



78 feria del libro
madrid

organización española
para el libro
infantil y juvenil
oepli

“La familia es la pieza clave para el fomento de la lectura infantil”

- La Feria del Libro de Madrid ha acogido hoy una mesa redonda sobre la convivencia de lo digital con la lectura tradicional en la lectura infantil
- Expertos aseguran que el principal factor que incide en la lectura infantil es la familia “Ni los colegios, ni bibliotecas, influyen tanto como la familia.”
- La mesa redonda ha contado con expertos como la investigadora Gemma Lluch, la booktuber Andreo Rowling, la consultora Elisa Yuste y el presidente de la OEPLI, Xosé Perozo.

Madrid, 05 de junio de 2019 – En el marco de la Feria del Libro de Madrid, McDonald’s -quien participa por primera vez en el Pabellón Infantil- y la Organización Española para el Libro Infantil y Juvenil (OEPLI) han impulsado una mesa redonda donde expertos han debatido sobre la convivencia de lo digital y la lectura tradicional y sobre cómo la literatura infantil se adapta a los nuevos tiempos.

La mesa redonda, ha tenido como *título* “*La lectura infantil en la era digital: ¿Cómo leen los nativos digitales?*” y ha contado con **Elisa Yuste**, consultora de lectura y escritora, **Gemma Lluch**; Profesora e investigadora de la Universidad de Valencia, **Andrea Izquierdo**; escritora y *booktuber* (bajo el alias Andreo Rowling), **Xosé A. Perozo**; presidente de la OEPLI y con la escritora y periodista cultural, **Karina Sainz**, quien ha moderado la mesa.

El último informe de hábitos de lectura en España elaborado por la Federación Gremial de Editores de España señala que, en la actualidad, el porcentaje de niños españoles que disfrutan de la lectura en su tiempo libre es del 70,8%, si bien se trata de una tendencia a la baja. Una situación que empeora en la adolescencia, cuando el índice de lectores recae casi un 30%.

En este contexto, la investigadora Gemma Lluch ha señalado que “*todos los principales estudios publicados a nivel internacional sobre el fomento de la lectura infantil aseguran que el factor fundamental para fomentarla es la familia. Ni los colegios, ni bibliotecas, influyen tanto como la familia. Por lo tanto, hemos de llevar la lectura allí donde está la familia. Programas como estos (en referencia al programa de fomento a la lectura [Happy Readers](#) lanzado por McDonald’s) son muy buenos porque acercan la lectura a las familias y a los niños*”.

¿Leer distinto es pensar distinto?

Una de las grandes cuestiones (aún sin resolver) es cómo afecta la lectura en papel o en formato digital en etapas tempranas de aprendizaje. En este sentido, Gemma Lluch y Elisa Yuste señalan que la comprensión lectora entre los niños y niñas es mejor en papel que en pantalla. “*Los niños leen continuamente, estamos expuestos a información de todo tipo, sin embargo, hay que tener en cuenta que también depende*



78 feria del libro
madrid

organización española
para el libro
infantil y juvenil
oepli

del tipo de texto; los textos expositivos, que suelen ser más complejos, se leen y se asimilan mejor en papel”.

En este sentido, la booktuber Andrea Izquierdo considera que, si bien la lectura digital en edades bajas tiende a ser un poco más efímera, la ventaja es que los jóvenes pueden leer en muchas plataformas y formatos; y no solo en forma, sino también en contenido.

Sobre la conveniencia de que los niños accedan a pantallas digitales a edades tempranas, Perozo recomienda prudencia; *“hay una corriente que opina que el niño debe llegar lo más tarde posible a la lectura digital porque aún no sabemos cómo influye la pantalla en la educación y en la lectura.”*

Es precisamente por la falta de estudios concluyentes sobre los posibles efectos de la lectura digital en la edad infantil por lo que Gemma Lluch incide en la necesidad de analizar, estudiar, y si es necesario modificar nuestras conductas. *“El mundo digital es un mundo enorme y maravilloso con el que tenemos que interactuar con la cabeza. Hay que revisar resultados porque hay prácticas que sí funcionan, pero nos faltan datos para emitir un juicio. Con los dispositivos móviles y las nuevas tecnologías ahora mismo tenemos un abanico de posibilidades para acceder a los textos enorme. Si eso se traduce en que los niños leen más o menos no lo sabemos. Hay datos, pero aún no hay una visión clara.”*

El libro y la pantalla; ¿sustitutivos o complementarios?

Parece que la tradicional batalla entre el papel y lo digital está dejando de ser el foco principal y que el ‘miedo’ a que el libro digital haga desaparecer las versiones en papel se diluye poco a poco. En opinión de Perozo, *“en el caso de la literatura infantil, los libros van a seguir siendo en papel, y a partir de determinadas edades se va a combinar entre lo digital y lo tradicional. “Además, hemos detectado que las recomendaciones a través de redes sociales, fomentan la compra de libros en papel. Creemos que va a haber una simbiosis y que va a haber modelos diferentes de edición tanto en digital como en papel”*

Sin duda no hay que olvidar el papel que las redes sociales y los llamados ‘booktubers’ ejercen en la medida de ser referentes entre los más jóvenes. *“Mi único referente en literatura cuando era joven era mi profesor de literatura. Ojalá yo hubiera tenido acceso a la cantidad de gente joven y mujeres que están ahora en Internet compartiendo recomendaciones literarias y escribiendo para Internet”, ha asegurado Andrea Izquierdo.*

El lector empieza en casa

Como cierre, los ponentes han incidido en la importancia de facilitar el acceso de los niños a la lectura a través del ejemplo. *“En el fondo, el hábito lector comienza en casa. Creo que lo fundamental es formar lectores para paliar la pérdida del interés por la lectura. Tenemos que olvidarnos de la guerra de formatos y fomentar la lectura. Tenemos que contagiarles desde casa el entusiasmo por la lectura”, ha asegurado Elisa Yuste.*

Sobre Happy Readers

La presencia de McDonald’s en la Feria del Libro de Madrid se enmarca bajo el programa Happy Readers, que surge con el objetivo de fomentar la lectura en el día a día de los niños y niñas como un momento de ocio y diversión. Este programa tiene como principal novedad ofrecer, **de forma pionera en España**, la posibilidad de que las familias **elijan entre un juguete o un libro con el menú infantil.**



**78 feria del libro
madrid**

organización española
para el libro
infantil y juvenil
oepli

Esta iniciativa cuenta con la colaboración de la reconocida escritora internacional **Cressida Cowell**, autora de la exitosa saga infantil “Cómo entrenar a tu dragón” y ganadora de numerosos premios por su fomento a la alfabetización. Así, se ha creado una colección de 12 libros en exclusiva para McDonald's, que está disponible en todos sus restaurantes a lo largo de 2019. Desde que se lanzase el programa el 1 de febrero, ya se han distribuido más de 400.000 libros y se espera repartir 1.300.000 durante todo el año.

En España, la iniciativa cuenta con el respaldo de la Organización Española para el Libro Infantil y Juvenil (**Oepli**), una de las asociaciones con mayor prestigio en este ámbito y con más de 35 años de experiencia en el fomento de la lectura infantil.

Para más información:

McDonald's España: 91.566.41.00

Mar Onrubia

Mar.Onrubia@es.mcd.com

LLORENTE & CUENCA: 91.563.77.22

Ana García

agarciab@llorenteycuentca.com

Marta Fernández

mfernandez@llorenteycuenca.com