZAGORRI ELKARTEA » “Liburu gaztea Booktrailer lehiaketa” GALTZAGORRI ELKARTEA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Autoras y autores	Charlas o conferencias con autoras y autores	Se elige un libro de un/a escritor/a y después de trabajarlo se organiza una charla o coloquio con el autor o la autora. Algunas charlas se centran en temas de actualidad.	<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de libros ● Conocer de cerca el trabajo creativo ● Fomento de la lectura 	<p>» <i>"Egileekin ekintza" DEUSTUKO BERSÍZU EUSKARA ELKARTEA</i></p> <p>» <i>"Berriketan" GOIERRIKO EUSKAL ESKOLA KULTUR ELKARTEA</i></p>
	Charlas en centros educativos	Una vez que los centros han elegido un libro y lo han trabajado con el alumnado, la autora o el autor de este libro acude al centro para explicar el libro y su proceso de escritura.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrecer a los centros educativos una herramienta para trabajar la creatividad y la lectura del alumnado ● Trabajar la transmisión de la literatura vasca ● Fomentar la lectura en el alumnado ● Conocimiento cercano del trabajo creativo por parte del alumnado ● Colaborar con el profesorado en la promoción de la lectura 	<p>» <i>"Idazleak Ikastetxean Programa" EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE)</i></p> <p>» <i>"Idazleakaz" EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE)</i></p> <p>» <i>"Liburuak Gozagarri - Nafarroa" EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE)</i></p>
	Formación para personas ilustradoras	Formar a las ilustradoras y los ilustradores; estas sesiones se pueden organizar tomando como eje un tema concreto.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrecer formación ● Posibilitar un espacio de encuentro y conocimiento compartido entre diferentes ilustradores e ilustradoras 	<p>» <i>"Marrazioak: ilustratzaileen topaketak" GALTZAGORRI ELKARTEA</i></p>

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Promoción de libros	Acciones que permiten la adquisición gratuita de libros	Dar libros a modo de regalo o dejar los libros al alcance de todos en distintos emplazamientos del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar visibilidad a los libros ● Dejar los libros al alcance de cualquier persona 	» <i>"Zeuretzat da. Hartu, irakurri eta konpartitu!"</i> BERBARO ELKARTEA
	Programa <i>Irakurri, Gozatu eta Oparitu</i>	Se ofrece la posibilidad de acudir a una biblioteca que tenga el proyecto en marcha y participar en el sorteo de vales para comprar un libro en euskera para regalárselo a alguien.	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar el uso de las bibliotecas públicas ● Dar a conocer la literatura vasca ● Potenciar la producción en euskera de libros ● Impulsar el consumo de productos en euskera 	» <i>"Irakurri, Gozatu eta Oparitu egitasmoa"</i> TOPAGUNEA EUSKARA ELKARTEEN FEDERAZIOA
	Promoción en los centros escolares de cuentos y libros dirigidos al público infantil	Se fomenta la lectura infantil y se ponen a disposición de los centros los libros en euskera. Se le hacen recomendaciones al profesorado en función de la edad.		» <i>"Liburuen Altxorra"</i> GALTZAGORRI ELKARTEA » <i>"Liburu ibiltaria"</i> GALTZAGORRI ELKARTEA
	Catálogos de libros	Se trata de catálogos de libros y cuentos que se publican con cierta frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar visibilidad a la literatura infantil y juvenil 	» <i>"OEPLI Elkarteko Katalogoa"</i> GALTZAGORRI ELKARTAE
Sesiones de lectura	Tertulias literarias	Grupos de lectores que se juntan para hablar, dar su opinión, comentar, etc. un libro en concreto	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar las propias capacidades a través de la lectura conjunta. ● Compartir opiniones sobre un libro en concreto ● Disfrutar de la lectura ● Impulsar la lectura 	» <i>"Harixari emoten literatur tertuliak"</i> ETA KITTO EUSKARA ELKARTEA » <i>"Galtzaundi irakurle taldea"</i> GALTZAUNDI EUSKARA ELKARTEA » <i>"Irakurle kluba"</i> GEU GASTEIZ EUSKALDUNA ELKARTEA » <i>"Irakurle-taldeak"</i> MANUEL LARRAMENDI KULTUR BAZKUNA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Sesiones de lectura dirigidos al público infantil	Crear espacios para fomentar la lectura infantil y juvenil y organizar sesiones de lectura dirigidos a este público en concreto	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercamiento del público infantil y juvenil a la literatura ● Dar a conocer las obras literarias entre familias, público infantil y profesores ● Impulsar el consumo literario 	» <i>"Haur Literatura Aretoa – Durangoko Azoka"</i> BERBARO ELKARTEA
	Sesiones de lectura fácil	Leer un libro de lectura fácil	<ul style="list-style-type: none"> ● Acercar a gente que estudia euskera o gente que no está acostumbrada a la lectura en euskera a la literatura en euskera ● Trabajar la lectura y la expresión oral ● Promocionar la literatura en euskera 	» <i>"Irakurketa Erraza"</i> BAGERA DONOSTIAKO EUSKALTZALEEN ELKARTEA
	Tertulias literarias específicas	Grupos de lectura que tratan temas específicos en sus reuniones o tertulias (tales como feminismo, migración...)	<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración de los temas específicos ● Desarrollar las capacidades individuales a través de la lectura conjunta ● Compartir opiniones sobre un libro en concreto ● Disfrutar de la lectura ● Fomentar la lectura 	» <i>"Irakurketa feminista saioak"</i> PIL PILEAN KULTUR ELKARTEA » <i>"Irakurketa saioak"</i> EKIN EMAKUMEAK AED KULTUR ELKARTEA
Orientación	Sesiones formativas dirigidas al profesorado	Se ofrece formación al profesorado para poder desarrollar planes de lectura en los centros	<ul style="list-style-type: none"> ● Formación del profesorado en la promoción de la lectura ● Enseñar a evaluar la competencia lectora ● Enseñar a implementar acciones de mejora en la competencia lectora 	» <i>"Formación dirigida al profesorado"</i> KRISTAU ESKOLAK
	Seminarios sobre lectura	En los centros se ofrecen sesiones informativas al profesorado sobre novedades en libros; también se realiza la distribución de catálogos o guías	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer los libros de literatura infantil ● Formación de profesionales ● Enseñar el uso pedagógico de los libros 	» <i>"Irakurzaletasuna sustatzeko irakasleentzako lantegiak"</i> GALTZAGORRI ELKARTEA » <i>"Haur Liburu Mintegia"</i> GALTZAGORRI ELKARTEA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Medios de comunicación	Revistas infantiles y juveniles	Revistas dirigidas al público infantil y juvenil que tienen como objetivos trabajar habilidades de lectura y escritura	<ul style="list-style-type: none"> Ejercitar la habilidad lectora y escrita Reforzar el vínculo entre el centro y la comunidad escolar Disponer de una herramienta para trabajar la lectura en familia 	» <i>"Txikitto! Hilabetekaria"</i> ETA KITTO EUSKARA ELKARTA
	Revistas especializadas en literatura y el fomento de la lectura	Revistas cuyo eje central es la literatura y el libro	<ul style="list-style-type: none"> Difusión de la creación literaria Promoción de libros Promoción de escritoras y escritores 	» <i>"Hegats aldizkaria"</i> EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE) » <i>"Behinola aldizkaria"</i> GALTZAGORRI ELKARTEA
	Páginas web que fomentan la lectura	Crear en internet espacios que funcionen a modo de escaparate para la literatura y la promoción de la lectura	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de la lectura Acercar la creatividad literaria a la población lectora a través de las nuevas tecnologías 	» <i>"111 Akademiaren webgunea"</i> MANUEL LARRAMENDI KULTUR BAZKUNA » <i>"Hitzen Uberan weba"</i> EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE)
	Programas radiofónicos de literatura en euskera	Programas radiofónicos centrados en la literatura en euskera	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer la literatura en euskera Hablar sobre literatura en vizcaino 	» <i>"Irakurrieran irratsaioa"</i> EUSKAL IDAZLEEN ELKARTEA (EIE)
Visitas	Visitas a la biblioteca	Sesiones para acercar al alumnado a las bibliotecas y dar a conocer los servicios que ofrecen e impulsar su uso	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer las bibliotecas Fomento de la lectura 	» <i>"Bibliobisitak"</i> BERBARO ELKARTEA

Entidades públicas

Según la información recibida de las instituciones públicas, en 2019 se han organizado 16 acciones para fomentar la lectura lúdica, con una media de 2,7 acciones por entidad.

Tabla 56. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en las instituciones públicas por subsector.

Subsector	Nº acciones	%	Media
Gobierno Vasco	3	18,8	3,0
Diputaciones forales	4	25,0	4,0
Ayuntamientos de capitales	2	12,5	2,0
Ayuntamientos de municipios de más de 20.000 habitantes	2	12,5	2,0
Entidades públicas vinculadas a la cultura o al euskera	5	31,3	2,5
Total	16	100,0	2,7

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 57. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en las instituciones públicas por territorio y subsector.

Subsector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Gobierno Vasco	3	100,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Diputaciones forales	0	0,0	4	100,0	0	0,0	4	100,0
Ayuntamientos de capitales	2	100,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
Ayuntamientos de municipios de más de 20.000 habitantes	0	0,0	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Entidades públicas vinculadas a la cultura o al euskera	0	0,0	0	0,0	5	100,0	5	100,0
Total	5	31,3	4	25,0	7	43,8	16	100,0
Media (Nº acciones / agente)	2,5		4,0		2,3		2,7	

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 58. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en las instituciones públicas por tamaño poblacional y subsector.

SubSector	5.000 – 20.000 habitantes		20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Gobierno Vasco	0	0,0	0	0,0	3	100,0	3	100,0
Diputaciones forales	0	0,0	0	0,0	4	100,0	4	100,0
Ayuntamientos de capitales	0	0,0	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Ayuntamientos de municipios de más de 20.000 habitantes	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	100,0
Entidades públicas vinculadas a la cultura o al euskera	5	100,0	0	0,0	0	0,0	5	100,0
Total	5	31,3	2	12,5	9	56,3	16	100,0
Media (Nº acciones / agente)	5,0		1,0		3,0		2,7	

Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 47. Clasificación de las acciones de fomento de la lectura lúdica de las instituciones públicas.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 59. Número de acciones organizadas para fomentar la lectura lúdica en las instituciones públicas, por subsector y clasificación de las acciones.

	Ferias y festivales	Premios	Autoras y autores	Promoción de libros	Sesiones de lectura	Orientación	Nuevas tecnologías	Medios de comunicación	Visitas
Gobierno Vasco	Abs	1	1	2	2	1	0	1	0
	%	33,3	33,3	66,7	66,7	33,3	0,0	33,3	0,0
Diputaciones forales	Abs	0	1	1	0	2	0	0	0
	%	0,0	25,0	25,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Ayuntamientos de capitales	Abs	0	0	1	0	1	0	0	1
	%	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0
Ayuntamientos (> 20.000 habitantes)	Abs	2	0	0	0	0	0	0	0
	%	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entidades públicas vinculadas a la cultura o al euskera	Abs	0	1	0	1	1	0	0	1
	%	0,0	20,0	0,0	20,0	20,0	20,0	0,0	20,0
Total	Abs	3	3	4	3	5	1	1	2
	%	18,8	18,8	25,0	18,8	31,3	6,3	6,3	12,5

Fuente: Siadeco, 2020.

Descripción y objetivos a cumplir de las actividades organizadas por las entidades públicas:

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Ferias y festivales	Ferias de libros	Poner a disposición de los lectores y de las lectoras una amplia oferta de libros en la localidad	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de la lectura Promoción de libros 	» <i>"Liburu Azoka"</i> EIBARKO UDALA
	Exposiciones de libros en ámbitos poco habituales	Organizar exposiciones de libros o bibliotecas en zonas o espacios poco habituales para ello (por ejemplo, piscinas de verano)	<ul style="list-style-type: none"> Fomento de la lectura en el tiempo libre Acercar la literatura a los niños y niñas 	» <i>"Freskura!"</i> ARRASATEKO UDALA
Premios	Premios literarios	Se organizan diferentes certámenes cuyo objetivo es impulsar la creatividad literaria	<ul style="list-style-type: none"> Potenciar la creatividad Premio a la creatividad 	» <i>"Bizkaldatz & Bizkaldatz Txikia"</i> BIZKAIKO FORU ALDUNDIA » <i>"On Manuel Antia Literatur Lehiaketa"</i> KULTURNIETA S.A.
Autoras y autores	Charlas sobre literatura	Conferencias sueltas y/o ciclos de conferencias sobre literatura	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer la literatura Dar a conocer autoras y autores 	» <i>"Literatura hitzaldiak"</i> BIZKAIKO FORU ALDUNDIA
Promoción de libros	Difusión de noticias sobre lectura y libros	A través de diferentes medios se difunde información tanto sobre literatura como sobre libros: recomendaciones de lecturas, dar a conocer escritores, dar a conocer premios, etc.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la lectura Promoción de libros, de autoras y autores... 	» <i>"Irakurketari buruzko berrien zabalkuntza"</i> EUSKO JAURLARITZA – KULTURA ONDAREAREN ZUZENDARITZA
	Book Crossing	En esta acción, que se basa en el intercambio de libros, se intercambian libros entre diferentes lectores	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer los libros Fomentar el contacto entre diferentes lectores 	» <i>"Book Crossing"</i> KULTURNIETA S.A.

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Sesiones de lectura	Grupos de lectores	Grupos de lectores que giran en torno a un determinado libro.	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar las capacidades propias a través de la lectura conjunta. ● Compartir opiniones sobre un libro concreto ● Disfrutar de la lectura ● Impulso a la lectura 	» <i>"Irakurle Taldeak"</i> BIZKAIKO FORU ALDUNDIA
	Sesiones de lectura dirigidas al público infantil	Se incluyen aquí actividades como sesiones de lectura y cuentacuentos dirigidas al público infantil	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar la lectura en el público infantil ● Entretenimiento infantil ● Promoción de libros 	» <i>"Cuenta cuentos"</i> KULTURNIETA S.A.
	Sesiones temáticas de lectura	Sesiones de lectura o literatura que se organizan sobre un tema concreto	<ul style="list-style-type: none"> ● Tratar y ahondar en otros temas a través de la literatura ● Fomento de la lectura a través de otros temas 	» <i>"Emakumeak eta literatura"</i> BIZKAIKO FORU ALDUNDIA » <i>"Berdintasun Zerbitzuko Irakurketa Kluba"</i> VITORIA- GASTEIZKO UDALA
Orientación	Orientación sobre el uso del catálogo	Explicar a los usuarios el uso del catálogo de la Red de Lectura Pública de Euskadi (OPAC)	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer el catálogo ● Profundizar en el uso del catálogo 	» <i>"Formación de usuarios"</i> KULTURNIETA S.A.
Nuevas tecnologías	eLiburutegia	Eliburutegia es una plataforma que ofrecen las bibliotecas de la Red de Lectura Pública de Euskadi y que facilita la lectura de contenidos digitales a través de internet.	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar la lectura digital ● Promoción de escritoras y escritores y libros en euskera 	» <i>"eLiburutegia"</i> EUSKO JAURLARITZA – KULTURA ONDAREAREN ZUZENDARITZA

Tipo de acción	Determinación del tipo de acción	Descripción	Objetivos de la acción	Ejemplos
Visitas	Visitas	Visitas a espacios o lugares relacionados con las bibliotecas y la lectura, que pueden ser incluso guiadas en algunos casos	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las bibliotecas • Fomento de la lectura 	<p>» <i>"Visitas guiadas a la biblioteca"</i> KULTURNIETA S.A.</p> <p>» <i>"Montehermoso Mediatekara bisitak"</i> VITORIA-GASTEIZKO UDALA</p>

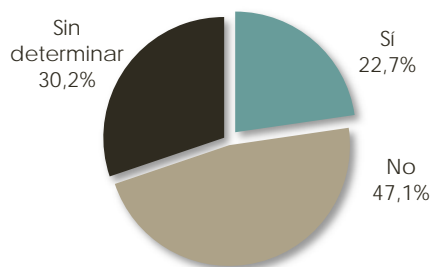
3. Organización de acciones de fomento de la lectura lúdica

En este apartado del informe se analizarán los diferentes aspectos relacionados con la organización de acciones de fomento de la lectura lúdica. Por un lado, se verá si ha habido colaboración entre las diferentes instituciones para la organización de estas acciones; por otro, si se ha realizado una contratación de personal para llevar a cabo dichas acciones.

3.1. Cooperación interinstitucional

Según la información recabada, el 23% de las acciones se han organizado en colaboración interinstitucional (en concreto 326 acciones). Casi la mitad de las acciones (47%) han contado con un único agente u organismo organizador y no se ha facilitado información sobre la colaboración en un 30%

Gráfico 48. ¿Ha organizado la acción en colaboración con otro agente?



Fuente: Siadeco, 2020.

En el caso de las asociaciones parece más frecuente la colaboración entre diferentes agentes a la hora de organizar acciones de fomento de la lectura: más de la mitad de las acciones organizadas por las asociaciones se han organizado en colaboración con otro agente (52%). En la industria del libro se han organizado casi 4 de cada 10 acciones en colaboración (38%); una cuarta parte de las acciones organizadas por las instituciones públicas se han organizado en colaboración con otra entidad (25%); en Educación un 22% y en el caso de las Bibliotecas un 20%.

Tabla 60. Acciones organizadas en colaboración con otros agentes según sector.

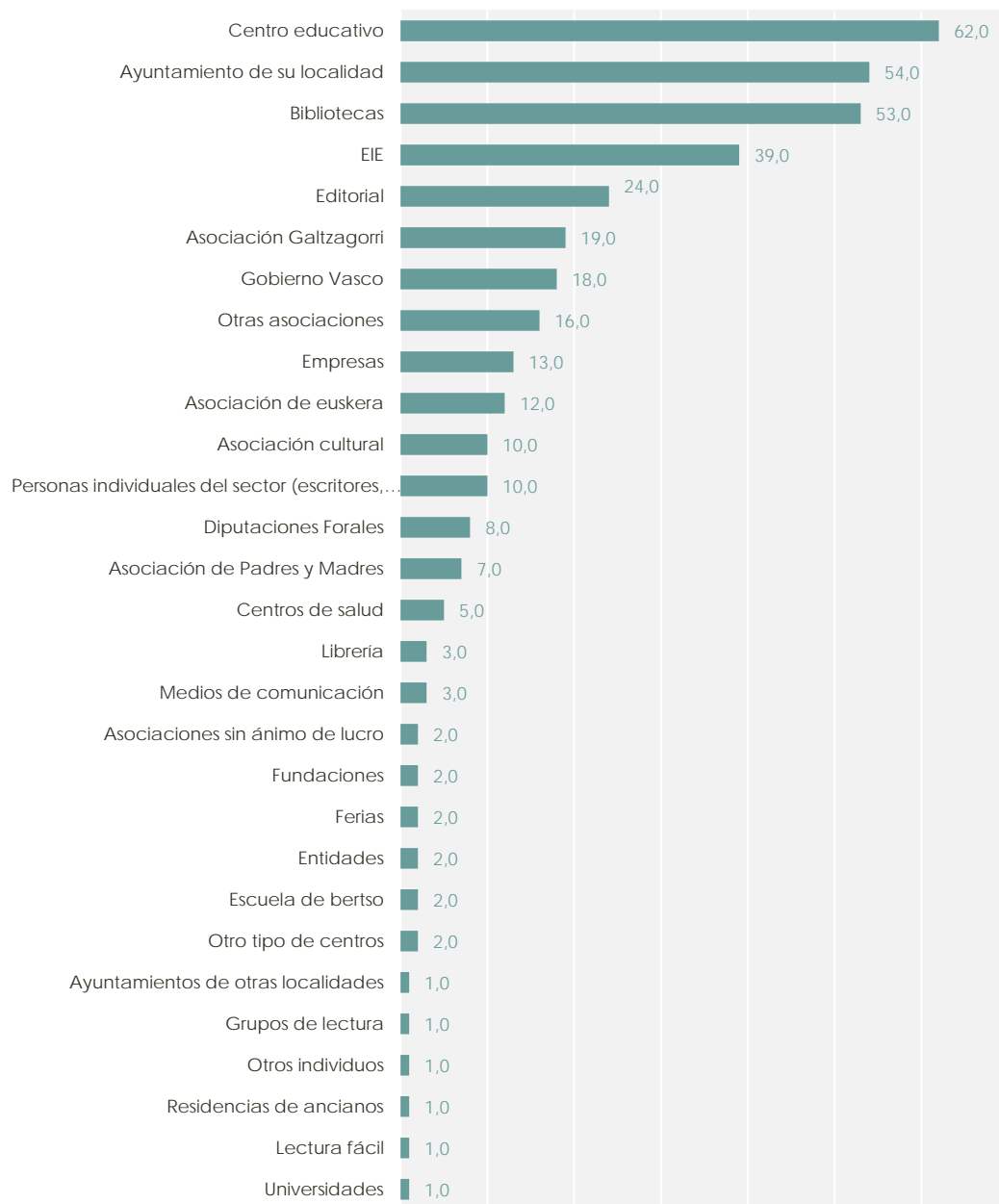
Sector	Sí	%	No	%	Sin especificar	%	Total	%
Bibliotecas	151	20,2	404	54,1	192	25,7	747	100,0
Educación	121	22,1	230	42,0	197	35,9	548	100,0
Familia	0	0,0	2	66,7	1	33,3	3	100,0
Industria del libro	21	38,2	17	30,9	17	30,9	55	100,0
Medios de comunicación	2	13,3	4	26,7	9	60,0	15	100,0
Asociaciones	27	51,9	12	23,1	13	25,0	52	100,0
Entidades públicas	4	25,0	7	43,8	5	31,3	16	100,0
Total	326	22,7	676	47,1	434	30,2	1436	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Se les ha preguntado con qué otros agentes o entidades se ha contado para la organización de las acciones que se han organizado en colaboración:

- En la mayoría de las acciones se ha recibido información sobre esta colaboración (98%). Los principales agentes implicados en esta colaboración son los centros educativos, los ayuntamientos y las bibliotecas (62%, 54% y 53%, respectivamente, de las acciones organizadas en cooperación).
- En un segundo nivel tenemos a Euskal Idazleen Elartea (con este agente se han organizado el 39% de las acciones organizadas en colaboración), las editoriales (24%), la asociación Galtzagorri (19%) y el Gobierno Vasco (18%).

Gráfico 49. Acciones organizadas en colaboración con otros agentes según tipo de agente.



Fuente: Siadeco, 2020.

Analizando la colaboración entre los diferentes agentes por sectores, en el caso de las Bibliotecas parece que esta colaboración es la más habitual con los centros educativos, lo que se refleja en que el 36% de las acciones que se han organizado en colaboración han sido con centros escolares. También parece habitual que las bibliotecas colaboren con los ayuntamientos (con el ayuntamiento de su localidad: 21% de las acciones).

En el caso de los centros educativos, predominan dos agentes de colaboración: por un lado, está Euskal Idazleen Elkartea: el 27% de las acciones que se han organizado en colaboración en los centros escolares se han organizado en colaboración con esta asociación. Por otro lado, y como se ha señalado anteriormente, también aparece la colaboración entre centros y bibliotecas (27%).

En el caso de las asociaciones, casi dos tercios (64%) de las acciones organizadas en colaboración se han organizado con agentes de la administración pública vasca: Gobierno Vasco, Diputaciones Forales y Ayuntamientos.

Tabla 61. Acciones organizadas en colaboración con otros agentes según sector y tipo de agente.

	Bibliotecas		Educación		Asociaciones		Industria del libro		Medios de comunicación		Entidades públicas		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Gobierno Vasco	6	3,9	7	6,0	5	20,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	5,6
Diputaciones Forales	2	1,3	0	0,0	5	20,0	1	5,0	0	0,0	0	0,0	8	2,5
Ayuntamiento de su localidad	32	21,1	15	12,8	6	24,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	54	16,9
Ayuntamientos de otras localidades	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Bibliotecas	10	6,6	32	27,4	10	40,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	53	16,6
Centro de enseñanza	55	36,2	4	3,4	3	12,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	62	19,4
Asociación de padres y madres	2	1,3	5	4,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	2,2
Editorial	3	2,0	4	3,4	2	8,0	14	70,0	1	50,0	0	0,0	24	7,5
Librería	0	0,0	0	0,0	2	8,0	1	5,0	0	0,0	0	0,0	3	0,9
Asociación cultural	7	4,6	0	0,0	2	8,0	1	5,0	0	0,0	0	0,0	10	3,1
Asociación de euskera	7	4,6	2	1,7	3	12,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	3,8
EIE	6	3,9	32	27,4	0	0,0	1	5,0	0	0,0	0	0,0	39	12,2
Asociación Galtzagorri	6	3,9	13	11,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	6,0
Personas individuales del sector (escritores, cuentacuentos...)	6	3,9	4	3,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	3,1
Medios de comunicación	0	0,0	2	1,7	1	4,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,9
Asociaciones sin ánimo de lucro	2	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6
Grupos de lectura	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Otros individuos	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Otro tipo de asociaciones	6	3,9	4	3,4	2	8,0	3	15,0	0	0,0	1	33,3	16	5,0
Empresas	10	6,6	3	2,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	4,1
Residencias de ancianos	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Centros de salud	5	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	1,6
Fundaciones	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	2	0,6
Ferías	0	0,0	2	1,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6
Lectura fácil	1	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Entidades	0	0,0	1	0,9	1	4,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6
Universidades	0	0,0	0	0,0	1	4,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3
Escuela de bertso	1	0,7	1	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6
Otro tipo de centros	2	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6
Total	152	100,0	117	100,0	25	100,0	20	100,0	2	100,0	3	100,0	319	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

3.2. Contratación de personal para la organización de acciones de fomento de la lectura lúdica

A la pregunta de si se ha contratado a alguna persona además de los recursos humanos habituales para organizar acciones de fomento de la lectura, se indica que en 442 acciones se ha contratado a alguna persona (31%).

Gráfico 50. Contratación de personal para la organización de acciones de fomento de la lectura lúdica (%)

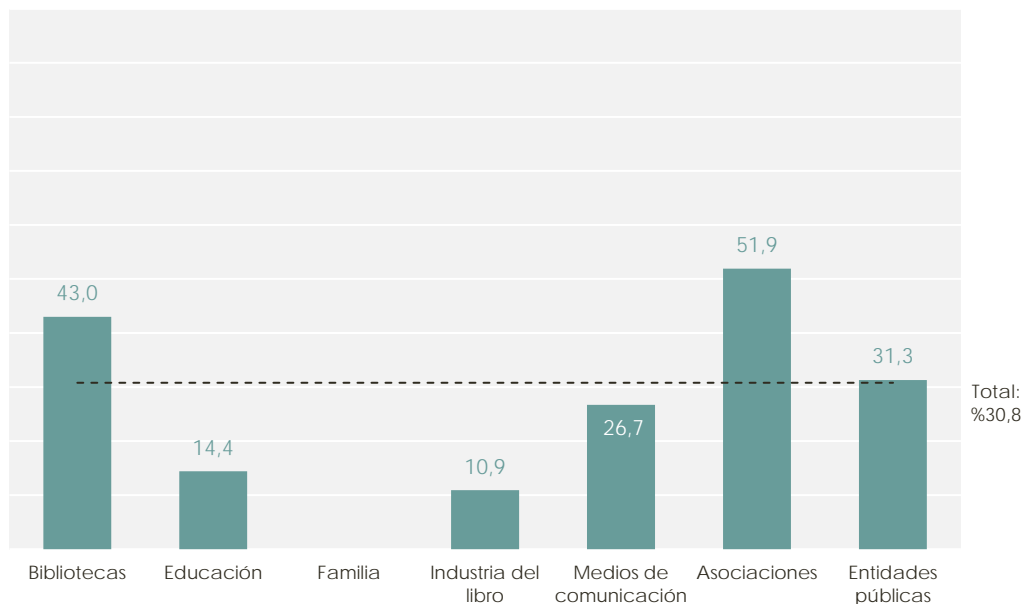


Fuente: Siadeco, 2020.

