

# Argentina. Participación cultural, formación ciudadana y acceso a la información. Un acercamiento a modalidades de promoción de la lectura en las Bibliotecas Populares

SEBASTIÁN RICARDI<sup>1</sup>

*CONABIP, Secretaría de Cultura de la Nación, Argentina*

**E**ste trabajo intenta conocer y sistematizar los elementos que dan cuenta del aporte que las bibliotecas populares (en adelante BP) hacen a los procesos de construcción de la ciudadanía a través de acciones de promoción de la lectura en el marco de la Sociedad de la Información, en Argentina.

Pretende ser un aporte para reflexionar cómo mejorar los sistemas de información y las políticas y planes integrales de lectura, para lograr una mayor comprensión e incidencia sobre los contextos y condiciones en los que se producen las posibilidades de acceso a la lectura. Es parte de un dispositivo de investigación y diagnóstico que realiza la Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares (CONABIP) para reforzar su Plan Nacional de Lectura y pretende contribuir al proceso interinstitucional orientado a articular los distintos programas de promoción de la lectura en Argentina y fortalecer así una política nacional e integral.

---

1 Con la colaboración de María del Carmen Bianchi. Equipo de trabajo: Lorena Vega, Valeria Chorny, Joaquín Lacambra e Isabel Fraire.

## LAS BIBLIOTECAS POPULARES Y LA CONABIP: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA LA PROMOCIÓN CULTURAL, DE LA LECTURA Y EL ACCESO A LA INFORMACIÓN

La CONABIP apoya la labor de más de 2 000 organizaciones de la sociedad civil que de manera autónoma y desinteresada promueven el acceso al libro y la lectura, el conocimiento de los derechos y la participación cultural de cada una de las comunidades en las que están insertas a lo largo y ancho del territorio argentino. Estas instituciones, articulación entre la experiencia local cotidiana y el proceso nacional y global de producción de la cultura, informan a los ciudadanos, difunden los derechos y el modo de ejercerlos, además de generar otras asociaciones –con organizaciones y personas– para hacer circular, conocer y valorar los bienes culturales.

La *Ley 419* del 23 de septiembre de 1870 propuesta por Domingo Faustino Sarmiento dio origen a la CONABIP con el propósito de fomentar la creación y el desarrollo de dichas instituciones. Estos 138 años subrayan su supervivencia y sustentabilidad, pero también multiplican los desafíos de cara a las nuevas manifestaciones de la comunicación, la información y la cultura, que claramente le disputan a la cultura letrada su lugar privilegiado e indiscutido en la transmisión y producción cultural.

### Aspectos metodológicos

Con base en sus objetivos, las BP de Argentina se han definido como una unidad de análisis, actualmente registradas en CONABIP en marzo de 2008. Asimismo, se tomó como unidad de recolección a los dirigentes bibliotecarios y sociales que las integran. La metodología de trabajo utilizada combinó estrategias cualitativas y cuantitativas, que comenzaron por sistematizar la información ya existente acopiada por la CONABIP para aplicarla como instrumento de recolección de datos primarios en la Encuesta de la IFLA. Esta última fue levemente modificada respetando las principales dimensiones –con la intención de que no se pierda el propósito original que es su homologación–, adaptándose a la realidad de

las BP en Argentina, ya que las primeras encuestas tal como estaban diseñadas no eran comprendidas adecuadamente por los encuestados. En la mayoría de los casos esto se debió al empleo de términos específicos que estaban orientados hacia las bibliotecas públicas. También se incorporó un nuevo ítem para que los miembros de las organizaciones pudieran contarnos libremente sobre los proyectos de promoción de la lectura que han tenido mayor éxito en sus bibliotecas.

La recolección de datos se realizó entre marzo y mayo de 2008. La Encuesta fue enviada electrónicamente a las bibliotecas registradas en la CONABIP, además se entregaron volúmenes impresos de ella durante la Feria Internacional del Libro para reforzar la participación. Su aplicación fue autogestionada, y de la totalidad de las encuestas recibidas se seleccionaron 405<sup>2</sup> de forma aleatoria teniendo en cuenta la proporcionalidad de BP activas por provincia. Los resultados se presentan en el siguiente informe, donde se comparan las variables que mide la encuesta.

