

## Programa 5. **Dime qué lees**

Tanto la lectura como el libro en sus diversos géneros y sus distintos soportes deben tener un lugar más destacado en los medios de comunicación, ya sea de forma directa o indirecta y no solo en medios tradicionales sino en los más actuales para crear un foco de atracción que seduzca a los distintos públicos potenciales, fomentando la lectura y la presencia de los libros y la lectura como algo habitual entre sus actividades cotidianas.

### **Líneas de actuación:**

- **L.5.1-Medios de comunicación:** a través de la incorporación de los medios de comunicación al Pacto, la creación de nuevos espacios dedicados al fomento de la lectura en los medios de comunicación, la presencia de profesionales de la comunicación en ferias y encuentros de interés para la lectura, entre otras.
- **L.5.2-Sensibilización:** a través de plataformas digitales y en redes sociales, la potenciación de la figura de embajadores de la lectura como personas capaces de influir en la generación de hábitos de lectura y su visibilización, la creación de herramientas digitales para favorecer la popularización de los creadores, la participación en redes o festivales que difundan la lectura en ámbitos urbanos y no urbanos y la creación de encuentros profesionales.

## Programa 5.

### **Actuaciones previstas por la Dirección General del Libro y Fomento de la Lectura:**

- Definición del mecanismo de Diseño de la identidad corporativa, el espacio web 3.0 y puesta en marcha de las redes sociales.
- Campaña de comunicación orientada a la difusión del Pacto y de los programas.
- Colaboración con Radio Televisión Española para la realización de actuaciones de fomento de la lectura y difusión de las Letras Españolas (centenarios, aniversarios)