Hay diferencias en la contratación de un sector a otro: la contratación de personal para la organización de acciones en Asociaciones, Bibliotecas y Entidades Públicas está por encima de la media (52%, 43% y 31%, respectivamente).

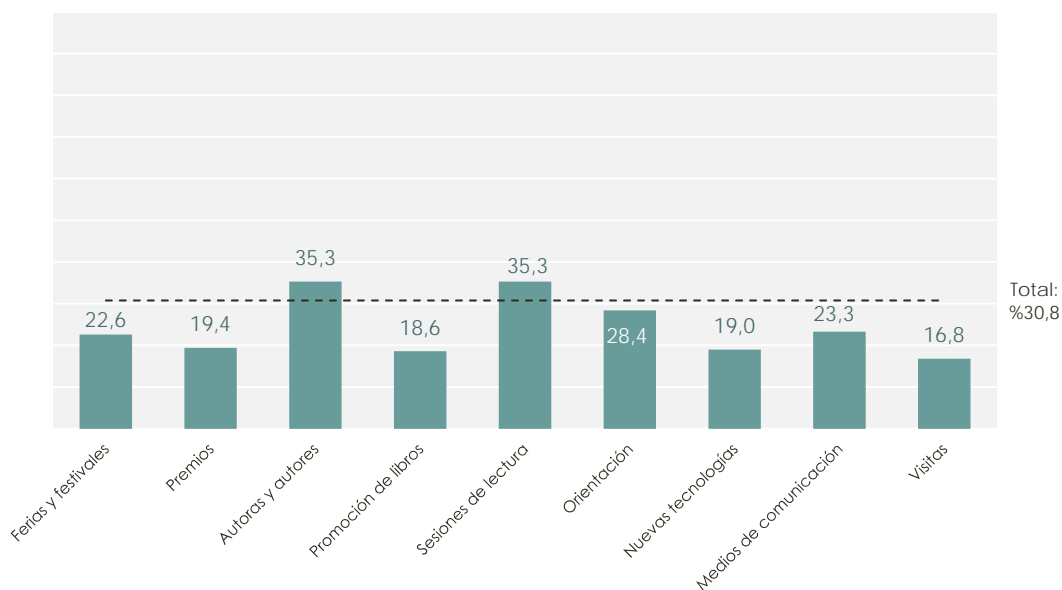
Por tipo de acción, la contratación de personal para la organización de sesiones de lectura y acciones relacionadas con autores y autoras también es superior a la media (35% para cada caso).

Gráfico 51. Contratación del personal para la organización de acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector (% de acciones donde se ha contratado a alguna persona)



Fuente: Siadeco, 2020.

Gráfico 52. Contratación del personal para la organización de acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector (% de acciones donde se ha contratado a alguna persona)



Fuente: Siadeco, 2020.

En cuanto al número de personas contratadas, se ha contratado una única persona en una de cada dos acciones en las que se ha indicado la contratación de alguna persona (66%). En algo más de una cuarta parte (27%) de las acciones se han contratado entre dos y cuatro personas para su organización.

Tabla 62. Acciones donde se ha contratado personal, según Abs personas contratadas y tipo de sector.

		1 persona	2 - 4 personas	5 - 10 personas	11 - 20 personas	Más de 20 personas	Total
Bibliotecas	Abs	215	78	19	7	2	321
	%	67,0	24,3	5,9	2,2	0,6	100,0
Educación	Abs	59	17	2	1	0	79
	%	74,7	21,5	2,5	1,3	0,0	100,0
Industria del libro	Abs	2	4	0	0	0	6
	%	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	100,0
Medios de comunicación	Abs	4	0	0	0	0	4
	%	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Asociaciones	Abs	11	15	1	0	0	27
	%	40,7	55,6	3,7	0,0	0,0	100,0
Entidades públicas	Abs	1	3	0	1	0	5
	%	20,0	60,0	0,0	20,0	0,0	100,0
Total	Abs	292	117	22	9	2	442
	%	66,1	26,5	5,0	2,0	0,5	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 63. Acciones donde se ha contratado personal, según Abs personas contratadas y tipo de acción.

		1 persona	2 - 4 personas	5 - 10 personas	11 - 20 personas	Más de 20 personas	Total
Ferias y festivales	Abs	10	17	5	0	1	33
	%	30,3	51,5	15,2	0,0	3,0	100,0
Premios	Abs	16	8	0	0	0	24
	%	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0
Autoras y autores	Abs	50	22	2	3	0	77
	%	64,9	28,6	2,6	3,9	0,0	100,0
Promoción de libros	Abs	14	9	1	0	0	24
	%	58,3	37,5	4,2	0,0	0,0	100,0
Sesiones de lectura	Abs	175	65	14	4	1	259
	%	67,6	25,1	5,4	1,5	0,4	100,0
Orientación	Abs	27	16	0	1	0	44
	%	61,4	36,4	0,0	2,3	0,0	100,0
Nuevas tecnologías	Abs	9	6	1	0	0	16
	%	56,3	37,5	6,3	0,0	0,0	100,0
Medios de comunicación	Abs	3	3	1	0	0	7
	%	42,9	42,9	14,3	0,0	0,0	100,0
Visitas	Abs	13	3	3	0	0	19
	%	68,4	15,8	15,8	0,0	0,0	100,0
Total	Abs	292	117	22	9	2	442
	%	66,1	26,5	5,0	2,0	0,5	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

4. Acciones de fomento de la lectura lúdica desde el punto de vista económico

Con el fin de analizar las acciones de fomento de lectura desde el punto de vista económico, se ha solicitado información relativa al presupuesto, financiación e ingresos propios para cada una de las acciones. En este apartado del informe, por una parte, se realizará el análisis individualizado de estas variables y al final del apartado se calculará el grado de autofinanciación de cada acción a partir de esas tres variables. Aunque se ha llegado a calcular el indicador del nivel de autofinanciación, hay que tener en cuenta que el número de agentes que han llegado a aportar información completa sobre las tres variables no ha sido muy alto.

4.1. Presupuesto de las acciones

Se ha recibido información sobre el presupuesto de la acción en un total de 945 acciones (66%). El presupuesto conjunto de todas las acciones es de 3 millones de euros, con una media de 3.175 euros por acción. Dado que el tipo de acciones que se organizan en los diferentes sectores y en los diferentes grupos de acciones son muy diferentes, también hay grandes diferencias en los presupuestos de los mismos. Las diferencias presupuestarias se pueden ver claramente en la tabla por sectores. Las Entidades Públicas, Medios de Comunicación y Asociaciones son los sectores con acciones de media más altas. Las acciones de la Industria del Libro también están por encima del presupuesto medio. Por debajo del presupuesto medio se encuentra el presupuesto de las acciones de las Bibliotecas, y con el presupuesto más bajo se encuentran las acciones de Familia y Educación.

Tabla 64. Presupuesto de las acciones de fomento de la lectura lúdica

Presupuesto Total	Acción con información presupuestaria Abs	Media del presupuesto (€/acción)
3.000.411,80 €	945	3.175,04 €

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 65. Presupuesto de las acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector.

Sector	Presupuesto Total	Presupuesto/Acción
Bibliotecas	1.286.720 €	2.078,7 €
Educación	77.524 €	293,7 €
Familia	1.129 €	564,6 €
Industria del libro	55.890 €	5.589,0 €
Medios de comunicación	292.561 €	58.512,1 €
Asociaciones	956.588 €	22.775,9 €
Entidades públicas	330.000 €	110.000,0 €
Total	3.000.412 €	3.175,0 €

Fuente: Siadeco, 2020.

En las actividades organizadas por las bibliotecas de Álava y Bizkaia el presupuesto es superior a la media, lo mismo ocurre con las actividades organizadas por los centros escolares de Álava y Bizkaia.

En cuanto al nivel municipal, las acciones de las capitales (en el caso de las bibliotecas y centros escolares) tienen un presupuesto superior al presupuesto medio del sector. En el caso de las bibliotecas, el presupuesto también es superior a la media en las bibliotecas municipales de más de 20.000 habitantes.

Tabla 66. Presupuesto de las acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector.

Sector	Araba		Bizkaia		Gipuzkoa		Total	
	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción
Bibliotecas	142.709 €	2.130,0 €	787.492 €	2.581,9 €	356.518 €	1.443,4 €	1.286.720 €	2.078,7 €
Educación	12.700 €	488,5 €	45.263 €	356,4 €	19.560 €	176,2 €	77.524 €	293,7 €
Familia	1.129 €	564,6 €	-	-	-	-	1.129 €	564,6 €
Industria del libro	-	-	55.450 €	9.241,7 €	440 €	110,0 €	55.890 €	5.589,0 €
Medios de comunicación	-	-	-	-	292.561 €	97.520,2 €	292.561 €	58.512,1 €
Asociaciones	-	-	210.579 €	35.096,5 €	746.010 €	20.722,5 €	956.588 €	22.775,9 €
Entidades públicas	330.000 €	110.000,0 €	-	-	-	-	330.000 €	110.000,0 €
Total	486.538 €	4.865,4 €	1.098.785 €	2.474,7 €	1.415.089 €	3.528,9 €	3.000.412 €	3.175,0 €

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 67. Presupuesto de las acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector.

Sector	< 5.000 habitantes		5.000 – 20.00 habitantes		> 20.000 habitantes		Capitales		Total	
	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción	Presupuesto Total	Presupuesto/ Acción
Bibliotecas	180.845 €	714,8 €	251.291 €	1.087,8 €	563.307 €	6.057,1 €	291.277 €	6.935,2 €	1.286.720 €	2.078,7 €
Educación	23.128 €	285,5 €	8.146 €	162,9 €	15.743 €	253,9 €	30.507 €	429,7 €	77.524 €	293,7 €
Familia	-	-	-	-	-	-	1.129 €	564,6 €	1.129 €	564,6 €
Industria del libro	-	-	200 €	200,0 €	50 €	25,0 €	55.640 €	7.948,6 €	55.890 €	5.589,0 €
Medios de comunicación	1.500 €	1.500,0 €	278.061 €	278.060,7 €	-	-	13.000 €	4.333,3 €	292.561 €	58.512,1 €
Asociaciones	3.500 €	1.750,0 €	45.031 €	5.628,9 €	114.510 €	11.451,0 €	793.547 €	36.070,3 €	956.588 €	22.775,9 €
Entidades públicas	-	-	-	-	-	-	330.000 €	110.000,0 €	330.000 €	110.000,0 €
Total	208.973 €	620,1 €	582.728 €	2.002,5 €	693.610 €	4.153,4 €	1.515.101 €	10.100,7 €	3.000.412 €	3.175,0 €

Fuente: Siadeco, 2020.

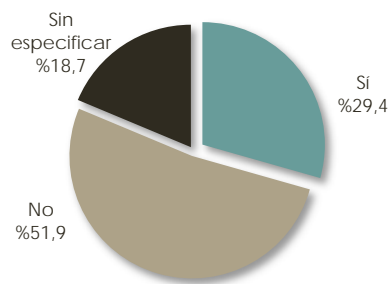
4.2. Financiación de las acciones

En 422 acciones (29%) se ha indicado que se recibe financiación de un agente externo para llevar a cabo la acción.

El porcentaje de los que señalan que la acción ha recibido alguna financiación es significativamente mayor en el sector asociativo: 8 de cada 10 acciones que se agrupan en este sector han recibido alguna financiación (42 acciones, 81%).

El porcentaje de acciones que reciben financiación en el sector Bibliotecario, Familiar e Instituciones Públicas se sitúa entre el 30% y el 40% (38%, 33% y 31%, respectivamente).

Gráfico 53. Acciones que han recibido financiación de otras entidades o asociaciones (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 68. Acciones que han recibido financiación de otras entidades o asociaciones según tipo de sector.

Sector	Sí		No		Sin especificar		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Bibliotecas	285	38,2	335	44,8	127	17,0	747	100,0
Educación	82	15,0	361	65,9	105	19,2	548	100,0
Familia	1	33,3	1	33,3	1	33,3	3	100,0
Industria del libro	5	9,1	37	67,3	13	23,6	55	100,0
Medios de comunicación	2	13,3	2	13,3	11	73,3	15	100,0
Asociaciones	42	80,8	3	5,8	7	13,5	52	100,0
Entidades públicas	5	31,3	6	37,5	5	31,3	16	100,0
Total	422	29,4	745	51,9	269	18,7	1436	100,0

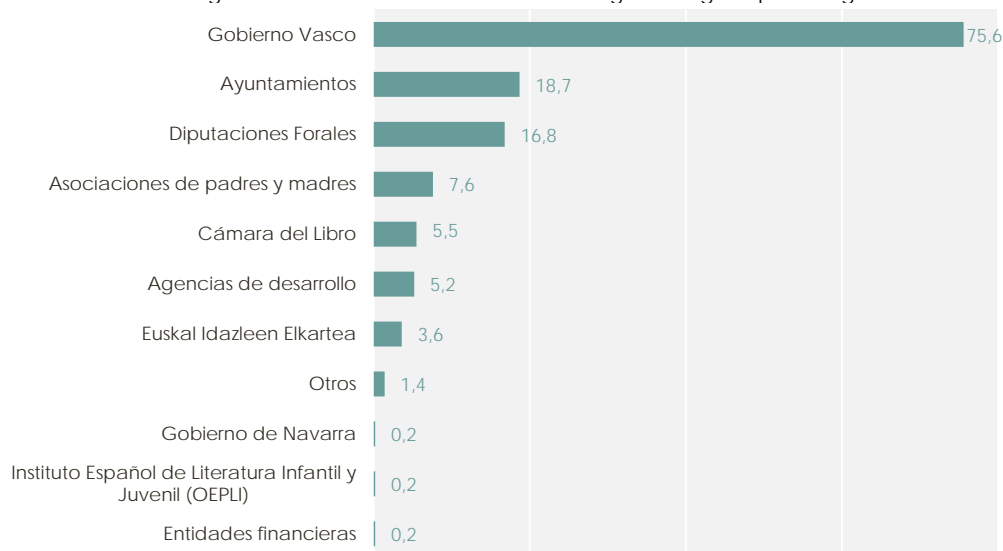
Fuente: Siadeco, 2020.

Además de preguntar si se recibe o no financiación para la organización de la acción también se ha preguntado de qué entidad se ha recibido dicha financiación.

El análisis global de los datos muestra que las instituciones públicas son las principales fuentes de financiación de las acciones de promoción de la lectura organizadas en la CAE. Entre ellos destaca el Gobierno Vasco, con más de tres cuartas partes de las acciones financiadas (76%). El 19% de las acciones están financiadas por los ayuntamientos y el 17% por las diputaciones forales.

Las asociaciones de padres y madres también aparecen como responsables de la financiación de las acciones (8%), así como la Cámara del Libro (6%), las agencias de desarrollo (5%), Euskal Idazleen Elkartea (4%) y en un nivel inferior el Gobierno de Navarra, el Instituto Español de Literatura Infantil y Juvenil (OEPLI) y alguna entidad financiera.

Gráfico 54. Acciones organizadas en colaboración con otro agente según tipo de agente.



Fuente: Siadeco, 2020.

Si nos centramos en los sectores con mayor número de acciones financiadas:

- Bibliotecas: la principal fuente de financiación de las bibliotecas vascas es el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco. Detrás de esto se encuentra el programa de subvenciones para el fomento de la lectura que anualmente saca el Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco⁴ (programa subvencional que en 2019 destinó 260.000 euros a las bibliotecas de la CAPV).
- Educación: también en este sector la principal fuente de financiación es el Gobierno Vasco, pero en este caso aparecen los programas que se derivan desde el Departamento de Educación (ayuda Nolega⁵, etc.).
- En el caso de las asociaciones, son dos las principales fuentes de financiación: el Gobierno Vasco (el 45% de las acciones que organizan las asociaciones y que reciben financiación han sido financiadas por el Gobierno Vasco) y los ayuntamientos (el 41%).

Tabla 69. Acciones que han recibido financiación de otras entidades o asociaciones, según tipo de sector y entidad financiera.

	Bibliotecas		Educación		Familia		Industria del libro		Medios de comunicación		Asociaciones		Entidades públicas		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Gobierno Vasco – Departamento de Cultura	251	88,1	3	3,7	1	100,0	1	20,0	2	100,0	16	38,1	4	80,0	278	65,9
Gobierno Vasco – Departamento de Educación	0	0,0	38	46,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,1	0	0,0	41	9,7
Gobierno de Navarra	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4	0	0,0	1	0,2
Diputaciones Forales	48	16,8	1	1,2	0	0,0	1	20,0	0	0,0	21	50	0	0,0	71	16,8
Ayuntamientos	32	11,2	27	32,9	0	0,0	2	40,0	0	0,0	17	40,5	1	20,0	79	18,7
Agencias de desarrollo	22	7,7	0	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	22	5,2
Euskal Idazleen Elkartea	6	2,1	8	9,8	0	0,0	1	20,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	3,6
Cámara del Libro	23	8,1	0	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	5,5
Instituto Español de Literatura Infantil y Juvenil (OEPLI)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4	0	0,0	1	0,2
Entidades financieras	1	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Asociaciones de padres y madres	23	8,1	9	11	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	32	7,6
Otros	5	1,8	1	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	1,4
Total	285		82		1		5		2		42		5		422	

Fuente: Siadeco, 2020.

⁴ Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco – *Subvenciones para la promoción de la lectura y el uso de los servicios de las bibliotecas públicas integradas en la Red de Lectura Pública de Euskadi*

⁵ Departamento de Educación del Gobierno Vasco - *Ayudas de NOLEGA para la euskaldunización del ámbito escolar.*

En cuanto a la cuantía de la financiación, el nivel de respuesta baja considerablemente. De las acciones que declaran haber recibido financiación, 192 han informado del importe de la misma (45%).

Financiación media recibida por acción en función de la información recibida:

Tabla 70. Cuantía de la financiación recibida según tipo de sector.

Sector	Cuantía de la financiación
Bibliotecas	116.545 €
Educación	12.755 €
Asociaciones	610.839 €
Total	740.140 €

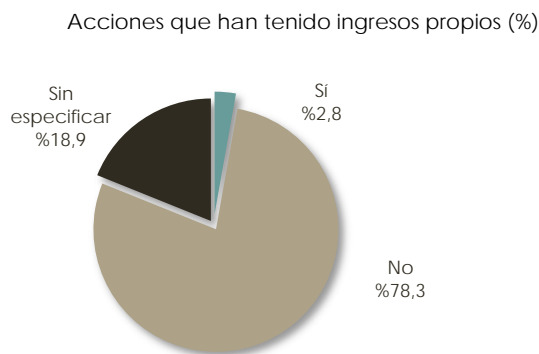
Fuente: Siadeco, 2020.

4.3. Ingresos propios

Se entiende por ingreso propio cuando se trata de ingresos derivados de la actividad de una acción, es decir, se trata de ingresos obtenidos a través de la venta de entradas, etc.

En cuanto a los ingresos propios, el 2% de las acciones han tenido ingresos propios, siendo las acciones del sector asociativo las que predominan por tener este tipo de ingresos.

En total, los diferentes agentes han recibido mediante ingresos propios 361.068 euros en acciones de promoción de la lectura.



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 71. Acciones que han recibido financiación de otras entidades o asociaciones según tipo de sector.

Sector	Sí		No		Sin especificar		Total	
	Abs	%	Abs	%	Abs	%	Abs	%
Bibliotecas	11	1,5	633	84,7	103	13,8	747	100,0
Educación	7	1,3	414	75,5	127	23,2	548	100,0
Familia	0	0,0	3	100,0	0	0,0	3	100,0
Industria del libro	1	1,8	37	67,3	17	30,9	55	100,0
Medios de comunicación	1	6,7	4	26,7	10	66,7	15	100,0
Asociaciones	13	25,0	21	40,4	18	34,6	52	100,0
Entidades públicas	0	0,0	12	75,0	4	25,0	16	100,0
Total	33	2,3	1124	78,3	279	19,4	1436	100,0

Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 72. Acciones que han recibido financiación de otras entidades o asociaciones según tipo de sector.

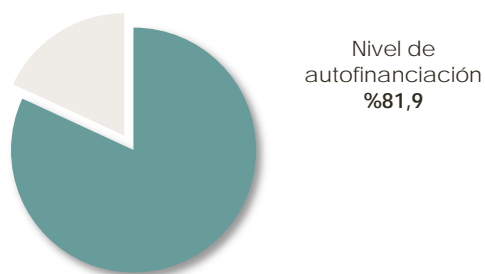
Sector	Cuantía de los ingresos propios
Bibliotecas	12.665 €
Educación	3.750 €
Medios de comunicación	191.416 €
Asociaciones	151.437 €
Industria del libro	1.800 €
Total	361.068 €

Fuente: Siadeco, 2020.

4.4. Nivel de autofinanciación

El grado de autofinanciación de las acciones que se organizan para fomentar la lectura lúdica en la CAPV es del 82%. Es decir, financian esa parte del presupuesto de estas acciones con sus propios recursos. El nivel de autofinanciación se reduce al 40% en el sector asociativo, donde los agentes de este sector necesitan el apoyo de agentes externos (financiación) para organizar acciones de fomento de la lectura. El grado de autofinanciación es del 84% en el caso de las Bibliotecas y del 87% en el caso de los centros educativos.

Gráfico 55. Nivel de autofinanciación de las acciones para fomentar la lectura lúdica (%)



Fuente: Siadeco, 2020.

Tabla 73. Nivel de autofinanciación de las acciones para fomentar la lectura lúdica según tipo de sector.

Sector	Nivel de autofinanciación (%)	Acción Abs
Bibliotecas	83,8	470
Educación	86,8	126
Familia	100,0	2
Industria del libro	100,0	9
Asociaciones	39,6	41
Medios de comunicación	77,1	3
Entidades públicas	100,0	1
Total	81,9	652

Fuente: Siadeco, 2020.

5. Participación en acciones de fomento de la lectura lúdica

Las acciones de fomento de la lectura lúdica organizadas en Euskadi en 2019 han contado con un total de 285 mil participantes. El número de participantes por cada acción organizada ha sido de 301 personas.

Tabla 73. Participación en acciones de fomento de la lectura lúdica.

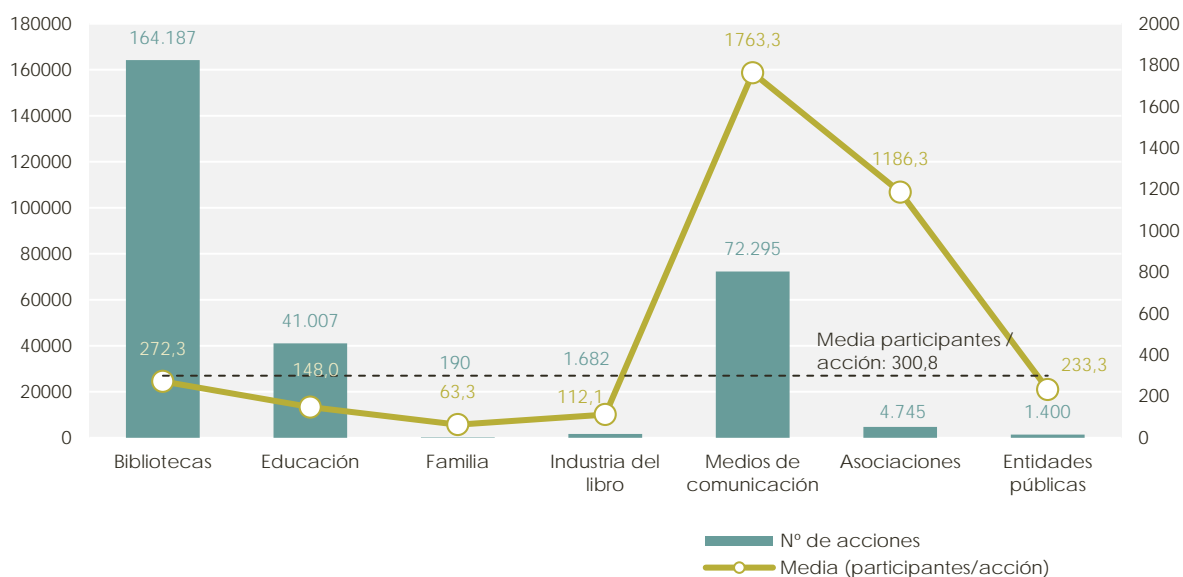
Participantes Abs	Acción Abs	Participación media (Participantes/ acción)
285.506	949	300,8

Fuente: Siadeco, 2020.

En función del sector organizador de la acción hay grandes diferencias en el número total de participantes. El sector más participativo es el de las bibliotecas, con 164 mil participantes. Le sigue el sector de los Medios de Comunicación con 72 mil participantes, seguido del sector de Educación con 41 mil participantes en total.

En cuanto al número de participantes de cada acción, destaca la participación media en las actividades organizadas por los Medios de comunicación y las Asociaciones (1.763 y 1.186 participantes, respectivamente). La participación media en las Bibliotecas es de 272 personas y en Educación de 148.

Gráfico 56. Participación en acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de sector.



Fuente: Siadeco, 2020.

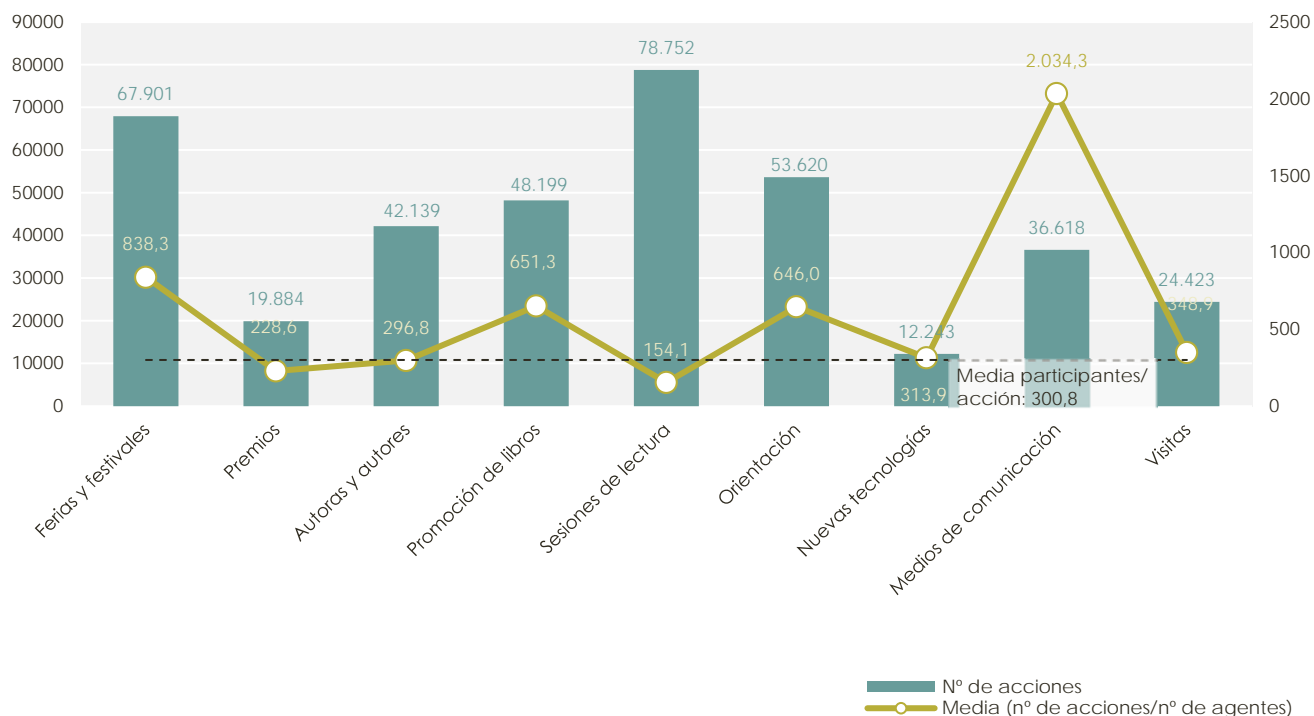
En cuanto al tipo de acción, las sesiones de Lectura son las actividades con mayor número de participantes, con un total de 79 mil personas. El número de participantes en ferias y festivales ha sido de 68 miles.