## **Políticas de lectura**

### **1. ¿Su institución se rige por alguna política de lectura?**

Poco más del 70 % de las BP sí se rige por alguna política, plan o programa de promoción en el ámbito estatal o en varios de ellos; mientras que cerca del 29 % declara no hacerlo. Cabe señalar que del total de bibliotecas que participan en alguna acción pública, un 66 % lo hace a través del Plan Nacional de Lectura diseñado e implementado por la CONABIP.

### **2. ¿Las actividades de promoción se realizan conforme a algún manual?**

Más del 90 % de las BP que se adhieren al Plan Nacional de Lectura de CONABIP desarrollan sus actividades o proyectos con material teórico y práctico, mientras que menos de una décima parte (9.6 %) declara no hacerlo. Que casi la totalidad de las BP utilice los saberes teórico prácticos existentes para mejorar

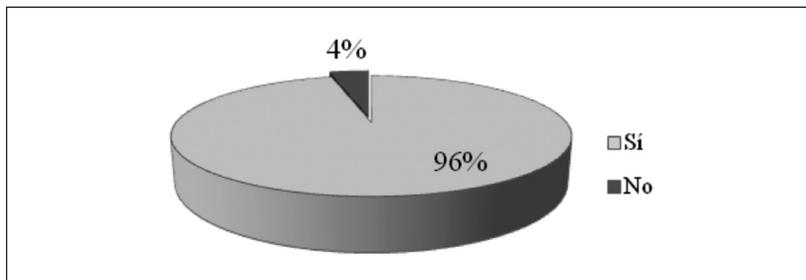
---

2 Esta muestra representa 32.4 % del total de bibliotecas públicas activas.

las actividades de promoción puede explicarse en gran medida por la estrategia de gestión de la CONABIP que, a través de su Plan de Lectura, no sólo incentiva la utilización de material de apoyo como una forma de mejorar la autogestión y por lo tanto la autonomía de la BP, sino que lo proporciona mediante la compra y distribución de material bibliográfico afín. En los últimos cuatro años la CONABIP ha adquirido y distribuido a las BP 4 828 664 libros para el desarrollo de los programas y proyectos, y se han destinado 2 011 943 libros, en el mismo periodo, para las actividades y proyectos específicos enmarcados en el Plan.<sup>3</sup>

### **Colaboraciones en actividades de promoción de la lectura**

1. ¿La promoción de la lectura se desarrolla con otras instituciones u organismos?



Más allá del tipo de articulación específica que cada BP desarrolla en su ámbito de acción, el cuadro muestra con claridad la importancia capital de establecer lazos y alianzas, que pueden ser estratégicas, para hacer frente a los desafíos implícitos en las actividades de promoción de la lectura.

2. ¿En qué beneficia a la biblioteca la colaboración con instituciones u organismos?

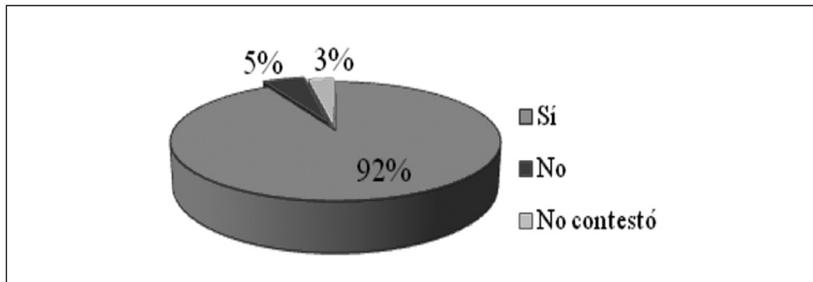
---

3 Fuente: Unidad del Libro y la Lectura (CONABIP), diciembre de 2007.

Mejora la calidad de las actividades, amplía el número de usuarios y les proporciona mayor visibilidad y reconocimiento a las BP. Estas tres alternativas consideradas para evaluar los beneficios de la cooperación interinstitucional alcanzaron una alta tasa de respuestas entre los encuestados, superando en todos los casos el 70 %.<sup>4</sup> En ese sentido la percepción que los encuestados tienen sobre estos beneficios complementa y amplía la información sobre la importancia de llevar a cabo proyectos de promoción basados en procesos articulatorios.