En acciones de Orientación han participado 54 mil personas, 48 mil personas en promoción de libros y 42 mil personas en acciones relacionadas con autoras y autores. Le siguen las acciones de los Medios de Comunicación (37 mil personas), Visitas (24 mil personas) y Premios (20 mil personas).

Y por último tenemos nuevas tecnologías: con 12 mil participantes.

En cuanto al número medio de participantes por acción, en el caso de los Medios de Comunicación esta cifra es muy alta, con 2.034 participantes por acción. Por encima de la media se sitúan las Ferias y Festivales (838 participantes por acción), Promoción de Libros (651 participantes por acción), Orientación (646 participantes por acción), Visitas (346,9 participantes por acción) y Nuevas Tecnologías (313,9 participantes por acción). El ratio de participantes por acción más bajo es el de las sesiones de lectura, con 154 participantes por acción.

Gráfico 57. Participación en acciones de fomento de la lectura lúdica según tipo de acción.



Fuente: Siadeco, 2020.



6. Valoración de las actividades para la promoción de la lectura lúdica

6.1. Ferias y festivales

Se trata de actividades consolidadas que, en la mayoría de los casos, se llevan a cabo con determinada frecuencia, por ejemplo, en verano o durante las navidades. Desde las bibliotecas señalan que, normalmente, sirven para atraer a quienes no tienen la costumbre de acercarse a las bibliotecas y para dar a conocer, de ese modo, la oferta de la biblioteca.

En cuanto a las dificultades, destacan el esfuerzo necesario para mantener la salud y la motivación de la iniciativa, o la complicación que supone querer organizar eventos multitudinarios con el menor presupuesto posible. Para la industria del libro y las asociaciones, las dificultades son, sobre todo, de carácter económico. Aunque reconocen el éxito y la eficacia de los proyectos, destacan la falta de financiación para llevarlos a cabo.

Bibliotecas

Actividad plenamente consolidada

Tradizio handiko jarduera da eta horrela ziurtatzen dugu liburutegia eta bere zerbitzuen ezagupena

Balorazio positiboa. Liburutegira gerturatzeko ez den jendeak, liburutegian aurkitu dezakeena ezagutarazteko balio du

Ekimenaren balorazioa oso ona da. Parte hartze zabala izaten dugu. Umeentzako oso ekimen dibertigarria izaten ohi da. Zailtasunak : ekimena osasuntsu mantentzea eta motibazioa mantentzea ez da erraza

Es una actividad que organizamos todos los meses de julio, con una gran acogida y que no nos supone mucho trabajo extra

Las dificultades fueron las propias que suponen la realización de actos con el mínimo presupuesto posible y a los que acude un número importante de público

Gabonetako oportetan urtero eskaintzen da estilo honetako ekitaldiak, eta herritarrei atsegina gertatzen zaie

Las dificultades para organizar el encuentro fueron las propias con las que te puedes encontrar cuando se trata de realizar una actividad cultural con el mínimo gasto económico posible

Educación

Durangoko Azokarako txangoa estimatzen dute

Ikasle gehienekin joan ginen azokara. Hobeto talde murriztuan joan

Herrian bertan punta puntako idazle eta literatur gaiekin harreman zuzena eta esperientzia aberatsa

Kanpoko idazleak etortzea oso interesgarria da

La principal dificultad ha sido la falta de horas para poder cumplir con los objetivos de las evaluaciones. No siempre se puede dedicar el tiempo necesario a estas actividades que no están dentro del currículo

Industria del libro

Gran aceptación de público / Limitaciones económicas

La mayor dificultad es la económica, no recibir ayudas

Asociaciones

Zailtasunak: ekintzarako hartzen diren diru-laguntza eskasak.

6.2. Certámenes

Los premios y certámenes también son proyectos bastante estabilizados, tal y como han señalado las personas informantes. Una de las razones es la colaboración entre los agentes organizadores, por ejemplo, entre asociaciones y centros educativos. Al tratarse de iniciativas de participación voluntaria, quienes se animan a presentarse suelen tener una motivación especial. Pero no es menos cierto que, en términos cuantitativos, los certámenes no suelen ser multitudinarios. Las personas informantes subrayan la dificultad que entraña atraer la participación de la juventud, que se decanta por otros estímulos y otras opciones de ocio. En ese sentido, desde los centros educativos señalan que una forma de atraer la atención de la juventud consiste en ofrecerles la posibilidad de formar parte del jurado.

Bibliotecas

Urte asko martxan daramatzen proiektua izanik, erraza da aurrera eramatea, ohitura sortu delako

Es una actividad muy rodada y la biblioteca sabe en todo momento cómo gestionar su participación

Ona izan da, batez ere umeen artean, askok hartzen dute parte, gazteen partaidetza asko murriztu da, idazteko zaletasuna gaur egun gero eta eskasagoa da, teknologien eragina nabarmen antzeman da

Gazteak motibatzea sormena erabil dezaten baina gazteak motibatzen oso zaila da

Educación

Haurren esku geratzen da parte hartzea, ez da derrigorrezkoa. Beraz, baiezkoa erabakitzen dutenak motibatuak egoten dira eta gogotsu egiten dute lana. Baina era berean, parte hartzaileen kopurua ez da handia izaten

Zailtasunak daude ikasleak motibatzen

Ikasleek epaimahaikide izatea gustora hartzen dute, motibagarria da

Lan handia suposatzen duen ekintza da. Dena den, oso baliogarria. Eta hala ere, etekin gehiago ateratzen saiatu behar dugu

Oso ondo antolatu beharra dago

Asociaciones

Gure jardueran zein herrian ondo errotutako ekintza da

Urteetan garatzen dihardugun ekimena da

Idazketa gutxi lantzen da eta sarri alboratuta dago Irakurketa Plan desberdinetan. Halere, idaztea oso baliabide garrantzitsua da eta zer ikusia handia du irakurzaletasunarekin

Irakurzaletasuna eta sormenaren lanketak ez dituzte euren garairik onenak bizi, inoiz bizi izan badituzte, eta horrenbestez gazteak parte hartzera erakartzea ez da erraza izaten

Ikastetxeen laguntza ere aise lortzen dugu lanak epaitzeko

Oso garrantzitsua da ikastetxeekin dugun elkarlana eta koordinazioa eta lehiaketak berez duen prestigioa

6.3. Autores/as

Las personas informantes valoran positivamente las acciones relacionadas con la invitación de autores y autoras. En el caso de las bibliotecas, señalan que son sesiones que tienen una gran influencia en la imagen de la biblioteca, que, de alguna forma, también sirven como ejercicio de marketing. En ese sentido, destacan la importancia que tiene una comunicación adecuada.

Desde los centros escolares detallan que, dependiendo del autor o autora, el resultado puede variar considerablemente: hay quienes preparan sesiones dinámicas y participativas, pero, en otras sesiones, el papel de las niñas y los niños es mucho más pasivo.

Bibliotecas

Balorazio oso positiboa izan da. Egile arrakastatsuek jendearen gogoia pizten dute, haien lanekin identifikatzen dira asko, eta, horregatik, oso solasaldi interesgarriak izaten dira

Ez dute baliabide gehiegirik behar, eta ekintzaren parte-hartzea bermatuta egoten da

Liburutegiaren imajinari zuzenki lotzen diren ekintzak dira eta liburutegiko zerbitzuaren marketing ezin hobea egiteko balio dute

Ekintza erakargarria egitea dela zailena, horretarako oso ondo antolatu behar duzu aurreko eguneko propaganda.

Euskarazko saioetara datorren jende kopurua txikiagoa da, batzuetan oso txikia. Urteak daramagu gai hau lantzen baiian oraindik ez dugu aurrerapen handirik lortu

Educación

Hainbat urteetan egiten gabiltzan ekintza da. Oso aberasgarria da eta ikasleak, liburuak irakurri ondoren, idazlearekin egoteko posibilitatea edukitzea oso ondo baloratzen dute

Oso ondo baloratzen den ekintza da. Idazleekin harreman zuzena izateak asko laguntzen du.

Idazlearen arabera, berak ikasleekin hitz egiteko dakarten gogoaren arabera. Batzuk monologoa bota eta badoaz

Ona, baina etortzen den idazle/marrazkilariaren arabera izaten da

6.4. Promoción de libros

Señalan que los libros nuevos siempre resultan atractivos, que las personas lectoras los reciben con gusto. Por ello, además de para fomentar la afición a la lectura, las actividades de este tipo también sirven como acicate para la venta de libros. En cuanto a su organización, subrayan la importancia de una adecuada colaboración entre distintos agentes.

Bibliotecas

Jendeak gustora hartzen du gu bertara joan eta liburuak eramatea. Gustora hartzen dituzte liburu berriak

En ocasiones tenemos dificultades para conseguir los lotes de libros en préstamo interbibliotecario

Euskaraz irakurtzeko ohitura bultzatzeko interesgarria dela iruditzen zaigu

Irakurketa bultzatzeaz gain, euskaraz argitaratzen diren liburuen salmentarako lagungarria da

Educación

Ezinbesteko koordinazio egoki bat behar da. Udal liburutegia eta bere arduraduna beti ditugu prest elkarlanerako

Koordinazio lan handia behar du eta zuzendaritzatik egiten da

Asociaciones

Egitasmoa defizitarioa da ekonomikoki baina elkarrekin asumitzen du proiektu estrategikoa delako

Jarduera defizitarioa da baina elkarrekin egitasmoa estrategikoa

6.5. Sesiones de lectura

Señalan que son proyectos de éxito entre los niños y niñas y sus familias. Que tienen mayores dificultades, en cambio, para atraer a la juventud. Desde los centros escolares destacan la importancia de la implicación del profesorado.

También hay asociaciones que organizan sesiones de lectura, y destacan, por ejemplo, la importancia de acertar con una adecuada elección del texto.

Bibliotecas

Balorazioa oso positiboa da. Hurrei dagokionez, liburuen munduan eta ahozko kontaketen munduan sartzea lortzen dugu ekintza hauekin, eta , era berean, liburutegia ezagutzeko aukera ezin hobea da

El boca a boca es lo que ha animado a la gente a participar. Dificultad para que una franja de edad más joven sin llegar a ser infantil-juvenil se anime a participar

Interesgarria da familia osoak ekimen batean parte hartzea. Haurrak poz-pozik irtetzen dira saioetatik

Las sesiones destinadas al público infantil tienen mucho éxito y de ahí la alta participación

Educación

Hay alumnos que no se implican en la actividad. Algunos profesores no acaban de dar a la actividad la importancia que merece

Zailtasunak izaten dira ,irakaslea topatzea horren ardura hartzen duena

Zailena ekintzak daramatzen kostoa asumitzea da. Urtean behin egiten bada eskolak bere gain har dezake, bestela zaila izaten da

Asociaciones

Literatura tertuliak erakargarri egiteko, parte-hartzaileen iritziak kontuan hartzea ezinbestekoa da; horrez gainera, kalitateko liburuak aukeratzen ahalegintzen gara, beti ere egitasmoa ahalik eta erakargarrien egiteko; parte-hartzaileen adina eta sexua ere kontuan hartzen ditugu, eskaintza ahalik eta zabalena eta irekiena izan dadin

Adina, hizkuntza gaitasuna, kultur ekitaldietarako ohiturak...horiek guztiak kontuan izan behar literatura jarduera bat antolatzeko. Batzuetan erraza da aurreikusten nor etorriko den gurera, beste batzuetan ez da jakiten nor joango den eta itsu-itsuan ari garela iruditzen zaigu

6.6. Orientación

En las bibliotecas, la orientación tiene una doble función, se podría decir que es bidireccional. Por un lado, se dan recomendaciones a las personas usuarias, y estas, a su vez, informan a la biblioteca sobre el estado de los libros y sobre las actualizaciones o restauraciones necesarias. En el caso de las guías de lectura, queda patente la importancia de una adecuada elección de los textos. Desde los centros escolares también destacan que, muchas veces, las iniciativas de este tipo no obtienen la respuesta esperada por parte de las familias.

Bibliotecas

Erabiltzaileak eskertzen ditu irakurketa gomendioak, eta guri ondo datorkigu gure bilduma osatzeko, liburuen egoera banan-banan ezagutu eta ale zaharrak aldatzeko

Aukeraketa bat egin behar da, alegia zein dokumentu aurkeztu gidan, eta askotan bat edo bestearen artean zalantzak izaten dira

La dificultad mayor es la selección de los libros para que resulte atractiva a l@s lectores y la reposición continua del fondo que se expone para que a pesar del préstamo la actividad siga ofreciendo contenido

Educación

Baliagarriak izango zaizkigun ideia interesgarriak hartu ditugu

Familia batzuk erabiltzen dute gure zerrenda gida moduan, gehienek ez

Familia partaidetza beti ez da nahi duguna

Gurasoekin batzuetan harremana ez da erraza

Los alumnos de primer ciclo son más receptivos a esta actividad y colaboran con más entusiasmo

6.7. Nuevas tecnologías

El cebo de las nuevas tecnologías suele resultar de gran utilidad para atraer el interés de los jóvenes y, en el caso de las bibliotecas, para conseguir nuevos usuarios.

Bibliotecas

Adin honetakoen artean tresna digitalak sortzen duten interesari esker oso erraza izan zan jardueran sartzea eta parte hartze handia sortu zen

Institutarekin batera antolaturiko ekintza izanik gazteen partaidetza bermatzen da

Nahiz eta saioak oso neketsuak izan (gazteak inplikatzek ahalegin bat eskatzen du) emaitza oso positiboa da. Bere interesa piztea lortzen dugu eta erabiltzaile berriak irabazten ditugu

Urtero egiten dugunez, jendeak doan lortu nahi du E-readera, eta E-liburutegiaren erabilera sustatzen dugu, liburu elektronikoen deskargak igo egin direlarik

6.8. Medios de comunicación

Para las bibliotecas, los medios de comunicación pueden ser un canal útil para dar visibilidad a su actividad. Además, también puede ser una forma de generar vínculos con otros agentes del entorno.

Bibliotecas

Irratiko entzuleei irakurtzeko gonbidapena luzatu eta gure liburutegiari bisibildade pixkat ematea

Liburutegiko propaganda egiteaz gain herriko beste talde batekin ere harremana sendotzen dugu

6.9. Visitas

Desde las bibliotecas han destacado el éxito de las visitas que se realizan con niños pequeños, especialmente, por su interés y curiosidad. Por su parte, los centros escolares también valoran positivamente las visitas a la biblioteca. Se pone de manifiesto la importancia de una buena relación biblioteca-escuela. Con relación a los grupos de adultos, aunque resulta más complicado formar los grupos, explican que las personas participantes reciben información muy práctica.

Bibliotecas

Bai hurrekin eta helduekin oso aberasgarria da. Hurrek galdera asko egiten dituzte, eta liburutegian aurkitu dezaketenez jabetzen dira. Helduen kasuan, taldeak osatzen gehixeago kostatzen da, baina liburutegian egin ditzaketen gauzak azaltzean, erabiltzaile bezala gauza asko ikasten dituzte

Orokorrean 4-6 bitarteko hurrekin lan erraza da: oso positiboak, inkitiboak eta jakin-mina handikoak. Gerora irakurzaletasuna neurtzea edota baloratzea beste kontu bat da

Valoramos muy positivamente esta actividad. Entendemos que trabajar directamente con la escuela es algo muy importante, que ayuda a difundir los recursos que las bibliotecas públicas ponen a disposición de sus lectoras y lectores, a conocer cómo está organizada una biblioteca y a poner en contacto las fuentes de información

Positiboa. Bisitan etorri diren eta liburutegia ezagutzen ez zuten batzuk liburutegira bueltatzea eta erabiltzea lortzen dugulako

Oso erraza da koordinazioa ikastetxeekin, hainbat urteko elkarlanari esker

Educación

Harreman estua dugu liburutegiarekin eta ikasleek gustuko dituzten liburuak nola topatu, argitaratutako ale berriak ezagutu eta liburutegira beren kabuz joateko bidea errazten duen gertutasuna ematen dute bertako arduradunek.

Ikasleei liburutegia ezagutzeko eta bere funtzionamendua nolakoa den jakiteko aukera paregabea eskaintzen die

Oso balorazio ona egiten dugu. Gehiena udal liburutegiak egiten du eta guk egin beharreko bakarra ikasleak hara eramatea da



B. Análisis cualitativo sobre la promoción de la lectura lúdica

7. Definición de la promoción de la lectura lúdica

7.1. Bibliotecas

Al pedirles una definición de la lectura lúdica, en muchos casos, las personas interlocutoras han optado por definir, de alguna forma, la propia afición a la lectura: la decisión consciente de leer en el tiempo de ocio, buscando el placer o el disfrute que provoca la lectura, por sí misma. Señalan que se necesita tiempo para disfrutar con la lectura y que, además, se consigue con ciertos niveles de comprensión y velocidad de lectura. Hay quien lo denomina *autonomía lectora*.

Han asegurado que la consecución de esta autonomía requiere de un proceso de aprendizaje, en el cual han situado las labores de fomento de la lectura, entendiendo que la transmisión de la lectura como actividad lúdica y entretenida sienta las bases de un buen hábito lector. Han relacionado la lectura con la sabiduría, la cultura, la información, la empatía, la imaginación, la creatividad y la concentración, entre otros aspectos. También con la lectura de textos diversos y con distintas finalidades.

En cuanto al fomento de la lectura, señalan que se puede hacer tanto a través de los propios servicios de la biblioteca como de las acciones que se organizan desde la misma, y que tienen como objetivo no solo atraer a las personas usuarias de la biblioteca, sino también a las que no lo son. Señalan que no debiera haber límites de género, raza, religión, edad o nivel social. En cuanto a la edad, no obstante, en muchos casos han relacionado la promoción de la lectura con la población infantil y juvenil. También han reconocido una especial importancia al fomento de la lectura entre los grupos más desprotegidos o vulnerables.

Además, aseguran que la promoción de la lectura se puede hacer utilizando otros recursos distintos a la propia lectura, o creando un ambiente y una animación propicios para la lectura. Asimismo, subrayan la importancia del factor de la participación, y que, en ese sentido, hay que tener en cuenta la naturaleza y las características de cada biblioteca. Más allá de la atracción de nuevos lectores, indican que las acciones que se organizan también tienen como objetivo la socialización de quienes ya lo son. De esta forma, remarcan la importancia de las actividades orientadas a comentar libros o a compartir reflexiones sobre aquello que se ha leído.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

La decisión consciente de leer dentro del tiempo de ocio o tiempo libre, buscando en ello el goce o placer de la lectura en sí misma

Irakurtzeko gogoia piztea da. Irakurtzea ohitura aberatsa, denbora-pasa entretenigarria, emozioz betetako bidaia... izan daiteke.

Leer es un placer que se aprende a disfrutar con el tiempo, cuando se adquiere cierto nivel de comprensión y rapidez lectora. Ello requiere una etapa de aprendizaje, en la que el fomento de la lectura como algo lúdico, entretenido, que despierte la curiosidad de lector es fundamental para asentar las bases de un futuro gran lector

Irakurtzeaz gozatu eta aldi berean gure jakinduria asetzen lagunduko digun tresna da irakurzaletasuna.

Gure irudimena, sormena, amets bidea da irakurzaletasuna.

Era askotako testuak gero eta modu autonomoagoan eta askotariko helburuekin irakurtzeko ohitura sustatzea da irakurzaletasunaren xedea.

Irakurketa informaziora eta kulturara iristeko bitarteko garrantzitsuenetako bat da. Gainera, enpatia, irudimena eta konzentrazioa garatzen ditu, eta askatasun jarduera bat da. Irakurzaletasuna sustatzea pertsonen artean zabaltzea da, horretara erakartzea eta bidean laguntzea

La lectura lúdica es una de las variantes de lectura personal que sirve a la persona para leer por placer, lo que le gusta, lo que le interesa. Pero sin desvincularla del hecho de su valor educativo, social y de autoformación en valores y comprensión lectora que redundan en beneficio del resto de ámbitos de la vida diaria

Un conjunto de actividades que favorecen el interés por la lectura

Una forma de promocionar la lectura entre los usuarios y de atraer a no usuarios habituales a actos culturales y de lectura

Irakurzaletasuna bultzatzea bai Liburutegiko zerbitzuekin bai Liburutegitik antolatzen diren ekintzeekin

Adin maila bateko pertsonengan irakurzaletasuna pizteko baliabideak jartzea. Irakurtzeko zaletasuna pizten saiatzea irakurketa ez den beste baliabide batzuten bitartez

Edozein ekintza herritarak irakurtzera bultzatuko dituen

Jendea irakurtzea erakargarri egitea eta horretarako motibatuta sentitzea

Cualquier actividad encaminada a que las personas, independientemente de su edad, descubran el placer de leer, en cualquier soporte, sobre cualquier tema,...

Jendeak irakurri dezan sortu dezakegun giroa sustatzea

Relacionar las actividades de carácter lúdico con la lectura

Desarrollar el gusto y hábito por la lectura, como una de las actividades más interesantes para el tiempo de ocio.

El fomento de la lectura lúdica ha de ser un programa de actividades para todas las edades, que tengan carácter participativo y cuyo objetivo sea animar el texto, el libro, las bibliotecas, pero utilizando estrategias divertidas, participativas, para acercar al libro de manera activa y gratificante, como una actividad de ocio y diversión.

Liburutegietako erabiltzaileak eta (batez ere) bertako erabiltzaileak ez direnak erakartzeko prozedura multzoa, beti ere, irakurzaletasunetik abiatuta eta biblioteka bakoitzaren izaera eta ezaugarriak kontutan hartuta

Irakurtzeko grina sortu, bultzatu eta ahalmentzea

La implementación de una serie de estrategias diseñadas que permita en un ambiente propicio (grato, amigable), la creación de dinámicas que ayuden en el proceso de aprendizaje

Jendeak irakurtzea pribilegio bat bezala ikustea eta horrekin batera erabiltzea eta irakuriz eta idatziz disfrutatzea

Irakurzaletasuna bultzatzeko zenbait saio edo ekitaldi antolatzea. Pertsona edo talde bati erakustea irakurtzearen garrantzia

Se trata de promover la lectura mediante actividades que resulten entretenidas a los participantes

Jende guztiari kulturaren eta irakurketaren ateak zabaltzea, bakoitzaren genero, arraza, erlijio, adin edo maila soziala kontutan izan gabe

Irakurtzeko ohitura sustatzea da. Irakurri irakurtzeagatik, norberaren buruarekin gustura sentitzeko helburuz egiten den plazerezko irakurketan, irakurketaren plazera umei eta gazteei heleraztea

Liburuak irakurri, eta zaletasuna konpartituz, ikuspegi eta ezagutza zabaltzea

Irakurle berriak sortzeko eta ohitura duten irakurleak irakurketaren bidez sozialezatzeko egiten diren aktibitateen bilduma

Para que funcione y realmente la participación debe ser voluntaria, realizándose de forma divertida, creativa y no competitiva. Pero a su vez necesaria el acercar esta posibilidad a los sectores mas desfavorecidos

Con la realizaciones de exposiciones temáticas para presentarlas en bibliotecas creamos intriga, provocamos misterio y sorprendemos con la lectura, niños y niñas verán aumentada su curiosidad por leer

Una actividad en la que se anima a la gente a comentar lecturas. También es una actividad en la que la gente se reúne y comenta

El fomento de la lectura lúdica es impulsar la lectura fuera del aula, fuera de la enseñanza. Sería fomentar la lectura como ocio

7.2. Industria del libro

Algunos de los interlocutores de la industria del libro han relacionado la promoción de la lectura lúdica con la acción de despertar el interés y el entusiasmo por la lectura, con un fomento del atractivo de la lectura. Insisten en la necesidad de relacionar la lectura con el ocio y con las experiencias de agrado y disfrute, en lugar de con los deberes. Han establecido como objetivo el potenciar el hábito de leer diversos géneros y con distintos objetivos. No obstante, hay quienes han transmitido sus dudas en torno a lo adecuado del término "lúdico". Señalan que no lo diferenciarían de la promoción de la afición a la lectura, porque no les parece que se pueda hacer una promoción de la lectura "aburrida".

Editoriales

La animación a la lectura es un proceso que persigue despertar el interés, la sensibilidad y la atracción hacia la lectura. Consiste en construir actividades y/o acciones para que los niños y niñas y el entorno familiar tengan ganas de leer y lo conviertan en un hábito que disfruten

Balitzko irakurleengan irakurtzeko gogoia edota interesa piztea

Fomentar la lectura como entretenimiento y no como obligación (como ocurre a veces en los centros educativos)

Lectura lúdica me parece un concepto confuso y equívoco

Fomentar y divulgar los beneficios de la lectura como elemento gratificante y de enriquecimiento personal

Irakurgaien formatua edo gaiak hainbeste kontutan hartu gabe eta konplexurik gabe jendea irakurtzera animatzea. Hau da, paperezko liburu kontzeptua ahaztea eta irakurtzea era zabalago batean hartzea

Todo acto de promoción destinado a conseguir que el público en general lea por placer.

Irakurtzeko interesa eta gogoia piztea, irakurtzea gogoko bihurtzea.

Es un tipo de lectura que realizas por ocio, que es animada y permite de manera fácil y amena la comprensión

Era askotako testuak, helburu anitzekin (ulermena, gozamena...), irakurtzeko ohitura sustatzea

Librerías

Una forma de hacer ver al público que con los libros también puedes disfrutar y pasarlo bien

Hay libros para todas las edades y gustos. Encontrar el específico para cada persona y conseguir así personas lectoras

Animar a leer novelas, libros en general por puro placer, como un pasatiempo, o un entretenimiento

Transmitir a las personas el placer de encontrar con la lectura otros medios de conocer y sentir lo que los escritos nos pueden aportar

Cualquier acción dirigida a despertar el placer de la lectura en las personas, siempre entendiendo la lectura no como una obligación sino como un disfrute

Proporcionar al público estímulos para adquirir el hábito de leer por ocio

Creo muy necesario que se fomente todo lo posible

Promover los beneficios de la misma

No entiendo mucho el fomento de la lectura lúdica, por lo menos no como concepto diferenciado de fomento de la lectura a secas. A no ser que se entienda que hay un fomento de la lectura aburrida

Incentivar la lectura como forma de ocio y diversión durante el tiempo libre.

Las actividades dirigidas a atraer al "mundo de la lectura" a distintas personas (en edad, aficiones...) y que lean como una actividad de ocio

Denbora igarotzeko aukeren artean irakurketa hautatzeari lehentasuna ematea

Fomentar la lectura lúdica lo entendemos como facilitar y promover el acercamiento de los libros al público en general, así como la estimulación de las reflexiones y debates entorno a los temas que contemplan cada uno de éstos.