### **Actividades de promoción de la lectura**

1. ¿Realiza actividades de promoción de la lectura?



De acuerdo con los objetivos de este trabajo, los tipos de actividades y proyectos que más llevan a cabo las BP son: Talleres de escritura y lectura, Actividades culturales, Encuentros de escritores, Circuitos de lectores, Información ciudadana, difusión en radio<sup>5</sup> y otras actividades.

4 En el caso del ítem “otros”, con un 14.6 % aparecieron múltiples respuestas, dentro de las cuales se mencionan: la integración, el intercambio de experiencias, la mejora de la gestión y el incremento de recursos, entre otras.

5 “Información ciudadana” y “difusión en radio” son las categorías que aparecen con mayor frecuencia en el rubro “otros”; el alto porcentaje de respuestas que representan justifica su inclusión como categorías.

Las respuestas muestran que entre las actividades y proyectos de promoción de la lectura desarrollados con mayor frecuencia se encuentran las categorías “actividades culturales” y “talleres de escritura y lectura” con 82.2 y 81.4 %, respectivamente. Cabe aclarar que por actividades culturales se entienden iniciativas que de forma indirecta contribuyen a la promoción de la lectura. Se trata de obras de teatro y títeres, muestras de arte o exposiciones (pintura, cerámica, fotografía, etcétera), espectáculos musicales o de danza y charlas temáticas, entre otras actividades.

A continuación se ubica la categoría “encuentros con escritores”, que alcanza más del 50 % de las respuestas y a la cual le sigue “información ciudadana”, con 33.2 %, “circuitos de lectores” con 30.5 % y finalmente “difusión en radio”, como última categoría significativa que llega al 15.1 % de las respuestas.<sup>6</sup>

Del mismo modo que con otros ítems, la no exclusividad de las categorías implica que en la mayoría de los casos las respuestas incluyeron más de una alternativa, dándole mayor importancia y diversidad a los proyectos de promoción implementados, lo que fortaleció de ese modo los vínculos con la comunidad. Como datos relevantes en este sentido surge que más del 45 % de las respuestas sostienen haber realizado entre cuatro y cinco de estas actividades simultáneamente, un 44 % entre dos y tres, y casi 11 % sólo realizó una.

## 2. ¿Dónde realizan las actividades de promoción de la lectura?

En las instalaciones y fuera de la biblioteca, se observó la siguiente estadística:

Actividad	Porcentaje
Talleres de escritura y lectura	70.3 y 47.7
Actividades culturales	65.3 y 52.8

---

6 Dentro del ítem “otros”, con un 8.7 %, las respuestas que más aparecen son: talleres de manualidades, talleres de idiomas y visitas guiadas, entre otras.

Encuentros de escritores	89.8 y 17.3
Circuitos de lectores	80.5 y 38
Información ciudadana	88.7 y 18.3
Difusión en radios	0 y 100
Otra actividad	53.9 y 58.6

Resulta significativo que las actividades no se realizan sólo dentro de las instalaciones de las BP sino, en la mayoría de los casos, también son desarrolladas fuera de ellas, variando los porcentajes según el tipo de actividad. Ambas modalidades se complementan y son condición necesaria para lograr una mayor articulación e inserción comunitaria.

La frecuencia más habitual en la mayoría de las actividades o proyectos es la opción mensual, con 41.3 % en talleres de escritura y lectura, 52.2 % en actividades culturales (y sus especificidades ya explícitas), 31.6 % en circuitos de lectores y 32.4 % en información ciudadana. En cambio en el ítem “encuentros de escritores” la regularidad en la implementación fue anual, con más del 77 %. Finalmente, en “difusión en radio y otros medios” la mayor frecuencia se ubicó en la opción semanal con 45.6 % y 52.6 %, respectivamente. Cabe resaltar que las frecuencias mensual y semanal que presentan las actividades y proyectos implementados por las BP dan cuenta de una significativa regularidad que permitiría, a través de la constancia, profundizar la cercanía con las distintas necesidades y requerimientos de la comunidad, de acuerdo con cada contexto específico.

En la categoría “destinatarios” puede señalarse lo siguiente. El ítem “niños y adolescentes” aparece con gran fuerza tanto en las actividades vinculadas a talleres de escritura y lectura como en los circuitos de lectores, con 93.1 % y 78.7 % respectivamente. No obstante, con menos porcentaje, pero no con menor significancia, se ubica en un rango que va desde casi 30 % y hasta 54 % en las demás actividades, excepto en información

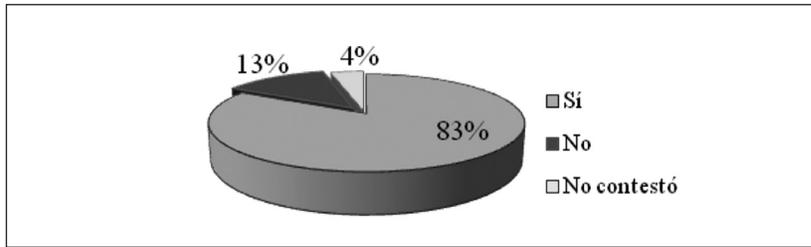
ciudadana en la que sólo llega al 14.1 %.<sup>7</sup> En cuanto al grupo de adultos éste se ubica con un alto porcentaje en la mayoría de las actividades, superando en todos los casos la mitad y alcanzando en una de ellas, “encuentros con escritores”, el 86.8 %. La excepción a este hecho se produce en los ítem “otros”, con 42.1 % y “talleres de escritura y lectura” con el 33.7 %.

Aunque el ítem “jubilados y ancianos” no se posiciona en ninguna actividad como el destinatario de mayor frecuencia su importancia no es menor. Excepto en las actividades “talleres de escritura y lectura” y “encuentros con escritores” donde ronda casi el 15 %, su importancia relativa se instala entre 21.9 % y 45.1 %. Estos datos no sólo dan cuenta de una perspectiva integral que poseen las BP cuando realizan los distintos proyectos en la comunidad, sino que señalan, dentro de esta diversidad, la importancia estratégica que tiene para ellas la promoción de la lectura orientada a grupos de niños y adolescentes.

3. ¿La biblioteca ha creado otros espacios o puntos de acceso a libros y otros materiales?

---

7 La menor frecuencia de la opción niños y adolescentes que presenta el ítem “información ciudadana” puede explicarse porque la principal característica de esta actividad es la de brindar un servicio de consulta sobre derechos, programas, servicios, guías de trámite, mecanismos de participación ciudadana y reclamo, y los datos de contacto con las instituciones responsables. Este tipo de consultas las realizan en mayor medida los adultos. El 14 % correspondiente a niños y adolescentes se refiere a la realización de actividades de formación y concientización que tienen como destinataria a esta población, a través de charlas dadas por especialistas sobre derechos de niños y niñas, consumo responsable, educación tributaria, medio ambiente, etcétera; obras teatrales con la temática de los derechos, concursos para la realización de trabajos de difusión y concientización de temáticas de interés ciudadano y campañas de difusión de los derechos de niños y niñas desarrolladas en espacios escolares, comedores comunitarios o clubes deportivos frecuentados por niños, niñas y adolescentes.



Como ya se mencionó, las actividades y proyectos de promoción de la lectura se llevan a cabo dentro de las instalaciones de las BP; así como en otros ámbitos e instituciones del espacio público estatal y privado. En este sentido se plantearon opciones no excluyentes que engloban la mayor parte de estas iniciativas y actividades en espacios públicos. El mayor porcentaje de las respuestas a esta pregunta se ubica en el ítem “escuelas”, con un 74 % en consonancia con la importancia de los niños y adolescentes como destinatarios de la mayor parte de las actividades de promoción. La creación de puntos de acceso al libro y la lectura también se produce en otros espacios públicos. En este sentido al ámbito escolar le siguen los servicios móviles con un 45 % de las respuestas, las plazas con 41.4 %, las ferias con 22.7 %, hospitales con el 14.9 %, los comedores con el 9.7 % y finalmente los clubes con un 6.8 %.

De estos datos, que expresan la importancia que tiene para las BP acercar el libro y la lectura desde una diversidad de espacios no tradicionales, resultan significativas tanto las actividades desarrolladas a través de servicios móviles como los efectuados en las plazas. La primera modalidad, que abarca una variedad de servicios como bibliomóviles, bibliolanchas, bibliobuses, mochilas viajeras, etcétera, representa una acción verdaderamente novedosa, tanto que facilita el acceso y el acercamiento a la lectura en zonas geográficamente alejadas. Asimismo, la realización de actividades en plazas representa de alguna forma la incorporación de las BP en la reconstrucción del ámbito público no estatal, tan deteriorado en Argentina.