Momentu atsegin eta lasai bat hartzea "lagunen" artean, elkarren artean ikasi, eta irakurri duzun hori guztien artean konpartitzea.

Se trataría de actividades que, de forma amena, provoquen interés en las personas, sobre todo niños y jóvenes, en leer con la intención de disfrutar tanto de la misma lectura como de la cultura y conocimiento que se derivan de ella.

Irakurzaletasuna sustatzea da irakurzaletasuna pertsonengan sortzeko egiten diren ekintzak eta jarduerak

7.3. Medios de comunicación

En cuanto a la labor que los propios medios de comunicación pueden llevar a cabo para impulsar la lectura, destacan la publicación de reseñas o críticas de libros para promocionar la oferta del mercado. En otros casos, mencionan la publicación de artículos o reportajes entretenidos para el lector, o acciones orientadas a facilitar el acceso a los libros y a las revistas a la población. Sin embargo, en muchos casos, las personas informantes no se han sentido interpeladas y se han referido a actividades genéricas de fomento de la lectura.

Liburuekin gozatzera daraman edozien ekintza

Impulsar el hábito de leer por puro placer y diversión

Era askotako helburuekin eta era ezberdinetan irakurtzeko ohitura sustatzea

Supongo que es el apoyo y promoción de la literatura en todos sus ámbitos a excepción de la propia del aprendizaje de una materia determinada.

Irakurtzearekiko eta jakinmina asetzearekiko plazerra. Jendea horretara bultzatzea eta horretarako zerbait proposatzea, egitea, antolatzea...

Fomentar que la gente lea por placer

Es la difusión de artículos y reportajes que supongan un entretenimiento al lector

Según entiendo leer por puro placer

Merkatuan dauden aukerak (liburuen izenburuak, argitaletxea, egilea, sinopsia...) aipatzea; liburu bakoitzaren edukiaren erakargarritasuna azaltzea...

Irakurtzeko ohitura ekarriko duten ekimenak bideratzea, jendeari erraztea liburu eta aldizkarietara jotzeko aukera, eta haiekiko interesa eragitea

Irakurtzearen plazerra bistaratzea, eta irakurtzera animatzeko ekitaldi publiko, lehiaketa edo abarrak antolatzea

Irakurlearentzat interesgarriak, egokiak eta erakargarriak diren edukiak sortzea

El conjunto de actuaciones destinadas a impulsar el interés por la lectura, de tal manera que constituya una actividad de fácil acceso a la par que atractiva para quien desee aproximarse a ella.

Irakurtzeak berak, gustagarri izateaz gain, norberari zer ekarpen egiten dion azpimarratzea. Ohar bat luzatzea: irakurriz, dibertitu, eta entretenitu egingo zara, baina batez ere, asko ikasiko duzu, ez akaso gai zehatz baten gainean, baina bai, bizitzaren gainean.

7.4. Asociaciones

Cada tipo de asociación ha respondido en torno a la importancia de la afición a la lectura en función de su carácter y de sus objetivos. Por ejemplo, algunas asociaciones de euskera lo han relacionado con el fomento de la lectura de obras literarias en euskera. Pero en general, la lectura les parece una forma de difundir el conocimiento y la cultura, y subrayan la importancia de fomentar la apuesta por la lectura frente a otras opciones de entretenimiento y de ocio.

Asociaciones de euskera

Irakurzaletasuna oso aberasgarria da, edozein hizkuntza ikasteko eta menperatzeko

Kultura zabaltzeko bide bat

Ikusaraztea, ezagutaraztea irakurgai mota ezberdinengandik (eleberri, saiakera, artikulua, komiki,...) ezagutza jasotzen dela, norberaren garapenerako baliagarria den tresna dela eta horrek asebetearazi dezakeela

Herritarren artean irakurtzeko afizioa eta ohitura bultzatzea, horretarako proposamenak eta pizgarriak emanez

Irakurzaletasuna sustatzea, irakurtzeko ohitura bultzatzea da. Norbanakoa modu autonomo batean irakurtzera eramango dituzten egitasmoak identifikatzea eta burutzea

Herriko gazteengan euskaraz irakurtzeko gogoia piztea

Gure kasuan euskarazko literatur lan publikatuak irakurtzera zaletzea da helburua: saiakera, eleberria, poesia, komikia...

Haur eta gaztetxoengan irakurtzeko grina eta gogoia piztea. Literaturarekin eta oro har, kulturarekin gozatzeko bideak zabaltzea

Irakurtzea ekintza positibo dibertigarri, desiragarri, gustagarri eta errepikagarria izan dadin ahalbideratzen duten ekimenak.

Ohitura bihurtzeko garatzen diren ekimenak

Asociaciones del ámbito de la literatura

Bizitzeko modu bat. (Gure leloak erakusten du "bizi irakurriz")

Liburuari balioa ematea

Baliabideak izatea ikasleak liburuetara GOGOZ hurbiltzeko.

Asociaciones culturales

Irakurtzera bultzatzea, animatzea. Norberak daukan zaletasuna konpartitzeko. Irakurtzeak dakarren plazera ohartzeko

Irakurtzearen bitartez egiten den "bidaia" zabaltzeko. Liburuaren bitartez lortzen den plazerraren sakontasunaz ohartzeko, jakinak dakarren plazerra baita.

Irakurleen enkontrua bideratzeko. Buru eta iritzi eta perspektiba anitzetatik ikusi ahal izateko irakurritakoa.

Jendeak bere aisian naturalatasunez liburuetara jo dezan lortzea dela esango nuke. Alegia, jendeak ez dezala ahalegin konsziente bat egin beharrik izan bere denbora librean liburuetara jotzeko. Film bat ikustea erabakitzen duen moduan erabaki dezala liburu bat irakurtzea

Nik esango nuke irakurzaletasuna bultzatzea, irakurtzeko gogoia piztea dela. Hau da, irakurtzea, aisialdiko plazerrezko jarduerara moduan identifikatzea

Actividades que incentivan a la lectura y escritura a través del juego, la imaginación y la creatividad

Otras asociaciones

Impulsar a través del juego y del entretenimiento el interés por la lectura

Jendeak irakurtzeko gogoia eta grina izan ditzan aktibitateak egitea.

7.5. Educación

Mencionan la labor de acercamiento a los libros y a la lectura en las primeras etapas educativas, empezando por los propios soportes físicos. Por otro lado, destacan la importancia del ejemplo de los progenitores y de los adultos del entorno. En secundaria, en cambio, señalan que, ante la necesidad de cumplir con las exigencias de currículum, les resulta complicado desvincular la lectura de la obligación.

Educación infantil

Gure ikastetxean adin txikiko haurrekin 2-6 urte bitartean, liburuak erabili, manipulatu, entzun, mota ezberdinak ezagutu. Heldua irakurle eredu izatea, haurrek mundua imitatzen ikasten du, berarentzako garrantzitsuak diren helduak irakurtzeko ereduak badira, ikasleek irakurtzeko gogoak, nahia izango dute

Ikasleek irakurketa gozamenarekin lotzea bultzatzea eta zerbait positiboa izatea beraintzat da bilatzen duguna etorkizuenan liburuarekin dituzten harremana atsegina izan dadin

Mundu interesgarri ezberdinetan murgiltzea irudimenaren laguntzarekin

Gure haurreskolan liburuak, hain zuzen ere, ipuinak beti daude umeen eskura nahi dutenean hartzeko. Gero egunean behin (rutina moduan) edo haiek eskatzen dutenean hezitzaileak bat irakurtzen die.

Haurrari, berarentzat interesgarri eta motibagarri izan daitezkeen idatzizko aukerak eskeintzea (ipuin, aldizkari, egunkari, horma irudi...), beraien eskura jartzea, beraiekin batera irakurtzea, ipuin edo istorio txikiak kontatzea...

Irakurketa aberastasun eta plazerrez egiteko norbanako zein talde ekintza dela ohartzeko erankudeek antolatzen dituzten ekimenak

Irakurtzearen alde positiboak bultzatuz haur eta helduei irakurtzeko gogoia piztea

Txikitatik liburuarekin harreman izatea, eta hauenganako interesa piztea, erakargarri diren liburuak eskainiz

Educación primaria

Irakurzaletasuna ohitura bat da, era askotako testuak gero eta modu autonomoagoan eta askotariko helburuekin irakurtzeko ohitura da

Acercar al alumnado a los textos escritos dejándoles entrever que pueden disfrutar de los relatos e historias que encierran los libros. En definitiva, despertar su interés, para lo que los adultos a nuestra vez debemos encontrar gusto a la literatura, darle la relevancia que merece, y convertirnos en un espejo y modelo a seguir, no por lo que prediquemos, sino por nuestra actitud

Irakurzaletasuna ikasgelan modu koherentean garatzeko irakasleen arteko erabakiak adostea, askotariko erabilera-eremuko testuen eta, batez ere literatura esparrukoen irakurketari dagokionez

Berrikustea ikasgeletako eta liburutegiko irakurketa-baliabideak eskolan jorrotzen diren hizkuntzetan idatziak eta haiek gaurkotzea, webguneek eskaintzen dituzten baliabideak eta eskolako gainontzeko hizkuntzak ere kontuan harturik

Familiei orientabideak ematea irakurzaletasuna seme-alabengan sustatzeko

Eskolako ingurunea aztertu eta eskaintzen dituen aukerak baliatzea askotariko testuak irakurtzeko, batez ere inguruko hizkuntzetan idatzitako testu literarioak, irakurzaletasuna bultzatzeko ekimenak garatze aldera

Ikasleengan irakurtzeko, jakiteko, informazioa lortzeko... interesa piztea liburuaren bidez. Liburuak ez hartzea zama bezala, aberastasun iturri gisa baizik

Ikasleek irakurtzeko ohitura lortzea, eta ahal den heinean, zaletasuna, hau da, beren borondatez liburu bat eskuartean hartu eta plazerrez irakurtzea, beste edozein ekintza egiten duten moduan (telebista ikusi, lagunekin jolastu, PLayn ibili,...)

Ikasleengan irakurtzeko plazerra garatzea. Hori lortzen badugu, irakurle konpetenteagoak eta autonomoak izateko aukera gehiago izango dute. Eta hau oso lotuta doa eskola arrakastarekin

Irakurtzeko plazerrean hezte da eta pertsonaren garapenean hazten laguntzeko proposamenak egitea da, norberak irakurri, irakurritakoa partekatu eta irakurritakoaren inguruan hitz eginez

Ikasleak irakurtzeagatik, irakurtzeak sortzen duen plazerragatik bakarrik irakurtzea lortzea

Educación secundaria

Gure zentroan gai honen inguruko hausnarketa egiten ari gara. Hezkuntzan irakurzaletasuna lantzea interesgarria iruditzen bazaigu ere, ikusten dugun zailtasun handiena zaletasuna beharrezkotasunetik bereiztea da. Hau da, DBHko ikastetxe bat izanik, gure ikasleak beharrezko hurbilketa dauka irakurketaren inguruan eta haien ikuspegia ez da bereziki positiboa

Testuak egoki irakurri eta interpretatzeko motibatu eta bultzatzea

Erakustea nola irakurtzen bada, beste mundu bat ezagutuko dela, historia, abenturak eta bibentziak izango direla, eta beste ikuspuntu asko ikusiko direla. Horrela erronkei aurre egiteko baliabide gehiago izango dugula

Un tipo de lectura orientada exclusivamente al disfrute, sin objetivo académico expreso. En cualquier caso, produce un enriquecimiento tanto cultural como vital; siempre y cuando el tipo de lectura elegida no resulte inapropiada.

Actividades para que el alumnado coja el gusto por la lectura, sin imposiciones

Conocimiento de los tipos de literatura lúdica y disfrute de la lectura adaptada a cada edad. Conexión con el mundo que nos rodea e ideas o reflexiones que sugiere la lectura

Ikasleak liburuetara, informazio iturrietara gogoz hurbil daitezten baliabideak eman eta horretarako bitartekari lanak egitea. Liburuetarako interesa piztea

Ikasleei tresna bat eskaintzea beraien aisialdiko ekintzetan aukera bat gehiago izateko

Pertsona eta liburuaren arteko distantzia murrizten duten inizatibak ematea, irakurketaren aldeko gogoak indartuz

Ikasleen artean beraien gogoko izan dituzten liburuak besteei aditzera ematea eta zein onurak dakartzan irakurtzeak esatea

Liburua irakurri behar duenak derrigortasunez irakurri orde, atsegin duelako irakur dezan lortzea

Universidad

Irakurketarako gogoia izateko tresna

Irakurtzen berrikastea

8. Caracterización de las acciones de promoción de la afición a la lectura

8.1. Bibliotecas

Desde las bibliotecas insisten, en general, en que una adecuada acción de fomento de la lectura debe ser amena, ligera, basada en la experiencia y en la participación. Vinculada, en buena medida, con el proceso creativo, imaginativa y emocionante. También señalan que las acciones deben ser integradoras, dirigidas a un público diverso, de distintos colectivos. En cualquier caso, consideran que la participación debe ser voluntaria, no obligatoria.

En cuanto a la frecuencia, han otorgado una gran importancia a la continuidad. Consideran, además, que debe formar parte de una programación anual, que debe ser sistemática. En cuanto al tamaño de los grupos, priorizan los grupos pequeños. Destacan la necesidad de seleccionar formatos y materiales adaptados al grupo objetivo. Y que, aunque se utilicen otros recursos, la centralidad debe corresponder al propio libro y a la lectura, que las acciones no deben ser meras actividades de ocio y entretenimiento. También han destacado los beneficios de la colaboración con otros agentes: la escuela, la familia, los profesionales sanitarios, los agentes del ámbito del tiempo libre... Consideran que las acciones colaborativas resultan especialmente enriquecedoras.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

Que sea divertida, amena, cercana, participativa

Que sea amena y entretenida

Que sea vivencial, que haga gratificante el proceso de la lectura y la actividad de leer

Ser participativa, divertida, amena, formativa, imaginativa

Que el tema sea de interés para que acudan más usuarios

Mimoz landutako emanaldia beharko luke izan

Parte-hartzea bultzatu eta literatur generoak ezagutzeko aukera eskaini behar du.

Prozesu sortzailea, zirrargarria eta irudimentsua izan behar du.

Integratzailea izan behar duela iruditzen zait, guztiei zuzendua eta baloreetan oinarritua. Dibertigarria, interesgarria, irakurleari sormena lantzen, pentsamendu kritikoa garatzen eta bizitza hobe bat izaten lagunduko diona. Azken finean, gizaki osoagoak bihurtu behar gaitu

Talde txikia izatea, dinamikoa eta tartekatua izatea

Ezaugarri nagusia jarraipena da. Noizbehinkako jarduerak ez dute askorako balio, eta zuzentzen den publikoari jakinda planteatu behar dira

Tiene que ser un proceso creativo, apasionante e imaginativo

Debe ser una actividad atractiva, que acerque la lectura de una forma divertida. No ha de ser una actividad puntual, sino que forme parte de la programación anual

BESTE eragile batzuekin batera elkarlanean diseinatuta egotea: eskola, familia, osasun arloko profesionalak, aisialdiko esparruak...

Dibertigarria, sistematikoa, askotan egiten dena, errepikapena ardatza da, eta plan orokor baten barruan. Banakako ekintzak ez dute eraginik

Ser divertida, creativa y muy bien adaptada a la edad y circunstancias de los participantes

Que despierte interés, que entretenga o que alegre (y mejor si se da todo ello a la vez)

Deben de entretener, ser amenas, no obligadas

Que el material seleccionado para realizarla sea adecuado para la edad de los participantes, que trate diferentes temáticas de interés, que propicie la participación y que utilice diversas dinámicas (narración, gestualidad, canciones...)

Bakoitzaren irakurketa hain da pertsonala, ezin zaitezkeela ekintza batekin herritar guztiengana iritsi. Baina orokorrean, herritarrei erakutsiz gero irakurketarako denentzako lekua dagoela, herritar ororen gustuak asetzen dituela adibidez liburutegi batek, bertaratzeko garrantzia azaldu behar zaie.

Que el objetivo de la actividad, el mensaje que se transmita, sea siempre el libro y la lectura, no solo el entretenimiento. En las bibliotecas estamos acostumbradas, por ejemplo, a las sesiones de cuentacuentos que se han convertido en una excusa para dejar a l@s niños allí durante una hora sin que ningún@ de los asistentes se lleve en préstamo un libro ni ese ni ningún otro día

Bibliotecas de centros superiores de enseñanza

Borondatezko jarduera izan behar du, irakurtzeko gogoia pizten duena eta zuzenduta doan publikoari egokitua

Erakargarria izan behar du. Erabiltzaileari erakargarria den zerbait eskaini behar zaio

Bibliotecas especializadas

Kalitatea. Txapuzak eta lardaskeriak alferrikakoak dira, edo kaltegarriak. Zer da kalitatea? Zaila da hitzetan defintzen, baina praktikan berehala atzematen da zer den eta zer ez

Debe motivar, atraer y ser "educadora".

8.2. Industria del libro

Aparte del dinamismo, la diversión y el entretenimiento, desde la industria del libro señalan la necesidad de fijar con precisión los objetivos y el público al que van dirigidas las acciones, de forma que sean lo más adaptadas posibles. En cuanto al público, aseguran que las acciones deben ser integradoras, alejándose del elitismo y de la exclusividad. En cuanto al espacio, consideran que el ambiente debe ser tranquilo, agradable y alejado del ruido y de las distracciones. Como en el caso de las bibliotecas, insisten en que la participación debe ser voluntaria, y que las acciones deben tener una continuidad en el tiempo.

Editoriales

Nire ustez, irakurzaletasuna sustatzeko ekintza batek hiru eragile behar ditu: antolatzailea, emalea eta hartzailea(k)

Tiene que ser divertida y dinámica

El entretenimiento fundamentalmente

Complicado porque la lectura es esfuerzo y hay mucho tipos de libros

Integratzailea izatea, kultur elitismotik aldenduz eta esnobismorik gabe.

Un local adecuado para que la gente esté cómoda mientras lee

Ambiente relajado y libre de ruidos y distracciones

Estar abierta a todos, sobre todo a los ajenos a la lectura

Norengana, zertarako eta nola bideratzen den garbi izatea.

Lehenengo premisa jarduera posiblearen esparrua zehaztea eta mugatzea izango litzateke, baldin eta oso gazteekin hasten bada edo biztanleria-multzo zabal batera bideratzen bada

Gazteen artean, esperientziak adierazten digu ikasleen ehuneko handi batek ez duela irakurtzen duena ulertzen. Tarte horretan, irakurketan sakontzeko ezinbesteko jarduerak irakurritakoa ulertzea bideratuta egon behar dute

Librerías

En el caso de las y los peques, conseguir que formen parte del libro que se les lee

Acciones tendentes a disfrutar y potenciar la lectura de manera voluntaria entre diversos segmentos de población

Debe ser voluntaria, agradable, accesible y debe conseguir transmitir la pasión que sentimos los lectores. Ahí es nada

Accesible a todo tipo de público

Atraer al público en general

Debe atraer al lector, hacer que le interesa la lectura y no imponérsela como una obligación. Cuanta más capacidad de decisión y más activo pueda ser más se implicará el lector

Comprensión y ambiente grato

Amena, sencilla, lecturas en grupo y en voz alta, combinando con juegos y acertijos, intercambio de sensaciones...

Ser amena y que sociabilice

Mota asko izan daiteke, bat; liburu baten aurkezpena, beste bat bono-kulturak, iragarkiak, opariak...

Tiempo y silencio

Comunidades de lectores en que haya una inercia para la participación y la cercanía con el proceso creativo y los autores, y que además del carácter cultural e intelectual, haya un formato divertido, cercano y divulgativo

Fácil comprensión, amena, y ratio de edad considerable para abarcar el máximo público

Dinámica, entretenida, periódicamente estable

8.3. Medios de comunicación

Los medios han dado especial importancia a la capacidad de llegar a los diferentes sectores y grupos sociales de la sociedad. Señalan que las acciones que se planteen tienen que ser efectivas y que, además, esa eficacia tiene que ser medible, planteándose metodologías para medir el grado de eficacia.

Eskolako haur-gazteak inplikatu. Erakargarri egin, ekintzaren parte sentiarazi

Ekintza errazak eta eskuragarriak izan behar dira, eta herritar guztiengana heltzea bermatu behar da

Literatura oinarri izatea

Escoger a un determinado grupo que comparta mismas inquietudes e incluso se muevan en un determinado sector ya sea bien, laboral, social, deportivo, etc. Hacer una puesta en común de sus expectativas. Tener una guía que les aconseje en su elección.

Debe ser atractiva, divertida, actual y con prestigio/imagen social.

Dibertigarria, oinarrikoa, erakargarria, anitza... Interes, perfil... ezberdinak asetzeko zerbait

Lograr una amplia difusión a un precio asequible

Creatividad, entretenimiento, fantasía

Zuzena eta gardena izatea. Erabiltzen dan hizkuntza zehatza izatea.

Hartzailearekiko interesa piztea lortu behar du. Horregatik, garrantzitsua da adin eta molde guztietako herritarrentzako ekintzak sustatzea. Guztiontzako irisgarria ere izan behar du

Entretenigarri behar du, eta batez ere, derrigortasunetik egin behar du ihes

Eraginkorra eta neurgarria behar du izan, nire ustez.

8.4. Asociaciones

Desde las asociaciones destacan la importancia de la cercanía, de la relación directa con los y las autoras. Detallan que deben ser acciones de calidad, bien elaboradas y trabajadas.

Al igual que los agentes de la industria del libro, destacan la necesidad de alejarse del elitismo, integrando a distintos tipos de público, de forma que las actividades deben estar adaptadas y personalizadas en función del grupo objetivo.

Asociaciones de euskera

Interesgarria eta aberasgarria izatea

Partaidetza anitza (gazte ta heldu) eta eztabaida

Idazlearekin harreman zuzena izatea. Euskarazko literatura sustatzea. Adin guztietarako izatea

Mota guztietako jendeari zuzendua dagoela; inor ez dezala kikildu uste izateagatik horrelako ekintzak "jakintsuentzat" direla. Jakinduria eta datuak jakitea ez da gauza bera: jakinduria bizitzen jakitea da eta denok dugunez bizitza esperientzia propio bat, denok daukagu horri buruz zer esateko eta partekatzeko

Xede-taldearen arabera ekintza batek edo beste batek balioko luke. Dena dela, oro har, gozamina izan behar du ardatz, emozio positiboekin lotua egon behar du

Hartzaile edo balizko parte hartzaileei egokitutako ekimena izan behar da

Erakargarria, landua, kalitatezkoa...

Erakargarria, hauren behar eta gaitasunei egokitutakoa, eguneratua izatea, euskarazko sorkuntzei garrantzia ematea...

Espazio aproposa. Konfiantzazko gunea izatea

Asociaciones culturales

Egokitzapena da garrantzitsuena. Irakurtzea ikasgaia da. Bidean eginez ikasten da irakurtzen eta partehartzaileen maila eta gustuak kontuan izan behar dira

Balizo irakurleari irakurketak egingo dizkion ekarpenak modu erakargarrian erakutsi behar dizkio eta, gure ustez, sinplea bezain zaila da hori

Adaptarse a edades y características del grupo. Incentivar su participación, ser protagonistas de la actividad.

Estimular la creatividad, la comunicación, el juego.

Crear espacios de libertad y elección.

Fomento de rutinas y hábitos.

Asociaciones del ámbito de la literatura

Erakargarritasuna

Ondo jakin behar dugu nori zuzendua dagoen

Otras asociaciones

Entre los más jóvenes, a través del juego,

Los jóvenes tienen que ver la lectura como algo divertido y como una fuente cultural

Tiene que ser una actividad que proponga la lectura como otro modo de acercarse a la experiencia de vivir una historia que nos cuenta alguien

Las actividades para fomentar la lectura tienen que ser personalizadas; es decir, hay que tener muy en cuenta al público al que quieres dirigirte (edad, sexo, procedencia, gustos...) para poner en marcha actividades que fomenten la lectura

Ludikotasunetik egin; gustukoa, motibagarria, soziala

8.5. Educación

En cuanto a las condiciones de las actividades de promoción de la lectura, el ambiente y el espacio son los que más importancia tienen en las primeras etapas educativas, el entretenimiento, el dinamismo y la motivación en Primaria y la libertad y la adaptación a los propios intereses en Secundaria. En ese sentido, señalan que puede ser útil conocer, de antemano, los intereses del alumnado, por ejemplo, mediante encuestas.

Cabe destacar que los centros de enseñanza de adultos o los dirigidos a colectivos con necesidades especiales han defendido la necesidad de fomentar la lectura en diferentes edades o espectros sociales.

Educación Infantil

Giro goxoa, hartzaillearen interesak kontuan hartzen dituen, erakargarria

Erakargarria izatea, umeen, pertsonaren interesetatik hurbil egotea

La actividad que sea placentera y en un ambiente y agradable y que cumpla con la finalidad deseada

Emozioak landu behar ditu. Ahozkoasunetik testu idatzira bidaiatu behar du.

Eredu ezberdinak eskaini behar ditu: testu, letra, irudiak...

Leku atsegina eta erosoan izan behar da

Educación Primaria

Erakargarria, irudimenez jantzia izan behar da

Ser entretenida y que constituya un referente para el alumnado

Erakargarria, motibagarria, umeen interesetan oinarrituta....

Interesantea izatea, aspertzeko edota interesa galtzeko arriskurik ez duena

Dinámica y muy encauzada al ratio de edad al que va dirigida

Gaurkotasuneko eta interes pertsonaleko gaiak jorratzea. Irakurketa fresko eta dinamikoa, irakurlea harrapatuko duena

Ekintza horrek, ez du lana suposatzen behar parte-hartzailearentzat

Irakurza, ikaslearentzat interesgarria, erakargarria eta bere adinari eta gaitasunari egokituta izan behar da.

Familia, ikasgela eta ingurua (liburutegia) inplikatzen duena.

Errutina bat eskatzen duena.

Jarduera osagarriak barneratzen dituen: Esku lanak, jolasak...

Educación Secundaria

Motibagarria, laburra eta ludikoa

Batxilergo mailan: Irakasgai guztietan sarritan egin beharreko ekimena da, bai hizkuntzako irakasgaietan, bai humanistikoetan eta zientziakoetan

Lectura adecuada a la edad y los gustos del lector

Eskaintza anitza bai baliabideetan bai denboran eta askatasuna irakurketak aukeratzekoan

Gazteekin konektatu behar du. Dinamikoa izan

Erakargarria, praktikoa eta ahalik eta sinpleena izan

La actividad ha de ser atractiva, ha de tener en cuenta los intereses de las personas a quienes va dirigida, así como su nivel, edad y otros factores

Jakin irakurle goaren profila, alde zurretik egindako inkestez baliatuta. Horrela errazagoa izango da sustatze ekimenak antolatzea.

Empatía por parte del organizador. Libertad de los participantes para elegir realizar la actividad o, al menos, poder decidir algo en torno a la actividad. Ser protagonistas de la actividad.

Adaptado a las necesidades de los participantes teniendo en cuenta: edad, actualidad, contexto...