Por último, en el ítem “otros”, con 14 % de las respuestas, aparecen una variedad de puntos de acceso al libro y la lectura que, si bien no entran en la categorización propuesta, subrayan aún más la diversidad mencionada. Los más recurrentes son hogares infantiles y de ancianos, centros culturales, cárceles, iglesias y comercios.

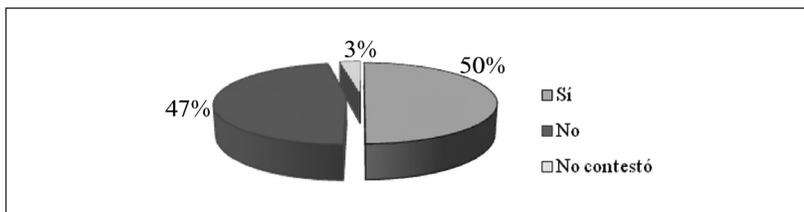
4. ¿Considera que las actividades de promoción de la lectura son valoradas por sus lectores y la comunidad?

El 93 % de las BP considera que son valoradas positivamente por sus destinatarios y el 1.3 % afirma lo contrario; mientras que el 5.7 % no respondió. Asimismo, el 91.4 % considera que la comunidad en general valora positivamente el desarrollo de las actividades de promoción; 2.6 % que no y el 6 % no contestó.

De lo anterior se desprende la fundamental importancia que tiene para las BP que tanto los destinatarios como la comunidad en general den su aceptación y valoren el desarrollo de las actividades de promoción, con lo cual favorecen su continuidad y sostenimiento.

### **Habilidades del personal y necesidades de entrenamiento**

1. ¿La biblioteca tiene personal destinado exclusivamente a realizar actividades de promoción de la lectura?



De los dirigentes bibliotecarios y sociales encuestados casi el 50 % afirma que sus BP tienen personal exclusivamente dedicado a realizar actividades de promoción de la lectura, lo que demuestra la gran importancia que tienen en la labor regular y, que trascendiendo el rol más acotado que muchas de ellas

históricamente han tenido, está vinculado básicamente a la conservación y préstamo de material bibliográfico.<sup>8</sup> En este sentido cabe señalar que casi la mitad (49 %) de las BP que cuentan con personal dedicado exclusivamente a la promoción de la lectura cuenta con dos o más personas para tal fin.

2. Actualmente, ¿qué habilidades son necesarias para promover la lectura?

Para sistematizar las respuestas a esta interrogante de carácter abierto se realizó un tipo de análisis de contenido simple a través del cual se determinaron las apariciones más frecuentes de los términos y expresiones utilizados para definir los tipos de habilidades. Con base en ellos, se estableció lo siguiente:

- Habilidades sociales
  - Buena llegada al público.
  - Sensibilidad social.
  - Vocación.
  - Entusiasmo.
  - Responsabilidad.
  - Destrezas comunicativas.
  - Manejo de grupo.
  - Atención a la diversidad.
- Habilidades para el desarrollo de las tareas
  - Conocimiento sobre materiales.
  - Capacidad para realizar estrategias.
  - Capacidad de planificación.
  - Capacidad para generar participación.
  - Sensibilidad para la promoción.
  - Habilidad narrativa.

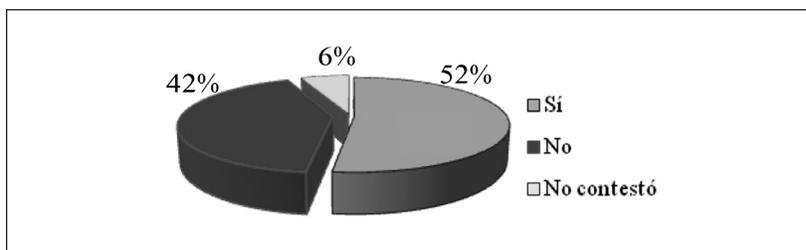
Puede agregarse que los términos o expresiones referidos dan cuenta de la necesidad planteada en las encuestas, y que ambos tipos de habilidades son requeridas de manera más o

---

8 Más aún teniendo en cuenta la diversidad de tareas que suelen llevar a cabo estas organizaciones. Entre otras se encuentran, por ejemplo, la de atención bibliotecaria, gestión institucional, mantenimiento de las instalaciones, etcétera.

menos complementaria. En este sentido debe destacarse que el significativo número de personal voluntario, que es de 30 000 personas en las BP –las cuales desinteresadamente cumplen con su labor de promoción a la lectura–, refleja la necesidad y los beneficios que reportan para estas organizaciones contar con personal que tenga ambos tipos de habilidades.

3. ¿Reciben entrenamiento para desarrollar destrezas?



Más del 50 % de las BP encuestadas afirman que el personal que se desempeña en ellas recibe algún tipo de capacitación para realizar actividades y proyectos de promoción a la lectura, mientras que 42.1 % sostiene que no.<sup>9</sup>

Dentro de las temáticas de capacitación más habituales, los encuestados mencionaron la promoción de la lectura como tal, así como otras temáticas y modalidades vinculadas que, según ya fue señalado, contribuyen a la promoción de la lectura. Entre ellas las más relevantes son: narración oral, bibliotecología, gestión social y participativa, NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación) y participación ciudadana.

En cuanto a la capacitación que se imparte, sin ser excluyentes, el 96 % la recibe en forma presencial, en tanto que 20 % se capacita con la modalidad virtual. En relación con la frecuencia, el 88 % de los encuestados manifestó recibir capacitación

---

9 En este sentido se debe destacar que durante 2006 y 2007, CONABIP ha realizado 39 cursos de capacitación, presenciales y virtuales, en los que han participado 2 383 voluntarios y dirigentes sociales pertenecientes a más de 1 700 BP (Fuente: Informe de Gestión y Resultados 2003–2007, CONABIP).

de manera discontinua; esto es, no más de dos cursos anuales sobre la temática específica. El 12 % restante declara participar en capacitaciones con una frecuencia mensual o semanal.

4. ¿Qué tipo de entrenamiento consideran necesario recibir?

Las principales temáticas de capacitación que los encuestados declaran como necesarias son NTIC y promoción de la lectura, lo que da cuenta no sólo de las debilidades que en materia de formación tienen las BP, sino de la importancia que les asignan a estas temáticas como formas de afrontar los desafíos que plantean las nuevas redes de información.

## CONCLUSIONES

### Fortalezas y debilidades

El objetivo de este trabajo fue conocer y sistematizar aquellos elementos que dan cuenta del aporte que las bibliotecas populares hacen a los procesos de construcción de ciudadanía, a través de acciones de promoción de la lectura en el marco de la denominada Sociedad de la Información y en el contexto social y cultural específico de Argentina. Para ello se mostró información sobre distintas modalidades de promoción de la lectura, participación cultural e información ciudadana, llevadas a cabo por las BP con miras a avanzar hacia diagnósticos más específicos que permitan conocer sus fortalezas y debilidades.

Gran parte de las bibliotecas encuestadas participan en alguna política, plan o programa de promoción de la lectura en el ámbito estatal y casi la totalidad se articula con otras instituciones para desarrollar estas actividades y proyectos. Esta situación refleja lo imprescindible que es para ellas establecer alianzas que favorezcan su sostenimiento y continuidad en el actual contexto.

Específicamente, para la mayoría de las bibliotecas tiene gran relevancia la articulación en el ámbito o contexto local donde la interacción es más horizontal, tal es el caso de las organizaciones sociales, respecto a la relación con una estructura de gobierno más cercana como la municipal que permitiría desarrollar varios

de los aspectos que necesitan un dispositivo estratégicamente diseñado, que impacte en las distintas necesidades y realidades locales.

Se dieron a conocer varios tipos de actividades y proyectos de promoción de la lectura. Esta multiplicidad amplía el vínculo con la comunidad local y contribuye a fortalecer el lazo entre ésta y las BP. También resalta la incorporación de las nuevas tecnologías y soportes audiovisuales como modos de llegar al libro por otras vías, algunos ejemplos: cine debate, concursos de guiones y documentales, espectáculos musicales acompañados de trabajos con cancioneros y biografías de grupos y músicos, entre otras.