Educación para Adultos

Jatorri, gizarte maila eta egoera anitzetan bizi diren pertsonen, irakurketarekin izandako esperientziak jasotzea

Debe resultar atractiva para el alumnado al que va orientada y, para ello, es necesario que tenga en cuenta su edad y nivel lingüístico. Es especialmente importante que despierte su interés abordando temas de su actualidad, entorno o gustos personales

9. Importancia reconocida a la promoción de la afición a la lectura

9.1. Bibliotecas

Además de suponer una opción de entretenimiento para el ocio, desde las bibliotecas subrayan que la afición a la lectura aporta una serie de beneficios; algunos de ellos, de carácter personal: desarrollo cognitivo y cultural-intelectual, vinculado al conocimiento del lenguaje, desarrollo de la imaginación, de la capacidad crítico-analítica... Estos últimos, especialmente, repercuten en un beneficio colectivo o social. En cuanto a las bibliotecas, reivindican que no deben limitarse a ser meros contenedores o almacenes de libros. Las bibliotecas deben ser lugares de encuentro.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

Porque amplía el acercamiento del público al mundo de la lectura, también a su mundo interior y les enriquece

Es una forma de promocionar la cultura. De hacer que la biblioteca resulte atractiva para pequeños, mayores y mediana edad. De facilitar la participación ciudadana

Fomentar la lectura lúdica sirve para poder abrir las mentes y descubrir otras formas de ver y entender el mundo, fomenta la creatividad y la mente abierta. Cualidades que se pueden utilizar en nuestro día a día y lograr así más entendimientos verbales y menos imposiciones o barreras.

Al que le gusta leer también le será más sencillo encarar lecturas no lúdicas pero necesarias en el desarrollo de las competencias y labores diarios

Es la base para crear un futuro lector. Y quien lee aprende, tiene espíritu crítico y analítico, además de entretenerse

Irakurketarekin hainbat gauza hobetzen ditugulako pertsonalki: irakurketa, hizketa, hizkuntza bera. Era berean, liburu batek imajinaziora eramaten gaitu, bidaiatzera edo gaiaz zerbait gehiago jakitera

Irakurtzeak pertsona asko aberasten du, bai kultura aldetik eta bai jakinduria aldetik

Porque creo que si un niño no disfruta leyendo no lo hará nunca y eso tendrá consecuencias en otros aspectos de su vida. Leer nos proporciona instrumentos para manejarnos en la vida diaria, desde comprender un problema de matemáticas en la escuela hasta redactar correctamente un documento o incluso ser adultos menos manipulables

Porque favorece una actividad lectora de calidad, disfrutando a la vez. Porque fomenta la comprensión lectora y la reflexión. Porque estimula el análisis crítico de lo leído, empujando a leer textos de calidad. Porque fomenta el disfrute cultural

Gure garunen osasun ona mantentzen laguntzen duelako. Jakin-mina / jakinduria asetu eta aberasteko behar-beharrezkoa delako. Kultura eta ohiturak zabaltzen laguntzen

duelako. Pertsonen hizakera garatzen laguntzen duelako. Sormena eta irudimena lantzen laguntzen duelako. Denbora libreaz goatzeko aproposa delako...

Porque leer es un hábito que permite la adquisición de conocimientos a la vez que la formación de personas más reflexivas, lo que se traduce en un enriquecimiento personal y, por ende social, al revertir estos conocimientos y valores en la sociedad

Izan ere, irakurketa ludikoarekin pertsonak sentitu, imajinatu, amets egin, ezagutzak pilatu, konektatu,erlazionatu, ordenatu, esperimintatu egiten dute

Biblioteca edukiontzi izatez gain plaza izan behar dela, gaukak pasarazteko elementu dinamikoa izan behar du

Bibliotecas de centros superiores de enseñanza

Por placer. La lectura es una forma de felicidad

Gure bizitzako alor guztietan lagungarria delako (imajinazioa, sentimenduak, memoria, garapen pertsonala...)

Bibliotecas especializadas

Jolas-irakurketaren bidez, irakurketa-idazketa, eta jarduera atsegina eta emankorra bihurtzen du, hain etapa erabakigarrian haurren kontzeptuak eta ezagutzak beren gainerakoentzat bereganatzeko existentzia

Gure gizartean liburuak gero eta posizio makalagoa dute gizartearen barruan

Para que la lectura sea más humana aportando sentido, descubrimiento a nuevos conocimientos con pasión, imaginación, sentimiento y esfuerzo

Bibliotecas de las Diputaciones Forales

Ohitura animaliak gara gizakiok, eta aldiro (egunero, astero, gauetan, garraio publikoan bidaiaitzen den bitartean...) beste zerbait egin beharrean denbora tarte bat irakurtzen emateak ohitura barneratzen laguntzen du

Irakurtzea gizarte kritikoa sortzeko ezinbesteko baldintza da

9.2. Industria del libro

En este caso, también han explicado los beneficios de la afición a la lectura en dos sentidos: como opción de ocio y como medio de enriquecimiento personal y social. Les parece, además, que ambos sentidos son complementarios. Advierten del riesgo que supone vincular la lectura con la obligatoriedad. En este sentido, consideran que obligar a leer libros concretos desde los centros educativos puede ser contraproducente.

Editoriales

Irakurtzea berez kultur ekintza aberasgarria izateaz gain, arlo askotako jakituria jasotzeko bide parebakoa ere badelako, ahaztu barik plazer iturri ere badela

Fundamentalmente, porque quiero que se vendan libros

Porque tendremos mas conocimientos, con todo lo que conlleva, pero, si leemos buenos libros

Oinarrizkoa delako jakintza zabaltzeko eta tresna bat bizitzako beste edozein alorretarako

Irakurtzeak burua, pentsaera, eta ezagutza asko zabaltzen dituelako

Es una herramienta de desarrollo, que permite aprender, distraerte y disfrutar y que potencia habilidades

Irakurzaletasunak, norbanakori informazioa lortzen, interpretatzen eta aztertzen laguntzen dio. Pertsonaren etengabeko ikaskuntzak eta bizi garapenean ezinbesteko elementua da hori

Ongi pasatzeko elementu bat gehiago da, mundua ikusteko modu desberdinak jasotzen eta pentsamendu kritikoa lantzen laguntzen du.

Ahoz eta idatziz komunikatzeko gaitasuna hobetzen ere laguntzen du

Librerías

La cultura nos hace libres

Porque se crean nuevos lectores

Para acostumbrar a la gente a leer

Porque leer educa y enriquece a las personas y no debería estar reñido con el disfrute y la diversión

Es importante por muchos motivos, pero el principal evadirse por un momento de los problemas que hoy en día tanto nos están afectando

Porque ayuda a la estimulación y comprensión

La lectura está quedando relegada solo a la obligatoriedad

Yo creo que la lectura en general no hace a las personas más inteligentes, pero no me cabe duda que incrementa el uso del vocabulario, ayuda a comprender rápidamente textos de todo tipo, mejora la elaboración de ideas y argumentos en los debates, y en muchos momentos a la hora de tomar decisiones a los largo de vida

Amplía la cultura y el conocimiento.... ayuda a la diversión

Porque con ella aprendemos a poder expresarnos más libremente y recibimos otra visión de la vida

Primero de todo, como lector, considero que es una de las mejores maneras de pasar el tiempo libre, es una pena que mucha gente se lo pierda. Segundo y trabajando en una librería me interesa por una cuestión profesional

9.3. Medios de comunicación

Han destacado que en la era digital está predominando la imagen y que, sobre todo entre la población más joven, el gusto por la lectura está perdiendo terreno, y con ello, también la competencia y la comprensión lectora. Que la inmediatez está prevaleciendo en lugar de la reflexión y la calma; así como lo ligero en lugar de lo profundo.

Gure herriaren hezkuntzan irakurtzaletasuna zutabe ezinbestekoa delako

Azken finean, irakurtzeko zaletasuna duen gizartea askoz ere aberatsagoa da. Horrez gain, euskaraz irakurtzeko zaletasuna edukitzeak hizkuntza bera indartzen du

Para mejorar el nivel de información, formación y cultura de las personas, algo que revierte en su capacidad de tener espíritu crítico para interpretar el contexto socioeconómico

Porque ayuda a hacer una sociedad más libre, una sociedad compuesta por personas que piensan

Porque fomenta la imaginación, la actitud crítica, la creatividad, la amplitud de miras, la corrección en el lenguaje...

Ikusentzunezkoa baina pausatuagoa izatean, hausnartzeko aukera ematen du eta norbere iritzi eta unibertsoan sakontzeko aukera eskaintzen du. Norberaren garapenerako input garrantzitsua dela uste dut

Porque se está perdiendo el hábito de escribir y leer textos grandes con los usos electrónicos

Aro digitalean irudiak duen preminentziak, generazio berrietan duen inpaktoa erabatekoa da. Horrek orotariko testuen inguruko irakurketa eta ulermen maila txikitzen ari dela esango nuke. Testuak, orokorrean, irakurtzeko "gogoa" gutxitzen ari da etengabe.

Hainbat karaktere bainon gehiagoko testuak irakurtzeko kapaza ez den generazio oso bat ari da sortzen

9.4. Asociaciones

Especialmente las asociaciones de euskera, lo ven como un recurso para la difusión de la cultura vasca y para el desarrollo de la propia lengua. Consideran que, aunque en la literatura vasca la oferta es amplia y de calidad, falta una masa crítica de lectores.

Por lo demás, asociaciones de todo tipo han subrayado los beneficios que la lectura produce en el desarrollo cognitivo-emocional y lingüístico del individuo. Consideran que estos beneficios influyen en la vida personal y profesional.

Asociaciones de euskera

Hiztegia aberatsagoa izateko eta kultura gehiago izateko

Euskal kultura zabaltzeko bide egokia delako

Euskarazko literatura, ipuinak... ezagutzera emateko bidea delako

Esan gabe doa gure kulturari dagokionez euskal idazleak ezagutzera emateko bidea ere badela

Patxara eta hemen eta oraina lantzeko balio du, egun hortik gabezia baitago. Patxaraz irakurri eta gure buruak eraiki ahal izateko

Irakurtzeak gogoetara garamatza, gure baitako pertsonarekin konektatzera eta asko ikasten da zeharka. Bai, hizkuntzari dagokionez (hiztegia, gramatika, ortografia...) bai munduari dagokionez.

Teknologia berriei eta ikus-entzunezkoei erabat konektatuta bizi garen honetan, are garrantzitsuago bihurtu da irakurzaletasuna sustatzea, azken horiekin errazkeriara jotzen baitugu

Irakurtzeak bizitzako beste arlo askotan lagundu dezaioke bati, akademikoki edo lanerako autodidakta izateko gaitasuna eman dezake batetik, aisialdi osasuntsu bat ere bultzatu dezake edo besterik gabe, bakoitzaren garapen pertsonalari lagundu diezaioke

Hurren behar sozio-afektiboak, iruditegia, irudimena, sormena... lantzen eta garatzen laguntzen du irakurzaletasunak

Pentsamendua garatzen eta antolatzen duen ekintza da

Hizkuntzaren kalitatean eta gaitasunean eragin positiboakdituelako (ortografian, lexikoan...)

Asociaciones del ámbito de la literatura

Pertsona eta gizartea baloreetan eta kritikan garatzeko

Liburuaren prestigioa asko galdu delako. Irakurtzen ez duen gizarteak oso garapen pobrea du

Asociaciones culturales

Uste baitut bide bat dela mundua eta ingurua hobeto ezagutzeko eta norberaren bizitzaren interpretazioa egiten laguntzen duela

Gure kasuan euskarazko liburuetan zentratzen gara, eta euskarazko liburuek irakurle behar handia dute. Eskaintza zabala eta bikaina da, baina liburu horiei guztiei irakurleak falta zaizkie

Otras asociaciones

Fomentar la lectura lúdica entre los más jóvenes es importantísimo.

Actualmente vivimos en una sociedad dominada por la tecnología y les aleja de la lectura

La persona que lee, no solo enriquece su mundo interior con lo que aprende de lo que lee; además, fomenta la correcta escritura (ortografía) y la comprensión lectora, muy importantes en la vida diaria y, sobre todo, profesional

Irakurtzeak pertsonaren garapen kognitibo-emozionalean duen eraginagatik. Bizi dugun digitalizazio eta pantaila garaian, irudimena eta abstrakzioa lantzeko ezinbesteko baliabidea delako

Hainbeste pantaila eta berrikuntzek irakurketa alde batera uzten ari diren honetan, garrantzitsua da oso, gure ondorengoei irakurketaren eta liburuen garrantziaz ohar daitezen indarrak egitea. Finean, kulturaren zati oso garrantzitsua da, galdu behar ez dena

9.5. Educación

Destacan los beneficios de la lectura en diversos sentidos. Por un lado, mencionan su impacto en el desarrollo cognitivo y lingüístico; por otro, el impacto que tiene a lo largo de toda la trayectoria académica y, posteriormente, también de cara al mundo laboral. Indican que también supone una herramienta para recibir conocimiento e información.

Educación Infantil

Hizkuntzaren garapaen osoa ahalbidetzeko ezinbesteko alderdia dela uste dut

Mejorara la capacidad lingüística, favorece la atención y concentración, mejora la creatividad...

Irakurzaletasunak beste mundu batzuetara zabaltzen gaitu, beste gauza batzuk ulertu eta ikusi ezin ditugun gauzetara hurbiltzeko tresna ederra da. Baita kontzentrazioa landu eta lasaitzeko balio duena. Beraz, irakurzaletasuna sustatzea osasuna sustatzea dela ere esango nuke

Irakurzaletasunak ikasleen garapenari ez ezik, eskola-arrakastari ere laguntzen diolako. Irakurtzeko ohitura sendotzea ikasleen heziketaren funtsezko alderdia da; beraz, eskolaren helburuetako bat da eta horretan, familiak eta inguruak ere parte hartu behar dute.

Educación Primaria

Hurrengo ikasketen oinarri delako eta, ezinbestean, dekodifikatze, abiadura eta ulermen maila egoki bat ezinbestean lortu beharra dagoelako eguneroko hainbat kontesturi erantzuteko

Es importante porque la lectura es la forma que tenemos de representar el mundo en nuestras cabezas. Además, quien lee por sí mismo, sin obligaciones, por el placer de leer, tiene muchas posibilidades de convertirse en una persona crítica ante el mundo, con opinión propia

Izugarrizkoa, hiztegia lortzeko, informazioa izateko, ortografia hobetzeko, ahozko eta idatzizko adierazpena hobetzeko

Irakurtzen duten helduak beti izaten direlako kritikoago eta hausnarketarako gaitasun handiagoak dituztelako. Munduari aurre egiteko gaitasun hobekak dituztelako azken finean

Irakurzalea denak, errez irakurri eta ulermen ona izaten du, ondorioz denerako lagungarria da

Gure garapen pertsonalerako irakurketa oso tresna garrantzitsua delako, bai ezagutzak eraikitzeko baino baita ere pertsonal mailako eraikuntzan duen garrantzia azpimarratuz

Irakurtzea ikasle baten hezkuntza-prozesuan oinarritzko konpetentzia delako (ezinbesteko tresna edo balibidea). Gainera, mundua ezagutzeko eta norberaren garapena aurrera eramateko oinarritzat ere jotzen dugu

Educación Secundaria

La lectura puede ser un elemento de enriquecimiento personal muy importante. Contribuye además a mejorar la comprensión, no solo de contenidos académicos sino también de nosotros mismos y de la realidad que nos rodea

A través de la lectura lúdica se trabaja la comprensión, la asimilación de contenidos, la producción de textos y el pensamiento crítico.

Plazera izan daitekeelako. Pertsona kritikotasuna izateko tresnarik eraginkorrenetakoa delako.

Irakurtzen ez duen gazteak, ez irakurtzearekin lotuta duden ondorio negatiboak pairatu ditzakeelako bere ikasketa prozesuan

Universidad

Funtzio sozial bat betetzen duelako, demokratizatzailea delako, barne eta kanpo mundua ezagutzeko beta ematen duelako, historiarekin diálogoa sortzen duelako



10. Responsabilidad del fomento de la afición a la lectura

10.1. Bibliotecas

Desde las bibliotecas insisten en la responsabilidad de las propias bibliotecas, pero también mencionan a la administración pública y los centros escolares. Además, hay una tendencia que defiende que la mayor responsabilidad corresponde a las familias. Que, si los propios progenitores no disfrutan con la lectura y no la transmiten con convicción, los esfuerzos de las administraciones, escuelas o las bibliotecas serán en vano. Consideran que a las bibliotecas les corresponde ofrecer una manera de profundizar en esa afición y esas costumbres transmitidas en el ámbito doméstico.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

A los responsables de las entidades educativas y culturales

La familia, la escuela, la biblioteca

Gurasoei, eskolari, administrazioari...

Gobernuari, eskolei, liburutegiei, gurasoei, komunikabideei...

Administrazio publikoak eta arduradunak

A la familia. Da igual los esfuerzos que hagan la biblioteca, la escuela,... si los padres y madres no están convencidos de la importancia de la lectura porque ell@s tampoco la disfrutan, esos esfuerzos servirán de poco

A las bibliotecas, los centros escolares, a la Administración...

A las bibliotecas, a los colegios, a las familias. Y, a gran escala, a las instituciones educativas y culturales en general

Eusko Jaurlaritzari

Ume baten kasuan, bere gurasoei dagokie batipat grina hori sorraraztea. Eskolek, liburutegiek eta beste erakundeek beste baliabide batzuk eskaini ahal dituzte zaletasun hori sakontzeko

Tanto a las bibliotecas como a las familias y centros escolares

Lehenik eta behin, gurasoei irakurriz, etxean irakurtzea sustatuz, seme-alabentzat eredugarri izanez, eta bigarrenik, eskolari

Ardura bananduta egon beharko litzateke: Eskola, familia eta erakundeen artea

En primer lugar, a los padres promoviendo la lectura en casa leyendo y siendo ejemplo para sus hijos en segundo lugar a la escuela y en tercer lugar a las bibliotecas

Batez ere familiei, gero eskola eta liburutegiei

Erakunde publikoak, eskolak, liburutegiak, etab.

Denon ardura. Ohitura txikitatik sortzeko, etxea oso inportantea da. Horretan laguntzen kate luze eta elkarlana egon behar du. Politika eraginkor bat ere ezinbestekoa da eta horretan eskolak eta liburutegiak laguntzerik badugu.

Bibliotecas de las Diputaciones Forales

Erakunde publikoei, noski, eragile pribatuek horren ardura ez dutelako. Azken hauek ere, itxuraz, antzeko jarduerak antola ditzakete, baina bestelako interesek eraginda -etekin ekonomikoagatik batez ere

La biblioteca tiene un papel fundamental en este aspecto, además de todo el entorno de los posibles nuevos lectores (familia, colegio...)

Bibliotecas especializadas

Administrazio publikoek (guztiek, zein bere mailan) sustatu eta diruztatu behar dute. Gauzatu, ordea, bibliotekak eta antzeko egiturek, publikoak zein pribatuak (bibliotekak, dokumentazio zentruak, museoak, elkarteak...).

A todos, pero muy especialmente a las administraciones gubernamentales, cosa que hacen insuficientemente

10.2. Industria del libro

En este caso, mencionan a las empresas privadas y a las propias librerías. Pero reivindican el apoyo de las instituciones públicas, sobre todo de los departamentos de educación y cultura. También destacan la importancia de las familias y de los centros escolares.

Editoriales

Denok izan gaitzke irakurle, irakurzale eta irakurzaletasunaren sustatzaile, hasi norbanakoengandik eta erakunderik handienetarinoko guztiak

Editoriales, distribuidores, librerías, centros educativos, bibliotecas

Guztioi, baina administrazioek, batipat hezkuntza eta kultura sailetatik lidergoa hartu behar lukete

El actor fundamental debe de ser el Gobierno, y en un segundo plano toda la cadena del libro: editores, distribuidores, librerías, autores...

Librerías

A las instituciones y a las distintas empresas privadas del ámbito cultural

Principalmente a las librerías, pero pueden ser apoyadas por las instituciones

Desde el hogar hasta la propia sociedad. Familia, escuela, bibliotecas y librería

En primer lugar, a los padres o educadores más próximos, pero considero que en los colegios y centros educativos los profesores y docentes en general no brillan por su amplia dedicación a la lectura. Creo que en los centros educativos se debería animar a los chavales a leer en voz alta, y no solo textos cortos

Las administraciones públicas deben de proponer y proporcionar a los diferentes agentes culturales iniciativas para el fomento de la lectura

El fomento de la lectura corresponde a todos los estamentos: educadores, padres, instituciones y todo el sector del libro en su conjunto: autores, editores, librerías..

Fomentar la lectura se tiene que realizar desde el ambiente familiar, al escolar y al público (radio, televisión, redes sociales...)

Sobre todo, a instituciones oficiales y educativas y a nivel particular, a la familia

Irakurzaletasuna sustatzearen ardura gizarteko erakunde publiko zein pribatuei dagokiela iruditzen zait. Azken batean, sektorean dauden talde guztien artean egin beharrekoa.

10.3. Medios de comunicación

Los propios medios de comunicación son citados, entre diversos agentes, como responsables de fomentar la lectura. Algunos, reconociendo una especial responsabilidad a los medios de comunicación públicos.

Lehenik eta behin erakunde publikoei. Atzetik, erakunde publikoek diruz laguntzen dituzten elkarte, eragile eta taldeei ere badagokie. Dena dela, azken horiei, zaletasun hori sustatzeko tresnak eskura jarri behar zaizkie

Instituciones y empresas culturales, medios de comunicación, sobre todo públicos

Eskola-biblioteca-komunikabideak-familia

A todos, desde la Administración hasta las familias, pasando por la escuela, los medios de comunicación

Esango genuke ardura partekatua dela, eragileoi dagokigula produktu ahalik eta erakargarrinak egitea eta horrekin publikoa piztea, irakurtzera animatuz. Baina gure merkatuaren mugak zailtzen du ikusgarritasuna eta irisgarritasuna, baliabide faltagatik, eta horretan erakundeek ere lagundu beharko lukete

Los poderes públicos deben garantizar el acceso al libro y la información, pero el reto es tan importante que además de implicarse todas las administraciones, se requiere contar también con el sector privado. Los centros educativos y las familias cuentan con un peso importantísimo en el impulso de la lectura. La aportación de las bibliotecas, especialmente escolares, universitarias y públicas es esencial en la promoción de los hábitos lectores

10.4. Asociaciones

Los informantes de las asociaciones ven el fomento de la lectura como una materia de carácter transversal. Consideran que es una responsabilidad colectiva que debe basarse en la colaboración.

Asociaciones de euskera

Familiari, eskolari, administrazioari, enpresei,...denoi

Administrazioari eta ikastetxeei nagusiki

Ardura komunitatearena da, hau da, komunitateko kide edo talde ezberdinei dagokie ardura hori; Hauren kasuan ikastolei edo familiei, eta adin guztietan, kultura elkarteei, entitate publikoei edo bestelako elkarteei (Euskara elkarte, aisialdi elkarte edo kulturantzitasun elkarteei) ere bai.

Guztien arteko elkarlanak bultzatu beharko luke irakurzaletasuna.

Asociaciones del ámbito de la literatura

Denona, guraso, irakasle, gizarteko eragile eta bitartekari eta instituzioena

Gizartearen ardura da, familiari aurretik, eskolari ere, baina irakurketa gai transbersala da, pertsonaren heziketan kontuan izatekoa

Asociaciones culturales

Denon arteko ahaleginen batura izan behar du. Esaterako, tokian tokiko irakurle klubak oso ekimen ona dira baina horien atzetik erakundeek sustatuko estrategia edo plan zabal bat ez badago, ezer gutxi egin liteke

Otras asociaciones

La responsabilidad, en primer lugar, le corresponde al entorno familiar y a los centros escolares. Desde la familia se debe fomentar el hábito por la lectura

En primer lugar, creo que es importante que el fomento de la lectura comience desde muy temprana edad; es importante que se haga desde casa (familia) y desde centros escolares. Cuando va dirigida a adultos, desde el gobierno, diputaciones, ayuntamientos, bibliotecas y entidades culturales. Una sociedad que lee es mucho más crítica y rica

Gizarte erronka bat da; bakoitzak bere esparrutik eragin behar dio. Familiatik hasita, hezkuntzak eta gizarte eragileek beraien alea jarriz eta Gobernuko ordezkariak hartzen dituzten erabakietan islatuz

10.5. Educación

Destacan, sobre todo, dos agentes: las familias y los centros escolares. Reclaman que las familias deberían implicarse desde el principio, y que a la escuela le corresponde dar una continuidad a lo transmitido. Además de ellos, también subrayan el papel de las autoridades políticas y las instituciones públicas.

Señalan que la lectura carece de prestigio social, frente a otras opciones relacionadas con el ocio, y que esa realidad dificulta que la población joven se decante por la lectura.

Educación Infantil

Lehengo momentutik familiek hasi behar dugu irakurzaletasuna garatzen eta ondoren eskolari dagokio lan horretan laguntzea ere

Gizarte guztiari baina bereziki familiari eta hezkuntzari

Educación Primaria

Considero que se trata de una responsabilidad social en la que todos somos responsables. Naturalmente, la educación posee un papel fundamental en ello, pero para ello debemos contar con el apoyo de las familias, que deben a su vez predicar con el ejemplo y poner a disposición de sus hijos e hijas los medios necesarios para ello. Por otra parte, sería necesario realizar un cambio de valores a nivel social que pase por concebir la lectura como una actividad de ocio más como lo pueden ser el fútbol, el cine o ir de bares. Nuestros jóvenes no perciben en general que la lectura posea cierto prestigio social y, por lo tanto, la rechazan

Guztiori, ikastetxeak barne, baina are gehiago familiei

Lehen Hezkuntzako etapan, gurasoen eta irakasleen arteko ardura izango da. Guztiek oreka bat sortu behar dute haiei delgarriak eta gustukoak zaizkien liburuak eta nahitaez irakurri behar direnen artean; izan ere, azken horiek ez dira beti gustukoak izango, eta irakurketari uko egin diezaiokete

A las familias y a los centros educativos. Las entidades públicas deben fomentarla mediante la red de bibliotecas y la organización de campañas de lectura, ferias,...

A los colegios, es una responsabilidad enorme que no podemos delegar en las familias, quiero decir que no podemos dar por supuesto que va a ser algo que se va a desarrollar en casa, tenemos que tener la certeza de que ofrecemos esa experiencia a nuestros niños y niñas. Evidentemente, tendremos más éxito si la lectura tiene un hueco en la vida familiar de los niños y niñas y es algo a lo que se da valor puesto que ven a su familia leer, pero tenemos que hacerlo en los coles

Educación Secundaria

En primer lugar, a las familias. En segundo, al ámbito institucional

Denona da, irakasleengandik hasita , familia eta erakundeen inplikazioarekin

A los lectores en general. En el caso de los niños y adolescentes a la familia y al centro escolar

Hezitzaileei (familia, eskola...), eta agintariei (politika egokiak bultzatuz, dirua inbertituz, zerbitzuak eskainiz, idazleei lagunduz...)

Hezkuntzan ari garen guztiona, eta azpimarratzen dugu arlo guztietako irakasleon lana dela irakurzaletasuna bultzatzearen ardura. Honen aurretik familiak ere zeregin handia duela esan beharra dago

Educación para Adultos

Estimamos que nos compete a los profesionales de la docencia dado nuestro perfil de alumnado: mayor de edad y mayoritariamente de origen extranjero

Debe responsabilizarse la familia y reforzarla en la escuela



11. Público objetivo de las acciones para la promoción de la afición a la lectura

11.1. Bibliotecas

Una de las principales tendencias consiste en vincular las actividades de promoción de la lectura con todas las franjas de edad. Destacan que las acciones no deben discriminar a nadie, y que deben segmentarse en función de las necesidades. Otra tendencia, en cambio, vincula el fomento de la afición a la lectura con la población infantil y juvenil.