En cuanto a esta diversidad un dato a destacar es la relevancia de proyectos vinculados con la información, que propician el mejoramiento de la calidad del ciudadano y otras actividades de promoción de sus derechos, importancia que adquiere su significado en tanto que las modalidades que proponen el acceso igualitario a la información son otras formas y posibilidades de promoción de la lectura.

Igualmente, la frecuencia en las actividades (siendo más habitual la opción mensual) señala constancia y regularidad en su implementación, profundizando la cercanía con la comunidad y articulando e incorporando las principales necesidades y demandas del barrio. En cuanto a los destinatarios, el rasgo de mayor importancia es el protagonismo que adquieren para la mayoría de las actividades los niños y adolescentes, principalmente en las actividades vinculadas a talleres de escritura y lectura y a circuitos de lectores, teniendo en cuenta que en estos grupos se encuentra la población de mayor vulnerabilidad en Argentina.

Una gran mayoría de las BP encuestadas han creado y desarrollado, a través de diversas actividades, puntos de acceso al libro y la lectura en espacios públicos estatales y no estatales. La creación de éstos, como uno de los contextos en los que se desarrollan las oportunidades de acceso a la lectura, es un aspecto central en la labor de las BP. Esta lógica de promoción contribuye al fortalecimiento de los procesos de creación y transmisión del saber como un bien cultural público.

Tanto la escuela, las plazas y el desarrollo de servicios móviles presentaron las frecuencias más altas de este ítem. Esto demuestra

cierta intencionalidad de la dirigencia de las BP para salir y trascender sus antiguas prácticas limitadas a la conservación y préstamo de libros, con la intención de reconquistar parte del espacio público, sorteando su fragmentación a través de la creación e implementación de distintas modalidades, algunas muy novedosas como bibliomóviles, bibliobicis, lanchas viajeras, etcétera.

Con respecto al eje del diagnóstico, planificación y evaluación de resultados se ha encontrado una gran mayoría de entidades que desarrollan las tres instancias. No obstante, a partir de la experiencia recabada en las actividades que desarrolla CONABIP con su Plan Nacional de Capacitación, se podría arriesgar que detrás de esa respuesta mayoritaria existe en muchos casos una concepción no rigurosamente técnica de lo que implican las etapas del proceso. Podría buscarse un entendimiento más cercano al sentido común. De hecho, en gran medida resultan novedosos los contenidos de los cursos en gestión social, planificación estratégica y formulación de proyectos.

En cuanto a la disponibilidad de personal exclusivo para el desarrollo de actividades de promoción de la lectura, formación cultural y promoción de derechos, se registra que la mitad de los encuestados cuentan con dicha disponibilidad. Esto da cuenta de una presencia destacable de voluntariado en estas organizaciones sociales, que puede asumir estos roles, pero también de la dificultad que muchas veces enfrentan al momento de planificar actividades a mediano y largo plazo con personal transitorio y que puede no contar con capacitación adecuada.

Precisamente en el punto en que se indagó sobre la capacitación que reciben las BP, poco menos de la mitad respondió negativamente. A su vez, las temáticas detectadas como prioritarias fueron promoción de la lectura y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. De alguna manera, aparece aquí plasmada la necesidad de reconfigurar las prácticas por medio de las cuales se atraen lectores, y al mismo tiempo incorporar las BP a los desafíos de las nuevas redes de información proveyendo a los usuarios de servicios integrales.

Para finalizar sólo resta reafirmar que las BP desempeñan en la Argentina un rol estratégico y fundamental en las acciones que

pretenden potenciar y fortalecer la lectura, traducida ésta en prácticas sociales y culturales de las que se apropian las diversas comunidades en su vida cotidiana. De este modo colaboran en el proceso de construcción de ciudadanía; es decir, en la profundización de la democracia mediante la participación popular y el ejercicio ciudadano de los derechos.

En este sentido es indudable la importancia que también tiene para estas organizaciones desarrollar su autonomía y fortalecer sus identidades a través de articulaciones con otras organizaciones de la sociedad civil. Asimismo se reconoce en ellas una vocación de coordinarse con el Estado, pero en espacios de gestión mixtos que respeten las particularidades de cada actor; ya que en la mayoría de los países de esta región es difícil pensar en el desarrollo sin la participación activa del sector público asociado a la gestión no gubernamental.