En el caso de las personas mayores, señalan que la lectura es muy beneficiosa para evitar enfermedades neurodegenerativas o para mantener la capacidad de concentración, y también como entretenimiento o como recurso para combatir la soledad. También hay quienes han ubicado a los colectivos con necesidades especiales entre los grupos objetivo prioritarios de las actividades de promoción de la afición a la lectura.

En el caso de la población infantil, se considera estratégica porque se encuentran en pleno proceso de desarrollo y aprendizaje y porque la lectura les aporta conocimientos y desarrolla su capacidad de reflexión. Opinan que el momento crítico llega a los 10-12 años. Que, hasta entonces, la escuela les ayuda a mantener un hábito lector, que sin embargo, en muchos casos, suele perderse en ese periodo.

En cualquier caso, hay quienes defienden que, aunque las acciones se lleven a cabo en las bibliotecas o en las escuelas, los mensajes deben dirigirse a las familias, ya que su implicación resulta de vital importancia. Se detectan diversas carencias, por ejemplo, que las lecturas que mandan a las niñas y los niños desde los centros escolares no se renuevan, ni se adaptan a las aficiones e intereses de la juventud actual.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

A diferentes tramos de edades. Seleccionando tema de interés. Desde la escuela se han estado haciendo visitas por la mañana. Las familias también participan. También para personas con dificultades especiales de lectura

Nik, hasteko, haur eta gaztetxoei zuzenduko nieke. Liburutegitik ikusten dudana da, gaur egun DBHko ikasleek niri orain 20 urte irakurketarako bidaltzen zizkiguten liburu berdinak irakurtzen dituztela. Garaiak, liburuak,... dena aldatu da. Eta gaztetxo bati bere amonaren garaiko liburu bat ematen badiozu irakurtzeko, fisikoki ere ez dio eragiten liburu hori esku artean hartzeak

A la familia. Las actividades se pueden desarrollar en la biblioteca, en la escuela,... pero el mensaje debe dirigirse a la familia ya que la implicación de esta es fundamental y ese compromiso debe empezar y continuar en casa

Pues especialmente a los niños en edad escolar que comienzan a descubrir la lectura y a los mayores que les ayuda a prevenir enfermedades neurodegenerativas, les entretiene, les acompaña, les ayuda a mantener la capacidad de concentración...

Las actividades de fomento de la lectura lúdica debieran comenzar desde la escuela, pero entiendo que, debido a los enormes beneficios tanto humanos como sociales aportados por la misma, deben mantenerse en el tiempo y extenderse a los diferentes sectores sociales

Era guztietara antolatu daitezke ekintzak, baina haurrentzako saioak direnean komeni izaten da helduak ere egotea, beraiek baitira gero umeekin jorratuko dutenak gai desberdinak

Biblioteca publikoak publiko orori irekita daudenez, publiko heterogeneoaren beharrez ematen behar diegu ematzuna, beraz adin tarte guztiei

Desde la escuela a los niños y niñas y desde la biblioteca a las familias y a la comunidad en general

Creo que debería hacerse en general, segmentado por destinatario, pero con una gran diversidad de públicos

El problema creo que empieza más o menos a los 10 años. Entre los 9 y los 13 años es donde se pierden lectores

Adin txikikoei ikastolak asko laguntzen die, baina nerabezaroan galdu egiten da. Gazteekin lana egiten jarraitu beharko litzatekeela uste dut, euri atentziora ematen dien gaiekin, ez aspertzen dituenekin. Hortik gora, norberaren egoerara egokitu beharko lirateke ekintzak: familia bat osatzen ari denari horri buruzko gaiak interesatuko zaizkio, kirola egiten dabilenak berean hobetzekoak, eta abar.

A los dos extremos poblacionales: los más jóvenes (adquieran conocimientos, reflexionen y adquieran capacidad crítica), y a los más mayores (para seguir trabajando el cerebro, que como todo músculo necesita trabajo). Para los primeros familia, escuela, ámbito socioeducativo y entorno, y para los segundos desde el ámbito público

Lehentasuna eman behar zaie ikaste prozesuan daudenei (haurrak zein helduak) eta zailtasunak, edo zailtasunak, dituzten pertsonari. Familiei eta hortik aurrera edonori

Bibliotecas de las Diputaciones Forales

Liburutegi bakoitzaren izaeraren arabera. Eskola biblioteca batek, esate baterako, bere ikasleei edo hauen gurasoei zuzendutako jarduerak antolatuko dituela pentsa daiteke. Herri biblioteken kasuetan, ordea, hau ez dago hain argi. Irizpide desberdinen arabera publikoaren bereizketa edo segmentarizazioa zilegi da (adin edo zaletasun baten arabera), baina aldi berean ere, baztertzaila izan gabe

Adin-multzo guztiei, interes ezberdinak dituzten taldeei, ezagutza maila ezberdinak dituzten irakurleei...

Bibliotecas especializadas

Adin guztietan sustatu behar da irakurzaletasuna. Umeak direnean erraz ikasten dutelako eta beraien garapenerako ona delako. Eta adinduen kasuan beraien bizitzarako onuragarria delako (memoria lantzeko, tristura, bakardadea... gainditzeko, etab.)

Especialmente a los niños y jóvenes. Si desde la temprana edad se adquiere el hábito de leer y de buscar las herramientas que forman a la persona, esa habilidad la conservarás toda la vida

11.2. Industria del libro

Admitiendo que la lectura puede ser muy beneficiosa para las personas mayores, se ha puesto el foco, especialmente en la población infantil y juvenil. Incidiendo en la necesidad de trabajar la lectura desde la relación con el ocio, descartando el modelo de lecturas encomendadas desde los centros escolares. Les parece que se debe dar libertad a chicos y chicas a la hora de elegir sus lecturas. No obstante, asumen las dificultades que plantea conseguir que la población joven se decante por la lectura ante la amplitud de la oferta actual de ocio.

Editoriales

Hartzailea edonor izan daiteke, baina ekintza diseinatzerakoan norengana joko dugun hartu behar dugu kontuan, eta ekintzaren ezaugarriak helburu horren arabera egokitu

A los menores. A los adultos es más difícil llegar

Oso garrantzitsua eskoletan ematea. Edo hurrei aisialdian. Helduei zuzendutako ekintzak ez dira hain eraginkorrak

Considero que las actividades para fomentar la lectura lúdica deben dirigirse al tiempo libre. A que la gente lea por placer cuando tiene tiempo libre en lugar de elegir otra actividad

Librerías

A la población en general, haciendo hincapié en la infancia

A los más jóvenes, pero da igual porque no se puede fomentar la lectura frente al resto de actividades de ocio que hay hoy en día

En general a toda la población, sobre todo a los niños, con actividades desde las bibliotecas públicas sobre todo

Principalmente a los niños y a los ancianos, pero sin olvidar al resto de la población. Sería interesante que los centros de mayores tuvieran espacios y momentos dedicados a la lectura. Y lo mismo en los centros de pacientes con enfermedades mentales

La lectura se fomenta en los menores, pero a partir de cierta edad (8 en adelante...) se comienza a perder en la actualidad

Se debería dirigir como pilar fundamental a los grupos de edad más jóvenes, empezando por el colegio y la familia. No como una obligación o como un método de evaluación o de nota, sino enfocándolo como algo divertido. No se debería obligar a leer unos libros concretos que el profesor o los padres creen que son los adecuados, sino animar a leer cualquier cosa y animarles a que propongan ellos mismos lecturas alternativas y sin censurar o criticar en ningún momento sus decisiones

Sobre todo, a los niños en la escuela y a los mayores que se jubilan y en ocasiones no encuentran una actividad que supla en parte la falta de actividad laboral

El foco lo pondría en los primeros lectores y el segundo foco en los adolescentes

Dirigidos desde el centro escolar junto con los familiares, añadirlo al tiempo libre

*Irakurzaletasuna txiki-txikitatik landu beharrekoa da, eskolan zein etxeetan (familian).
Gaztetxoekin lanketa egin behar den bezala, adinean gora joanda zaletasun hori
indartzen joan beharko luke. Helduetan irakurzaletasuna egon dadin, haur zein gaztetan
hasi behar da lanketa egiten.*

11.3. Medios de comunicación

Aunque las bases se establecen durante la infancia y la juventud, desde los medios de comunicación han dado importancia a seguir fomentando la lectura durante la etapa posterior, entre la población adulta, teniendo en cuenta que suponen un ejemplo para las generaciones más jóvenes. Señalan la importancia de prestar especial atención a las familias en situaciones de vulnerabilidad, como es el caso de las familias de inmigrantes.

Adin guztietako herritarrei zuzenduta egon behar dute. Eta, nola ez, oinarrian, adin txikikoak egon behar dute. Hezkuntzatik eraginez, etxean (familian) zein aisialdian irakurtzeko zaletasuna sustatzea berebizikoa da. Dena dela, asko dira adinez nagusi diren eta irakurtzeko zaletasunik ez dutenak. Beraz, horiei zuzenduta ere egon behar dute ekintzak. Izan ere, ikusten denetik ikasten da. Hala, adin txikikoek helduek dituzten zaletasunak ere errazago baneratu ahalko dituzte

Es una actividad transversal que puede ir dirigida a todo tipo de edades y estratos sociales

A cualquiera, poner edad a la lectura es tener una visión absurda de la realidad. Fomentar la lectura no debería cuestionarse, de la misma manera que nadie se cuestiona ya el inglés, euskera, matemáticas, química... pero claro, una generación sin leer es mucho más domesticable

Oinarria umetatik ezarri behar da. Baina gaztaroan oinarri hori mantentzea berebizikoa da. Dena den, denon eskura egon beharko litzateke, kultura oro har: Familia zaurgarriak, etorkinak...

Garrantzitsua iruditzen zait gune arautuetatik at ere halako ekimenak izatea. Eskolarekin eta halakoekin lotzen badugu, derrigorrean egingo den zerbait izango da, eta bukaerarako, etxekalte izan daiteke. Hautuzkoa izatea, eta norberak hartutako erabakia izateak balorea gehitzen dio aukerari, beraz nik batez ere aisialdiarekin lotuko nuke, adin tarte guztien aisialdiarekin.

11.4. Asociaciones

Desde las asociaciones se ha abordado un aspecto importante: los mayores esfuerzos de la educación se centran en que las niñas y los niños aprendan a leer. Pero que una vez que lo han hecho, no se dedican demasiados esfuerzos a que desarrollen una afición por la lectura. Opinan que hay que implicar a las familias y a los educadores en el trabajo con la población infantil, pero que, en adelante, hay que seguir trabajando la lectura con el alumnado de secundaria, e incluso, de Bachillerato.

Es importante fomentar la lectura desde edades tempranas, pero el problema es que cuando los niños y niñas llegan a una edad determinada en la que ya saben leer, se nos olvida seguir trabajando la lectura y el fomento de esta. Es importante poner en marcha acciones dirigidas hacia los más pequeños y pequeñas buscando la colaboración de familias y educadores pero también acciones dirigidas a niños y niñas de primaria, secundaria e incluso bachillerato

Asociaciones de euskera

Gazteei eta familieei, etxean eredia lantzeko

Ez zait iruditzen norbaiti bereziki zuzenduak egon behar dutenik bakarrik, baina bai agian lehenetsunez perfil bateko ekintzak burutzea bilatu behar dela. Esaterako, haur eta gazteen irakurzaletasunak garrantzia berezia duela iruditzen zait eta aisialdian burutzen diren ekintzak hartu beharko luteke protagonismoa

Adin guztietako publikoari zuzendutako ekimenak ondo egon daitezke. Hala ere, umeengan euskaraz irakurtzeko ohiturak normalizatzea oinarritzkoa da

Guk helduei begira zuzentzen ditugu baina uste dut garrantzitsua dela kolektibo guztietara zuzentzea. Egun bizi garen garaian, telebista, ordenagailu, ipadak, bideokontsolak, pantailak betetzen dute gure aisialdiaren parte handiena. Eta honako ekintzen bidez, aldaketa txiki eta garrantzitsua eman daiteke adin ezberdinetan. Bai esan bezala kolektiboki, indibidualki, nerabeetan, haurretan, familietan zein helduetan ere

Asociaciones culturales

Creación de públicos desde la infancia y mantener la lectura lúdica hasta la adolescencia, mediante actividades adaptadas y con objetivos específicos (imaginación, comprensión, comunicación, crítica).

Asociaciones del ámbito de la literatura

Irakurtzeko zaletasuna txikitan edo gaztetan hartu ezean, zaila ikusten dut heldu aroan hartzea. Beraz, ume eta gaztetxoei egon beharko lirateke zuzenduta, nagusiki

Gure elkarteak ez du bereizten adin multzorik eta esparru guztiak hartzen ditu ardatz: familia, ikastetxea, eta irakurketa ludikoa sustatzen dugun neurrian aisialdia

Otras asociaciones

Creo que sobre todo es importante que se inculque el gusto por la lectura desde la infancia para que sea algo que forme parte sus vidas

Es importante fomentar la lectura desde edades tempranas, pero el problema es que cuando los niños y niñas llegan a una edad determinada en la que ya saben leer, se nos olvida seguir trabajando la lectura y el fomento de esta. Es importante poner en marcha acciones dirigidas hacia los más pequeños y pequeñas buscando la colaboración de familias y educadores pero también acciones dirigidas a niños y niñas de primaria, secundaria e incluso bachillerato

Guztiak kontenplatu beharko lituzke. Hezkuntza mailan eta haur eta gaztetxoentzako egiten ditugu baina eredu izan beharko genukeen helduak ez dugu maila ematen. Nola sustatuko dugu irakurzaletasuna inoiz liburu bat esku artean dugula ikusten ez bagaituzte?

11.5. Educación

Desde los centros escolares consideran que la promoción de la lectura debe hacerse desde muy temprana edad, y que, para ello, no solo los niños y niñas, sino también sus familias deben ser las destinatarias de las actividades de fomento de la lectura. También subrayan que los grupos de tiempo libre también pueden participar en las actividades de fomento de la lectura en el ámbito no formal.

Educación Infantil

Bereziki ikasleei zuzenduta egon behar da, baina horrek ez du esan nahi familieei eta beste agenteei ere ez zaienik zuzendu behar. Elkarlanean aritu behar dira eskolak, familiak eta herriko eta inguruko elkarte edo entitateak (udal liburutegia, euskara elkarteak...)

Creo que cualquier edad puede ser buena, pero las edades más tempranas son quizá las más adecuadas. Cuanto antes formen los libros parte de la vida de una persona, más opciones hay de formar lectores-as. La familia y su actitud ante la lectura son una pieza fundamental en el hábito lector de una persona, por lo que serían a ellas a quienes deberían estar dirigidas las actividades de fomento de la lectura lúdica. Como la escuela también colabora con las familias en esta tarea, serían bienvenidas las actividades que posibilitaran a la escuela fomentar la lectura lúdica entre su alumnado

Teniendo en cuenta que los hábitos se adquieren en la infancia, es ese el momento ideal para iniciarse en ella, con estímulos que debemos proporcionar desde todos los ámbitos. Después hay que seguir alimentando y actualizando los hábitos lectores

Al alumnado y a las familias

Educación Primaria

Eskola adinean dauden umeei zuzentzea oso garrantzitsua iruditzen zait, habitoak edo ohiturak adin horietan finkatzen direlako pertsonetan

Denei. Galderan aipatutako multzoak (eskola, familia, aisialdia... ere konbinatu daitezke beraien artean. Hau da, senideak etortzea ikastetxera irakurtzea...

Gaur egun, haur eta nerabeentzak bereziki. Baina familiak duen eragina ikusita, familiakide guztiek jaso beharko lukete

Alde batetik umeei zuzenduta, berdin da zein adinetakoak (ahalik eta gazteago hobe), beste alde batetik familiek honek duen garrantziaz jabetzeko eta azkenik aisialdiko taldeetan latzea ez litzateke gaizki egongo

Adin guztietako familiakidei, eskola adin guztiei eta aisialdi guneei

Educación Secundaria

El fomento de la lectura no tiene limite de edad. Sin embargo, es fundamental trabajarlo en edades tempranas, durante la infancia y las adolescencia. Pero el mundo, la sociedad, también esta formada por los adultos, quienes dan ejemplo a las generaciones que les siguen

Argi dago, irakurzaletasuna txikitatik sustatu behar den ekintza bat izan behar dela baina ezin da galdu urteak aurrera doan heinean. Beti presente egon behar da, eta adin tarte guztietan, liburuei, ipuinei...lekua utzi behar zaie

Gazteei, zenbat eta gazteago hasi hobeto, plazerez irakurtzen hasten badira gero ere jarraituko dutelako. Baina ez da adin jakin batean moztu behar. Haur txikietan hasi eta adineko jendearenganaino zabaldu beharko lirateke ekintza hauek, irakurtzeko grina edozein momentutan piztu baitaioke pertsonari

12. Evolución de la afición a la lectura durante los últimos años

12.1. Bibliotecas

Se observa una división de opiniones entre quienes aseguran que ha mejorado y quienes creen que ha empeorado. Hay quienes perciben que la evolución se ha producido de forma desequilibrada, porque una parte de la población ha aprovechado las nuevas oportunidades, mientras otros colectivos han quedado rezagados.

Explican que han aumentado y se han diversificado las posibilidades de fomentar la lectura y que, en ese sentido, el impacto de las nuevas tecnologías ha sido positivo. Sin embargo, también creen que esos recursos también han provocado consecuencias negativas. Aparte de que la afición a la lectura se está viendo relegada ante otras opciones de ocio, advierten de que la propia forma de leer está cambiando: se lee mucho, pero se lee rápido, se hace una lectura "de consumo", sin lugar para la calma y la reflexión.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

Creo que ha mejorado. Que la participación ha aumentado. Incluso para personas adultas. Si se ofrecen temas de interés aumenta la participación siempre que esté bien publicitada

Gazteen artean, zaletasun horrek nabarmen egin du behera

Garapen bidean doala esango nuke, maila progresibo batean

Gero eta gutxiago irakurtzen dugula esango nuke

Creo que, en general I@ niñ@s y los jóvenes leen cada vez menos libros

Yo creo que de forma muy desigual aunque haya habido más oportunidades de acceso a programas de fomento a la lectura una parte de la ciudadanía se ha beneficiado y otra se ha quedado totalmente al margen

Baliabide gehiago eskaintzen denez, irakurzaletasuna ere hobetuz joan dela esango nuke

Hace unos años, incluso en el mundo educativo, no eran muchos/as los/as docentes que la ponían en práctica. Hoy día, su grado de instauración es mucho mayor; al punto que no es extraño encontrarse con actividades de fomento de lectura lúdica tanto en centros educativos, bibliotecas, etc.

Cada vez es más interactiva y participativa. No se limita a que el narrador cuente la historia y sea el protagonista de la sesión, sino que también los asistentes estén atentos y colaborativos

Azken urteotan, batez ere sare sozialen gorakada dela eta, irakurtzeko modua pixkat aldatu egin da. Aukera ezberdin gehiago daude irakurzaletasuna bultzatzeko, bai modu fisikoan baita birtualean ere.

Gero eta irakurketa klub gehiago daude. Dena den haur eta gazte literaturan biartekari izateko lanari arreta gehiago eman behar diogula uste dut, bitartekariak baliabideak kontrolatzen baditu gure haur eta gaztetxoek erreferenteak izango baitituzte

Desde mi punto de vista estamos ante una crisis de la función de la literatura porque se ha estado teniendo una visión utilitaria de la lectura

Ha evolucionado porque cada vez hay más profesionales e instituciones que se implican en esta labor, aunque la mejor forma de transmitir el fomento a la lectura es a través del ejemplo, de modo que la familia juega un papel muy importante

Aukera asko zabaldu da. Ipuin kontaketak, gidak eta literatura solasaldiak izatek ia ekintza mota bakarrak, arlo eta baliabide ezberdinetako ekintzak izatera pasa dira: app-ak, antzerkiak, telebistako saioak, sare sozialak, lehiaketak, liburutegi digitalak...

Haurrek irakurtzen jarraitzen dute, eskolarizazio prozesu eta liburutegien babesean. Gazteen artean, berriz, teknologia berrien eraginez, gero eta gutxiago irakurtzen da. Helduen artean, berriz, emakumeek (liburutegiko egunerokoan oinarrituta) gehiago irakurtzen dutela nabarmendu daiteke

En mi opinión ha evolucionado de una manera notable, yo creo que gracias a la tecnología que permite realizar la lectura a través de ebooks, audiolibros..... esto hace que la gente lea de una manera más cómoda y en cualquier sitio

Haur eta Gazte Literaturan irakurzaletasuna sustatzearen garrantziaren kontzientzia handiagoa dagoela esango nuke, baina nerabezaro inguruan oraindik liburuak irakurtzera "behartzeak" ez du batere laguntzen. Baliteke irakurzaletasunean hobekuntza txiki batzuk eman izana azken urteetan, baina ez nahikoa. Lanean jarraitu behar dugu

Beharazkoa esango nuke, gazteek batez ere, eskolan agindutako liburuak irakurtzen dituzte, ez dute beraien aisialdiarekin lotzen irakurtzea, beraien betebeharrak batekin baizik. Helduen artean berriz, asko irakurtzen duen jendea dago baina baita inoiz irakurtzen ez duena, nere inpresioa da azken multzo hau gorantza doala

Irakurtzeko modua, desberdina da. Baliabideak eta euskarriak ugaritu dira, aukera asko dago. Berehalakotasunak ere asko markatzen du. Nire ustez asko eta azkar irakurtzen da. Kontsumoko irakurketak egiten ditugu askotan. Behar bada pixka bat galdu da irakurtzeak behar duen patxada izatea.

Zer irakurri, zer hautatu erronka bihurtu da, zailagoa da. Hortik liburutegiek egiten duten lanaren garrantzia hautaketa horretan laguntzen eta irakurketari buruzko hausnartzeko espazioak sortzen.

Bibliotecas de centros superiores de enseñanza

Hay demasiado entretenimiento visual (consolas, series...). Creo que la lectura lúdica y no lúdica están perdiendo terreno

Aldakorra. Teknologia berriak direla eta paperean irakurtzetik pantaila bidez irakurtzera pasa gara. Jende askok hala ere nahiago du liburu fisikoa

Bibliotecas especializadas

Creo que a peor; el libro electrónico no termina de "enganchar" a la gente

12.2. Industria del libro

Los agentes de la industria del libro también han destacado las dos caras de los cambios tecnológicos y culturales.

Editoriales

Ekintza puntualak egiten dira, baina kanpaina orokorragoen hutsunea nabaritzen dut

La diversión va por otros sitios

Nik uste gora joan dela edo mantendu, sektoreak sarri negar asko egin arren. Liburuez gain (ebook-ak barne), Wikipedia irakurtzea da, blogak etab. baita ere. Nire ustez formatuen arteko sinergiak bilatu behar dira, transmedia

Ha disminuido debido en gran parte a internet, las redes sociales y los teléfonos móviles de última generación. Todos estos actores en los últimos años le han dado un buen mordisco al "pastel" del tiempo que tenemos libre y que antes usábamos para leer y hacer otras cosas

Librerías

Me parece que va por muy buen camino

Ya sabemos que los móviles han ocupado un gran espacio en las actividades lúdicas, las redes sociales e internet en general, pero ahora que el uso de las tablets y los ebooks está en retroceso, creo que se está dando más importancia a los libros, que no son nada caros en el mercado de segunda mano especialmente

Los índices de lectura han bajado frente a otras opciones de ocio (videojuegos, redes sociales, plataformas de televisión tipo Netflix)

Creo que se ha perdido bastante el hábito

Considero que ha involucionado y cada vez se lee menos

Kultur aldaketa sakona gertatzen ari dela nabarmena da. Ohiko errudunak benetan errudunak ote diren, ez daukat hain argi. Guztiok, kontzentratzeko geroz eta gaitasun txikiagoa dugula nabarmena da, adibidez.

12.3. Medios de comunicación

La valoración de la evolución tiene más de negativo, en el caso de los medios de comunicación.

Gaur egun gero eta gutxiago irakurtzen da

Lo veo un poco dual. Por un lado, a medida que el nivel cultural general se ha ido incrementado ha crecido el gusto por la lectura. Pero, al mismo tiempo, la utilización de medios digitales (móviles, tabletas, pantallas, etc.) y sus nuevos lenguajes está apartando a los jóvenes de los libros

Azken urteetako bilakaera positiboa izan da baina etorkizunera begira sare sozialen bilakaerak baldintzatuko du

Behera egin duela esango nuke. Teknologiaren eskutik iritsi zaizkigun dispositiboak eta euren baitan dauden aplikazioak, programak eta abarreko guztiak irakurketaren probrezia bultzatu dute. Irakurketa eraginkorra izateko sakona izan behar da. Irakurketaren moduan eman da batez ere atzerapausoa

12.4. Asociaciones

En general, la visión de las asociaciones es bastante optimista. Las asociaciones de euskera, en lo que respecta a la literatura vasca, consideran que desde los años 90 ha se ha dado un florecimiento, cuantitativo y cualitativo. Pero, que, actualmente, las mayores carencias se encuentran en las lecturas dirigidas a la población adolescente.

Asociaciones de euskera

Badirudi gero eta gehiago irakurtzen dela, telefono mugikorrei esker, baina irakurzaletasuna beste kontu bat da eta beheranzko joera ukaezina da. Irudiaren aroan bizi gara, ikus-entzunezkoak dira nagusi media guztietan zein sare-sozialetan, eta horrek geroz eta konplikatua egiten du ahalegin berezia eskatzen duen irakurtzeko ohitura hartzera

Ez nuke jakingo azterketa soziologiko bat egiten honen inguruan, baina egoerak hobera ez duela egin esango nuke

Ohitura aldaketa nabarmen bat egon da. Teknologia berriek zuzenean eragin diote irakurzaletasunari

Euskarazko sorkuntzak kantitatea eta kalitateari dagokionez loraldia izan duela esango nuke 90 hamarkadatik hona. Egiteko lan handia dagoen arren, horrek irakurzaletasunean eragin zuzena izan duela esango nuke

Nerabezaro, gaztaroko euskarazko aukerak anitzagoak izan beharko lirateke. Lan handia egin da umeen literaturan, abain oraindik ere oso hankamotz gaude 13-14 urtetik gorakoentzako literaturan

Asociaciones del ámbito de la literatura

Positiboa datuak begiratu ezker. Jaisten ez direnean optimista izateko aukera dago

Otras asociaciones

Ha evolucionado en positivo aunque queda mucho trabajo por hacer

Diría que la posibilidad de acceder a los libros en bibliotecas, bien físicas, bien digitales, es un gran avance en cuanto a la accesibilidad de la población a los libros

Hobetzen ari dela esango nuke. Irakurtzeko joera handiagoa dagoela uste dut helduen eta nerabeen artean. Haur eta gaztetxoek ere jarraitzen dute ohitura hauekin baina pantailak dituzte askotan gertuegi.

12.5. Educación

Desde los centros educativos subrayan que, debido a la revolución digital, están predominando otras opciones más visuales, pero más pasivas, en lugar de la lectura. Algunas de las personas que opinan que, en general, se lee cada vez menos, matizan que quienes son lectores leen cada vez más, porque tiene más recursos a su disposición. En consecuencia, la brecha entre lectores y no lectores va en aumento.

En cuanto a la lengua, consideran que las dificultades con las que se encuentra la afición a la lectura, en general, se ven agudizadas en el caso del euskera: las personas aficionadas a la lectura prefieren leer en castellano, y leen en euskera de forma obligada.

Como aspecto positivo, señalan que la afición a la lectura se ha extendido a diferentes colectivos sociales, y que ha aumentado la producción, incluso en lenguas minoritarias. Hay quienes señalan que se da cada vez más importancia al tema y que los diferentes agentes se están implicando cada vez en mayor medida.

Educación infantil

Jaitsiera nabarmena egon dela pentsatzen dut, kontsumo digital handia daukagu gaur egun

Las nuevas tecnologías han comido espacio al libro. Es más fácil ver que hacer el esfuerzo de leer

Abiapuntua eskasa zela kontuan hartuz, hoberantz jaon dela ustetan nago. Familiak eta eskolak elkarrekin arlo horretan lantzen dutenetik batez ere

Ha bajado mucho por el incremento del uso de las tecnologías

Bizi garen mundu teknologiko hau kontuan hartuta, bilakaera gero eta latzagoa dela uste dut. Liburuak ez dute merezi duten tokia ezta denbora ere

Educación Primaria

Parece que es un ámbito que se amplía, ofreciendo cada vez más actividades; sin embargo, no sé hasta qué punto logran cumplir con sus objetivos

Azken urteotan beherakada izan duela iruditzen zait, digital mundu batean bizi garela, imaginek letreei espazio handi bat kendu diete

Gaiari gero eta garrantzia gehiago ematen zaio, bai eskoletan, bai familian, bai erakundetan eta bai gizartean.

Ikastetxeetan irakurzaletasuna sustatzeko planak egiten ari dira eta komunitateko kideen inplikazioa hau lantzeko gero eta altuagoa da: irakasleak, familiak, erakundeak... Liburutegiak ere, aktibatzen ari dira.

Astiro joan arren, gero eta sentsibilitate handiagoa dago gai honen inguruan eta nabarmena da formakuntza eskaintza eta erakunde ezberdinetan antolatzen diren ekintzen programazioa ikusiz gero

Euskaraz, gero eta okerrago. Gutxi irakurtzen dute, eta irakurtzen badute batez ere gaztelaniaz. Euskaraz irakurri behar badute derrigorrez egiten dute

Gutxiengo batean handitu eta gehiengoan gutxitu

Gero eta gutxiago irakurtzen da oro har, baina zaletasuna garatzen dutenek asko irakurtzen dute, agian inoiz baino gehiago, baliabideak eskura ditugulako

Oso pobrea. Orokorrean, pobretu egin da hizkuntza (teknologiaren eraginez, familia barruan garrantzirik ez diotelako ematen,...). Osa zaila egiten da gure eskolako gizarte mailan (kanpotik etorritako ume asko eta euskara ezagutu barik, gainera 5.mailan edo 3.mailan edo sartu ohi dira, eta ez da kontuan hartzen haien hizkuntza gaitasuna).

Gizartean ere hizkuntzaren garapenak beherakada handia izan du (bai gaztelaniaz bai euskaraz)

Esango nuke asko aldatu dela irakurtzeko joera. Orain oso gauza motzak eta azkarrak besterik ez ditugu irakurtzen. Albiste bat bere osotasunean irakurtzea ere egun oso zaila egiten zaigu.

Educación Secundaria

Orokorrean irakurle gehiago gaudela esango nuke. Haur hezkuntzan eta lehen hezkuntzan ohiko irakurle asko daudela esango nuke, 14-18 urte bitartean beherantz egiten duela derrigorrezko bezala, ikasketekin lotuta ikusten dutelako

Gaiaren ikuspuntua aldatzen ari da

Zenbakiak ez doaz gora, dudarik gabe, pantailaren munduan gaude eta modu ludikoan erabiltzen dituzte gazteek. Oso fenomeno mundiala da. Baina agian lehen beste irakurtzen da, horretarako ikerketak egingo lirateko, gure iritzia inpresio bat baino ez da

Ez dut uste lehen baino gutxiago irakurtzen denik. Hori bai, badirudi azkenik, onartzen goazela klasikoak ez direla irakurzaletasuna bultzatzeko aukera eraginkorrena

Educación para Adultos

Parece haberse reducido en beneficio de actividades más visuales y más pasivas, como los videojuegos

La transformación digital está alejando a las nuevas generaciones de los textos escritos, en beneficio de contenidos audiovisuales

Se ha abierto a más parte de la sociedad y se ha multiplicado la producción. También se han abierto las puertas a las lenguas minoritarias



13. Oportunidades generadas por los recursos digitales y su contribución al fomento de la afición a la lectura

13.1. Bibliotecas

La contribución de los recursos digitales y de las nuevas tecnologías al fomento de la afición a la lectura genera bastantes dudas entre los informantes de las bibliotecas. Algunas personas las consideran una amenaza, otras una oportunidad, y también hay quienes admiten que es una realidad que tiene ambas partes, pero que, en cualquier caso, no queda más remedio que asumirla.

No obstante, desde las bibliotecas, en muchos casos, se consideran herramientas y recursos a explorar, a pesar de que no resulta sencillo impulsar la lectura tradicional a través de las nuevas tecnologías. Remarcan la utilidad del e-book o de los audiolibros, por ejemplo, para quienes tienen dificultades para leer libros con tipografía pequeña.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

El fomento de la lectura lúdica va encontrando su espacio en el mundo digital, pueden contribuir con mucha fuerza y recursos

Si que crea nuevas oportunidades, movil, tablet, ebook. Pero sí es cierto que muchas personas seguimos prefiriendo el formato papel

Baliabide digitalak bitarteko bat baino gehiago dira eta irakurzaletasuna sustatzeko aukera berriak sortu dituztela iruditzen zait

Los e-books pueden contribuir porque permiten aumentar el tamaño de la letra, por ejemplo, lo cual ayuda a determinados colectivos, ya que no es fácil encontrar novelas con letra de gran tamaño. También son útiles los audio libros

Jendeak badu ohitura euskarri digitalean irakurtzekoa, eta adibidez, konfinamentu honetan jende askok eskatu du eliburutegirako sarrera

Beharbada bai sortuko zuten aukeraren bat, baina nire ustez kalte gehiago egiten diote onura baino

Sin duda, han abierto un mundo de posibilidades y han facilitado llegar a más público potencial

Jakina baietz, oso lagungarriak dira, konfinamenduaren garaian -eta oraindik egunotan ere- agerian gelditu den bezala. Jarduera baten oihartzuna biderka dezakete (tokiz zein denborazko mugak gainditzen, publikoa handiagotzen, etab.)

Creo que sí, dado que técnicamente ofrecen un abanico más amplio de posibilidades para realizar ciertas dinámicas y una mayor interacción

Sí y no. Por un lado, mediante los recursos digitales pueden ser una oportunidad ya que es más fácil atraer al público; sobre todo, al infantil. Pero hay que saber manejarlo de manera responsable; lo cual es lo más difícil. Considero que en este punto los progenitores (Sobre todo) tienen un papel importante. El problema viene cuando los adultos tampoco manejamos los recursos digitales de manera eficaz

Por supuesto que han creado nuevas oportunidades ya que ahora las 24h de los 365 días del año podemos acceder a libros online. Pero se da una contradicción ya que al acceder desde la propia casa a los contenidos hay menos interacción con bibliotecarias, librerías y los propios lectores que se encontraban y comentaban in situ

Digitalizazioak beste pentsatzeko eta kontzebitzeko era bat dakar: oso dinamikoa, bisuala, aldakorra, ez kritikoa eta azeleratua dena. Irakurketa tradizionalak bestalde, guztiz kontrakoa eskatzen du: hausnarketa, analisi geldo eta sakona

Bibliotecas de centros de estudios superiores

Creo que oportunidades sí que hay y habría que explorarlas. Los niños que leen, cada vez leen más en pantallas

Irakurtzeko modua aldatu dela egia da. Lagungarria da eskeintzen dituen abantailengatik (pisua, sarbidea non nahi...)

Bibliotecas especializadas

Hemos incrementado nuestros recursos digitales, pero no creo que hayamos incrementado el hábito de la lectura

13.2. Industria del libro

Los agentes de la industria del libro tienen una visión más pesimista que los de las bibliotecas. Pero, en parte, la razón no es otra que los propios intereses comerciales. Porque, en el ámbito de los libros digitales, predominan, sobre todo, las descargas por internet, lo que supone una reducción de sus ventas.

Editoriales

Considero que en tramos adultos y con formación de estudios puede ser útil. Para los primeros lectores una herramienta inútil

Ez daukat baliabide digitalen bitartez egin diren sustapenen berri. Suposatzen dut egin egingo zirela. Edozelan ere, interesgarri deritzot teknologia berriak helburu horrekin erabiltzeari

Sí, pero no les sabemos sacar provecho. Otras áreas de entretenimiento (TV, videojuegos, etc.) han sabido sacar más partido de los recursos digitales

Librerías

Para las librerías no es bueno que se fomente la lectura digital. No ayuda a la compra de libros, todo son descargas ilegales

Creo que los recursos digitales no favorecen en absoluto. Además no fomentan nada en mi opinión

Los recursos digitales han fomentado la lectura, pero es una pena que la lectura en libro haya bajado

En mi opinión los recursos digitales solo llegan a una parte del público objetivo

Tanto las comunidades de lectura como las redes sociales y los booktubers han contribuido al fomento de la lectura

13.3. Medios de comunicación

Desde los medios de comunicación valoran que han surgido nuevas oportunidades y, además, ven la necesidad de explotarlás, tal y como ha hecho, por ejemplo, el sector audiovisual. Porque, de lo contrario, la lectura quedará rezagada frente a otras opciones de ocio.

Eliburuak. Salneurria merketu, eta eskuragarritasuna

Noski baietz. Teknologia irakurtzeko moduak aldatu ditu. Material digitala sortzeak irakurzaletasuna bultzatzeko bide berriak zabaldu ditu. Beraz, baliabide digitalen aldeko apustua egin behar da, betiko baliabideak alboratu gabe beti ere

De manera muy notoria, sobre todo captando la atención de los públicos nativos digitales

Aukerak erraztu dituzte plataforma eta euskarri ezberdinek. Ohiko liburu irakurketak behera egin du argi eta garbi

Sin duda. Debe ahondarse en esas nuevas formas de lectura. Se trata de cambiar el soporte,... la lectura en sí, es el mismo acto

Bai sortu dituzte irakurzaletasuna sustatzeko aukera berriak baina oso jabe naiz ikusentzuzkoen aroan bizi garela eta alor horretan garapena handiagoa izan dela

13.4. Asociaciones

Los interlocutores de las asociaciones consideran que los recursos digitales relacionados con la lectura (el ebook, principalmente) han tenido menos impacto de lo esperado. Que hace tiempo que se habla de la desaparición del papel, pero que, sin embargo, no termina de llegar. No obstante, consideran que las nuevas iniciativas para fomentar la lectura deberán ser digitales. En este sentido, subrayan, —y no sólo las asociaciones de euskera—, que la oferta en euskera en el mundo digital relacionado con la lectura es escasa (libros electrónicos, booktubers, booktrailers).

Asociaciones de euskera

Baliabide hauek ere balio dute irakurzaletasuna motibatzeke

Hamarkadak daramatzagu esaten papera desagertu egingo dela baina irudipena daukat irakurtzeko baliabide digitalen hedapena uste baino motelagoa ari dela izaten. Ebook eta abarrez ari naiz. Beraz, arazoa ez dut uste euskarria denik, irakurtzeko zaletasun eza baizik, nahiz eta aldi berean uste dudana zaletasuna sustatzeko ekimen berriak digitalak izan beharko direla gazteak harrapatuko badituzte

Doakotasunak lagunduko lukeela iruditzen zait. Liburuak erosteko deskontuak emanez, komunikabideetako harpidetzak oparitz/lagunduz...

Aukera berriak sortu dituzte dudarik gabe eta horien erabilera beharrezkoa dela iruditzen zait. Hala ere, aukera berri hauek hizkuntza eta plataforma ezberdin askotan ematen direnez, euskarazko eskaintzak bere espazioa azkar bilatzean saiatu behar da, modu erakargarriak sortuz eta gizarteari ezagutzera emanez

Asociaciones del ámbito de la literatura

Bai, lagungarria dira baliabide digitalak erabiltzea, euskal hiztunentzat booktuberren fenomeno landu gabekoa da oraindik, promozioa eta garapena beharko litzateke.

Gailu digitalen prestakuntza gehiago beharko litzateke, irakurle digitalen taldeak adibidez.

Euskaraz urria da literatura digitala, arlo hori bultzatzeko dugu

Asociaciones culturales

Uste dut espero zena baino ekarpen txikiagoa egin diotela baliabide digitaletan irakurzaletasuna sustatzeari, momentuz behintzat. Euskarazko e-liburuak eskuratzeko, esaterako, arazo bat baino gehiago ikusi dut

Otras asociaciones

En los últimos tiempos, mucha gente ha optado por la lectura en medios electrónicos, y hay verdaderas redes de lectores que comparten sus lecturas electrónicas

Uste dut, batzuk lagunduko dutela, baina beste batzuk ez direla batere eraginkorrak

13.5. Educación

Desde los centros educativos señalan los pros y los contras de los nuevos recursos digitales y tecnológicos. Hay quienes creen que han influido en contra de la afición a la lectura. Otros prefieren abordar el reto como una oportunidad, asumiéndolo como un cambio inevitable y tratando de sacarle el máximo provecho posible de cara a la consecución del objetivo del fomento de la lectura.

Educación Infantil

No. Creo que la digitalización ha traído un alejamiento de la lectura en general

Kalte egin dutela uste dut. Erreza da haien bidez jendearengana heltzea, baina irakurtzeko balaibide edo herramientak heltzen zaizikugun bezala, beste hainbat estimulo, jarduera, informazioa, aukera...heltzen zaizikugu. Gehiegi

Pueden ayudar mucho, para los niños/adolescentes, es su lenguaje y la manera de comunicarse. Es la manera de acercarlos los libros. Lo más pequeños no necesitan recursos digitales sino a sus maestros y padres

Gazteagoengana iristeko beste modu bat litzateke: animazioa, mugimendua...

Beste euskarri bat gehiago da. Hala ere baliabide onena, ezin dena ordezkatu, pertsonak direla uste dugu. Pertsona batek ipuin bat kontatzea eta ikasleek adi-adi egotea honi entzuten... Baliabide digitalak ondo daude, baina neurrian. Nahikoa denbora pasatzen dute pantallen aurrean.

Educación Primaria

Irakurzaletasuna sustatzeko baliabide digital bakarra okurrizten zaigu eraginkor, booktuberrek eskaintzen dutena. Adin batetik aurrera erakargarri izan baitaitezke. Gainerakoan liburu, egunkari, e.a. fisikoen bidezko apustua egiten dugu, pantailletara ohituegiak baitaude eta hauetan testuak agertzen diren bakoitzean "salto"egiteko joera baitute

Uste dugu baietz. Orain badakigu irakurzaletasuna garatzeko testu bat entzutea oso baliogarria dela. Eta han daude liburu digitalak. Beste aldetik, adibidez, e-bookak ere erakargarriak dira

Nire ustez baliabide digitalak erabiltzerakoan irakurtzen da, baina beste irakurketa mota da, motzagoa, azkarragoa, desberdina

Balio digitalak laguntzen dute irakurzaletasuna sustatzen, testu desberdinak aurkitzen, denok elkarrekin zerbait irakurtzeko aukera ematen dugu, ekintza desberdinak antolatzen beti irakurzaletasunaren osagarritzat hartuta.

Interesgarritzat jotzen ditugu baina tamalez, euskaraz ez dugu aniztasun eta maila bereko bilakaerarik ikusten

Educación Secundaria

Bai, baliabide berriak sortu dituzte. Baliabide berriek alde onak eta txarrak dituzte, baina ezin zaio bizkarra eman errealtate berri honi. Gazteek (eta gazteak ez direnek) gero eta gehiago erabiltzen dituzte. Beraz, erabilpen horretatik hasita, zeozer egin daiteke. Eta ezin ahaztu liburu digitalak merkeagoak direla

Los recursos digitales deben ser un complemento que estimule a la lectura no un sustituto

Baliabide digitalek irakurzaletasuna sustatzeko aukera sortu dute. Ondo erabili eta ondo erabiltzen erakustea da garrantzitsua. Baliabide digitalek motibazioan asko laguntzen dute, beraz ondo erabiltzea lagungarri izango da irakurzaletasuna sustatzen

Aukera berriak sortu ditzakete: sare sozialen bidez adibidez irakurzaletasuna gazteen artean sustatu daiteke, baina ez da gehiegi egiten zentzu horretan. Gazteak oso libre dabilta eremu horretan, eta beste duki mota batzuk gailentzen dira.

14. Principales problemas u obstáculos para la promoción de la lectura

14.1. Bibliotecas

Al hilo de los argumentos del apartado anterior, desde las bibliotecas destacan las tendencias de la sociedad: que los dispositivos digitales y la conexión continua a internet fortalecen otras opciones de ocio, y que, cuando se lee, se hace una lectura diferente, más rápida, inmediata y carente de profundidad.

También critican una falta de responsabilidad por parte de algunos progenitores, aquellos que no se esfuerzan por fomentar la lectura entre sus hijas e hijos y prefieren apuntarles a cualquier otra actividad extraescolar. Señalan que las repletas agendas de los niños y niñas dificultan la programación de las fechas y horas adecuadas para las actividades de promoción de la lectura. También subrayan la falta de presupuesto, de recursos y de personal, en general. En algunos casos, también de espacios adecuados.

Red de bibliotecas públicas de la CAPV

La falta de recursos humanos y de dinerarios

Gazteen artean, teknologi berrien erabilpena asko barneratu da, beraz, irakurtzeko interesa nabarmen jeitsi da

Frente al "esfuerzo" que supone leer (elegir qué libro quieres, dedicarle tiempo y concentración para disfrutarlo,...), el teléfono ofrece inmediatez y poco esfuerzo. De hecho, creo que ese consumo casi continuo de internet ha acostumbrado a la gente a otra forma de leer, a una lectura rápida, a saltar de un texto a otro en pocos segundos sin profundizar en nada que suponga más tiempo

Acertar con las fechas y horarios para su realización debido al gran número de actividades extraescolares de los participantes. También es difícil atraer a público adolescente o adulto

Oztopo handiena gizartean dago, gero ta aukera gehiago ditugu, eta askotan momentuko gauzak bizi nahi ditugu. Irakurmenak lasaitasuna eskatzen digu, denbora apur bat, eta gizartean gero eta zailagoa da hori lortzea

El problema que detecto es que en esta sociedad en la que vivimos las familias en general, aunque no todas, no le dan ninguna importancia a la lectura lúdica y prefieren que sus hijos e hijas empleen su tiempo libre en ir a clases de gimnasia rítmica, circo, baloncesto...

Medio falta, pertsonal falta, aurrekontu falta

El obstáculo de que el ritmo de vida actual hace más dificultoso el promocionar actividades que requieren más tiempo, como la lectura

Gizartean bizi dugun gaitza: denbora falta

Kontzientziazioan dagoela arazorik handiena uste dut. Txikienei irakurtzea ona dela esaten diegu, baina helduek ez dute apenas libururik hartzen urte osoan zehar. Eredu izanda barneratzen da gehien zaletasuna eta helduok kontziente izan behar dugu txikienei esaten diegun horrek guretzat ere balio duela

Bai, ez daukat ia ezer antolatzeke astirik, eguneroko lanak denbora guztia jaten dit

Bibliotecas especializadas

Liburuekiko interesa eta prestigioa gainbehera doa gure gizartean, maila guztietan

Bibliotecas de Diputaciones Forales

En este momento la oferta de ocio es muy amplia. Hay mucha competencia cuyo consumo requiere mucho menos esfuerzo que el requerido por la lectura. Por otra parte, lectura y calma van de la mano y, hoy por hoy, estamos instalados en unas dinámicas de rapidez y satisfacciones inmediatas que hacen que la lectura se atragante. También, y aunque parezca un contrasentido, la gran oferta de publicaciones (en muchos casos tan dirigida y homogénea como se ha planteado en la pregunta 6) puede llegar a saturar la capacidad de la gente para elegir. Los colegios y el curriculum académico son también dos elementos que pueden llegar a jugar en contra de la lectura por placer. Los alumnos equiparan en muchas ocasiones lectura académica con lectura lúdica y las malas experiencias escolares, derivadas de tener que cumplir obligatoriamente con unos objetivos inflexibles, llevan a que mucha gente ni siquiera le dé una oportunidad a la lectura fuera del ámbito escolar

Interesa eta kuriosidadea pizten lortzea da gakoa, nahi dugunerako errazago bilatzen dugu gure egunerokotasunean unetxo bat edo beste

Bibliotecas de la administración

La falta de capacidad de concentración a la que nos está llevando este acelerado mundo de lo audiovisual hace que la gente no tenga paciencia para leer un texto largo. Y creo que ese es un problema generacional que será difícil de arreglar.

14.2. Industria del libro

Los interlocutores de la industria del libro ven claro que vivimos en la sociedad de la imagen y que los hábitos relacionados con el consumo de imágenes difícilmente favorecen la lectura. Que los audiovisuales exigen una actitud más pasiva, en comparación con la lectura, y que la disposición y las ganas de hacer ese esfuerzo que exige la lectura van disminuyendo.

Advierten de que la oferta digital y tecnológica de ocio resulta más atractiva para los niños y las niñas. Y en relación con esa oferta, señalan que a veces resulta excesiva, que suele darse una saturación.

Editoriales

Oztopo nagusia, neure iritzi apalean, irudien mundua da. Haurrak eta gazteak oso ohituta daude informazio guztia irudi bidez jasotzen, eta beraz, uko egiten diote hizkiak deszifratuz irudiak eraikitze lanari

Gehiegizko eskaintza, baina kribatu barik. Eskaintza handia dago liburutan, filmetan, musikan... egunak ez du ematen denean ibiltzeko

Librerías

El ocio tecnológico: internet, las redes sociales y las plataformas de tv (series y películas)

Hay poca ayuda y publicidad para fomentarla

Las opciones de ocio digital se han multiplicado y compiten por la atención de las generaciones más jóvenes

Entre los niños, sin duda, las nuevas tecnologías: juegos de ordenador, "nintendos"... "maquinitas" en general.

Falta de tiempo y descoordinación entre los agentes implicados (Gobierno, Diputaciones, librerías, escuelas...)

Si se ayudara a pequeños comercios para que se pudiesen llevar a cabo actividades de fomento de lectura, La ayuda no tiene porqué ser económica, sino publicidad, etc

Los recursos digitales están haciendo que la gente obtenga tanto a través de la lectura como de el visionado de imágenes y videos, mucha información en muy poco tiempo, por lo que la lectura está quedando algo atrás porque las imágenes y videos transmiten mucho más rápido y son una gran competencia

Agenda barrokoa dugula (esan nahi dut oso beteta dagoela) lagunak, lanak, jokuak, 7 denboraldiko serieak 4 egunetan ikusi behar izatea....

14.3. Medios de comunicación

Algunos de los interlocutores de los medios de comunicación sugieren que, en ocasiones, las dificultades que entraña la digitalización y sus consiguientes cambios sociales se utilizan como excusa. En ese sentido, subrayan que esos cambios debieran ser compatibles con la promoción de la lectura. Que, muchas veces, se emplean modelos y fórmulas anticuadas para fomentar la lectura, y, que, aunque no funcionen, no se intentan actualizar.

Gaur egun balibide multimediak gero eta gehiago dira. Gero eta bideo gehiago kontsumitzen dira, eta horrek, irakurketa oztopatzen dute. Dena dela, irakurketa sustatzeko balibideak eta bestelako multimedia produktuak bateragarriak dira

Azkar irakurtzeko ohitura berria, twit bat, lerroburu bat, ...

Gazteen artean irakurketa asko galdu da, ikasketekin lotzen dutelako askok. Ikasketak uztean irakurketa galtzen da maiz

Eredu zeharkituak erabiltzea oztopo handi bat bezala ikusten dut

14.4. Asociaciones

Desde las asociaciones han hecho referencia a otra dificultad que han provocado los cambios sociales de los últimos años: la falta de tiempo o el ritmo de vida. No obstante, creen que, al menos en parte, se trata de una percepción, una impresión, que se debe a un exceso de estimulación. Que, al fin y al cabo, es una cuestión de prioridades, y que el tiempo que se dedica a otras actividades es tiempo que no se dedica a la lectura.

En relación con este ritmo de vida, señalan que en la educación se ha dado mucha importancia a la velocidad de la lectura y no tanto a la comprensión. De modo que se han formado lectores veloces pero que, sin embargo, sufren problemas de comprensión.

Asociaciones de euskera

Euskarazko irakurle talde gutxi dago eta gehiago egon beharko lukete

Jendeak ez dauka (edo ez du hartzen) denbora nahikorik

Egungo bizitza erritmoa, haurrek kontzentratzeko dituzten zailtasunak, kontsumo azkarreko gehiegizko estimulazioa...

Denbora falta da edozein adin- tartetan aipatzen den arazo nagusienetarikoa, irakurketa lasai egin behar da, ulermena ahalbideratu behar du.

Eskola esparruan abiaduraren kontzeptuari larregizko garrantzia eman zaio tradizionalki eta irakuler azkarrak baina ezer gutxi ulertzen zutenak sortu ditugu.

Asociaciones del ámbito de la literatura

Beharbada bai irakaslegoan zein guraso askorengan zaletasun falta

Otras asociaciones

Hautu kontua da nere ustez, motibazioetatik abiatzen da eta oztoporik ez dut ikusten. Norberaren lehenetasunetan dago kontua

El mayor obstáculo que veo es la proliferación de la cultura de series; la gente prefiere que le cuenten una historia sin hacer el "esfuerzo" de "ver" esa historia en su cabeza a través de un libro

Las herramientas digitales que les proporcionan una cantidad de estímulos en muy poco tiempo imposible de sustituirlos por un libro

14.5. Educación

Además del impacto de los recursos tecnológicos y digitales, han hecho referencia a otros cambios y tendencias sociales que, en parte, están relacionados: falta de tiempo, prisas continuadas, preferencia por los contenidos ligeros, que no exigen demasiado esfuerzo...

Educación Infantil

Denbora. Gaur egun bizimoduak eskatzen digu presaka ibiltzea. Oso zaila da irakurtzeko astirik izatea

El acceso a juegos muy visuales a partir de muy corta edad, se acostumbran a ver más que a leer

La sociedad en general. Los programas televisivos

Educación Primaria

Si, la televisión e Internet. El alumnado y las familias cada vez ven más la televisión y utilizan más internet

La falta de formación general de los docentes a este respecto, así como de los padres y de las sociedad en general y, por otro lado, el mayor obstáculo al que debe hacer frente considero que consiste en cambiar los hábitos tan fuertemente arraigados en nuestra sociedad

Denbora falta daukagun curriculum osoa eman ahal izateko. Irakasleok tresnak ere behar ditugu irakurzaletasuna bultzatzeko, askotan, denbora galtzea dirudi batzuentzat

Sustapen honek denbora behar du, denbora eta jarraipena. Irakurketen aukeraketa, zaila da gustuko duten bat aurkitzea. Motibazioa piztea. Familien inplikazioa.

Gaur egun ganoraz idatzi eta irakurtzeari ez zaio lehen besteko garrantzirik ematen eta, ondorioz, zaila izango da biharko egunean irakuzaletasuna hedatzerik, ikasle gero eta gehiagok zailtasunak izango dituztelako biharko egunean testuak errez irakurri eta ulertzeko

Educación Secundaria

Zailtasunak dituzten ikasleekin , ez zaie gustatzen logikoa den bezala , horrelako kasuetan beste baliabideak bilatu behar dira irakurketa maila handitzeko

Sí, falta de implicación de los departamentos de educación y como resultado de ello falta de recursos económicos

Falta de tiempo y multitud de oferta de entretenimiento

Bai. Ohitura falta, etxeke giroak ez laguntzea, ereduak ez eskaintzea (gidari falta), denbora gehiegi ematea bideojokoetan eta ikusentzunezko jardueretan, gizarte azalekoa, topiko faltsuak, hizkuntza maila eskasa,...

El mayor obstáculo puede ser la competencia de los medios tecnológicos, que resultan más atractivos al ser más inmediatos y exigir menos intervención intelectual personal. Por otra parte, no todos los agentes educativos participan del fomento de la lectura, por lo que este queda minimizado cuando se realiza.



C. Conclusiones

Presentación del estudio, alcance y metodología

Objetivo del estudio

- El principal objetivo de este estudio consiste en identificar y analizar los programas y acciones de fomento de la lectura lúdica llevados a cabo por los diferentes agentes de la CAPV en el año 2019.

Concepto de la promoción de la lectura lúdica

- Se ha considerado necesario realizar una definición del concepto de "promoción de la lectura lúdica" para garantizar que la recogida de información se realiza de la forma más homogénea posible
- De forma previa a la puesta en marcha del trabajo se ha realizado una clasificación o agrupación de los diferentes tipos de acciones, actividades o planes de fomento de la lectura: FERIAS Y FESTIVALES, CERTÁMENES, AUTORES, PROMOCIÓN DE LIBROS, SESIONES DE LECTURA, ORIENTACIÓN, NUEVAS TECNOLOGÍAS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, VISITAS.

Alcance del estudio

- El universo de identificación y análisis de los programas de promoción de la lectura lúdica de la CAPV se ha estructurado en dos niveles: agentes que se han incorporado al universo de la investigación a través del censo, por un lado, y agentes que lo han a través del muestreo, por otro.
- Antes de iniciar el estudio, se ha realizado una clasificación de los agentes que han participado en la investigación, por sector o ámbito de actividad: BIBLIOTECAS, EDUCACIÓN, FAMILIA, INDUSTRIA DEL LIBRO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ASOCIACIONES, INSTITUCIONES PÚBLICAS, SISTEMA PÚBLICO DE SALUD.

Metodología

- El estudio ha combinado diversas metodologías: por un lado, el análisis ha tenido un planteamiento cuantitativo (se ha llevado a cabo una descripción cuantitativa de las variables). Pero, además, también se ha desarrollado un análisis de carácter cualitativo, con el fin de profundizar en la interpretación de los datos recabados.
- Las metodologías aplicadas han garantizado un estudio pormenorizado de cada acción de promoción de la lectura.
- Desde los agentes, se ha recopilado información en dos niveles: por un lado, información referente a agentes que organizan actividades de promoción de la lectura; por otro,

información relacionada con las acciones que organizan esos agentes. Para ello, se han empleado cuestionarios estructurados.

- El trabajo de campo se ha llevado a cabo en dos fases: la primera se puso en marcha en junio de 2020, con un trabajo de campo en el que entraron todos los agentes a excepción del sector de la educación; la segunda fase se puso en marcha en septiembre de 2020 (con los agentes del sector de la educación).
- En el sector de la educación, al haberse utilizado una muestra en el caso de los centros de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, en aquellos casos en los que un agente titular de la muestra se ha negado a responder se ha sustituido dicho agente por otro. La muestra planteada inicialmente era de 450 centros escolares. Para garantizar esa cifra de centros que organizaran actividades de fomento de la lectura, se ha contactado con 591 centros escolares (442 titulares y 149 suplentes).
- Análisis de la información cualitativa: se ha realizado un análisis y estructuración de la información cualitativa recogida a través de preguntas cualitativas y de la información cualitativa recibida de los agentes a lo largo del trabajo de campo.
- Explotación de los datos cuantitativos: se ha utilizado una estadística descriptiva para el análisis cuantitativo de los datos: frecuencias absolutas, relativas y cruces de variables. Variables utilizadas para el cruce: territorio, tamaño de municipio, sector, subsector y clasificación de la acción.
- Informe del análisis de los programas de fomento de la lectura lúdica: este informe se estructura en dos grandes apartados: un análisis cuantitativo de los programas de fomento de la lectura lúdica y un análisis cualitativo de la promoción de la lectura lúdica.

Análisis cuantitativo de los programas de promoción de la lectura lúdica

Análisis de los agentes que han llevado a cabo acciones de fomento de la lectura lúdica

Universo de estudio

- El universo de programas o acciones de promoción de la lectura lúdica construido para este estudio está compuesto por 1.513 agentes. De los cuales 923 han accedido al universo por censo y otros 590 por medio de un muestreo.
- Con relación a la distribución del universo por sectores, destaca el sector de la Educación, en cuanto a número de agentes: 671. Si se analizan los agentes que conforman el universo por subsectores, en el caso de la Educación el grupo principal lo constituyen los centros de Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato (590 agentes, 39% del universo), seguido de la red de bibliotecas públicas de la CAPV (235 agentes, 16% del universo).
- Destacan los agentes cuya sede principal se ubica en Bizkaia: 708 agentes con sede principal en ese territorio.

Participación en el estudio

- La participación en este estudio ha sido del 64%: el total de agentes participantes ha sido de 961. La mayor participación se ha registrado en Educación (78%) y en las Bibliotecas (77%). La más baja en las Asociaciones (39%) y en los Medios de Comunicación (35%).
- De esos 961 agentes, más de la mitad son del sector de la Educación (524 agentes, 55%); 208 son del sector de las Bibliotecas (22%) y 96 del sector de la Industria del Libro (10%).
- Casi 5 de cada 10 agentes (458 agentes, 48%) tiene su sede social en Bizkaia.
- Con relación al tamaño de la población donde se ubica la sede principal del agente, la distribución de los agentes entre los grupos que se han establecido es bastante equilibrada:
 - En municipios inferiores a 5.000 habitantes: 27%.
 - En municipios de entre 5.000 y 20.000 habitantes: 26%.
 - En municipios de más de 20.000 habitantes: 19%.
 - En las capitales: 28%.

El peso de los agentes con sede en municipios de menos de 5.000 habitantes es significativamente mayor en el sector Bibliotecario (50%).

Agentes que han llevado a cabo acciones de promoción de la lectura

- El 44% de los agentes ha organizado alguna acción de fomento de la lectura en 2019 (426 agentes). El peso de los agentes que han organizado acciones es mayor en Gipuzkoa (47%) y en municipios de menos de 5.000 habitantes (52%).
- Los agentes que han organizado las acciones se ubican en Bizkaia (47%) y en municipios de menos de 5.000 habitantes (32%).
- En las Bibliotecas (74%) y en las Instituciones Públicas (67%), el peso de los agentes que han llevado a cabo acciones es superior a la media.
- Los agentes que han organizado alguna acción se clasifican principalmente en dos sectores: en la Educación y en las Bibliotecas (entre ambos sectores abarcan el 85% de los agentes).
 - ▶ Más de la mitad de las bibliotecas que han organizado alguna acción se ubican en los municipios más pequeños; Y las situadas en Álava son mucho menos que las de los otros dos territorios (14% en Álava).
 - ▶ En el sector educativo predominan los centros ubicados en Bizkaia (54%) y la distribución por tamaño del municipio es equilibrada. El peso relativo de los centros que ofrecen otro tipo de enseñanza (adultos, extranjeros...) y que llevan a cabo acciones de fomento de la lectura es mayor (la media del sector de la Educación es del 40% y en centros de este tipo alcanza el 49%).
 - ▶ Parece que en las asociaciones del sector familiar no es habitual organizar acciones de fomento de la lectura (En el caso de las AMPAS podría pensarse que su organización compete a los centros). El 10% de las asociaciones participantes ha organizado este tipo de actividades.
 - ▶ En cuanto a la industria del libro, las librerías y editoriales que organizan acciones de fomento de la lectura destacan en Bizkaia y en las capitales. Parece que es más habitual organizar acciones de promoción de la lectura en librerías de los grandes municipios. El carácter más diverso de las librerías de municipios más pequeños, la falta de espacio, etc., podrían condicionar la organización de este tipo de actividades.
 - ▶ En el caso de los medios de comunicación y asociaciones, los agentes que organizan acciones de promoción de la lectura destacan en Gipuzkoa y en los grandes municipios.

Mapa de las acciones de promoción de la lectura lúdica

Cantidad de acciones organizadas

- En el estudio se ha recogido información sobre 1.436 acciones organizadas en 2019, con una media de 3,4 acciones por agente.
- Bizkaia es el territorio en el que más acciones se han organizado, seguido de Gipuzkoa. Aunque la media de acciones organizadas por cada agente no es demasiado inferior (3,0 acciones/agente), el total sí lo es, porque el número de agentes del territorio en el universo es menor.
- Las acciones organizadas por agente destacan en los municipios de tamaño medio (3,9 acciones/agente) y el mayor número de acciones se concentra en municipios de menos de 20.000 habitantes (61% de las acciones).
- El sector de las bibliotecas es el que más acciones ha organizado de media: 4,9 acciones de media por cada agente. El resto de los sectores se sitúa por debajo de la media global. Junto con las bibliotecas, el sector de la Educación es el que más acciones organiza (el 90% de las acciones corresponden a esos dos sectores).

Tipo de acciones organizadas

- Las sesiones de lectura predominan entre las acciones de promoción de la lectura organizadas en 2019 (51%). La abundancia de este tipo de acciones en las bibliotecas y centros escolares ha hecho que este tipo de acciones tengan un gran peso relativo. En segundo lugar se sitúan las acciones relacionadas con autores/as (15%).

Público objetivo de las acciones: en función de la edad

- Casi un tercio de las acciones no están dirigidas a un grupo de edad, es decir, se trata de una acción organizada para el público en general (% 29). En 414 acciones se han definido los grupos de edad a los que va dirigida la acción; en general, en el caso de las acciones en las que se ha definido la edad predominan las acciones dirigidas a los niños y niñas:
 - o **Bibliotecas**: el 32% de las acciones no está dirigida a un grupo de edad, sino al público en general. En el caso de las actividades dirigidas a una franja de edad, se trata de acciones dirigidas a los niños y niñas, especialmente, de Educación Primaria (entre 6 y 11 años). El 20% de las acciones se dirige a personas adultas de distintas edades.
 - o **Educación**: Entre los centros también predominan las acciones dirigidas a los niños y niñas de Primaria (% 63).

Público objetivo de las acciones: en función del público específico

- Casi 6 de cada 10 acciones están dirigidas a un público específico (59%). Tal y como sucede con la edad, en este caso también se observa que la mayor parte de las acciones se dirige, dentro de la comunidad educativa, al alumnado (69%). A continuación se sitúan las acciones dirigidas a las familias (22%) y en tercer lugar (10%) a los y las niñas (fuera de la actividad escolar).
- En las bibliotecas destacan las acciones dirigidas a las familias; a los y las niñas (fuera de la actividad escolar) se sitúan por encima de la media.
- Aunque en las acciones de las asociaciones también predominan las dirigidas al alumnado, se observan otras dirigidas a adultos y profesores.

Público objetivo de las acciones: en función del grupo en riesgo de exclusión

- El 3% de las acciones está dirigida a algún colectivo en riesgo de exclusión. Las acciones con esta clase de público objetivo son más comunes en el sector de las Bibliotecas.
- En concreto, las acciones suelen estar dirigidas, principalmente, a los siguientes colectivos: inmigrantes, personas con diversidad funcional y colectivos de mujeres.

Caracterización de las acciones: BIBLIOTECAS

- Se trata del sector con mayor número de acciones organizadas: se ha recibido información referente a 747 acciones organizadas por las bibliotecas de la CAPV; la mayor parte de ellas se han organizado en bibliotecas de la red de bibliotecas públicas de la CAPV (95%).
- Las acciones se han organizado, sobre todo, en municipios de menos de 20.000 habitantes. Y en cuanto al territorio, Bizkaia destaca en número de acciones organizadas por cada agente.
- En el caso de las bibliotecas, las acciones clasificadas en la sección de sesiones de lectura predominan de forma notable.

Caracterización de las acciones: EDUCACIÓN

- El sector educativo se sitúa en segundo lugar en número de acciones (se ha recogido información referente a 548 acciones). La mayor parte de las acciones se ha organizado en centros que ofertan Educación Infantil, Educación Primaria, ESO y Bachillerato (520 acciones).
- En cuanto a la media de acciones organizadas por agente destaca el territorio de Gipuzkoa. Con relación al tamaño del municipio, al contrario que la tendencia general, la media de acciones organizadas es mayor en los centros de las capitales.
- En los centros escolares, al igual que en las bibliotecas, las sesiones de lectura son las acciones más habituales; en segundo lugar se encuentran las acciones vinculadas a autores/as.

Caracterización de las acciones: FAMILIA

- Se ha recibido información en torno a tres asociaciones de padres y madres. Se trata de certámenes y de sesiones de lectura. En Gipuzkoa, no se ha organizado ninguna acción en este sector.

Caracterización de las acciones: INDUSTRIA DEL LIBRO

- Casi la mitad de las acciones registradas se ha organizado en librerías de Gipuzkoa (49%). La media de acciones organizadas en este sector en Gipuzkoa (4,6) es superior a la media global. En cuanto al tamaño del municipio, destacan las acciones organizadas en las capitales (67%).
- En el sector de la industria del libro predominan las acciones relacionadas con autores/as.

Caracterización de las acciones: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Se ha recibido información sobre 15 acciones correspondientes a medios de comunicación: 7 a televisiones, 5 a medios de prensa escrita y 3 a emisoras de radio. Por lo que respecta a la ubicación, la mayoría son actividades organizadas en Gipuzkoa y en su capital.

Caracterización de las acciones: ASOCIACIONES

- El total de acciones organizadas por asociaciones del ámbito de la literatura, la cultura, el euskera, etc. es de 52. Tal y como cabría esperar, la media de actividades organizadas por asociaciones literarias es superior al de otro tipo de asociaciones (4,8 acciones por asociación).
- En el caso de las asociaciones también destacan las ubicadas en Gipuzkoa y en su capital.
- En cuanto al tipo de acción, en este caso, la oferta es más variada: aunque predominan las sesiones de lectura y los certámenes, en un segundo plano se sitúan las actividades dirigidas a la orientación y a la promoción de libros, seguidas de las agrupadas en los bloques referentes a los medios de comunicación, ferias y festivales y autores/as.

Caracterización de las acciones: INSTITUCIONES PÚBLICAS

- Se ha recogido información referente a 16 acciones organizadas por instituciones públicas.
- Destacan las sesiones de lectura y las acciones con autores/as.

Organización de acciones orientadas a la promoción de la lectura lúdica

Colaboración entre asociaciones

- El 23% de las acciones se ha organizado por medio de la colaboración entre entidades (en concreto, 326 acciones).
- Esa colaboración es más común en el caso de las asociaciones (en ese sector, el 52% de las acciones se ha llevado a cabo en colaboración).
- En cuanto a los agentes implicados en esa colaboración: lo más habitual es la colaboración entre centros educativos, ayuntamientos y bibliotecas. En segundo lugar se ubican Euskal Idazleen Elkartea (EIE), Galtzagorri Elkartea y varias editoriales.
 - o Bibliotecas: las acciones se organizan principalmente en colaboración con los centros educativos (36%); también es frecuente la colaboración con ayuntamientos.
 - o Centros educativos: destaca la colaboración con Euskal Idazleen Elkartea (EIE) y con las bibliotecas.

- o Asociaciones: sobre todo con la administración pública (Gobierno Vasco, Diputaciones Forales y Ayuntamientos).

Contratación de personal

- En 442 acciones se ha contratado alguna persona para llevar a cabo la acción (31%): en asociaciones, bibliotecas y administraciones la media de personas contratadas es superior a la media. También lo es en las sesiones de lectura y en las acciones vinculadas a autores/as.
- En la mayor parte de los casos (66%), se ha contratado una sola persona.

Acciones orientadas a la promoción de la lectura lúdica desde el punto de vista económico

Presupuesto de las acciones

- El presupuesto total de las acciones es de 3 millones de euros; el presupuesto medio por acción, de 3.175 euros (el dato se basa en la información recabada en torno al 66% de las acciones).
- Las instituciones públicas, los medios de comunicación y las asociaciones son los sectores con una mayor media de acciones organizadas. Las acciones de la industria del libro también se sitúan por encima del presupuesto medio.

Financiación de las acciones

- En relación con el 29% de las acciones se ha detallado que reciben financiación externa. La cifra total de esa financiación externa es de 740 mil euros. Recibir esa financiación externa es más habitual en el caso del sector de las asociaciones (81%).
- Principales instituciones financiadoras: Gobierno Vasco, Ayuntamientos y Diputaciones Forales.

Ingresos propios

- El 2% de las acciones ha contado con ingresos propios. En total, esas acciones han recabado 361 mil euros de ingresos propios.

Nivel de autofinanciación

- El grado de autofinanciación de las acciones que se organizan para el fomento de la lectura lúdica en la CAPV es del 82%.
- El nivel de autofinanciación desciende al 40% en el caso del sector de las asociaciones: es decir, los agentes de este sector necesitan el apoyo (financiación) de agentes externos para organizar acciones de promoción de la lectura.

Participación en acciones de promoción de la lectura lúdica

- Las acciones de promoción de la lectura lúdica organizadas en la CAPV en 2019 han contado con un total de 285 mil participantes. El número de participantes por cada acción organizada ha sido de 301 personas.

Principales conclusiones del análisis cualitativo de la promoción de la lectura lúdica

Definición de la afición a la lectura

Elección personal y consciente

Cuando hablamos de afición a la lectura, nos referimos a la lectura, por decisión propia y consciente, de textos de diferentes soportes y géneros, buscando con ello el placer o el disfrute que produce la lectura en sí misma. Es decir, no nos referimos a las lecturas obligadas, del ámbito escolar, de los estudios o del ámbito laboral.

La autonomía lectora es muy necesaria

Para llegar al disfrute de la lectura es imprescindible adquirir autonomía lectora, un nivel adecuado de comprensión de los textos y una velocidad mínima de lectura.

La consecución de esta autonomía requiere de un proceso en el que se enmarca la promoción de la lectura.

Tiene mucho que ver con la transmisión

La lectura, como actividad lúdica y entretenida, se puede transmitir. Quien lo vive así, quien disfruta con la lectura, puede "contagiar" esa afición a su entorno. En este sentido, la transmisión de la lectura puede iniciarse en el entorno doméstico y familiar. En cualquier caso, otros agentes participan en la relación entre la persona y la lectura, en diferentes espacios y momentos.

Los beneficios son numerosos

La lectura aporta a la persona una serie de beneficios en diferentes ámbitos: desarrollo cognitivo y lingüístico; para recibir sabiduría, conocimiento, información y cultura; para trabajar la concentración, la reflexión, la imaginación y la creatividad; para desarrollar una actitud empática y crítica. Estos últimos aspectos se pueden entender, además, como un beneficio para la sociedad.

Promoción de la afición a la lectura

No tiene límites, pero sí prioridades

La iniciativa para fomentar la lectura no debería tener límites: debería dirigirse a la población de cualquier género, raza, religión, edad o estatus social. En cualquier caso, y debido a que todos los colectivos deberían tener acceso a la lectura, para poder garantizar ese acceso, habría que prestar especial atención a algunos de ellos, a los grupos más vulnerables: inmigrantes o personas con discapacidades que les dificulten la lectura, por ejemplo.

En cuanto a la edad, la promoción de la lectura se asocia con niños y niñas, principalmente. Parece lógico, porque es en esa época cuando se asientan las bases del futuro lector. En este sentido, son y deben ser los destinatarios principales de las actividades de promoción de la lectura. De todos modos, también es importante tener en cuenta el otro extremo, ya que, en la tercera edad, la lectura también tiene un gran valor para poner freno al deterioro cognitivo o para combatir la soledad.

La importancia de establecer el grupo objetivo

Que la promoción de la lectura sea universal y no tenga límites no significa que todas las acciones que se propongan con este fin deban ser generales. Es más, la fijación del grupo objetivo puede hacer más efectiva la acción. Siempre que se forme y adapte a las necesidades, características y prioridades de este grupo objetivo.

Actores principales

Familia

La familia es el primer agente responsable de fomentar la lectura. Por medio de la transmisión del ámbito doméstico, contagiando la pasión por la lectura y dando ejemplo, es capaz de fijar la base más estable. En cualquier caso, para responder a esta responsabilidad y hacer efectiva su aportación, un apoyo adecuado puede ser de gran ayuda para la familia. En ese sentido la familia también debe figurar como receptora de las acciones de promoción de la lectura.

Escuela

El papel de la escuela en la promoción de la lectura también es importante, debido a su responsabilidad en la educación de los menores. En cualquier caso, además de las dificultades que provoca el tener que cumplir con las exigencias curriculares, se enfrenta a otro obstáculo importante: el peligro de que las niñas y los niños vinculen la lectura únicamente con la escuela y con la obligación.

Bibliotecas

Las bibliotecas tienen entre sus principales funciones el fomento de la lectura. Por lo tanto, se trata de un terreno natural para ellas. La promoción de la lectura en las bibliotecas se lleva a cabo a través de los servicios habituales que ofrece la biblioteca, así como a través de acciones permanentes o puntuales organizadas por la propia biblioteca o en colaboración con otros agentes.

En los grupos objetivo de estas acciones se incluyen tanto las personas usuarias como las no usuarias de la biblioteca. Y buscan tanto atraer a nuevos lectores como impulsar la socialización de quienes ya lo son.

Industria del libro

La industria del libro también es un agente activo en la promoción de la lectura. Editoriales y librerías organizan acciones o colaboran con otros agentes en la promoción de la lectura. En este caso, también entran en juego otros intereses comerciales y empresariales. También ocurre con los medios de comunicación privados, pero estos no intervienen de forma activa en la promoción de la lectura. Podrían calificarse de agentes indirectos.

Administraciones públicas

Es responsabilidad de las instituciones públicas garantizar el derecho al acceso a la cultura a toda la sociedad. Por ello, les corresponde ofrecer apoyo, recursos y herramientas a otros agentes implicados en la promoción de la lectura

Características

Ambiente tranquilo y agradable

Las acciones de fomento de la lectura necesitan un espacio tranquilo, cómodo y agradable.

Ligeras y dinámicas

En general, las acciones ligeras y dinámicas son más eficaces. En cualquier caso, se deben tener muy en cuenta las características del grupo objetivo.

Participativas

En lugar de limitarse a un rol pasivo, las personas participantes deben convertirse en agentes activos de la acción, siempre que lo deseen, en base a la voluntariedad. En cualquier caso, para promover la participación, los grupos de reducido tamaño suelen resultar más adecuados.

Voluntarias

La participación en las actividades de promoción de la lectura debe ser voluntaria, no obligatoria. No debe plantearse como una obligación.

Integradoras

Las acciones de fomento de la lectura deben ser integradoras, desde distintos puntos de vista. Por un lado, deben ser capaces de llegar a los diferentes sectores y colectivos de la sociedad.

Pero, además, deben evitar el elitismo, para atraer a participantes de distintos niveles intelectuales y conocimientos literarios. La cercanía, el contacto directo con los escritores, por ejemplo, puede ser de gran ayuda a este fin.

Continuas.

Las acciones de fomento de la lectura requieren una continuidad. Deben ser permanentes o estar integradas en una programación y una planificación.

Más allá del mero entretenimiento

El centro de las acciones debe ser la propia lectura, el texto debe tener la centralidad. Las acciones de promoción de la lectura no deben ser una mera excusa para el entretenimiento.

Organizadas en colaboración

La colaboración entre diferentes agentes aporta un gran valor a la acción

Medible y valorable

Se deben trabajar metodologías para medir el éxito y la eficacia de las acciones que se plantean, de forma que se puedan adecuar.

Responsables

En el ámbito público

La principal responsabilidad del fomento de la lectura corresponde a la administración pública, principalmente, a través de la red educativa y de las bibliotecas públicas. Por otro lado, también les corresponde ofrecer apoyo, recursos y herramientas a otros agentes que pueden incidir en la promoción de la lectura, principalmente, a las familias —también a la industria del libro, a los medios de comunicación y a las asociaciones, entre otros—.

En el ámbito privado

El agente más influyente en la promoción de la afición a la lectura es la familia, a través de la transmisión en el ámbito doméstico. La labor de la escuela o las actividades de las bibliotecas, asociaciones y otros agentes pueden ser un complemento adecuado, pero el cimiento básico lo ponen las familias.

Destinatarios

Infancia y juventud

La promoción de la lectura se relaciona sobre todo con los niños y las niñas. Al encontrarse en pleno proceso de desarrollo y aprendizaje, a través de la lectura adquieren conocimientos y desarrollan la capacidad de reflexión. La promoción de la lectura desde edades tempranas requiere que sean las propias familias las destinatarias de las actividades.

La edad crítica se sitúa a los 10-12 años. Hasta entonces la escuela cumple una función, relacionada, principalmente, con la autonomía lectora. Pero es entonces cuando muchos de los chicos y chicas que no han desarrollado la pasión por la lectura abandonan el hábito lector.

Tercera edad

Los mayores también han sido considerados receptores prioritarios por el valor de la lectura como herramienta para evitar enfermedades neurodegenerativas, mantener la capacidad de concentración o combatir la soledad.

Colectivos vulnerables

También se considera prioritario facilitar la lectura a los colectivos que tengan dificultades por padecer discapacidades físicas o cognitivas o por sufrir exclusión o desigualdades sociales.

Evolución de la afición a la lectura

Parte positiva

- A través de las nuevas tecnologías han aumentado considerablemente los recursos y herramientas para la promoción de la lectura.
- La producción está aumentando, incluso en las lenguas minoritarias, entre ellas, el euskera.

Parte negativa

- La evolución se ha producido de forma desequilibrada, ya que sobre todo una parte de la población ha aprovechado las nuevas oportunidades relacionadas con la lectura. Varios colectivos se han quedado atrás, en este sentido. De modo que ha aumentado la brecha entre lectores y no lectores.
- Ha cambiado la forma de leer: se lee mucho, pero rápido, sin calma ni reflexión. Se está generalizando una lectura de "consumo".
- Están prevaleciendo otras opciones de ocio, más visuales, pero más pasivas, en lugar de la lectura.

En torno a los recursos digitales

Beneficios

- Destacan la utilidad de los e-books o audiolibros, por ejemplo, para quienes tienen dificultades para leer libros de pequeña tipografía.

Amenazas

- Escaso alcance social de los nuevos recursos relacionados con la lectura.
- Prevalencia de los audiovisuales en el entorno digital.
- Descargas ilegales, en el ámbito del libro digital.

Dificultades y obstáculos

Sociedad de la imagen

Los audiovisuales predominan en los hábitos sociales actuales. La oferta de ocio basada en la imagen y el sonido resulta, en general, mucho más atractiva para el consumidor. Estos hábitos, además, han supuesto un cambio en la propia forma de leer: se hace una lectura más rápida y sin demasiada profundidad.

Saturación de la agenda y ritmo de vida

El amplio abanico de ocio y las situaciones laborales de los progenitores hacen que las agendas de chicas y chicos estén repletas de actividades extraescolares. Esto complica la promoción de la lectura, tanto para las familias como para los agentes que organizan actividades con este fin.

Otro de los efectos de los cambios sociales es la percepción de la falta de tiempo, de andar siempre con prisa. Puede ser una sensación provocada por una saturación excesiva.

Falta de esfuerzo de adaptación

Aunque a menudo se reconoce que se utilizan modelos y fórmulas anticuadas para fomentar la lectura, y que no funcionan, se admite que no se hace demasiado esfuerzo por adaptarlas, probablemente porque no se sabe a dónde dirigir estos cambios.